



**UNIVERSIDAD DE CHILE  
INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN  
DIRECCIÓN DE POSGRADO**

**AGENDA-SETTING: EL PAPEL DE LAS AGENCIAS COMUNICACIONALES  
EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA DE LOS MEDIOS. ESTUDIO  
GENERADO A PARTIR DE UNA INSTITUCIÓN DEL SECTOR SALUD**

*Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Social*

**ALEJANDRO MARAMBIO TAPIA**

**PROFESOR GUÍA: Ricardo López**

**Santiago de Chile, diciembre 2005.**



## AGENDA-SETTING: EL PAPEL DE LAS AGENCIAS COMUNICACIONALES EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA AGENDA DE LOS MEDIOS. ESTUDIO GENERADO A PARTIR DE UNA INSTITUCIÓN DEL SECTOR SALUD

**Alejandro Marambio Tapia**, Periodista,  
Pontificia Universidad Católica de Chile, ([amarambi@puc.cl](mailto:amarambi@puc.cl))

*“¿Quién fija la agenda de los medios?” Desde la perspectiva de la teoría de la agenda-setting<sup>1</sup>, esta es una pregunta a la que la siguiente investigación trata de responder, indagando sobre la influencia que adquieren las fuentes institucionales en la agenda de los medios, a través de la ejecución de políticas de comunicación.*

*El principal objeto de estudio es una institución estatal del sector de Salud de Chile y su relación con los medios de comunicación y los periodistas que generalmente interactúan con ella. El acercamiento se hace desde una perspectiva cuantitativa y cualitativa, ya que se hace un análisis de las apariciones de la institución en los medios de comunicación, durante un periodo determinado, y se establece una relación, por medio de entrevistas con los actores relevantes de este posicionamiento, esto es, los periodistas encargados de cubrir las noticias relacionadas con la institución.*

*Para poder reflexionar sobre los factores que pavimentan la influencia de la agenda institucional sobre la mediática, especial atención se ha puesto en las agencias o departamentos comunicacionales, en tanto encargados de diseñar y ejecutar las acciones de comunicación estratégica, en una dinámica de “acción y reacción”, y que en definitiva sostienen la influencia que las instituciones pueden tener sobre la agenda de los medios. A manera de propuesta sistemática se despliega una descripción en función de los variados productos y formatos, tales como conferencias de prensa, salidas a terreno, voceros, etc. y también fortalezas como aprovechar las debilidades de las prácticas periodísticas, y debilidades como la poca conexión entre las lógicas organizacionales y las mediáticas.*

*Al considerar como una parte importante de una política pública o de una acción de carácter gubernamental el hecho de comunicarla públicamente, se hace relevante conocer los factores y herramientas que permiten influir en la agenda de los medios, y de esta manera posibilitan llegar a los públicos deseados. De esta forma la manera más eficiente de cumplir el imperativo moral de lo que hemos llamado “vender” las políticas públicas está diseñar una estrategia comunicacional basada en aspectos técnico-ciudadanos y desplegada en formatos y productos comunicacionalmente atractivos. He ahí la razón de ser de la comunicación institucional.*

---

<sup>1</sup> Como profundizaremos más adelante, la teoría del *agenda-setting* básicamente indica que mediante la selección de noticias y los atributos de cada noticia, los medios influyen en la opinión pública respecto a los temas que debe considerar importantes. Perspectivas más recientes y menos exploradas permiten indagar en los distintos factores que influyen, a su vez, en la agenda de los medios, entre los cuales podemos señalar los de carácter institucional o de agenda política.

## Índice

<b>Resumen Ejecutivo</b>	3
<b>Índice</b>	4
<b>Objetivos de la investigación</b>	6
<b>Capítulo I:</b>	
Introducción, fundamentación del estudio y aspectos metodológicos	7
1.1 Presentación	7
1.2 Marco Metodológico	10
1.3 Sobre el Sesma y la Seremi de Salud	14
<b>Capítulo II</b>	
Desde los efectos <i>de</i> los medios hasta los efectos <i>sobre</i> los medios	18
2.1 Los efectos de los medios	18
2.2 Teoría de la <i>agenda-setting</i>	22
2.3 La agenda institucional y la fijación de la agenda de los medios	27
<b>Capítulo III</b>	
Las agencias comunicacionales	40
3.1 La comunicación externa en las instituciones	40
3.2 Funciones y formatos de la comunicación externa	43
3.3 Las campañas públicas y de difusión	51
3.4 Algunas falencias en la comunicación externa institucional	55
<b>Capítulo IV</b>	
El enfoque de las comunidades de práctica en el flujo comunicacional organizacional	56
4.1 Las comunidades de práctica	56
4.2 La difícil empatía entre el trabajo técnico y el comunicacional	60

<b>Capítulo V</b>	
El posicionamiento mediático de la institución	67
5.1 El posicionamiento institucional desde la perspectiva de los medios	67
5.2 El posicionamiento institucional desde la perspectiva de los públicos	73
5.3 Audiencias, lectorías y r�ating	75
5.4 An�alisis del posicionamiento institucional: enero 2004 - junio 2005	82
<b>Capítulo VI</b>	
Conclusiones: el factor institucional en la construcción de la agenda de los medios	102
6.1 La influencia de las agencias de comunicaciones	102
6.2 Ataque y defensa: el <i>ethos</i> de la comunicación institucional	111
6.3 Las debilidades de las prácticas periodísticas como oportunidad de influencia de las fuentes institucionales	118
6.4 Saber “vender” una política pública	122
6.5 Las lógicas mediáticas y las lógicas institucionales	124
6.6 La teoría de la <i>agenda-setting</i> y los efectos acumulativos	128
6.7 Reflexiones finales	133
<b>Bibliografía</b>	134
<b>Anexos</b>	138
Apariciones mediáticas según medio y categoría enero 2004 – junio 2005	138
Hojas de trabajo	188

## OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

- Explorar aspectos de la influencia de las fuentes institucionales sobre la agenda de los medios.
- Describir funciones, estructura, productos y debilidades de las agencias comunicacionales o departamentos de comunicaciones.
- Relacionar esta descripción con la forma de influir de las fuentes institucionales en la agenda de los medios.
- Problematizar la relación entre las lógicas de trabajo mediáticas con las lógicas de trabajo organizacionales.
- Medir y analizar el posicionamiento mediático de la institución estudiada.
- Enunciar factores institucionales que contribuyan en la construcción de la agenda de los medios.

# I. Introducción, fundamentación del estudio y aspectos metodológicos

## 1.1 Presentación

Hay diversas miradas sobre los efectos de los medios de comunicación, con respecto a ofrecer resultados o evidencia concluyente sobre la materia. Desde ciertas reminiscencias de los tiempos donde se generaron expectativas que a la postre pretendían exponer ante el mundo un único y gran efecto, hasta decir que únicamente no tienen el efecto tan inmediato y directo que se las había atribuido por décadas, y que sus efectos tienen otros tipos de características, más bien de carácter acumulativo. Más aún hay importantes trayectos teóricos que eluden de hablar de “efectos” y reemplazan este concepto por el de una “relación mediada” entre audiencias y el sistema de medios.

Sin embargo, la teoría de la *agenda-setting* es uno de los modelos que han venido a cimentar la perspectiva de los efectos limitados, pero verificables, de los medios de comunicación de masas. Formalizada hace más de 30 años, ha tenido la dinámica suficiente para ser profundizada y actualizada de tanto en tanto, sin perder su relevancia. La *agenda-setting* trata sobre el proceso de transferencia de temas desde la agenda de los medios a la agenda del público, concluyendo que los medios no le dicen a la gente qué pensar, sino sobre qué tiene que pensar, puesto que las noticias que los medios seleccionan y jerarquizan, son consideradas como los temas “más importantes” por las audiencias. En un principio, se le consideró unidireccional, pero ha ido evolucionando hacia un enfoque sistémico que reconoce la complejidad de la relación medios-audiencia y otros actores, como el área institucional.

Hasta nuestros días, esta teoría ha tenido diversos ensanches teóricos y actualizaciones; ha sido objeto de integraciones específicas y también ha sido pero a la vez al centro de una serie de otras cuestiones, (Wolf, 1987). Algunas de sus aristas han sido menos exploradas que otras, como por ejemplo, la relación entre la agenda mediática y la institucional. Se consideran tres elementos claves para responder esta pregunta: la fuente o actor que provee la información, otras organizaciones noticiosas y las normas o tradiciones del periodismo como profesión. La presente investigación busca indagar acerca de cómo las fuentes de carácter institucional influyen en la agenda de los medios, donde los gabinetes de comunicaciones podrían tener un papel relevante.

Por eso es necesario incorporar un análisis teórico-práctico de las agencias de comunicaciones, grandes actores de la relación entre medios y opinión pública, toda vez que este trayecto puede resultar novedoso, teórica y metodológicamente, al considerar las características dinámicas del objeto de estudio –una agencia gubernamental-, como lo es el Departamento de Comunicaciones del Servicio de Salud del Ambiente RM (Sesma) y su sucesora institucional, la Secretaría Regional Ministerial de Salud RM (Seremi de Salud).

El tratar con las agencias de comunicaciones nos lleva a plantearnos el tema de las fuentes periodísticas, que generalmente no supera un leve tratamiento práctico y deontológico en la enseñanza de la práctica periodística; sin embargo, es deseable otorgarles una observación más sistemática y empírica, desde la perspectiva de los actores institucionales, ya que creemos que es un elemento clave en la conformación de la agenda de medios, y por ende, en la agenda pública, y nos permite detallar un poco más a qué nos referimos cuando se habla de los medios como constructores de la realidad.

En definitiva, la idea de esta investigación es hablar sobre el papel de las agencias comunicacionales (intra o extra organizacionales) tienen en la conformación en la agenda de los medios, pretendiendo responder en parte la pregunta “¿quién fija la agenda de los medios?”

Se plantea la necesidad de combinar los datos cuantitativos con información cualitativa emanada de entrevistas en profundidad con *informantes claves*. Estos sujetos corresponden a dos tipos de actores, correspondiente con el paradigma dicotómico “ataque y defensa”, que proponemos sobre la base de la existencia de profesionales de la comunicación que trabajan en medios de comunicación, por un lado, y en agencias comunicacionales, por el otro; entrevistaremos a “atacantes”, es decir, periodistas de los medios de comunicación, junto con la parte “defensiva” que corresponde a los periodistas ubicados en las agencias comunicacionales corporativas o consultoras. Recordemos que tal como en el fútbol, puede haber desdoblamiento de funciones, planificados o espontáneos.

Los entrevistados de los medios de comunicación son periodistas que cubren el sector Salud o Ambiente con cierta regularidad, por lo que han tenido un contacto habitual con la Seremi de Salud RM, y anteriormente con el Sesma. Su aporte pasa por reconstruir la generación de la pauta diaria o semanal, como participan en este proceso las estrategias de posicionamiento de las agencias comunicacionales (tanto en la selección de un tema como en la cobertura del mismo), la percepción que tienen del trabajo de las mismas (facilitadores, protectores, decorativas), la

autoconciencia respecto del efecto de agenda de los medios, percepción de los efectos sobre el público de las estrategias mediáticas de las agencias comunicacionales.

Percibimos que una estrategia comunicacional ofensiva puede traer efectos sobre la agenda pública. Cuando se tiene por fin obtener notoriedad sin que se aprecien estas intenciones tan obviamente, un **diseño comunicacional basado en aspectos técnico-ciudadanos** es la mejor herramienta para llamar la atención de las pautas de los medios masivos. El tratar sobre algún tema ciudadano siempre implica tratar sobre una solución a un problema, ya sea en el corto o en el mediano plazo; este elemento es absolutamente cautivador, sobre todo cuando se cuenta con las herramientas legales y la voluntad política para enfrentarlo.

Un **despliegue técnico nutrido de formatos mediáticamente eficientes** es otro elemento que no puede dejar de estar en esta estrategia, que posibilita a las acciones de este tipo tener mayor peso, al estar desprovistas del carácter político con que se tiñen las denuncias ciudadanas de los parlamentarios en su afán fiscalizador. Una acción técnico-ciudadana tiene el respaldo de un equipo que ejecuta una acción concreta, respaldado por normativas y criterios técnicos, que van de la mano con recomendaciones a la población, que redondean un evento atractivo comunicacionalmente.

A la hora de lograr espacio en los medios, el encabezar, por ejemplo, una cruzada fiscalizadora a los supermercados, después de que un reportaje denunciara con *cámara oculta* las malas prácticas que en estos tenían lugar en estos establecimientos, es un arma letal y de un costo infinitamente inferior a financiar una campaña política o publicitaria, y mucho más atractiva que programar una serie de denuncias y llamados a la autoridad, mediante conferencias de prensa poco novedosas.

¿Son ingenuos los medios en este sentido? Ellos se limitan a seleccionar los acontecimientos relevantes según las lógicas periodísticas, asumiendo que detectar interés público en estos hitos comunicacionales no es excluyente con el hecho de percibir otras intencionalidades.

¿Es lícito usar estas estrategias comunicacionales? Consideramos que una parte importante de una política pública o de una acción de carácter gubernamental es el hecho de darla a conocer a los interesados, ya sea un grupo de interés determinado una comunidad delimitada territorialmente o una población de carácter mayoritario. Desde este punto de vista, es necesario mantener un estrecho contacto

con los públicos objetivos directamente o a través de los medios de comunicación. No obstante es una estrategia usada minoritariamente, el hecho de pagar ediciones especiales, insertos o publibreportajes no es la manera más eficiente de cumplir el imperativo moral de lo que hemos llamado **“vender” las políticas públicas**: el papel de las agencias comunicacionales es diseñar una estrategia para ello.

## 1.2 Marco Metodológico

El estudio es descriptivo, por cuanto se refiere a la realidad de las prácticas de las agencias comunicacionales de carácter público, y también tiene un carácter observacional analítico, puesto que busca determinar como se relacionan dos variables en un determinado fenómeno, especificando la “eficiencia” de la influencia de una variable sobre la otra. Por lo tanto, se miden relacionamente las acciones comunicacionales externas de una determinada organización y la cobertura que los medios dieron a estas acciones, en contexto con otras informaciones del sistema, indagando las causas y consecuencias inmediatas de este efecto de agenda.

Para describir dicha relación, se registraron todas las apariciones mediáticas del Sesma / Seremi de Salud RM, entre el 1 de enero de 2004 y el 31 de julio de 2005, asignándole una categoría según el origen de la noticia, esto es, si se trata de una acción propuesta por la institución, o bien, una consulta requerida por los medios. También se clasificó según la contingencia de la noticia, si incluye aspectos claramente negativos para la organización o si se trataba sólo de una mención a la institución objeto de este estudio.

**Gráfico 1. Categorización de las unidades noticiosas**

Categorización de las unidades noticiosas		
01	Celeste	Apariciones motivadas directa o indirectamente por acciones comunicacionales propias. Se considera si la aparición efectivamente se dio en los términos propuestos por la institución, en cuanto a escenario y mensajes; de lo contrario se clasifica en la siguiente categoría.
02	Amarillo	Respuestas institucionales asociadas a requerimientos de medios sobre temas coyunturales
03	Verde	Menciones referenciales al Sesma / Seremi
04	Naranja	Respuesta a un tema específico, ya sea una denuncia o tema no coyuntural, pero de interés institucional y mediático
05	Rojo	Noticias donde se evidencia un perjuicio hacia la imagen del servicio.

Los medios monitoreados fueron los diarios de circulación nacional (El Mercurio, La Tercera, La Nación, La Cuarta, Las Últimas Noticias y Siete) y los de circulación metropolitana (La Segunda, La Hora, Publimetro); eventualmente se registró alguna aparición en periódicos segmentados en la categoría “Otros” (Diario Financiero y Estrategia, entre otros).

En cuanto a las radios, se incluyó el detalle de la apariciones de las emisoras que tiene un marcado perfil noticioso o que tienen un gran porcentaje de programación de este tipo: Cooperativa, Bío Bío, W, Agricultura, Chilena, considerando al resto (Universo, Futuro, etc.) en la categoría “Otras”.

TVN, UC-TV, Chilevisión, La Red y Mega fueron las estaciones televisivas consignadas en el estudio.

En cuanto a los medios virtuales, para considerarlos en el análisis se observó su capacidad para generar noticias propias (El Mostrador, Terra, La Nación) y su asociación a una marca noticiosa de prestigio (Cooperativa, Lun, Emol, Tercera, La Segunda), lo que implica un nivel de consulta de parte del público no menor. De todas maneras se creó la categoría “Otros”, para situaciones ocasionales.

Las apariciones mediáticas se registraron organizándolas por temas, según las diferentes áreas de protagonismo técnico del Sesma / Seremi: Alimentos, Calidad

del Aire, Residuos, Locales Públicos, Zoonosis, Salud Laboral, Plan de Salud Pública Regional, Emergencias Ambientales, Promoción de la Salud, Denuncias, Política Sectorial y los casos emblemáticos (La Farfana, La Cañamera, etc.) que corresponden a temas que trascendieron al sector, transformándose en un flujo noticioso constante.

Esta clasificación se hizo para detectar, en un contexto global de tiempo y espacio, el peso de las coberturas noticiosas a temas relacionados con el Sesma / Seremi, y compararlos con su origen, ya sea fruto de la proactividad y capacidad de influencia en la agenda de la propia institución, o bien, de la tendencia de los medios de generar temas y conseguir que las organizaciones reaccionen frente a ello.

Como complemento a lo anterior se incluyó, para cada unidad noticia, el dato respecto a quien fue el vocero institucional que participó en la elaboración periodística, o si sólo se hizo una mención corporativa, con el fin de establecer ciertos aspectos de la comunicación externa de las organizaciones públicas y su cultura organizacional.

### Análisis cualitativo

Para lograr una buena recolección de información se usaron técnicas y estrategias capaces de tener en cuenta a los protagonistas de la generación de los datos cuantitativos, es decir, periodistas de medios y de agencias comunicacionales, quienes poseen experiencias que están determinadas por la interacción con su entorno. En esta parte de la metodología el investigador se abre al mundo de la subjetividad y de la afectividad, con una orientación interpretativa y participante de la acción que se desarrolla acercándose a la complejidad de los procesos a través de la subjetividad de los protagonistas.

Una de estas técnicas es la entrevista semiestructurada o entrevista individual abierta semidirectiva, que es un procedimiento de conversación libre, con preguntas informales pero sistemáticas, que se acompaña de una escucha receptiva del investigador con el fin de recoger la información por medio de preguntas abiertas, reflexivas y circulares las cuales podrán develar las categorías de interés para la investigación, ya que clarifica conductas, percepciones y dinámicas, logrando de esta forma identificar y clasificar los problemas, los sistemas de valores, los comportamientos, los estados emocionales, etc. de los protagonistas, que en este caso interactúan con el marco de referencia propuesto por la investigación.

“La entrevista en profundidad es una serie de encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas (Taylor & Bogdan, 1998)”.

Una de sus principales ventajas es que permite recoger información aproximándose a significados más profundos de los protagonistas, y logra un contacto más directo entre el investigador y los protagonistas.

Otras ventajas son el poder contar con el marco de referencia, explicar los por qué y establecer dinámicas de la realidad (Soler, 1997).

En este caso, la utilización de esta técnica se justifica porque mediante este tipo de entrevistas, los periodistas de medios entregan valiosa información de los procesos de selección de pauta y construcción de agenda, tanto desde la perspectiva colectiva, de la empresa periodística, e individual, de la experiencia reporteril; respecto a la auto-imagen de la capacidad de los medios para influir en otras instancias como la opinión pública o la agenda institucional, y sobre la evaluación de la labor de las agencias comunicacionales.

En consonancia con la muestra de apariciones mediáticas, se seleccionó a los periodistas del sector que efectivamente se relacionaron con el Sesma / Seremi, ya sea la cobertura de las acciones proactivas o requerimientos externos. De esta forma se pudo reconstruir el aparato decisional tras cada aparición mediática, en lo particular, y la configuración de la dinámica de “ataque y defensa” que se construye a través del tiempo, aprovechando las bondades de esta técnica, considerada la máxima interacción personal entre sujeto investigado y sujeto investigador (Ortí, 1986.)

Cabe mencionar que la participación del investigador en estos procesos, como parte del Departamento de Comunicaciones y RR.PP. del Sesma / Seremi, se adscribe dentro de la técnica de la observación participante. Como bien señala García Fernando y Sanmartín (1986), la observación participante “se distingue de

otras técnicas por su menor formalización, la amplitud de sus aplicaciones y la riqueza y profundidad de la información que aporta”.

Por su parte, Gotees y Le Compte (1988), en Soler (1997), señalan que la observación participante es la principal técnica etnográfica de recogida de datos, donde el investigador pasa todo el tiempo posible con los individuos que estudia y vive del mismo modo que ellos, toma parte en su existencia cotidiana y refleja sus interacciones y actividades en notas de campo que toma inmediatamente o después de producirse los fenómenos.

Esta técnica es muy útil para reforzar el análisis descriptivo, desde el punto de vista formal, del sentido, de la dinámica de los procesos, de los actos, de los acontecimientos y de las afirmaciones textuales de los protagonistas. Estas relaciones descriptivas aportan información sobre las situaciones en que se mueven y las percepciones que tienen los protagonistas sobre la situación en que viven, y también tienen en cuenta sus expectativas y necesidades, afirmándose en la pertenencia a un grupo, con sus mismos derechos y obligaciones.

El periodo de observación participante consideró los 18 meses, el mismo periodo que contempló la recolección y registro de los datos cuantitativos, relativos a las apariciones mediáticas del Sesma / Seremi. De esta forma, se da cuenta de una observación de larga duración y con efectos acumulativos (García Ferrando y Sanmartín, 1986).

### **1.3 Sobre el Sesma y la Seremi de Salud**

Uno de los proyectos fundamentales de la Reforma al Sector Salud que ha desarrollado la actual administración del Estado es la instalación de la Autoridad Sanitaria, cuyo fundamento principal es cambiar el énfasis del accionar del sector, equiparando el tratamiento de la enfermedad con la generación de salud, como parte de la misión ministerial.

Institucionalmente, esto implicó, a partir del 1 de enero de 2005, pasar de una subsecretaría de Salud, a dos, una de Redes Asistenciales y otra de Salud Pública. La primera tiene a su cargo todo lo que tiene que ver con la curación de la enfermedad, mientras que la segunda, que representa el aspecto más novedoso, se encarga del área de la promoción de la salud, la generación de políticas públicas saludables y la protección de la salud de las personas de los riesgos ambientales.

A nivel regional, esto significó la transformación de las Seremis en Autoridades Sanitarias, al asumir las tareas de salud pública y salud ambiental, que hasta ese momento se hallaban desmembradas en los Servicios de Salud respectivos y las Comisiones de Medicina Preventiva e Invalidez. En la Región Metropolitana, el Sesma, debido a su carácter único, pasó a formar íntegramente parte de la Seremi de Salud RM, aportando casi 500 de los 800 funcionarios que forman la nueva institución.

En resumen, a partir del 1 de enero del 2005 la Seremi de Salud RM asumió todas las materias que estaban a cargo de los Servicios de Salud Metropolitanos, incluyendo al Servicio de Salud Metropolitano del Ambiente (Sesma), a excepción de las que tienen relación con la ejecución de acciones de curación o rehabilitación de la salud. A su vez, debe fiscalizar y sancionar disposiciones del Código Sanitario y otros cuerpos normativos. Asimismo, la Autoridad Sanitaria Regional fiscaliza materias como higiene y seguridad del ambiente y de los lugares de trabajo, alimentos, laboratorios y farmacias, inhumaciones, exhumaciones y traslado de cadáveres, entre otros ámbitos.

A nivel operativo, la Seremi de Salud tiene 7 departamentos estratégicos:

#### Departamento de Salud Pública

Colabora en el ejercicio de las funciones relativas al manejo de antecedentes técnicos, y en el análisis y estudio de la situación de salud de la Región, velando por el cumplimiento de acciones específicas y sus resultados.

Cuenta con cuatro subdepartamentos: Epidemiología, Planificación Sanitaria, Vigilancia de Salud Ambiental y Comité de Bioética.

#### Departamento de Acción Sanitaria

Está encargado de colaborar en el ejercicio de todas las funciones de ejecución, control, supervisión y fiscalización de las disposiciones sanitarias, sanitario-ambientales y laborales que el Código Sanitario y las demás leyes, reglamentos, resoluciones e instrucciones asignadas al Seremi de Salud. La Autoridad Sanitaria Regional se preocupa de que todas las funciones cumplidas por el ex Sesma se desarrollen normalmente, es decir la prevención, fiscalización, atención de denuncias y evaluación sanitaria ambiental de actividades productivas.

El Departamento de Acción Sanitaria debe velar por el cumplimiento de las funciones descritas y trabajar coordinadamente con los demás departamentos e integrantes de la Secretaría Regional Ministerial de Salud.

Consta de 6 subdepartamentos: Profesiones Médicas y Farmacia, Calidad de los Alimentos, Entornos Saludables, Calidad del Aire, Prevención de Riesgos y Salud Laboral e Inspección Sanitaria.

#### Departamento de Salud Ocupacional

Elabora y mantiene el diagnóstico de la situación laboral en todas las comunas de la Región Metropolitana. Evalúa el impacto sanitario de las actividades de prevención desarrolladas por los organismos administradores obligados a proporcionar toda la información que la Secretaría Regional Ministerial requiera.

Está organizado en los siguientes subdepartamentos: Área Vigilancia, Gestión de Salud Ocupacional y Promoción de Salud Ocupacional

#### Departamento de Promoción de la Salud y Participación Social

Tiene como finalidad formular, supervisar y evaluar técnicamente el Plan Regional de Promoción de la Salud, que incluye los respectivos Planes Comunales. Diseña estrategias para la implementación de acciones de fomento y promoción de la salud física y mental.

Sus ámbitos de acción incluyen: supervisar, controlar, monitorear y evaluar los Planes Comunales de Promoción, el Comité Vida Chile Regional, Participación Social, Ambientes Libres de Humo de Tabaco, Entornos Laborales Saludables y Establecimientos Educativos Promotores de Salud.

#### Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Tiene como propósito posicionar a la Secretaría en sus relaciones con los demás organismos públicos y privados de la Región y con la comunidad. Asesora en el diseño de planes, programas y campañas sanitarias destinadas informar a la población de la situación de salud regional y de las acciones de salud pública ejecutadas en coordinación con el resto de los Departamentos, en especial Promoción de la Salud, Salud Pública y Acción Sanitaria.

Debe promover y desarrollar un cabal conocimiento del rol de la Autoridad Sanitaria Regional en las instituciones públicas y privadas. Difunde el quehacer de la Seremi en los distintos medios de comunicación locales y masivos. Tiene a su cargo la producción de los eventos públicos organizados por la Seremi, además de planificar y ejecutar acciones de comunicación interna.

#### Departamento Jurídico

Tiene a su cargo velar por el cumplimiento de las leyes y reglamentos vigentes de competencia, y asesorar al Seremi de Salud y al resto de los Departamentos de la institución, actuando como Tribunal Sanitario de primera instancia en la resolución de los sumarios sanitarios iniciados producto del trabajo de fiscalización.

#### Comisión de Medicina Preventiva e Invalidez (Compín Regional)

Desarrolla prestaciones médico-administrativas para constatar, evaluar, declarar o certificar el estado de salud, la capacidad de trabajo o recuperabilidad de los estados patológicos permanentes o transitorios de los trabajadores, con el objetivo de permitir la obtención de beneficios estatutarios, laborales, asistenciales y/o previsionales para que las autoridades administrativas y los empleadores adopten las medidas que las leyes y reglamentos establecen en tales situaciones.

## II. Desde los efectos *de* los medios hasta los efectos *sobre* los medios

### 2.1 Los efectos de los medios

Investigar acerca de la relación entre las agencias comunicacionales y las pautas de los medios, usando como principal soporte a la teoría de la *agenda-setting*, se somete a la constante motivación académica por comprender el efecto de los medios de comunicación de masas. A su vez, el estudio de estos efectos, ya sea por razones comerciales, publicitarias o propagandísticas, se circunscribe en la pretensión de comprender el rol de los medios en la sociedad.

El tema se inicia a principios del siglo pasado. En aquellos años, la investigación en comunicación se enfocaba principalmente en encontrar *efectos*, que tanto interesaban e intuían gobiernos, publicistas, partidos y otras instituciones. Si no se hallaban concluyentemente esos efectos, el campo investigativo entero se vería afectado, pero ¿de dónde se extrae la idea de estos efectos? Harold Laswell, en 1948, había presentado el siguiente esquema base para la investigación en comunicación: emisor-receptor-canal-efecto. Esto último se daba por hecho.

En 1957, hay un notorio pesimismo en el artículo “Lo que sabemos sobre los efectos de la comunicación de masas: la base de la esperanza”, de Joseph Klapper. Diría que desde la sociedad surgen variadas preguntas acerca de los efectos de los medios respecto a temas culturales, valóricos, conductuales y políticos, y confiesa que no sólo no se ha entregado evidencia concluyente sino que se ha apoyado parcialmente todos los puntos de vista ¿Tienen los medios el poder que se les atribuye? Sí y no.

La esperanza de Klapper se basa en abandonar la estrechez del esquema de Laswell y considerar a los medios como participantes, entre otros, de una situación social total. Ya no se trata de creer que los medios actúan como agujas que penetran fácilmente bajo la piel de la audiencia, directamente y sin contrapeso. A partir de esta reflexión se obtuvieron generalizaciones que bien han servido de cuerpo teórico.

- Los medios no son causa única de los efectos en las audiencias, sino que funcionan de nexos y a través de otros factores. Son agentes contribuyentes y reforzadores de las condiciones existentes (ya veremos situaciones excepcionales donde los medios son catalizadores del cambio).

- Cuando se trata de cambio: o los mediadores han dejado de actuar, permitiendo el efecto directo de los medios, o los mediadores también actúan hacia el cambio. Sin embargo, hay situaciones residuales donde los medios parecen producir efectos directos o cumplir ciertas funciones psicológicas.
- Los efectos contribuyentes o directos, se ven afectados por otros aspectos de los medios mismos o de la situación (contexto, disponibilidad de canales).

El principal cambio de esta relativización de la teoría de Laswell es que ya no se trata de trabajar con la noción de audiencias totalmente permeables, sino que se considera que éstas discriminan y seleccionan los contenidos de los medios en función a una disposición previa a la exposición a los medios. No obstante, se mantiene lo esencial: hay efectos.

En esos mismos años cincuenta, había alguien que definitivamente sostenía el estancamiento de la investigación en comunicación: Bernard Berelson. No obstante, de su trabajo se puede rescatar la delineación y esquematización del aporte de cuatro “padres fundadores” de la investigación en comunicación: Laswell, con su enfoque político; Paul Lazarsfeld, y su investigación empírica; Kurt Lewin, y su interés por los pequeños grupos; Carl Hovland, con su aproximación a los procesos cognitivos.

Wilbur Schramm y Raymond Bauer, no compartieron el análisis pesimista de Berelson. Luego de hacer un recorrido por las diversas áreas que pueden relacionarse con las comunicaciones, y tal vez volviendo al punto de Klapper, señalan que el principal descubrimiento de los estudios de campo sobre los efectos de los medios sea que tales efectos son difíciles de identificar.

En definitiva, las ideas comunes en esta etapa son: entre 1930 y 1958 el estudio de la comunicación está marcado por cuatro padres fundadores; se parte de la base de que hay efectos de los medios en la sociedad; se asume que se falla en este objetivo, al entregar resultados equívocos, lo que provoca pesimismo. Esto es lo que resume Eliu Katz en un artículo de 1959: la investigación en comunicación se ha basado en sus efectos persuasivos; sin embargo, se ha aprendido que los efectos de los medios en la opinión pública son mucho menos potentes de lo que se esperaba. Los medios informativos no son el monolítico *big brother* que rige totalmente la atención pública.

Sin dudas, de la investigación en comunicación lo que más se discute es la cuestión de los efectos de los media, y cómo los mismos construyen la imagen de la realidad

social (Wolf, 1987). Ambos temas se hallan estrechamente ligados y algunas cuestiones abordadas por uno resultan útiles para el correcto planteamiento del otro. No obstante este modelo fue el punto de partida, a estas alturas ya aparece muy modificado:

- a) los procesos comunicativos son *asimétricos*: hay un sujeto activo que emite el estímulo y un sujeto más bien pasivo que es afectado por este estímulo y reacciona;
- b) la comunicación es *individual*, un proceso que concierne fundamentalmente a individuos en particular y que hay que estudiar en cada uno de ellos;
- c) la comunicación es *intencional*, la introducción del proceso por parte del comunicador se produce intencionalmente y está, en general, destinada a un fin; el comunicador apunta a un determinado efecto;
- d) los procesos comunicativos son *episódicos*: comienzo y fin de la comunicación son temporalmente limitados y cada episodio comunicativo tiene un efecto aislable e independiente (Schulz, 1982, en Wolf, 1987).

En este sentido, se puede decir que se ha cobrado conciencia de que «las comunicaciones no median directamente el comportamiento explícito; más bien tienden a influenciar la forma con la que el destinatario organiza su propia imagen del ambiente” (Roberts, 1972, en Wolf, 1987)

Entonces, dirigimos nuestros esfuerzos investigativos sobre la base de ciertos predicamentos:

- a) Ya no estudios de casos individuales (sobre todo campañas electorales), sino cobertura global de todo el sistema de los medios centrados en determinadas áreas temáticas
- b) Ya no datos extraídos principalmente de las entrevistas al público, sino metodologías integradas y complejas
- c) Ya no la observación y estimación de los cambios de actitud y de opinión, sino la reconstrucción del proceso con que el individuo modifica su propia representación de la realidad social (Nöelle-Neumann, 1983, en Wolf, 1987).

A partir de estos puntos de vista, el sentido de los efectos de los medios parece distinto; por tanto se puede señalar que el *tipo de efecto*, que ya no corresponde a las actitudes, valores y comportamientos del destinatario, sino que es un *efecto cognoscitivo*, sobre los sistemas de conocimientos que el individuo asume y estructura establemente, a causa de su consumo de comunicaciones de masas (Wolf, 1987).

Por otra parte, se transforma el marco temporal: ya no se habla de efectos puntuales, derivados de la exposición a cada mensaje, sino efectos acumulativos, asentados en el tiempo. Si bien aumenta netamente la conciencia de la dificultad de obtener datos, también se incrementa la indudable existencia de efectos muy importantes relativos a la adquisición de conocimientos y de representaciones de la realidad.

“Los mass media por tanto ejercen la influencia que poseen, por cuanto son algo más que un simple canal a través del que es presentada a los electores la política de los partidos. Al filtrar, estructurar y enfatizar determinadas actividades públicas, el contenido de los media no se limita a transmitir lo que los portavoces proclaman y lo que los candidatos afirman [...] No sólo durante la campaña, sino también durante los períodos intermedios, los media ofrecen perspectivas, modelan las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a promocionar los temas sobre los que versará la campaña y definen la específica atmósfera y área de importancia y reactividad que caracteriza a cada competición electoral (Lang y Lang, 1962).

Completamos esta idea los efectos acumulativos con la problemática descrita por Nöelle-Neumann (1973) respecto a las características de los medios: la acumulación, la consonancia, la omnipresencia.

“El concepto de *acumulación* se refiere al hecho de que la capacidad de los media de crear y sostener la importancia de un tema es el resultado global (obtenido después de un cierto tiempo) de la forma en que funciona la cobertura informativa en el sistema de comunicaciones de masas. Es decir, no efectos puntuales, sino consecuencias vinculadas a la repetitividad de la producción de comunicación de masas”.

“La *consonancia* va unida al hecho de que en los procesos productivos de la información los rasgos comunes y los parecidos tienden a ser más significativos y numerosos que las diferencias, lo que lleva a mensajes sustancialmente más parecidos que diferentes”.

“El concepto de *omnipresencia*, por último, concierne no sólo a la difusión cuantitativa de los medios, sino también al hecho de que el saber público —el conjunto de conocimientos, opiniones, actitudes, difundido por la comunicación de masas— tiene una cualidad particular: es públicamente conocido que el mismo es públicamente conocido”.

## 2.2 Teoría de la *agenda-setting*

En los últimos siglos se ha separado el estudio empírico sociológico de la opinión pública del acercamiento especulativo desde la filosofía y ciencias políticas. Posicionados en este devenir investigativo, observamos que todos los puntos de vista teóricos asumen que los medios son importantes en la formación de la opinión pública. Fiel a una tradición empírica, es en Estados Unidos donde se desarrolla la investigación de medios y comunicaciones. Tal vez uno de los principales aportes de estos esfuerzos es la *agenda-setting*, teoría que ha sabido ser actualizada o reinventada, ya sea por sus propios autores u otros investigadores, y que es considerada como una de las pocas teorías de la comunicación que aporta evidencia empírica sobre sus postulados.

Como mencionábamos anteriormente, durante los años sesenta se consolidó la idea de los efectos de los medios como algo limitado y a largo plazo, haciéndose a un lado respecto a la idea de unos efectos de los medios de carácter inmediato o cortoplacista. En este contexto surge la teoría de la *agenda-setting*.

Herederas de las líneas que señalan como el efecto más importante de los medios su capacidad de estructurar y organizar nuestro propio mundo (Lippmann, Cohen, Lang y Lang), la teoría nació como tal luego de que Maxwell Mc Combs y Donald Shaw publicaran un artículo donde exponían evidencia sobre cómo se relacionaban directamente los temas que habían ocupado más espacio en diarios y televisión, con los problemas que la gente consideraba más importantes para el país, es decir, se sugería que había una transferencia de temas desde la agenda de los medios hacia la agenda pública.

“Mediante el análisis de contenido de los medios y el sondeo a la audiencia se descubre que, en efecto existe una elevada correlación entre los temas a los que dan importancia los medios de difusión y los que interesan a sus audiencias” (López Escobar, et al., 1996, en Rodríguez Díaz, Raquel; Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004).

Lo que se pretende afirmar es que como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos.

En un principio, a esta teoría se le consideró unidireccional y muy básica, pero ha ido evolucionando hacia un enfoque sistémico que reconoce la complejidad de la relación medios-audiencia, y por otro lado, las subhipótesis y conceptos que con ella se vinculan la convierten en una teoría interesante.

Elaborando un sumario de lo que ha sido la teoría, el mismo Mc Combs distinguió cuatro etapas en el desarrollo de la teoría:

1. Primera Fase: el patrón de cobertura de las noticias influye en la percepción del público sobre cuáles son los temas importantes del día.
2. Segunda Fase: cobran relevancia el concepto psicologista de “necesidad de orientación”, como función de los medios, además de la influencia de las relaciones interpersonales en la conformación de la agenda, y la comparación del papel de la televisión frente a los diarios.
3. Tercera Fase: el marketing político aparece como alternativa a los efectos de agenda, más que el análisis de contenido.
4. Cuarta Fase: si en un principio la pregunta era “¿quién fija la agenda pública?”, a partir de los noventas se instala la cuestión “¿quién fija la agenda de los medios?”

Considerada una de las teorías más consistentes sobre los medios de comunicación, según muchos autores es uno de los pocos enfoques que ofrece evidencias empíricas sobre los efectos de los medios sobre las audiencias o sobre la opinión pública.

Sin embargo, ha sido criticada por su ambigüedad a la hora de referirse a la “opinión pública” (Otero, 1998), y porque ha ido profundizándose a costa de relativizar su enunciado fundacional, generando la impresión de buscar un sustento a la idea general de los efectos con más vehemencia que consistencia.

A lo largo de más de 30 años de existencia, se han realizado más de 200 estudios con diferentes trabajos de campo (Dearing y Rogers, 1996), siendo los periodos electorales los objetos de estudio más comunes. Latinoamérica se ha mantenido bastante al margen de este tipo de enfoque, siendo mínimo su aporte respecto a la cantidad total de estudios. En este sentido, Estados Unidos, Alemania y España son los países más fecundos, en un contexto en el que la teoría está en un proceso de constante innovación y paulatinamente se aleja de cuestiones meramente político-electorales.

La hipótesis de la *agenda-setting* en su estado actual, por tanto, es más un núcleo de observaciones y de conocimientos, susceptible de ser ulteriormente articulado e integrado sobre los efectos de realidad operados por los medios, que un definido y establecido paradigma de análisis.

### ¿Qué es la *agenda-setting*?

A principios de siglo, Walter Lippmann nos dice que los medios de comunicación son la fuente principal de creación de imágenes del mundo exterior en nuestras mentes, enfatizando su papel de configuradores antes que reflejadores de realidad.

Niklas Luhmann refuerza la función de los medios como constructores de la realidad, y destaca el código de selección usado en esta elaboración, esto es información / no información, y no así, verdad / no verdad. La *agenda-setting* se ha centrado en evidenciar que las selecciones hechas por los medios de comunicación de masas también son destacadas por las audiencias como lo más relevante.

Si bien algunos autores como Cohen, habían postulado conceptos como que la prensa no le dice qué pensar a la gente, sino sobre qué pensar, finalmente fue Maxwell Mc Combs quien inventó el término *agenda-setting*, y junto a Donald Shaw realizó el primer estudio para demostrar empíricamente la teoría, una de sus principales fortalezas, concluyendo que si bien los medios no influyen en la gente sobre qué pensar sobre algún tema determinado, sí influyen en las cuestiones sobre las que las audiencias deben prestar atención, discutir y opinar.

Este concepto fundamental de la *agenda-setting*, referido a los temas, se complementa con otro, que nos habla de una transferencia de prioridades y énfasis desde la agenda de los medios hacia la agenda de las audiencias, según el mismo creador de la teoría Maxwell Mc Combs (1994).

Se introduce aquí el concepto de *framing* que se refiere a la selección y énfasis que los medios conceden a las características de un tema, y que promueven abiertamente en el público una evaluación sobre dicho tema. En este sentido, los argumentos convincentes se proponen como modos de estructurar las representaciones de un tema priorizado por los medios para que éste llegue a ser altamente exitoso entre el público, vale decir, cómo la relevancia de los atributos de un tema afecta a su relevancia temática.

El efecto de los medios de comunicación en la fijación de la agenda pública puede hacerse en dos niveles. El primer nivel, denominado "efecto de selección" (*salience*)

refiere a que la selección de ciertos *issues* como relevantes, por parte de los medios de comunicación, incide en que aquellos *issues* sean considerados como relevantes por la opinión pública y por los políticos. Es decir, la prominencia se definiría por el grado en el cual un *issue* en la agenda es percibido como relativamente importante. El segundo nivel, denominado "efecto de los atributos jerárquicos" (*framing*), refiere a que los medios de comunicación, de acuerdo a la selección de ciertos aspectos de un determinado *issue*, inciden en poner en agenda aquellos aspectos, independientemente de si el *issue* mismo fue puesto en agenda por ellos o de otras formas.

La teoría de la *agenda-setting* nos explica por qué algunos sucesos resultan de interés para el público y otros, no; cómo algunos temas forman la opinión pública e inducen a tomar iniciativas políticas y otros, no (Dearing y Rogers, 1996). Estas perspectivas resultan "irresistibles" para quien tenga interés en posicionar algún tema en la agenda pública, como veremos más adelante.

Volviendo a Luhmann, el primer concepto de la agenda, referido a los temas, se relaciona con la calidad de constructores de la realidad de los medios, y el segundo concepto, permite alinear la jerarquización de atributos de cada tema, con la lógica de separar lo informable de lo no informable, como herramienta fundamental de la construcción de realidad o más bien, imágenes de realidad.

Los periódicos expresan claramente la relevancia de una noticia según su colocación, titular y extensión. Los medios informativos no sólo nos entregan elementos primordiales para elaborar nuestras propias imágenes del mundo, sino que también influyen sobre la prominencia de los elementos de esa imagen.

Los medios son también creadores de una realidad de segunda mano, como dijo Lippmann. Este seudointorno se refiere a que los medios crean imágenes del mundo en las audiencias y los orientan, aún cuando los indicadores reales digan otra cosa. En Chile se da el caso de que a pesar de que las cifras de delincuencia no aumentan y en algunos periodos incluso han disminuido, la ciudadanía se manifiesta cada vez más temerosa. En "La Guerra y la Paz Ciudadana", de Marcela Ramos y Juan Andrés Guzmán (2000) se establece como de acuerdo a estrategias principalmente mediáticas se consolida una imagen en la población que produce esta sensación de temor, aun cuando las cifras podrían perfectamente producir la sensación contraria.

La variación de la agenda del público no refleja exactamente la real evolución del problema en los indicadores sociales, sino más bien aquella de los hechos

noticiosos recogidos por la prensa (Porath, 2000). La evolución de la agenda pública descrita en el estudio “El rol de los diarios en la fijación de la agenda para dos temas claves en la campaña electoral de 1999 en Chile” comparada con indicadores sociales coincide mejor con la evolución de la agenda de los medios.

En cuanto a las menciones de los entrevistados sobre la principal preocupación social, la delincuencia lidera en el periodo marzo-abril, desciende durante el resto del año, hasta diciembre, donde nuevamente se dispara. Paradójicamente uno de los principales indicadores objetivos de la realidad de la delincuencia presenta exactamente la evolución contraria durante el año, según los datos del Ministerio del Interior (Porath, 2000).

Lo que se sugiere en este estudio es que no sólo la cantidad de menciones al tema, sino también el sentido de la información que se entrega, es la que coincide con la opinión del público. Es decir, se trata de un efecto en el segundo nivel del proceso de *agenda-setting*.

Los autores de la teoría (Mc Combs y Shaw, 1972) realizaron un análisis de contenido a los medios durante 1968 y 1972, en pleno periodo presidencial de Richard Nixon. Posteriormente, compararon estos resultados con una encuesta de opinión pública donde se establecía cuáles eran los problemas que la gente estimaba más importantes para el país. Tanto en este estudio, como en uno publicado en 1973 por Funkhouser se pudo establecer una relación directa entre los temas más destacados en los medios y en el público.

El supuesto de la teoría de la *agenda-setting* es que la audiencia dará relevancia a un tema en función de la cobertura que haya tenido en los medios. Generalmente, para llegar a la agenda pública se realiza una encuesta a una parte de la población y en ellas a una muestra de individuos se le pregunta: ¿cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente el país?, fórmula introducida por George Gallup en los años 30. Con los resultados que se obtienen se pretende ver la posición relativa que tiene un tema o varios en la agenda del público.

Considerando la última etapa descrita por Mc Combs, referida a la pregunta “¿quién fija la agenda de los medios?”, se ha insistido en subrayar el carácter no lineal y multidireccional de los procesos comunicativos, para ensayar una respuesta en sentido opuesto al paradigma inicial.

### 2.3 La agenda institucional y la fijación de la agenda de los medios

La teoría de la *agenda-setting* trata acerca del proceso de selección de las noticias, del encuadre que les dan los medios y de su posible transferencia a los públicos. Por otra parte, la mayoría de las disciplinas de las ciencias sociales ven a los medios como protagonistas relevantes de las dinámicas sociales y políticas, y en la formación de la opinión pública.

Desde el punto de vista de la relación entre la agenda institucional, en tanto fuentes periodísticas, y la agenda mediática, es posible suponer efectos de los medios más allá de periodos electorales o de campañas políticas. “Toda noticia que refleja actividad política y creencias, no sólo discursos y propaganda de campaña, tiene alguna relevancia sobre el voto. No solamente durante la campaña, sino también entre periodos, los medios de masas aportan perspectivas, conforman las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a destacar conceptos alrededor de los cuales se desarrollará una campaña y definen la atmósfera particular y las áreas de sensibilidad que marcan una campaña específica” (Lang y Lang, 1962).

La cuarta fase de la investigación de la *agenda-setting* ingresó al terreno de las fuentes de la agenda de los medios dentro del sistema informativo, bajo el imperativo de la siguiente pregunta: “¿Quién fija la agenda de los medios?”

En la etapa “previa” a la emisión del mensaje, surge la pregunta por los factores y protagonistas que influyen en la determinación de la agenda de los medios. Usando la metáfora de las “capas de cebolla”, inaugurada por Mc Combs y otros, sobre la agenda de noticias hay variadas “capas” que la influyen y determinan.

La primera capa es un conjunto de recursos generalmente utilizados por los periodistas para obtener las noticias. Estas fuentes externas son las oficinas de relaciones públicas, los departamentos de *lobby* de los partidos políticos y las **agencias de comunicaciones**.

La segunda capa es la *intermedia agenda-setting*, consistente en la influencia de ciertas historias noticiosas, del encuadre y jerarquización de temas, que los medios y agencias de noticias tienen entre sí.

La tercera capa es la tecnología, puesto que en el caso de los medios audiovisuales y electrónicos, estos se transmiten más rápido y pueden influir en otros medios.

La cuarta capa es la cultura organizacional que cada empresa periodística tiene. Por ejemplo, hay diferencias entre los diarios “de calidad” y los “sensacionalistas”.

La quinta capa se refiere a las diferencias individuales de los periodistas.

En el punto central de la “cebolla” están los géneros periodísticos que ayudan a definir profesionalmente qué es noticia.

Los discursos presidenciales son considerados fijadores de agenda, aunque algunos estudios han demostrado que en ciertos casos la agenda de los medios influye sobre el discurso presidencial. En nuestra realidad, respecto de la cuenta presidencial del Presidente Lagos de mayo de 2005 (la última de su periodo), en su entorno comunicacional no escondieron la intención de usar el evento como una manera de redirigir la agenda de los medios hacia tópicos más favorables a la intención presidencial de aparecer como una figura transversalmente valorada por la ciudadanía, con un perfil de validez histórica.

Estudios también demuestran que en algunos casos la influencia del *agenda-setter* se da en los temas, pero no en los atributos. Esta situación también se puede apreciar cuando alguna actividad comunicacional propuesta por la institución logra convocatoria, pero el desarrollo mismo del evento desemboca en algún episodio no programado que redundará en una situación de conflicto o mala imagen.

En la teoría de la *agenda-setting* se pueden identificar tres tipos de agenda distintas, que interactúan entre sí, con diversos grados de influencia, y donde también intervienen factores individuales y sociales. La primera es la agenda mediática, y su acercamiento se consuma al medir la presencia de cualquier tema en los medios de comunicación. La segunda, es la agenda del público o audiencia, también denominada opinión pública, la cual podemos investigar midiendo la importancia que tiene la selección de determinados temas entre la audiencia o público.

El tercer tipo de agenda se denomina política o institucional, y consiste en las propuestas y reacciones de distintos grupos e instituciones respecto a temas que tienen la pretensión o son de hecho objeto del debate público. La tradición de estudio de la *agenda-setting* ha privilegiado mayormente la interacción entre las dos primeras agendas, dejando en un segundo plano a este actor, que consideramos un verdadero *ghost writer* en muchos posicionamientos comunicacionales, influyendo en la agenda pública y la de los medios, en cuanto aquella se convierte en una fuente interesada o ineludible del proceso periodístico.

La agenda de los medios se configura midiendo lo que llamaremos “flujos comunicacionales”, esto es, el número de noticias publicadas sobre un tema, el espacio o tiempo dedicado en cada edición periodística, el número de actores que fue involucrando.

De los tres tipos de agenda, la institucional es la que tiene entre sus principales objetivos insertar temas en las otras agendas, aun cuando públicamente no enfrenten esta situación directamente, a diferencia de los medios, quienes explícitamente diseñan sus eslóganes y estrategias comerciales basadas en su credibilidad a la hora de informar y crear opinión. Con esto, los medios de comunicación de masas se justifican como los recolectores y organizadores de la información, cuestión que, teóricamente, el resto de la ciudadanía ha delegado en ellos, específicamente las facultades de difundir e investigar, guardando para sí la de recibir información, por una razón de aplicación práctica, ya que el sujeto del derecho a la información es universal.

Por otro lado, de una definición mucho más compleja, la opinión pública puede a veces ser considerada una voluntad inconsciente de sí misma, a la cual se le induce a manifestarse en encuestas, elecciones y otros. No obstante, la sociedad ha tenido históricamente una fuerte organización de grupos, tal vez venida a menos en la posmodernidad, que le ha permitido luchar y presionar por poner temas en las otras agendas. No es difícil observar en nuestros tiempos cómo ecologistas, mujeres, jóvenes, minorías sexuales o étnicas, se organizan y buscan posicionar temas ante el resto.

Establecida la relación entre la agenda de los medios y la agenda del público, surge la pregunta: ¿qué hace que un tema aparezca en los medios y no otro cualquiera?, o directamente: ¿quién fija la agenda de los medios? En un principio, los investigadores no prestaron mucha atención a este asunto, asumiéndolo como algo natural, por lo que no hay muchos estudios al respecto. No fue sino hasta 1980, en el International Communication Association Meeting, cuando Steve Chafee se hizo la pregunta sobre cómo es seleccionada la agenda de los medios (Dearing y Rogers, 1996).

Dicha pregunta comenzó a ser respondida mediante la formulación del concepto de *gatekeeper*, que se refiere al responsable de realizar para un determinado medio la selección, usualmente previa, de las noticias que servirán para ilustrar lo más relevante del día.

Para realizar esta selección, como observadores de segundo orden, los medios usan diversos factores (novedad, conflicto, cantidades, referencia local, lo políticamente incorrecto, actualidad, opiniones, que según Luhmann configuran un código. De esta forma es como se *construye la realidad*.

“La tesis del constructivismo operativo no conduce a una negación del mundo y no discute que no haya realidad. Sin embargo, no presupone que el mundo sea un objeto, sino más bien lo considera como lo reflexionó ya la fenomenología: como horizonte inalcanzable. Por esta razón no existe otra posibilidad que la de construir la realidad y eventualmente de observar como los observadores construyen la realidad” (Luhmann, Niklas; “La realidad de los medios de masas”, Anthropos, Barcelona 2000).

Sin embargo, el concepto de *gatekeeper* sólo da cuenta de un proceso interno que ocurre en un medio de comunicación a la hora de establecer su pauta, en virtud de una serie de elementos determinan lo informable y lo no informable. Uno de los elementos utilizados para construir una noticia es el de las fuentes.

### La agenda-building

La agenda institucional se relaciona con los factores que contribuyen a su construcción, denominado *agenda building*, un trayecto desprendido de la *agenda-setting*, y que incluye una serie de factores sociales, además de lo mediático como concurrente en la edificación de la agenda institucional. Ya en 1964, Lazarsfeld y Merton introducen la importancia del papel de los grupos empresariales o de poder para que la selección de ciertos temas sean más propicios para publicarse o aparecer de forma destacada en los medios de comunicación.

David Weaver y Swanzy Nimiey Elliott (1985) estudiaron la relación entre la actividad de una instancia institucional como el City Council de Bloomington, Indiana, y la pauta del Herald-Telephone, el periódico local, concluyendo que la gente de Bloomington recibió las noticias económicas del consejo a través del diario, con la perspectiva del mismo consejo, en ausencia de un enfoque crítico o alternativo, propio del diario.

La perspectiva que atraviesa esta investigación es preguntarse quién construye la agenda de quién. En este sentido *agenda-building* se refiere a los actores políticos y su relación con la opinión pública y los medios de comunicación.

Un enfoque reduccionista plantearía lo siguiente: los medios construyen la opinión pública. Los políticos presionan sobre los medios influyendo su agenda. Luego, los políticos instalan sus temas en los medios, consiguiendo que la opinión pública piense en ellos. A pesar de que Mc Combs y Shaw consideran que el mundo político es reproducido de manera imperfecta por los medios informativos individuales (1972), sí les dieron relevancia para la construcción de imágenes. "Los medios construyen la imagen pública de las figuras políticas. Están constantemente presentando objetos que sugieren aquello acerca de lo cual los individuos que forman la masa deben pensar, conocer y tener sentimientos". En virtud de lo anterior, es importante *estar en los medios*. Pero, ¿cómo lograrlo?, y luego, ¿de qué manera? ¿mucho o poco?

Las instituciones, mediante sus departamentos de Comunicaciones o consultoras externas, intentan que sus temas sean cubiertos por los medios, en la forma que ellos desean, es por eso que, sin considerar las debilidades del ejercicio del periodismo, hay otras maneras posibles de captar la atención de los medios con mediante una acción comunicacional o un comunicado de prensa: "jugando el juego". Utilizando la misma lógica mediática de construcción noticiosa, las agencias comunicacionales elaboran sus estrategias y actividades, transformando un acto institucional, por definición con pocas probabilidades de aparecer en medios, en una noticia. Por eso hay que conocer los medios.

Niklas Luhmann enumeró una serie de elementos que el sistema de medios usa para su "selección noticiosa":

a) **Novedad**, la información debe ser nueva, debe romper con las expectativas. La repetición de noticias no es algo fácilmente aceptado. También existe una producción en serie de las novedades, como las de la bolsa o las del deporte, en las que cada día sucede necesariamente algo nuevo.

b) **Conflicto**.

c) **Cantidades**. El valor de la información puede ser aumentado mediante la cuantificación, dado que se permite la comparación tanto en términos temporales (IPC del año pasado) o reales por ejemplo daños materiales de un sismo. Además, la cantidad adquiere su verdadero peso en las grandes cuantificaciones: muchos muertos, grandes pérdidas, etc.

d) La lejanía confiere peso a la información en la **referencia local**. (El título a ocho columnas de un diario escocés de 1912: *Aberdeen Man Lost at Sea*. Se refería al

hundimiento del *Titanic*. La lejanía se compensa con el peso de la información, con la rareza, con lo esotérico, para subrayar que la información, al mismo tiempo, deja entrever que eso no sucedería entre nosotros.

e) Especial atención adquiere la **contravención de las normas**. Esto es válido para el quebrantamiento de las normas del derecho, pero sobre todo para las faltas contra la moral o, en la actualidad, para las faltas contra la *political correctness*. Cuando se informa sobre las contravenciones como si se tratara de un caso particular, de una parte se refuerza el sentimiento de indignación y, de manera indirecta, a la norma misma. Esto ya no aparece en la forma llena de riesgos de la predicación o de la adoctrinación (que en la actualidad, más bien haría surgir la contra-socialización), sino acontece bajo la forma inocua de la mera información, lo que permite a cada quien sacar la conclusión: ¡eso no debe ser!

f) La contravención de las normas se selecciona como información cuando se la puede acompañar de una **valoración moral**: estima o desestima por las personas. De esta manera, los medios de masas tienen una función importante en la conservación y en la reproducción de la moral. La representación de la moral y su permanente renovación acontece llevada de la mano de los casos espectaculares -la exhibición de los villanos, de las víctimas, de los héroes-, que han llevado a efecto lo que no se puede exigir. El receptor no se incluirá como perteneciente a ninguno de estos grupos - permanecerá como observador.

g) Para dar a conocer la contravención de las normas, para facilitarle a la audiencia el que se forme una opinión, los medios de comunicación se las arreglan para lograr que el proceso de **atribución** de la acción sea accesible. La complejidad de los contextos, que es lo que ha motivado a los actores para hacer eso que no estaban obligados a llevar a cabo, no puede ser iluminada con suficiencia.

h) La exigencia de **actualidad** lleva a que las noticias se concentren en los casos particulares -accidentes, incidentes, alteraciones-. Se informa sobre los acontecimientos recién sucedidos. La necesidad de recursividad lleva a que en las informaciones subsecuentes se haga referencia al acontecimiento indicado.

i) Como caso especial, debe mencionarse que la **exteriorización de opiniones** puede ser considerada como noticia. Una buena cantidad del material para la prensa, radio y televisión, tiene lugar en el hecho de que los medios de comunicación de masas se toman a sí mismos como espejo y que esto se considera un acontecimiento. Para lograr esto se pregunta (o se asedia) a las gentes para que

viertan su opinión. En todo caso, se trata de acontecimientos que no tendrían lugar si no existieran los medios de masas.

j) Todos estos selectores se refuerzan y complementan en la medida en que entran en juego organizaciones que se ocupan de la selección de la información y desarrollan para ello rutinas. El trabajo consiste en ajustar las informaciones que han sido preseleccionadas en el sistema de los medios de masas, bajo ciertos patrones y reglas. El criterio último para tomar la decisión, está determinado por el **tiempo** y el **espacio disponibles**. Tiempo y espacio le imponen a la organización un punto de vista distinto al de los selectores propios de los medios. Los criterios de la organización consisten en archivar la información para volverla a utilizar; por consiguiente, este criterio no tiene nada que ver con lo novedoso, lo estimulante, ni tiene necesariamente que estar articulado de manera moral o conflictiva.

Hasta ahora hemos dicho que la agenda institucional o política consiste en las acciones que adoptan gobiernos, parlamentos y diferentes instituciones sociales eventualmente formarán parte de debates en los medios y la opinión pública. También hemos señalado que la cantidad de estudios de este tema es comparativamente menor frente al de las otras agendas, y que en un principio los investigadores la consideraban algo natural dentro del trinomio de agendas.

Estimamos que es necesario prestar atención a esta agenda considerando el accionar de los grupos que ella contiene no solamente como una sucesión de hechos políticos, sino que como un “entramado comunicacional”.

Dearing y Rogers (1996) se dieron cuenta de que esta agenda representa la *llave maestra* de todas las agendas ya que es la encargada de generar temas nuevos que influenciarán a la agenda de los medios, y por ende, la del público. Otros autores clásicos de la relación entre medios y opinión pública asumieron esta agenda como algo natural y adjunta a los medios de comunicación.

Los autores de la teoría, Mc Combs y Shaw, le han bajado el perfil a esta agenda. Mc Combs diría en una entrevista que para que todo funcione, se espera que “los periodistas no sean los relacionadores públicos del *establishment*” (“Maxwell Mc Combs: hay que reinventar el concepto de noticia”, entrevista de Paulina Leiva, en Cuadernos de Información, N° 12, 1997, Pontificia Universidad Católica de Chile).

Se ha señalado que son pocos los estudios que hablan sobre la influencia de esta agenda. Es más, hay estudios más famosos donde se concluye que “la opinión pública es la que influye predominantemente en los tipos de políticas que se hacen”

(Erikson, Wright y Mc Iver, 1993, Rodríguez Díaz, Raquel; Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004). Existe numerosa evidencia de que en la actualidad muchas candidaturas políticas se van configurando según la opinión pública va dirigiendo su atención en uno y en otro sentido; la mayoría de los gobiernos realiza encuestas para medir el “sentir popular”. Sin embargo, consideramos que lo anterior no obsta para afirmar una relación más bien retroalimentada entre fuentes institucionales, medios y público.

Si bien el fondo de la agenda institucional ha sido relacionado certeramente con las proposiciones de los grupos e instituciones sociales que busca contribuir al debate público, nos interesa profundizar la forma en que esta agenda intenta influir en las otras esferas. Si para determinar la relación entre la agenda pública y la mediática se mide la presencia de un tema en los medios y se compara con la cuantificación de la importancia de este tema en encuestas de opinión pública, para describir la relación entre la agenda institucional y la mediática, proponemos un esquema de “**proposición y aceptación**”, para medir cuánto efecto tienen sobre la pauta de los medios las acciones comunicacionales programadas por los actores institucionales, ya sea usando sus propias agencias comunicacionales o asociándose con alguna de carácter externo.

Si trabajamos con el supuesto que los medios influyen en la agenda del público, hay que ir detrás de quienes crean esta agenda, en lo que respecta a las fuentes de los mensajes, señalando que las necesidades y objetivos institucionales influyen en la creación y distribución de los mensajes masivos producidos que conforman y apoyan las necesidades, valores e ideologías de los públicos masivos, además de las tradiciones, las prácticas y los valores del periodismo como profesión.

El mito dentro de una oficina de redacción de un medio dice que las oficinas de RR.PP. no son necesarias para los medios. Sin embargo, hay que partir de la base que todos los reporteros del mundo no podrían controlar todos los acontecimientos del mundo simplemente porque no son suficientes en número. Las notas de prensa de las agencias gubernamentales interactúan con la agenda de los medios, y por ende, cabe preguntarse si lo que los lectores saben sobre su Gobierno hasta qué punto depende de lo transmitido por los comunicados o por partes subrayados de estos.

Se introduce aquí el concepto de los valores informativos. El periodismo es una profesión establecida hace mucho tiempo, con sus propias tradiciones encauzadas, sus prácticas y sus valores. Éstos son los filtros a través de los cuales se tamizan y

consolidan los acontecimientos diarios para su posterior presentación en prensa, radio o TV. Las noticias no son un reflejo del día, sino un conjunto de historias construidas por periodistas sobre los eventos del día. Existen distintos casos donde ya sea se imponen los valores informativos por sobre los valores ideológicos o viceversa. El mayor negocio es que se impongan los valores ideológicos pero que parezca que se imponen los valores informativos.

Según Mc Combs, para averiguar quién establece la agenda de los medios es mejor invocar aquella metáfora de “pelar la cebolla”. El corazón de la cebolla, es decir, el informativo diario, está rodeado y conformado por varias capas de influencia. En la capa exterior están los autores de las noticias y eventos, incluidos los pseudoeventos amañados con fines de cobertura y que aportan el condimento de las noticias cotidianas. Pero todo ello, a su vez, está reconformado por los valores, prácticas y tradiciones del periodismo como profesión.

Entre el 70 y 80 por ciento de la gente declara que se informa por las noticias de la televisión. No obstante, hay que rescatar el carácter generador de temas de la prensa, su profundidad y que es principalmente consumida por líderes de opinión, incorporando el aporte de Lazarsfeld. Se sabe que el grupo más informado, el que más consume prensa, es menos permeable a juicios políticos contrarios, es decir, es menos factible de ser persuadido por una campaña política intensiva; por lo mismo, es necesario fijarse en temas impuestos con enfoques o encuadres determinados, sobre todo en periodos sin elecciones. Los sujetos menos involucrados tienden a aceptar algún juicio a falta de una propia contra argumentación.

Relacionado directamente con el establecimiento de agenda, como función del lenguaje político, Doris Graber indica que los políticos seleccionan ciertos tópicos para sus discusiones que producen un cambio de atención de la opinión pública. Esto se debe a que hay un *efecto halo* por la entrega de importancia que el político le da a la materia tratada. Destaca la labor del periodismo en el mismo sentido y el hecho de que los asuntos ignorados por los medios y los medios salen de la agenda pública.

Un discurso político puede considerarse efectivo si trata de asuntos públicos que interesan a mucha gente o a un grupo específico, cuando usa a los medios de comunicación y ayuda a formar la opinión pública. Si son presentados pobremente, los mensajes dejan de tener impacto. Por eso los políticos son hábiles si generan mensajes claros.

Las definiciones verbales llegan a ser la realidad en la que se basan las acciones, los individuos o grupos que frecuentemente hacen suyas esas definiciones las aceptan y las elites políticas poseen el estatus para realizar las definiciones. Según las definiciones de la sociología política, los medios de comunicación son claves en la definición de las pautas de orientación política en la infancia y adolescencia.

Los públicos no muy enterados de los asuntos no necesitan de una cobertura intensa de parte de los medios. Los públicos atentos son probablemente más dependientes de los medios escritos y varias otras fuentes de información masiva que usan con propósitos de discusión.

Hay públicos latentes que pueden ser activados según la prominencia que los temas tengan en los medios. El público descuidado no tiene interés en el mundo de la política y vería sólo televisión. Los inadvertidos pueden comprometerse con una conducta política basándose en sus creencias y son susceptibles. El público apático no tiene interés en política, y usaría poco los medios de masas para obtener información, confía pero se expone limitadamente.

La exposición a noticias políticas está relacionada medianamente con la participación en campañas electorales y con la existencia de comunicaciones interpersonales sobre el tema. Los programas de entretenimiento entregan, en forma indirecta, mensajes propagandísticos que ayudan a determinar el pensamiento político de los jóvenes. A su vez, estos programas crean estereotipos de policías, jueces y otros roles sociales y políticos que serán adoptados por los jóvenes en su actuar cotidiano.

### Los medios y la opinión pública

La opinión pública puede definirse como el conjunto de creencias percibidas y compartidas por la comunidad como interés general. El componente *opinión* del concepto alude a “creencias” en el sentido de imaginarios de mayor intensidad que las meras impresiones pero de menor rango que las convicciones. Su carácter de *pública* se justifica en el “interés común” que concentran los hechos o actividades humanas a que se refiere. Hemos adaptado esta definición de Rodríguez Pandiani (2001) inspirada en procesos electorales, hacia un concepto más global, rescatando la dinámica del proceso.

Desde el punto de vista de su naturaleza, puede sostenerse que la opinión pública no es un acontecimiento sino un proceso, y como tal, posee las siguientes características:

- Dinámica: presenta una visión evolutiva de la realidad incorporando los permanentes cambios que en ella se generan. No se trata de una "fotografía"<sup>2</sup> estática de un momento puntual sino de una "filmación" en constante actualización<sup>3</sup>.
- Interactiva: cumple la función de retroalimentar el proceso de comunicación pública o política. Es el canal de reenvío por el que viajan las respuestas y reacciones de la ciudadanía a los mensajes y acciones de los actores.
- Democrática: revitaliza el diálogo ciudadano entre las autoridades y la gente. Es una instancia de formación de consenso y de control desde y hacia las instancias institucionales.

La creencia (real o imaginaria) de que los medios de comunicación tienen el poder de cambiarla está implícita en las conductas de todos los actores políticos y sociales contemporáneos, cada uno adaptando su imagen y su discurso a las formas de ser visto públicamente dominante en sus respectivas épocas y gastando enormes sumas de dinero tanto en campañas de diversa índole.

"Ser visto o morir" es la consigna, aunque esta es ciertamente reversible y puede leerse también como "morir para ser visto", como es el caso de muchos mártires cristianos o fanáticos de diversa índole. "Matar para ser visto" (Peña, 2000) es otra opción común, literal o figurativa, sobre todo en regímenes totalitarios, pero no será tratada en este trabajo.

Diversas teorías, encuestas y el sentido común han apoyado el señalar cambios en la actitud de los individuos respecto a un tema que directa o indirectamente los afecta según la influencia de los medios de comunicación masivos.

Los medios de comunicación masiva cambian de una u otra forma los procesos de opinión pública, aunque estos efectos no son del todo planificados o controlables y el cambio pueda ocurrir tanto por lo que se hace (bien o mal) como por lo que no se hace o simplemente se omite. Sabemos de igual manera, pasando de Laswell a Barbero, que los textos son interpretados por las audiencias según sus propios esquemas de acuerdo a su género, etnia, grupo socioeconómico, nivel educacional, ideología, entre otros factores, lo que finalmente acabó con la idea subyacente de las primeras investigaciones y teorías de la comunicación de masas del hombre a merced de los medios con pocas posibilidades de resistir al mensaje. Debemos

---

<sup>2</sup> Como sí lo es una *encuesta* de opinión pública.

<sup>3</sup> Entendemos que la metáfora más apropiada es la de una transmisión en directo.

precisar que cuando nos estamos refiriendo a cambios en la opinión pública estamos hablando de cambios en la actitud más que en la conducta, reconociendo la brecha existente entre lo que se afirma y lo que realmente se hace, esto es, una opinión pública expresada en estudios.

Las valoraciones de la opinión pública son consideradas por los gobiernos en mayor o menor medida y de diversas maneras al momento de implementar o diseñar políticas públicas. Partiendo de este concepto, que puede ser sujeto a la especulación y a la cuantificación se puede deducir la importancia que tiene su control permanente por intereses y grupos muy difíciles de descubrir para la población.

Algunas lecturas “conspirativas” sobre Lippmann hablan sobre la “fabricación de consensos”, elemento clave para el funcionamiento de la democracia moderna y que consiste en la manipulación de la opinión pública hasta que responda a las necesidades de la sociedad, necesidades decididas por una elite “preparada”.

Los medios de comunicación son agentes de vigilancia e intentan alertar al público de los problemas. Presentan noticias sobre los acontecimientos políticos, sociales y culturales. La prensa es, después de todo, dependiente en gran manera de los actores políticos para obtener noticias, la mayoría de las cuales se establecen por hábiles relaciones públicas en forma de emisiones, entrevistas, y conferencias de prensa. Los medios de comunicación son algo más que los portadores del debate público. Además de proporcionarles los canales a través de los cuales los actores cruzan sus mensajes.

### La fijación de la agenda y la espiral del silencio

La espiral del silencio es una teoría que trata sobre los mecanismos subjetivos que hacen posible la expresión o silencio en función del ambiente. Supone que en los temas de interés público, la mayor parte de la población suele estar equilibrada en sus opiniones; sin embargo algunos medios crean un clima de opinión que es percibido por los receptores como la opinión mayoritaria (como comentábamos en el tema de la delincuencia y el índice de temor), provocando que quienes no comparten esa opinión se perciban como minoría y se replieguen escudándose en el silencio. Al dejar establecido el dominio de la mayoría, se forma un proceso continuo a manera espiral del silencio.

Los individuos y los grupos sociales tiene necesidad de estar informados para completar su conocimiento del entorno (social, político, cultural, etc). Los medios le

proporcionan esa demanda a través de mensajes, de estereotipos y de imágenes. Sin embargo, los medios no pueden prestar atención a todos los temas y, por ello elaboran agendas donde se seleccionan unos temas y se ignoran otros y, además de entre los seleccionados, se ordenan y priorizan algunos.

La opinión pública recibe solamente los temas seleccionados, de tal manera que conoce y discute esos asuntos y queda enmarcado en el espacio público informativo porque no utiliza otros espacios de forma mayoritaria. Esa agenda que fijan los líderes de opinión (políticos, agencias comunicacionales o profesionales de la información) padece de desviaciones porque impone sus temas de interés.

La espiral del silencio, o de la mayoría silenciosa, es una teoría que trata sobre los mecanismos subjetivos que hacen posible la expresión o silencio en función del ambiente. Supone que en los temas de interés público, la mayor parte de la población suele estar equilibrada en sus opiniones; sin embargo, algunos medios no son del todo objetivos, creando un clima de opinión que es percibido por los receptores como la opinión mayoritaria y provocando que quienes no comparten esa opinión se perciban como minoría y se replieguen escudándose en el silencio.

De este modo, las personas que comparten la opinión de la supuesta mayoría se suman a ellas. Y quienes no comparten esa opinión preferirán callar, dejando establecido, el dominio de la mayoría y formando un proceso continuo a manera de espiral del silencio.

Con su “espiral del silencio”, Nöelle-Neumann (1995) está proponiendo un concepto fundacional de la opinión pública, y respecto a la relación de ésta con los medios de comunicación, considera que la pregunta acerca de saber si los medios anticipan la opinión pública o si solo la reflejan, señala que es conveniente ver a los medios como creadores de la opinión pública, constituyendo el entorno cuya presión desencadena la combatividad, la sumisión o el silencio. Nöelle-Neumann también plantea la acción de “conceder atención pública”, como privilegio del periodista.

Estas reflexiones se tornan relevantes cuando examinamos la pregunta sobre quien fija la agenda de los medios, y apreciamos la multiplicidad de factores que influyen en ella, y que derriban el carácter omnipotente del “privilegio”.

### III. Las agencias comunicacionales

#### 3.1 La comunicación externa en las instituciones

*“La relación entre los reporteros y los políticos o aquellos otros encargados de hacer políticas públicas (policymakers) llega a ser simbiótica en el sentido de ser necesarios los unos para los otros. Los periodistas necesitan información para publicar al igual que el acceso a las fuentes de noticias; en el otro sentido, los representantes de las instituciones necesitan difundir y proponer sus programas a los ciudadanos, destinatarios, votantes... en este caso audiencia”. (Rodríguez Díaz, Raquel; Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004)*

Las comunicaciones se han consolidado como instrumento de los distintos estilos de dirección organizacionales, y ninguno de ellos puede sustraerse a este enfoque. Dentro de esta amplia gama de herramientas, la comunicación externa es un proceso de retroalimentación de contenidos informativos desde la institución hacia el escenario público, principalmente a través de los medios de comunicación social. Estas transferencias bidireccionales se hacen bajo las condiciones estratégicas y formales definidas por la organización y su técnica principal es manejar una equilibrada relación con la industria mediática, con proactividad y adecuados niveles de reacción.

La iniciativa de comunicación debe partir de la propia organización, aun cuando se deben tener las competencias para informar en el momento adecuado. Cuando se trata de presentar una noticia, se debe considerar una lógica periodística que nutra los mensajes y acciones, y de esta manera captar la atención mediática.

En una relación medios-instituciones, el interés de una organización descansa en ofrecer información para que el medio la difunda y el interés del medio consiste en demandar esa información para servir a su público. De esta forma, no basta con informar sólo cuando interesa posicionar un tema, sino que es conveniente atender siempre la demanda de los medios, por lo que hay que estar preparados.

La continuidad y la veracidad en la información son los dos elementos que constituyen la transparencia informativa. Ella permite ganarse la fiabilidad y la credibilidad de los medios y de la audiencia.

La transparencia informativa exige adelantarse a los hechos; prever lo que podemos hacer interesante para los medios de comunicación a fin de ofrecérselo y a cambio estar dispuestos a responder a las solicitudes que desde ellos se efectúen.

Las relaciones entre las instituciones y los medios de comunicación, en términos generales, deben estar presididas por la acomodación de los objetivos de ésta a las especialidades y características de cada medio en cuestión. Aun cuando en el caso de ciertas instituciones públicas, generalmente apelan a públicos masivos, existen espacios para la segmentación: dueñas de casa, microempresarios, jóvenes, etc.

El hecho de ser una institución pública implica a estar en una constante evaluación de parte de los medios de comunicación y la opinión pública; estas eventualidades se enfrentan mediante una adecuada comunicación externa, que como hemos visto centra su accionar en la interacción con los medios de comunicación, en cuanto se considera que posicionar temas en la agenda de los medios, es una forma indirecta de llegar a la agenda pública. El diseño y ejecución del plan de abordaje hacia los medios es tarea fundamental de las agencias comunicacionales.

La creación de una imagen y la mantención de la misma es un objetivo de las agencias comunicacionales. En estos menesteres se debe combinar equilibradamente proactividad con oportunidad en la reacción. En líneas gruesas, se podría decir que la imagen que va a tener la gente es la que difunden los medios de comunicación. Luego, lo más apropiado para una institución es participar activamente en el proceso de construcción de esa imagen y no correr el riesgo de que se la construyan.

Consolidar una buena imagen y posicionar temas y mensajes de interés no es una tarea que pueda entregarse a la publicidad, por los costos económicos que implica y porque tiene menos credibilidad que una cuña en televisión o en radio.

Una estrategia comunicacional puede funcionar bien en el papel, e incluso puede ser exitosa en cuanto a la generación de hitos atractivos para los medios, pero siempre hay que considerar ciertos cortafuegos mediáticos que no son controlables por la proactividad, e incluso ni siquiera por los propios medios.

En este sentido podemos hablar de dos elementos que se transforman en las últimas barreras de entrada para pautear a los medios:

Agenda alternativa. Un periodista puede cubrir un evento comunicacional programado, aun cuando esa no sea su prioridad, sino que más bien lo vea como

una oportunidad para acceder a ciertas fuentes y consultar sobre otros temas, ya sea que hayan surgido momentos antes del evento, que sean un tanto incómodos de tratar para la institución, alguna opinión sobre un tema que no tenga directa relación con la organización, o un reportaje de elaboración propia. No obstante, en algunos casos, la noticia nominal de la convocatoria tiene espacio en la publicación, por lo que la rentabilidad comunicacional del evento no se ve resentida.

Imponderables de agenda. Hay situaciones donde el editor puede omitir o disminuir una noticia que ya fue reportada y redactada, bajo el criterio de considerar que lo se insinuaba periodísticamente no estuvo a la altura de lo que finalmente se obtuvo. En otros casos se trata de un evento de mucha envergadura que surge y “se toma” la pauta<sup>4</sup>, obligando que muchos temas que ya estaban inicialmente incluidos en la edición del producto, tengan que ser descartados, por razones de espacio.

Actualmente, los periodistas reciben una formación para realizar el trabajo en medios, el cual actúa como un embudo, ya que las empresas periodísticas no crecen al mismo nivel que las escuelas de periodismo. Sin embargo, las mismas técnicas y perspectivas profesionales usadas en un medio son las que se usan en una agencia de comunicaciones, también para producir y gestionar información, pero esta vez desde el lado de las fuentes.

Más aún, es un tema que no cuenta con un gran respaldo teórico, sino más bien técnico, y también se encuentra alejado de lo académico, puesto que sus competencias no son entregadas por ninguna escuela de pregrado en nuestro país, a pesar del enorme potencial que posee esta área. De ahí la importancia de intentar una sistematización del trabajo de la comunicación externa.

En la situación específica de la institución analizada, la comunicación externa se ocupa de manejar la relación con los medios de comunicación de masas, con el doble objetivo de potenciar el desempeño técnico del Servicio, buscando una llegada masiva a la ciudadanía, y también cuidar su imagen. Se trabaja con dos principios: informar es prevenir y considerar a la presencia mediática como el configurador de la imagen del Servicio ante las distintas fuerzas sociales.

---

<sup>4</sup> Durante 2005, uno de los principales casos de este tipo de imponderables fue la detención de Paul Schaefer en Argentina, suceso esperado por más de una década. En televisión, por su formato, sucesos menos noticiosos, pero más espectaculares visualmente pueden tomarse la agenda y bajar notas, como por ejemplo, el aterrizaje de emergencia de un avión en Estados Unidos, en directo.

En un mundo donde los flujos de información no conocen barreras, las estrategias de comunicación son parte integral del proceso de toma de decisiones del sector público y resultan fundamentales para el éxito de las políticas y acciones de gobierno. Dicho de otro modo, la comunicación eficaz de las políticas y acciones gubernamentales constituye una condición básica para el éxito de las mismas. Ya no basta con que el sector público haga bien su trabajo: es necesario que lo comunique mejor, que sepa “vender” las políticas públicas a la sociedad para generar apoyos entre las distintas fuerzas sociales.

Para realizar eficazmente estas tareas se debe contemplar acciones propositivas, de las actividades propias, y reactivas, como mecanismos para dar respuestas oportunas a críticas. Estas respuestas deben sustentarse en información confiable que permita al público contrastar la información que difunden otros medios, y sacar conclusiones propias. Esto se basa en equiparar acceso pleno a la información e inclusión de aspectos positivos en los medios.

### **3.2 Funciones y formatos de la comunicación externa**

Las funciones de comunicación externa de los departamentos de Comunicaciones se pueden dividir en tres áreas: monitoreo interno y externo y análisis de escenarios; diseño y ejecución de planes de medios, y relación con los medios y sus requerimientos. Estas tres áreas funcionales están en constante interacción entre sí y con el entorno, e incluyen variados formatos de acción y productos. Tanto funciones como formatos se orientan estratégicamente a influir en la agenda de los medios, como una manera de posicionar la imagen y contenidos institucionales, ante la opinión pública.

### Áreas de la comunicación externa

Área	Sub-área	Productos
Área de Análisis	Monitoreo interno	Reporteo interno, resúmenes técnicos,
	Monitoreo externo	Dossier de medios
	Análisis de escenario	Análisis cuantitativo y cualitativo del posicionamiento mediático de la institución
Área Proactiva	Diseño	Sitio web, planes de medios
	Ejecución	Convocatorias de medios, conferencias de prensa, salidas a terreno, comunicados de prensa, gestiones focalizadas con medios.
Área Reactiva	Requerimientos	Gestión de entrevistas y respuestas
	Producción	Media training

Un departamento de comunicaciones diseña una estrategia comunicacional anualmente, considerando los eventos que se avecinan o los propósitos específicos que tiene la organización, de acuerdo a su planificación estratégica. Para cada meta, se diseña un plan de medios, de acuerdo a las técnicas periodísticas y el escenario mediático, considerando el formato de la acción comunicacional, si se trata de una conferencia de prensa, una salida terreno o una aparición en un número restringido de medios. Esto último puede ayudar a mantener una buena relación con los medios, al nutrirlos con alguna “exclusiva” o tema fuera de pauta, de vez en cuando.

Las definiciones de una estrategia comunicacional evalúan en cada instancia qué comunicar, a qué público, cuándo hacerlo y cómo hacerlo, que involucra un soporte y un vocero determinado.

## Bases de la estrategia comunicacional

<b>Objetivos</b>	Cambio	Permanencia
<b>Mensajes</b>	Ideas Fuerza	Especificidades
<b>Públicos</b>	Generalización	Segmentación
<b>Soportes</b>	Multiplicidad	Voceros
<b>Cronograma</b>	Implementación	Evaluación

Él o los mensajes que se buscan posicionar deben ser entregados en formato mediático, reiterando y usando frases cortas, y bajo todo los principios del periodismo (veracidad, interés, contraste de información, fuentes, números, etc.), evaluando la pertinencia de aparecer junto a otros actores públicos o privados en la acción comunicacional.

### Comunicado de Prensa

Es un texto de carácter escrito que tiene el formato de artículo periodístico que contiene una información que la organización desea dar a conocer a la opinión pública. Además de título, epígrafe y bajada, se usa una estructura de pirámide invertida, esto es, los datos principales se reseñan en el primer párrafo; se incluyen citas entrecomilladas de los voceros respectivos, para que puedan usarla los medios escritos que lo publicarán en forma completa o parcial. Pueden ir anexados resúmenes estadísticos, lista de recomendaciones a la ciudadanía y otros documentos, y se publica de manera destacada en el sitio web institucional.

Este tipo de producto se usa como complemento a las conferencias de prensa o salidas a terreno. Es fundamental puesto que sirve de guía a la mayoría de los periodistas que acuden a estos hitos. También se envía a las agencias y a las listas de contactos, y usualmente es reproducido textualmente en los medios electrónicos, y con cierta regularidad en los medios escritos que no concurrieron a la acción comunicacional.

Algunas veces, sólo se envía un comunicado de prensa, sobre un determinado asunto, en casos cuando hay necesidad de informar pero con un perfil no tan alto,

o cuando se informa de algún aspecto que se considera que no tiene suficiente peso periodístico, y de esta forma se evita el desgaste de organizar una actividad que no tendría la convocatoria suficiente.

De lo anterior se desprende que por las características del reporte que habitualmente despliegan la mayoría de los periodistas de todo tipo de medios, sobre todo los audiovisuales, la forma que tienen de relacionarse con las fuentes, y el alto porcentaje de éxito que tienen las convocatorias de medios de las autoridades, el comunicado de prensa se transforma en una de las principales armas para posicionar un tema y las aristas de interés para la institución sobre el respectivo asunto. En líneas gruesas, el diseño de la actividad y su convocatoria indica el *qué*; el comunicado de prensa (y las declaraciones del vocero) señalan el *cómo*.

Tal como en los textos periodísticos que se publican en los medios, el titular es la punta de lanza del resto de la información, y debe ser cautivante. Como el comunicado de prensa tiene como público objetivo primario a los periodistas, no se puede usar un titular que no le hable en el mismo idioma a los periodistas optando por destacar cifras, acciones, a la vez que nominalizar siempre a la institución como el sujeto hacedor. Hay que evitar la autocomplacencia corporativa, y en este sentido, en la redacción también hay que evitar todo tipo de calificativos que tengan escaso aporte periodístico.

Los comunicados de prensa y las conferencias de prensa se han institucionalizado como mecanismos corrientes a través de los cuales las fuentes acostumbran a adelantarse a la iniciativa de los propios periodistas, tanto para incidir en la pauta como para orientar el reporte y el posterior mensaje.

### Salida con medios

Es una actividad programada y dotada de un gran carácter simbólico, que se realiza para mostrar a la institución en terreno, y para aprovechar el poder de convocatoria que tienen ciertas acciones como se da en el caso del Sesma / Seremi de Salud, principalmente con las fiscalizaciones, una actitud muy valuable en la sociedad contemporánea, que delega en ciertos estamentos (servicios estatales, medios de comunicación, cámara de diputados, observadores, etc.) esta capacidad de supervigilancia sobre variados aspectos.

Estas acciones se diseñan considerando la mayor cantidad de facilidades logísticas para los periodistas, ya que mientras más elementos (escenarios, vestuarios,

acciones) puedan incluir en su nota, mayor el espacio y preponderancia que se puede lograr dentro de la agenda de los medios. Hay coincidencia en que hay ciertos esquemas que funcionan, tales como seguir una ruta de fiscalización a cualquier tipo de establecimientos que involucren una actividad de consumo, y donde se establezcan sanciones para los infractores a las normativas respectivas. En este caso, la clausura de “algo” es un tema fijo en la agenda mediática.

La convocatoria se realiza mediante un texto con un párrafo que da cuenta de la acción a realizar sin entregar mayores detalles. Es la instancia clave para seducir a los medios, aunque no se puede adelantar la noticia; por ello se recurre a destacar la acción principal a realizar, sin mayores datos, personificado en las autoridades que asistirán al hito, que en el caso del Sesma / Seremi, además del director, puede ser el Intendente Metropolitano, el Ministro de Salud u otras autoridades que estén realizando la acción en forma conjunta.

La prominencia de un tema en la agenda no es una cualidad absoluta, sino que es relativa, pues también tiene que ver con las otras noticias del día. Hay que considerar la oportunidad de lanzar un tema, evaluar la agenda del sector y la coincidencia con fechas que tengan una significación simbólica o contingente (aniversarios, inicios-términos)

### Conferencia de prensa

Es un encuentro entre los voceros institucionales y los medios de comunicación, puertas adentro. La hora ideal para hacerlas es a media mañana para una mayor convocatoria de medios de comunicación. Como generalmente va acompañada de un comunicado de prensa, la conferencia se inicia con el relato del vocero de la noticia que convoca los medios, en términos similares a los del comunicado, en cuanto a línea argumental, porque la centralidad de la televisión obliga a “acortar” las frases para ir generando cuñas que sean atractivas para los medios audiovisuales. “Los medios agradecen esto”, explica una periodista de televisión. En definitiva, resumir los mensajes en cuñas cortas y precisas es una buena herramienta para influir la agenda de los medios.

Después de esta parte, donde el vocero es el único orador, vienen las preguntas. En esta parte, algunos periodistas buscan complementar lo que ha dicho el vocero y

otros buscan imponer su propia agenda<sup>5</sup>. Incluso algunos medios prefieren hacer las preguntas sólo en forma personalizada. Sin embargo, se constata que la mayoría de los periodistas se quedan con las declaraciones formales del vocero y lo que se detalla en el comunicado de prensa.

### Entrevistas focalizadas

Hay algunos temas que son de gran prioridad institucional, pero que no gozarían de gran éxito mediático si es que fueran lanzados a la agenda con el formato de convocatoria masiva. Por este motivo, para estos casos se usa la estrategia de canalizar la noticia tomando contacto con uno o dos medios, nunca del mismo tipo, a los cuales se les ofrece la información con carácter exclusivo. Tal vez esta es la forma más directa de influir en la agenda de un medio, aunque para concretar una verdadera influencia se debe considerar un medio que realmente tenga el perfil y el alcance que la noticia requiere. En estos casos los periodistas no sienten que les “fijaron” la agenda, ya que al mirar desde la perspectiva del producto final, las audiencias o lectores perciben estos temas “exclusivos” como aciertos periodísticos del medio o periodista. Hay que precisar que la entrevista también puede ser una salida con medios.

### Requerimiento de medios

Como habíamos señalado anteriormente, el trabajo de comunicación externa de las agencias hacia los medios de comunicación es la plataforma para influir en la agenda mediática, y esta se nutre de la dinámica de proactividad y reactividad, en un juego de “ataque y defensa”.

Los requerimientos de los medios son las solicitudes que hacen los medios respecto a una tema que ellos desean investigar, y se traduce en una entrevista (requisito ineludible cuando se trata de un medio audiovisual) o en la entrega de información verbalmente o por escrito. En algunos casos hay toda una negociación previa entre el medio y la agencia, respecto de cuánta información es pertinente entregar, sin que parezca que no hay voluntad de informar.

---

<sup>5</sup> Según nuestros registros sólo entre el 10 y el 30 por ciento de los periodistas que acuden a una conferencia de prensa, plantean una batería de preguntas o una conversación sobre un tema alternativo al de la convocatoria. Ver también Capítulo 6.

Aun cuando estos requerimientos surgen de las instancias de autogeneración de pauta de los medios, algunas veces corresponde al seguimiento de un flujo comunicacional impuesto por la agenda institucional.

Desde la perspectiva de las agencias, se puede advertir el efecto de agenda que tienen unos medios sobre otros, lo que es asumido por los mismos periodistas, de un tipo de medio hacia otro, ya sea de un diario a televisión o radio o viceversa.

El “ataque” y la “defensa” tienen características muy disímiles como productos comunicacionales. Por su misma naturaleza, mientras un hito comunicacional tiene la particularidad de ser replicado, los requerimientos generalmente son individuales o buscan serlo; por otra parte, las apariciones mediáticas fruto de la proactividad no generan muchos riesgos a la imagen de la institución, en cambio, los requerimientos de los medios, son potencialmente una posibilidad de abrir un flanco de debilidad comunicacional, que puede ser detectada y fácilmente explotada por los medios, según su lógica del conflicto y la fiscalización. Podemos concluir que una impecable hito comunicacional con alta convocatoria y transmisión limpia de mensajes, tiene relativamente el mismo valor que un requerimiento de un medio que desemboque en una noticia perjudicial, o peor aún, una noticia que ponga en la agenda un tema difícil de enfrentar para la institución. En el periodo evaluado se registró sólo un 3.6 por ciento de noticias negativas. Una mirada más cualitativa nos indica que tuvieron un efecto sobre la imagen de mayor ponderación, en virtud de los esfuerzos comunicacionales por revertir las situaciones generadas.

Hay casos, los llamados momentos de crisis, en los cuales surge un evento que se transforma en un flujo noticioso que es requerido por gran parte del espectro mediático, y donde cada uno de los medios compite por posicionarse con alguna perspectiva distinta sobre el mismo tema.

### Dossier de medios

Consiste en un trabajo de documentación, examen diario de la prensa informativa, de las revistas y de la prensa especializada, con el objeto de conocer la actualidad relevante para la institución que construyen día a día los medios. Constituye el archivo de aquellos recortes de medios que conciernen a los ámbitos donde la institución se ha hecho presente o se relaciona indirectamente. Además, el dossier de medios incluye una revisión constante a todos los medios definidos como relevantes para el accionar institucional, y la elaboración de un informe de carácter

diario donde se destacan los productos informativos donde apareció o fue mencionada la institución, o sus temas relacionados.

### Análisis cualitativo y cuantitativo del posicionamiento institucional

Trabajo de análisis estratégico del escenario público, que arroja el devenir de la actualidad representada en los medios u otros entornos. Concretamente, el estudio y evaluación de las carencias y posibles necesidades del público e información general de interés para la institución y generación de oportunidades o amenazas. Desde una visión cuantitativa, a partir del dossier de medios, el análisis de posicionamiento recoge además de la cantidad de noticias, el lugar y duración de las notas, que tipo de titulares se usaron, cuáles fueron los mensajes destacados, quienes fueron los otros protagonistas de los artículos, qué medios dieron más o menos espacio.

### Reporteo interno

Buscar información, dentro de la organización, para que pueda ser traducida y enviada a los medios de comunicación o público externo. Este trabajo de reporteo permite detectar fortalezas y debilidades respecto a los temas sobre los cuáles se desea actuar comunicacionalmente o sobre los cuales existe algún requerimiento mediático. Durante este proceso, se unifican criterios, se anticipan escenarios, se evalúan las apariciones anteriores respecto al tema y se seleccionan los voceros más apropiados, en lo que se denomina *media training*.

### Media training

Selección y asesoría a los voceros institucionales respecto a técnicas para enfrentar entrevistas, y elaboración y refuerzo de los mensajes institucionales.

### Plan de medios: caso contaminación del aire

El plan de medios es un diseño estratégico que incluye la mayor cantidad de elementos comunicacionales relacionados entre sí. Por lo mismo, más que abundar en su definición, ya señalada anteriormente, ejemplificamos la interconexión de elementos con este caso<sup>6</sup>:

---

<sup>6</sup> Plan Comunicacional para la Gestión de Episodios Críticos, CONAMA, 2005

- ✚ OBJETIVO: acercar a la ciudadanía aspectos técnicos-ciudadanos y hacer frente a la demanda mediática.
- ✚ ESTRATEGIA: posicionar lo estructural por sobre lo contingente
- ✚ ANÁLISIS DE ESCENARIO: año electoral, último año del gobierno de Lagos, alto impacto de obras viales, implementación del plan Transantiago, eventuales recortes de gas. Durante este año, como nunca anteriormente, se concretarán una serie de interesantes avances; ante este escenario, se diseñaron una serie de hitos comunicacionales que superen los episodios críticos, y que signifiquen acercar a la ciudadanía las tareas, responsabilidades y logros del Gobierno con respecto al tema.
- ✚ Al análisis de escenario anteriormente esquematizado, hay que agregar la posibilidad de que los candidatos al Congreso intenten posicionar temas de alta sensibilidad ciudadana, como el de la contaminación. Por lo pronto, hay que evitar que se hagan asociaciones entre contaminación e infecciones de carácter respiratorio, ya que técnicamente no es correcto, y contraatacar, posicionando el tema de la contaminación intradomiciliaria, a través de una campaña de autocuidado.
- ✚ DEFINICIÓN DE VOCEROS: vocerías técnicas, vocerías políticas, vocerías específicas.
- ✚ DEFINICIÓN DE HITOS: salidas a terreno, conferencias de prensa, sitios web
- ✚ OTROS FORMATOS: publicidad directa, volantes y otros materiales gráficos.
- ✚ MENSAJES: rescatar un tono positivo mostrando lo que se ha hecho, anticipación a críticas, llamados a la ciudadanía. En el tema del medioambiente y la contaminación atmosférica de la cuenca de Santiago, la evaluación que hacen los medios de comunicación y la opinión pública respecto de la gestión de la descontaminación del aire en la Región Metropolitana, pasa por cómo se enfrenta la gestión de episodios críticos de invierno (alertas y pre-emergencias).

### **3.3 Las campañas públicas y de difusión**

Las agencias comunicacionales, sobre todo las públicas, pueden ser directoras de campañas públicas de difusión. Las campañas públicas o de posicionamiento público buscan llegar al público masivo o de elite, usando la presión de las masas, usando los medios de comunicación, promoviendo las acciones o proyectos o acciones de una institución, o si esta se encuentra en el medio de una crisis, y sea objeto de críticas y desprestigio.

Si bien no existe un manual para las campañas de posicionamiento público, ya que por su naturaleza cada caso se hace muy distinto al otro, sí hay ciertos puntos en común que sirven de base esquemática para enfrentar al escenario público y mediático.

En la fijación de objetivos se debe realizar un diagnóstico subjetivo de la realidad, y reconocer que a lo que se debe apuntar es una coyuntura, a un momento temporal de la organización, no a la “esencia” de la misma. A continuación, se analizan los costos materiales y de los potenciales efectos de la campaña, y evaluar si efectivamente lo que se requiere es una campaña y no eventos de menor envergadura, más relacionados con las relaciones públicas.

Luego viene una fase diagnóstico objetivo, donde se analizan los públicos objetivos, se recopilan datos a nivel cuantitativo y cualitativo. Posteriormente, se elabora un bosquejo, que es muy importante para el testeo de la campaña. En esta etapa, se usan técnicas experimentales y cualitativas, las que indican elementos que se aprueben o se rechacen para la posterior campaña.

En la elaboración de la campaña misma, se usan los resultados del testeo previo, y se deciden los formatos (piezas gráficas o audiovisuales, plan de medios, relaciones públicas). Finalmente, se evalúa, contrastando los resultados con los objetivos, los gastos, y principalmente, la reacción de otros actores y la “realidad” previa.

### Una campaña arriesgada: el caso supermercados

El 30 de septiembre de 2004, TVN emitió en su programa Informe Especial un reportaje sobre como varias cadenas de supermercados incurrieron en prácticas irregulares al re-rotular y re-ensasar productos perecibles, como la carne y quesos, que se acercaban a su fecha de vencimiento, alargándoles su vida útil con el presumible interés comercial de por medio. Esta situación sólo fue registrada por el medio mediante cámara oculta, ya que a simple vista era algo difícil de pesquisar.

En virtud de la situación anterior, la dirección del Sesma / Seremi tomo la decisión de aumentar e intensificar la fiscalización a los supermercados, ya no sólo por el problema de las re-rotulaciones sino que endureciendo los criterios para la totalidad de las condiciones de higiene y seguridad que deben cumplir este tipo de establecimientos.

Durante el mes de octubre y noviembre se sucedieron más de 70 sumarios sanitarios y el cierre temporal de 5 supermercados, en condiciones evidentemente deplorables.

Esto se tradujo en tradujo en 6 hitos comunicacionales, consistente en 4 informes de fiscalización (con cierre incluido), una reunión con trabajadores de supermercados y otra, con los dueños.

Durante el 1 de octubre y el 2 de diciembre de ese año se produjo un flujo comunicacional que incluyó 120 apariciones mediáticas, y que duró con menor intensidad hasta el final de la investigación, en junio de 2005. En octubre este tema ocupó el 33 por ciento de las apariciones totales del Sesma; en noviembre, el 45 por ciento, y en diciembre, 5.2%. Este golpe noticioso influyó en que este fuera el semestre más “público” de la institución durante el periodo analizado, y 4 de las acciones comunicacionales fueron cubiertas por la totalidad de los medios, obteniendo el récord de 39 apariciones por el mismo tema, entre el 11 y 12 de noviembre.

Sin embargo, esta exitosa exposición trajo sus desventajas, que no se sintieron a nivel cuantitativo, puesto que si bien la ciudadanía aplaudió el celo fiscalizador contra estas grandes empresas, éstas no tardaron en reaccionar en el mismo terreno comunicacional, posicionando en escasos pero influyentes reportajes la idea de que detrás de esta campaña pública sólo escondía el interés de alcanzar notoriedad con fines políticos.

Este caso constituye un claro ejemplo sobre como se puede aprovechar un hecho importante para transformarlo en un evento con grandes dividendos comunicacionales, influyendo sucesivamente en la agenda de los medios, y también demuestra las desventajas de la sobre exposición, que induce al movimiento de otros actores institucionales quienes presumiblemente se defenderán en el mismo terreno.

### Las campañas y el marketing

Las campañas de difusión son el soporte para promocionar alguna medida, teniendo como objetivo el cambio conductual en la población o en un grupo determinado, usando técnicas similares a las del marketing comercial.

Una manera de aproximarse a las campañas se basa en la experiencia del marketing social, que usa los principios de la mercadotecnia aplicados a los

conceptos sociales. Esta idea se funda en el principio fundamental del intercambio: los individuos participarán en transacciones sólo hasta el punto en que el intercambio les sea útil. Esto significa que para que las campañas tengan éxito, no sólo deben intentar inducir sacrificios individuales en pos de un beneficio colectivo, sino que deben incluir incentivos o el riesgo de sanción.

Tal como el marketing comercial, el marketing social debe identificarse con la respuesta a un cierto esquema básico: producto, precio, lugar, promoción y posicionamiento. Estos elementos, junto a segmentos de audiencia, comprensión del mercado, comunicación masiva y retroalimentación, deben ser considerados para el diseño de acciones de un plan de medios.

Por otro lado, el marketing político es el conjunto de técnicas de investigación, planificación, administración y comunicación que se usan en el diseño y ejecución de acción estratégicas y tácticas a lo largo de una campaña, ya sea electoral o de difusión institucional (Rodríguez Pandiani, 2001). Es por este último aspecto que se puede considerar al marketing político como una disciplina con campo de acción propio y alcance amplio y múltiple, permitiendo comunicar más eficientemente sus mensajes, no sólo a actores electorales, sino que a todo tipo de protagonistas institucionales que se acerquen al escenario público.

En una agencia gubernamental es un deber moral encarar las acciones comunicacionales como acciones de marketing social, para materializar lo que llamamos *vender* las políticas públicas. En este sentido, los conceptos de campañas de comunicación pública se pueden aplicar a eventos de menor volumen temporal, pero no por eso menos complejos, como por ejemplo, las campañas de Fiestas Patrias o Semana Santa.

El Sesma / Seremi desarrolla una labor técnica cuyo objetivo es la seguridad sanitaria de la población de la Región Metropolitana, mediante la fiscalización de actividades y la promoción de las conductas saludables. Este accionar busca adquirir un carácter simbiótico con la población, mediante la apelación al autocuidado. La entrega de recomendaciones y de mensajes tranquilizadores, por medio de una adecuada planificación comunicacional es clave; por lo tanto, hay que considerar a los planes de medios como campañas que requieren ser evaluadas, principalmente desde la perspectiva de la reproducción de mensajes y el contacto con los públicos objetivos.

### 3.4 Algunas falencias en la comunicación externa institucional

Un alto porcentaje de las noticias que aparecen en diarios, revistas e informativos de radio y televisión emana de organismos públicos. Una de las quejas más comunes de los periodistas se refiere a la burocracia y a las restricciones que deben enfrentar al reportear en el sector público. Por una parte, están los problemas en el manejo de la información por parte de los organismos públicos y por otra, los tipos de información existente y la subutilización de este material por parte de los periodistas.

En el estudio "El sector público como fuente informativa", de Elena Irrarázaval se esbozan ciertas tendencias sobre el trabajo de los departamentos de Comunicaciones de varias instituciones públicas, entre las cuales no se cuenta la que es objeto de este estudio.

Carencia de centralización informativa. Los departamentos de Comunicaciones, que podrían centralizar la información de cada repartición, en general no lo hacen. Su labor se orienta más bien a organizar conferencias de prensa y a difundir las noticias que les interesan. En ocasiones, los relacionadores públicos desconocen incluso la estructura de la institución donde trabajan (Irrarázaval, 1995).

Normas imprecisas en relación al manejo informativo. Por lo general, en las instituciones fiscales no existen ordenamientos claros respecto a la entrega de información, lo que implica que esta labor dependa en gran medida de la "buena voluntad" del relacionador público o de la bibliotecaria a cargo (Irrarázaval, 1995).

Influencia de las políticas informativas de la autoridad. En la disponibilidad de información inciden claramente las directrices establecidas por la autoridad a cargo. Es lo que ocurrió en la Oficina Nacional de Emergencia (Onemi), donde tras una serie de escándalos, el nuevo director instauró una política de "puertas abiertas" y autorizó a los funcionarios para que entreguen información en cuanto se les solicite (Irrarázaval, 1995). Esto no es tan recomendable sino que más bien, la política de vocero debe ser bien definida.

Agregamos:

Problemas de infraestructura y organización. Falta de insumos materiales y departamentos mal diseñados.

## IV. El enfoque de las comunidades de práctica en el flujo comunicacional organizacional

### 4.1 Las comunidades de práctica

Esquematisando las acciones de los departamentos de comunicaciones, enumeramos las siguientes tareas:

<b>Actividades Departamento de Comunicaciones</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>❑ Asesorar en el ámbito comunicacional a todas las dependencias de la organización.</li><li>❑ Organizar ceremonias, protocolos y otras actividades de relaciones públicas.</li><li>❑ Elaborar propuestas de comunicación interna, externa y estratégica de la organización.</li><li>❑ Diseño de estrategias comunicacionales y elaboración de ideas fuerza para enfrentar escenarios emergentes.</li><li>❑ Realizar periódicamente diagnósticos y análisis comunicacionales sobre el posicionamiento de la institución y temas coyunturales de interés para la institución.</li><li>❑ Producir conferencias de prensa, entrevistas, salidas a terreno y otros formatos de acciones comunicacionales donde participen voceros institucionales.</li><li>❑ Elaborar y difundir productos informativos tales como comunicados de prensa, material gráfico y todo tipo de respuestas a los medios de comunicación.</li><li>❑ Manejar informado al público de la organización por medio de los canales de comunicación internos de boletines y formatos electrónicos.</li><li>❑ Recolectar y difundir internamente información publicada en los medios sobre la misma institución y sobre temas relacionados, manteniendo un archivo de estos informes.</li><li>❑ Editar publicaciones institucionales en diversos formatos.</li><li>❑ Supervisar la producción del material gráfico institucional.</li><li>❑ Informar y asesorar a la respectiva instancia directiva sobre los planteamientos de los actores públicos y privados con respecto a inquietudes y problemas. Esta misma tarea se replica para el público interno.</li><li>❑ Editar y actualizar el sitio web institucional, tanto los contenidos permanentes como los temporales.</li><li>❑ Reportear internamente en los distintos departamentos técnicos y</li></ul>

administrativos para manejar información que permita anticipar escenarios riesgosos u oportunidades afines para la institución.

Al observar este esquema queda bastante claro que un departamento de Comunicaciones tiene a lo menos dos preocupaciones fundamentales: la comunicación externa y la interna, no obstante pueden agregarse otras nomenclaturas subsidiarias a estas áreas, tales como difusión de estudios, producción de eventos, etc. Para nuestras intenciones adquiere relevancia el área de las comunicaciones externas, sin embargo hay muchas situaciones que no quedan descritas en el esquema, en las cuales se deben conjugar ambos “mundos”. Para complementar el sentido de este esquema y dar cuenta de estas instancias “fronterizas”, introducimos los conceptos de las comunidades de práctica.

La idea principal de Etienne Wenger en su libro *Comunidades de práctica* es que el aprendizaje (es decir, la creación y la transmisión de conocimiento) se produce a menudo en el seno de grupos sociales denominados comunidades de práctica. Esas comunidades se configuran en torno a una tarea determinada que los integrantes del grupo deben llevar a cabo. Dentro de la comunidad, la tarea y el aprendizaje se realizan simultáneamente, de manera que no se puede separar uno de otro. Considera que el aprendizaje basado en la participación puede ser muy beneficioso para las organizaciones. Las tres dimensiones de una comunidad de práctica son el compromiso mutuo, una empresa conjunta y un repertorio compartido (creación de recursos para compartir significado).

Las comunidades de práctica son historias de aprendizaje compartidas y tienen conexiones con el mundo exterior, y unirse a una de ellas, significa hacerlo con sus relaciones con el resto del mundo. Al interior de este trayecto conceptual emerge la figura de los *límites* donde se abordan las continuidades y discontinuidades que se dan por la definición de límites entre quienes han participado y no han participado en la comunidad de práctica.

Sumariamente, se puede decir que los principales conceptos que se relacionan con la idea de límite implican que participación y cosificación son fuentes de discontinuidades y conexiones. A su vez, las mismas comunidades de práctica son fuentes de conexiones y discontinuidades. Por otra parte, se forma un panorama social de límites y periferias.

Un límite se puede **cosificar** con indicadores explícitos de afiliación como vestimenta o ritos de iniciación. Depende eso sí, de la **participación**. Por ejemplo,

participar de una jerga profesional puede distinguir tanto como un certificado, los contactos y un título. En el caso del departamento de Comunicaciones, interesa destacar la cosificación que se consigue con los comunicados de prensa, los cuales no están definidos como tales en ningún recodo de los estatutos de la administración pública ni tampoco están formalizados a nivel interno. Aun así, se constituyen en uno de los principales productos de la comunicación externa y adquieren más fuerza aún al entrar al circuito de la opinión pública, al poner por “en juego” la voz oficial del Sesma / Seremi. En su elaboración participan funcionarios de distintas áreas, según sea el tema, pero en su redacción final sólo participan periodistas, en cuanto conocedores de las formas y sentidos de los textos periodísticos. Esta cosificación, y la participación excluyente del departamento de Comunicaciones, constituyen una fortaleza para enfrentar el problema central de la comprensión de la importancia del trabajo de esta unidad ante el resto del Servicio, que empezamos a desarrollar desde allá. La creación de un producto influye mucho, puesto que se valora mucho lo tangible. Desde este punto de vista se recomienda la difusión de este tipo de comunicados también a nivel interno.

Por otra parte, los informes técnicos, que pueden ser considerados formularios que son solicitados por el departamento a los respectivos subdepartamentos técnicos, para nutrirse de información y así elaborar los comunicados de prensa, sí constituyen puentes de significado, ya que los funcionarios de Comunicaciones van acumulando una experticia basada en la reiteración de algunos temas y en la comprensión de los informes, requisito fundamental para poder elaborar un texto periodístico basado en dicha información. Al aprender muchos de estos aspectos técnicos pueden proveer la información que algún medio requiera, logrando incluso satisfacer esta demanda sin tener que llegar a preparar a un vocero. Sin embargo, este relevo sólo puede ser considerado como algo complementario y excepcional, puesto que es mucho mejor para una autoridad pública, aún más una con competencias en temas de salud, que se exprese una opinión con respaldo técnico identificable.

La multifiliación tiene el potencial de crear diversas formas de continuidad entre las comunidades de práctica. Y además esto se da por cosificación y participación. Hay dos tipos de conexiones: **objetos** (documentos, términos, conceptos, etc.) y **correduría** (conexiones proporcionadas por personas que pueden introducir elementos de una comunidades de práctica). Los corredores a veces enfrentan el desarraigo, y pueden frenarlo desarrollando prácticas compartidas, y según Wenger es recomendable que estén siempre ni adentro ni afuera.

La *correduría* la desempeña la jefatura del departamento de Comunicaciones al pertenecer al Comité Directivo de la institución, cuestión que coincide en lo señalado por Wenger, al decir que los directivos ejercen funciones de *correduría* entre diversas prácticas. Estos procesos de importación y exportación, supone procesos de traducción, coordinación y alineación entre perspectivas. Sin embargo, esta actuación es limitada porque no existe la suficiente voluntad para influir en el desarrollo de una práctica, movilizar la atención y encarar conflictos de intereses, aun cuando la legitimidad existe. Generalmente se logra la atención de una práctica, pero no existe la fuerza suficiente para actuar sobre el desarrollo de una comunidad, cuestión que se echa de menos a la hora de socializar la importancia estratégica del papel de las comunicaciones externas.

La *cosificación* y *participación* presentan diversas características y se complementan. Las ventajas de la *cosificación* es que no tiene limitación física, pero puede tener interpretaciones divergentes. La ambigüedad de la *cosificación* permite el acomodo a puntos de vista diferentes, pero a la vez puede que surjan malentendidos. En la *participación* el problema es la parcialidad. Para aprovechar esta complementariedad, personas y artefactos deben viajar juntos.

Wenger también describe encuentros en el límite que son claves para la negociación de significado. Estos encuentros son las reuniones, conversaciones y visitas. Pueden tener varias formas: uno a uno, *inmersión* y *comisiones*. Sus efectos conectivos dependen de las relaciones internas y limítrofes entre los implicados.

En las relaciones **uno a uno** sólo se trata la relación limítrofe que hay entre ellos. La ventaja es que pueden hablar con franqueza de sus propias prácticas. La desventaja es que sólo refleja la parcialidad de cada interlocutor. En la **inmersión**, la exposición es más intensa, pero es unidireccional.

En las **comisiones**, la negociación de significado se produce al mismo tiempo entre los miembros de cada práctica y a través del límite. Esto permite a cada comunidad de práctica conocerse a sí misma y al resto, es bidireccional, pero su desventaja es que sus integrantes pueden perpetuarse.

La comunicación externa cuenta con dos estrategias de posicionamiento: una reactiva y una proactiva. La primera implica responder de la manera más rápida y completa posible a los requerimientos que tienen los distintos medios de comunicación sobre los variados temas que trata la Seremi de Salud RM, sean estos producidos por la contingencia, la estacionalidad o el interés general. Se debe asumir una postura de puertas abiertas, acorde con los principios que actualmente

se tratan de asociar a la gestión pública. En este sentido, no cabe aquí, como ocurre con las comunicaciones estratégicas de la empresa privada, un distanciamiento con los medios o un posicionamiento breve e impersonal ante una crisis: siempre cuando es consultado por algún tema de su competencia, el departamento de Comunicaciones del Sesma / Seremi de Salud RM debe gestionar prontamente la aparición de algún vocero calificado para que entregue la información solicitada.

El carácter proactivo de la labor del departamento de Comunicaciones se basa en el supuesto de que un buen posicionamiento comunicacional le brinda al Sesma / Seremi la posibilidad de que sus mensajes, siempre de interés público, lleguen más y mejor a la ciudadanía. La presencia institucional en los medios es fundamental para el desarrollo de una organización comprometida con la gente, que usa los canales de información para informar, educar y prevenir, modificando conductas que implican mejorar los niveles de protección a la salud de las personas. Todas las semanas, la Seremi está apareciendo en todo tipo de medios. El interés ciudadano respecto de las áreas técnicas donde la Seremi ejerce su campo de acción obliga a ser proactivos con los medios, buscando los canales y formatos adecuados para llegar certeramente a la mayor cantidad de gente, y de esta manera prevenir y orientar.

El perfil de la Seremi significa innumerables participaciones de sus funcionarios en espacios de servicio a la comunidad, programas interactivos, y también en otros formatos más segmentados, donde la opinión de la Seremi dota a las entregas informativas de un peso inobjetable.

Lo central de toda la estrategia, y lo que se hace necesario socializar ante la constelación de comunidades de práctica del Seremi es que la presencia mediática institucional no es sino el corolario de los esfuerzos técnicos que el Seremi desarrolla en terreno y que se ven potenciados al usar el poder amplificador de los medios de comunicación de masas. Es la mejor forma de “vender” el trabajo que hace el organismo. Para que esta mediación funcione es indispensable entregar mensajes claros a los medios para que sean reproducidos fielmente, y logren empatía con el público, el destinatario principal de las acciones del Seremi.

#### **4.2 La difícil empatía entre el trabajo técnico y el comunicacional**

Decíamos que sin embargo, el valor agregado que proporciona un buen manejo comunicacional no ha sido internalizado por una cantidad de considerable de funcionarios, incluso por algunos que eventualmente podrían ser considerados voceros. Es aquí donde radica el problema, y la solución puede ser vista desde las

continuidades y discontinuidades de las comunidades de práctica, mediante un desarrollo adecuado de **comisiones**.

Elaborar algún informe o enviar algún tipo de información para ser publicitado por el departamento de Comunicaciones es traducido por otras comunidades de práctica como un esfuerzo extra o una tarea que distrae de las labores habituales. Por otro lado, también es considerado un trabajo que se hace “para otro” o del cual no se conoce su funcionalidad plena. Esto se produce porque hay falta de socialización del concepto de que salir bien en los medios ayuda a toda la Seremi. En menor medida, falta explicar cuál es el sentido de que exista un departamento encargado de las comunicaciones, considerando que para la mayoría del personal puede ser más visible la parte interna.

Además de la importancia del papel de las comunicaciones, hay problemas de entender la lógica de este tipo de clientes. En general, falta implementar un concepto de atención global a los medios. El Departamento atiende a los medios, pero para atenderlos por completo debe gestionar que los voceros o funcionarios del departamento técnico, también atiendan a los medios. Si bien la dirección atiende la mayoría de los requerimientos de entrevistas, para llegar a ello necesita información técnica, e incluso en una cantidad no menor de casos, son otros funcionarios quienes conceden las entrevistas. Estos funcionarios no comprenden el *para qué* de su requerimiento y terminan relacionándose con el cliente-medio, que viene con otras lógicas, asumidas por el departamento de Comunicaciones, pero no comprendidas por el funcionario, principalmente en lo que respecta a los tiempos de respuesta.

Estos funcionarios no comprenden la urgencia de medios, ni las características especiales de algunos medios audiovisuales, por lo que en definitiva se produce una fricción entre los objetivos del departamento de Comunicaciones y la forma de trabajo del resto de los subdepartamentos técnicos.

No es necesario inducir a todo la Seremi a que comprenda el total funcionamiento del sistema de medios, pero sí es necesario que se asimile que la relación institución-medios es importante, y que el buen manejo de esta relación depende de que el departamento de Comunicaciones pueda entregar un producto de calidad y oportuno, ya sea en forma proactiva o reactiva. La complejidad del tema pasa porque este Departamento necesita insumos de manera transversal de la gran mayoría de los subdepartamentos técnicos, a diferencia de estos, cuyas acciones son autogeneradas.

Es necesario que se entiendan que generalmente las prioridades se pueden llegar a establecer a través de los medios de comunicación, y que sólo jugando dentro de su lógica (personalización, dramatización, etc.) se puede obtener provecho de estas herramientas tan relevantes en el panorama contemporáneo.

Otra cuestión que se hace necesaria es capacitar a los voceros, para que además de internalizar el valor del trabajo con los medios, estén preparados formalmente para enfrentar una entrevista. Para ellos se hace necesario un trabajo en **comisión** entre las comunidades de práctica de comunicaciones y subdepartamentos técnicos, que detecten potencialidades y carencias de los voceros seleccionados.

Por otra parte, la práctica es fuente de su propio límite por medio de las características propias de las comunidades de práctica: los participantes establecen relaciones estrechas y desarrollan una idiosincrasia de participación mutua; comprenden al detalle la empresa de la que participan, desarrollan un repertorio que puede no tener referencias para alguien ajeno. La práctica también puede ser una forma de conexión: el compromiso mutuo construye relaciones, mantener las conexiones se transforma en la empresa, y el repertorio incluye elementos limítrofes que articulan las formas de afiliación implicadas.

Hay tres formas en que la práctica va más allá de los encuentros limítrofes y se transforma ella misma en una conexión. La primera son las **prácticas limítrofes** que consisten en comisiones que se establecen de manera permanente, con un compromiso mutuo. Su empresa precisamente es tratar con los límites y mantener conexiones abordando conflictos, conciliando perspectivas y encontrando soluciones. La práctica resultante es una especie de correduría colectiva. Esto sólo funciona si no se transforma en algo demasiado complicado. Sus aspectos positivos son la combinación de cosificación y participación que tiende a superar los problemas de los objetos limítrofes y los corredores que sufren aislamiento. Otro problema que pueden tener es que terminen separándose de las prácticas que se suponen deben conectar, fruto de un gran impulso propio.

En las **superposiciones** no hay una empresa específica, sino que es una superposición directa y sostenida entre dos prácticas. En este caso, Alinsu, la empresa reseñada por Wenger en su libro, tiene características similares al Sesma / Seremi en lo que respecta a la Oficina de Atención al Usuario, entre los funcionarios que tramitan solicitudes y los que brindan apoyo profesional a los usuarios. En el ejemplo de Alinsu, en un principio cada departamento de tramitación tenía su propio cuerpo de técnicos que trabajaba en el mismo espacio físico que el resto de los tramitadores. Luego, a la dirección le preocupaba que

estos técnicos estuvieran muy dispersos, y los juntaron para que tuvieran más contacto y resolvieran cosas de manera uniforme. El problema es que al perder el contacto, los técnicos ya no podían compartir conocimiento para que los tramitadores resolvieran más problemas por su cuenta; a su vez los tramitadores temían equivocarse y empezaron a mandar más problemas a la oficina de los técnicos. Esto hizo que el departamento técnico de Alinsu colapsara con solicitudes. Los técnicos volvieron a ubicarse en las tramitaciones, pero conservaron su estructura propia. Esto hizo que estas dos comunidades de práctica volvieran a superponerse, pero sin fusionarse, con distintas empresas, y los técnicos con compromiso en ambas.

Sin relación directa con los temas de comunicación externa, mencionamos que en la Seremi se repite este modelo de superposición, aunque consignaremos que en este caso no se intentó separar físicamente a ambas comunidades de práctica.

La tercera forma en que la práctica va más allá de los encuentros limítrofes y se transforma ella misma en una conexión es bajo el concepto de **periferias**. Una periferia es una manera de acceder a una práctica, informalmente, sin someterse a las demandas de afiliación. Puede ser mera observación o algo que suponga más compromiso. Es un lugar que no está dentro ni afuera y que dota de cierta permeabilidad a la práctica. Las comunidades de práctica dejan en cierta medida entrar a personas ajenas, normalmente al proporcionar o recibir un servicio (como en la propuesta señalada anteriormente del taller de vocerías, donde también deben participar actores), al cumplir los requisitos de un escrutinio público (auditorías) y también en actividades de relaciones públicas. En este último punto queremos detenernos puesto que consideramos que es una perspectiva que permite un intercambio fluido de significados y apoya la internalización de la importancia de la relación Seremi-medios. Ejemplos de contacto periférico son las actividades comunicacionales organizadas por la Seremi, que incluyen salidas a terreno y fiscalizaciones en compañía de periodistas, permiten un acercamiento e intercambio de las prácticas de las comunidades de los técnicos de la Seremi y los medios, que se comporta como un importante complemento práctico a lo que se les puede enunciar teóricamente sobre la realidad de los medios de comunicación de masas, desde el departamento de Comunicaciones.

La internalización misma de la importancia de la relación Seremi-medios y el saber “vender” la gestión pública, entra en el terreno de lo no formal, es una **periferia**, puesto que cada vez que se enfrenta una entrevista el encargado de medios prepara la información junto con el responsable técnico y desliza comentarios acerca de la realidad de los medios de masas, sus lógicas, los riesgos que encierra

una entrevista, los objetivos detrás de cada nota periodística, etc. En ese punto se aprecian las distintas recepciones, de quienes asumen esta responsabilidad en virtud del cargo y la oportuna comunicación a la ciudadanía de algo que puede afectar su salud. Otros, lo asumen como sobrecarga de trabajo y no proyectan su valor. Hay algunos que comprendiendo la lógica de los medios, en el sentido de que sólo una pequeña parte de la información preparada será publicada, minimizan finalmente el papel de los medios, no discriminando que un mensaje corto multiplica su emisión gracias a la distribución masiva de los medios.

En definitiva, una comunidad de práctica es un nodo de compromiso mutuo que va por capas desde la afiliación central hasta la periferia extrema. La relación entre estas capas ofrece múltiples oportunidades para aprender. La periferia es un área muy fecunda para el cambio: en parte se encuentra fuera y está en contacto con otros puntos de vista; en parte se encuentra adentro y es probable que las perturbaciones se propaguen. La comunidad de práctica se desarrolla a medida que la comunidad renegocia constantemente las relaciones entre su centro y periferia.

A medida que las comunidades de práctica se diferencian y se entrelazan mutuamente, constituyen un complejo panorama social de prácticas compartidas, límites, periferias, superposiciones, conexiones y encuentros. La textura de continuidades y discontinuidades de este panorama está definido por la práctica y no por la afiliación institucional, y el panorama configurado es un tejido de límites y periferias.

Las comunidades de práctica son por esencia “informales” lo que no significa que sean desorganizadas o con estatus informal, sino que son en esencia producidas por sus miembros y su mutua participación. Las comunidades de práctica evolucionan de manera orgánica escapando de las descripciones formales y el control. En consecuencia, el panorama de las prácticas es incongruente con las estructuras cosificadas de afiliaciones, divisiones y límites institucionales.

Los límites de las comunidades de práctica no coinciden necesariamente con los límites institucionales, porque la afiliación no está definida institucionalmente. El carácter de la membresía o donde se abre la periferia es algo que se define con el quehacer de la práctica. Un límite institucional no define necesariamente a una comunidad de práctica. Un grupo de trabajo, un comité o un barrio pueden no constituir una práctica, pueden ser múltiples prácticas o no haber desarrollado lo suficiente una práctica propia. Los límites de la comunidad de práctica se renegocian constantemente, definiendo formas de participación fluidas.

Los límites y periferias son los bordes de las comunidades de práctica. Los límites son las discontinuidades: distinción entre interior y exterior, afiliación y no afiliación, inclusión y exclusión. Las periferias son las continuidades: superposición, conexiones, encuentros, participación para personas ajenas. Los límites y periferias están entrelazados. A un observador se le permite “entrar” a una comunidad de práctica para conocer en detalle el trabajo (periferia), pero de vez en cuando se deslizan ciertos elementos que le hacen recordar que es un ajeno (límite).

Uno de los caminos por donde se puede empezar a gestionar conocimiento es el de la práctica compartida. Por ello es válido que los voceros y todos los funcionarios entiendan la relevancia de la comunicación pública y la relación entre la Seremi y los medios.

El aprendizaje no se puede diseñar: sólo se puede facilitar o frustrar. Por lo tanto no se puede diseñar una comunidad de práctica que solucione este problema pero sí se puede reforzar las periferias y las comisiones que ayudan a la participación y aprendizaje.

Se hace evidente que sería imposible su realización sin los **pequeños trucos** (como enseñar *tips* para enfrentar una entrevista, mirar al periodista y no a la cámara, conversar un buen rato antes de grabar, no hablar más de lo que estrictamente se está preguntando, no asentir a preguntas dirigidas) que los miembros de la comunidad van ideando y transmitiendo, la ayuda que los **veteranos** prestan a los que empiezan o el **ambiente agradable** (motivar el ego de los voceros por aparecer en los medios, decirles que lo hacen bien, que los ven y los reconocen). En las comunidades, la práctica no es tan sólo algo funcional, es un proceso por el cual experimentamos el mundo y por el que éste adquiere sentido.

Cuando hablamos de una agencia de comunicaciones, debemos distinguir si se trata de una sección administrativa que forma parte de una organización de manera permanente, o bien, de una consultora o agencia que asesora eventualmente a la organización, entidad o persona natural que así lo requiera. Es muy usual que dentro de una misma organización el resto de los empleados o funcionarios no sepa bien qué hace la unidad o departamento de comunicaciones respectivo.

No existe una buena comunicación externa sin una buena política de comunicación interna; dos caras de una misma moneda que se mantienen unidas en su planteamiento teórico pero que en la práctica institucional existe una disociación.

Los voceros deben estar convencidos de su labor ante los medios. “Me entrevistaron 20 minutos y sólo incluyeron 20 segundos de los que dije”, es una frase recurrente de quienes actúan como voceros institucionales, o de quienes por alguna circunstancia deben enfrentar alguna entrevista. Para manejar esta tensión, con la certeza de que la lógica mediática, especialmente la audiovisual, evita el análisis reflexivo y profundo, y más bien busca la ilustración y la emoción, es vital empatizar con el vocero en cuanto a la relevancia de la entrega de la información y la uniformidad de los formatos mediales, es decir, que no sólo le ocurre a él, sino que hasta al Presidente de la República.

Un tratamiento similar se usa cuando las críticas responden a la poca profundidad de las preguntas de los periodistas. Esta nueva tensión sólo da cuenta de la complejidad de la relación entre estas dos lógicas, y la importante consideración que se debe tener sobre ella para la construcción de estrategias comunicacionales que buscan influir sobre la agenda de los medios, precisamente sobre la adecuación entre ambas lógicas y el juego entre actores de uno y otro lado, con el equilibrio necesario entre resguardo y respuesta para evitar que ninguno termine por imponerse, o por lo menos que el otro no lo sienta así.

En el caso de la Seremi no hay una gran cantidad de estudios, y cuando lo hay generalmente se proyectan comunicacionalmente; por contrapartida, la carencia de estos elementos se subsanan con la elaboración de estadísticas de fiscalización que son apetecidas por los medios. Hay que saber ser una buena fuente, porque así todos ganan. El ser una buena fuente implica mantener buena relación con los medios pero también internamente, para llegar en forma rápida y confiable a los datos y la elaboración de escenarios relacionar con comunidades de práctica.

## V. El posicionamiento mediático de la institución

### 5.1 El posicionamiento institucional desde la perspectiva de los medios

La gran mayoría de los estudios sobre los efectos de los medios en la opinión pública están referidos, y así fue su génesis, a momentos electorales importantes, como una elección presidencial, y principalmente lo evaluado eran las figuras de los candidatos, y la correspondencia entre la agenda mediática y la de la opinión pública. Este estudio pretende eludir esa “tentación” fijándose más que nada en temas, instalándose desde una perspectiva de efectos limitados y de carácter acumulativo, redirigiendo la observación hacia la relación entre la agenda de los medios y la agenda institucional.

Sin perjuicio de la existencia de teorías que nieguen la condición omnipotente de los medios y otras que hablen de las múltiples maneras de recepción, decodificación y mediación de los mensajes de parte de las audiencias, hemos coincidido en que “estar en los medios” es relevante para la imagen de una organización.

Generalmente los temas y protagonistas noticiosos que tratan los medios coinciden con los temas donde el grueso de la población termina involucrándose. Por lo tanto, la presencia mediática es un indicador que, considerando la condición acumulativa de ciertas ideas y mensajes en la opinión pública, configuran dinámicamente la imagen de cualquier organización en el escenario público.

De esta forma, uno de los insumos metodológicos fundamentales de esta investigación consiste en la medición y registro de 18 meses (entre enero de 2004 y junio 2005) de apariciones mediáticas del ex Sesma y actual Seremi de Salud RM en los medios de alcance nacional. Para sistematizar esta medición y asignarle un sentido a sus resultados hemos creado algunos indicadores que describen de manera más acotada la relación entre apariciones mediáticas, acciones comunicacionales institucionales y agenda de los medios.

Para estos efectos se considera como una aparición mediática a una nota audiovisual, escrita o de internet, donde sea citado o intervenga alguno de los voceros institucionales, o bien, sea mencionada la Seremi de Salud RM, el Sesma o Autoridad Sanitaria RM, uno de los nombres de fantasía de la institución. Durante el periodo analizado se registraron 1696 apariciones, lo que constituye el **Índice de Posicionamiento Mediático**, que en definitiva describe lo publicado en los medios acerca del Sesma / Seremi.

**Gráfico 1**  
**Total Apariciones Mediáticas (Sesma / Seremi)**  
**Enero 2004-Junio 2005**

Enero	67	Julio	21	Enero	53
Febrero	172	Agosto	150	Febrero	86
Marzo	49	Septiembre	107	Marzo	110
Abril	116	Octubre	150	Abril	77
Mayo	87	Noviembre	108	Mayo	87
Junio	73	Diciembre	135	Junio	48
<b>2004</b>	<b>564</b>	<b>2004</b>	<b>671</b>	<b>2005</b>	<b>461</b>
					<b>1696</b>

Los medios considerados son los siguientes:

Prensa: El Mercurio, La Tercera, La Nación, Las Últimas Noticias, La Cuarta, La Segunda y Siete. En la categoría “otros” se incluye: La Hora, La Hora de la Tarde, Publimetro, Diario Financiero y Estrategia.

Televisión: TVN, Canal 13, Mega, Chilevisión y La Red.

Radio: Cooperativa, Bío Bío, Chilena, Agricultura y W. En la categoría “otras” se incluye: Universidad de Chile, Infinita, Pudahuel, Futuro, Duna, Nina, Amistad, Universo, Horizonte, Zero, Nuevo Mundo, Portales y Santo Tomás.

Internet: Emol.com, ElMostrador.cl, LaNacion.cl, Lun.com, Tercera.cl, Terra.cl, Cooperativa.cl. En la categoría “otros” están incluidos Chile.com, LaSegunda.com, entre otros.

La medición incluye la fecha; el vocero o la mención institucional; el medio y la sección o espacio programático, según corresponda; el tema y un breve resumen de la noticia.

Desde el punto de vista de la reproducción de mensajes se diseñó una **clasificación de noticias** que describe el potencial efecto de cada aparición, ya sea si produce un perjuicio a la imagen, si sólo es una referencia, si ayuda al posicionamiento comunicacional, si da cuenta de la pasividad o de la proactividad de la institución.

**Índice de Posicionamiento Mediático / Clasificación de noticias**  
**Enero 2004 – Junio 2005**

861	50.8%	Celeste	Apariciones motivadas directa o indirectamente por acciones comunicacionales propias (Proactividad)
399	23.5%	Amarillo	Respuestas institucionales asociadas a requerimientos de medios sobre temas coyunturales (Reactividad)
261	15.4%	Verde	Menciones referenciales a la institución, en temas contingentes o atemporales
114	6.7%	Anaranjado	Respuestas a denuncias, consultas de la comunidad o requerimientos de temas atemporales (Reactividad)
61	3.6%	Rojo	Noticias donde es posible advertir elementos contraproducentes a la imagen del Servicio (Reactividad)

En la medición se reseñan también, los **principales temas** que situaron públicamente el quehacer comunicacional del servicio en este periodo, junto con datos sobre quiénes, en calidad de **voceros institucionales**, respaldaron tales apariciones.

El **Índice de Efectividad Comunicacional** es una construcción basada en la relación entre las actividades propuestas por el Sesma / Seremi y su cobertura en los medios. Consiste en describir una relación entre la agenda institucional, es decir, entre los temas que la organización priorizó para instalar en el escenario público, y lo que efectivamente fue publicado en los medios. Un índice relacionado es el **Índice de Proactividad Comunicacional** que mide cuantas acciones propias se han realizado y la ponderación en el recuento final de las apariciones; a la vez, se pretende medir un efecto inverso, esto es, cuántas de las apariciones mediáticas del Sesma / Seremi corresponde a la agenda propia de los medios, ya sea sobre temas coyunturales, crónicas atemporales, denuncias o noticias perjudiciales.

Esta agenda propia de los medios se establece, puesto que por una cuestión de técnica periodística, en cualquier tema de salud ambiental (o salud pública en el caso de la transformación en Seremi) el Sesma / Seremi, es una fuente relevante, por lo que de un requerimiento periodístico se desprende el surgimiento de un tema propio de los medios, a veces fruto de la investigación, otras, producto de las denuncias de la comunidad.

Según se describe en el Capítulo 3, los principales productos comunicacionales que usan las instituciones de manera proactiva para influir en la agenda de los medios son las conferencias de prensa, los comunicados de prensa y las salidas con medios. Con estas herramientas se espera lograr cobertura inmediata y también la

generación de entrevistas relacionadas dentro de las 24 y hasta 48 horas después del hito comunicacional.

En el periodo analizado, el Sesma / Seremi realizó un total de 91 acciones comunicacionales, desglosado en 38 salidas con medios, 28 comunicados de prensa y 25 conferencias de prensa, con un promedio de 5.05 actividades por mes.

En la vereda de enfrente, los principales requerimientos de los medios son la entrevista con vocero institucional, seguido de la entrega de datos sin mediar entrevista. Esta medición se hace desde la perspectiva de las apariciones mediáticas, por lo que se consideran sólo los requerimientos que originaron publicaciones en los medios. En definitiva, 349 fueron las entrevistas requeridas, con un promedio de 19.38 por mes.

**Índice de Proactividad Comunicacional /  
Acciones Comunicacionales y Requerimientos Externos  
Enero 2004-Junio 2005**

	Salida con medios	Conferencia de Prensa	Comunicado de Prensa y Entrevistas	Total	Entrevistas Requeridas
Enero	3		1	4	10
Febrero	2	1	1	4	47
Marzo		1		1	10
Abril	4	1	1	6	11
Mayo	2		1	3	16
Junio	1		4	5	9
Julio				0	10
Agosto	3	3	5	11	9
Septiembre	4	1	2	7	20
Octubre	2	1	3	6	45
Noviembre	2	3		5	23
Diciembre	5	4	1	10	29
Enero	1	1	1	3	16
Febrero	5		1	6	15
Marzo	3	3	2	8	22
Abril	1		3	4	23
Mayo		3	1	4	18
Junio		3	1	4	16
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>25</b>	<b>28</b>	<b>91</b>	<b>349</b>

El objetivo de cada acción comunicacional no es en sí mismo, sino la cobertura que cada hito consigue en los medios, y en qué tipo de medios. Todas las acciones comunicacionales del Sesma / Seremi generaron por lo menos alguna aparición, llegando a un máximo de 39. El promedio fue de **9.46 apariciones por acción**. En total, de todas las apariciones del periodo en la agenda de los medios **el 50.8 por ciento fue generada por la planificación del Departamento de Comunicaciones**, es decir por la agenda institucional, mientras que un **33.8 de las apariciones se generó por iniciativa de los medios**. El resto (15.4%) fueron referencias indirectas a la institución. Como mecanismos institucionalizados por las fuentes para incidir en las pautas y tomar la iniciativa de proveer a los medios de información de su interés, comunicados, conferencias y salidas a terreno se hacen sentir.

### Índices Comunicacionales Sesma / Seremi Enero 2004-Junio 2005

<b>Índice de Posicionamiento Mediático</b>	1696 Apariciones Mediáticas (Ver desglose por medio, temas y voceros)	Acciones Propias 861 Requerimientos coyunturales 399 Referenciales 261 Reportajes y Denuncias 114 Noticias perjudiciales 61
<b>Índice de Efectividad Comunicacional</b>	9.46 Apariciones por Acción	91 Acciones Propias / 861 apariciones
<b>Índice de Proactividad Comunicacional</b>	50.8 % de las apariciones institucionales son auto generadas.	861 apariciones propias / 1696 apariciones totales
<b>Índice de Proactividad Comunicacional</b>	33.8 de las apariciones institucionales son auto generadas.	574 apariciones por requerimientos / 1696 apariciones totales

La única forma de comparar estos datos es hacer una referencia al estudio sobre el uso de los comunicados de prensa, de María Elena Gronemeyer (2003), donde se señala que “a través de los comunicados de prensa, diversos actores sociales acostumbran a adelantarse a la iniciativa de los periodistas, tanto para incidir en la pauta como para orientar el reporteo y el posterior mensaje. Aunque legítimos, mirados desde la perspectiva de las fuentes ellos son un desafío para la autonomía, la independencia y la transparencia de los medios e informadores”

En la investigación, hecha sobre la base del estudio de cuatro diarios de alcance nacional y su uso de comunicados procedentes del mundo político, se estableció que proporcionalmente, los comunicados de prensa de los partidos políticos fueron los más empleados: 6 de un total de 20 (30%). Los de los ministerios fueron

los menos considerados (14% del total emitido). Se partió de la base de que aquellas crónicas que contienen información y/o citas del comunicado de prensa emplearon ese instrumento. No fue parte de esta investigación verificar si los medios obtuvieron esa misma información por otras vías, por ejemplo en una conferencia de prensa, aun cuando en nuestra investigación consideramos la totalidad de los hitos comunicacionales (conferencias, comunicados, salidas a terreno, etc.) para medir como influyen las fuentes institucionales en la agenda de todo el sistema de medios, desde la perspectiva de las cantidad de notas publicadas.

Según el estudio de Gronemeyer, se refutaría, para el espacio político de los cuatro periódicos revisados, la tesis de que en la prensa chilena sobreabundaría la publicación de comunicados de prensa en forma de crónicas. Sin embargo, como indicábamos anteriormente, no es la misma situación que se da en el posicionamiento del Sesma / Seremi, y en general en el sector Salud, por causas que analizaremos en el siguiente capítulo.

No obstante, el estudio de Gronemeyer sí constató que si bien no existe la práctica habitual de solamente reproducir los comunicados de prensa, en el 49 del total de 51 crónicas investigadas se habían basado en algún comunicado de prensa aunque contenían información adicional. Estos datos, que se acercan más a la realidad estadística del Sesma / Seremi, demuestra la utilidad que prestan los comunicados de prensa para influir en la agenda de los medios.

En referencia a la transcripción textual de los comunicados, ya sea en forma parcial o total, coincidimos en que es una práctica muy en desuso en los diarios de circulación nacional, tan solo verificada en algunos casos en los diarios de circulación gratuita como La Hora y Publimetro. Lo que sí ocurre es que hay radios que no cuentan con departamentos de prensa organizados, por lo que sus productos informativos son lectura de titulares o similares, usando de preferencia los comunicados de prensa enviados por fuentes institucionales. Esta situación de dio en un 1/3 de las acciones comunicacionales que incluyeron comunicado.

Por otra parte, en la mayoría de los medios electrónicos se replica el comunicado enviado con posterioridad a la actividad. Bajo esta fórmula se registró el 10.69% de todas las apariciones del Sesma / Seremi.

Desde un análisis más cualitativo, en el estudio de Gronemeyer se consideró “una muestra de profesionalismo el hecho de que la mayoría de los titulares de las crónicas investigadas respondiera a criterios editoriales de los distintos medios y

no pusieran de relieve necesariamente la misma información que destacaban los comunicados de prensa”. Asimismo, se sostuvo que “la agenda periodística del medio responde así con independencia de las iniciativas que distintas instituciones hacen para poner ciertos temas en pauta y en la agenda pública”.

Consideramos que esta afirmación se hace discutible ya que si bien los diarios no son meros transmisores de la voz oficial de fuentes interesadas, hay otros niveles de influencia, como la publicación del hito comunicacional y la transmisión de mensajes; es decir, no es necesario la transcripción textual de una propuesta comunicacional para que una acción rinda frutos en cuanto a poner un tema en la agenda e ideas fuerza en torno a él. De hecho, en el mismo estudio reseñado se reconoce que “la práctica de informar visiblemente a partir de criterios editoriales propios, sin embargo, parece circunscribirse sobre todo a los titulares”.

## 5.2 El posicionamiento institucional desde la perspectiva de los públicos

Como hemos señalado en capítulos anteriores se debe estructurar una estrategia informativa, que incluya definir quienes son los voceros, para qué temas y en que circunstancias, según el tipo de medio, la envergadura de la noticia, si es en directo, etc.; el lenguaje que se usará, los formatos de proactividad comunicacional: conferencias de prensa, salida con medios, comunicado de prensa, etc. Esta estrategia debe tener coherencia con la misión y se debe contar con voceros comprometidos.

Si bien el objetivo de la comunicación externa es llegar hacia el escenario público, esto se hace a través de los medios. En último caso hay que tener un conocimiento acabado de ambos, considerados como los “**públicos**” de la comunicación externa. En este sentido, el conocimiento de los medios significa saber a qué audiencias o lectores llega cada uno de ellos, y por supuesto, saber a cuáles públicos la institución necesita llegar regular o circunstancialmente.

La gran herramienta para posicionar imagen y temas en la agenda de los medios es mucho más simple que la organización de grandes eventos de relaciones públicas y menos costosa que la publicidad: se trata de generar una información que sea considerada una noticia por cada periodista. De acuerdo a los códigos de informable / no informable señalados por Luhmann se pueden señalar los siguientes tipos de información que resultan atractivos mediáticamente:

- Planes y resultados de fiscalizaciones
- Aplicación de nueva normativa

- Resolución de sumarios sanitarios (sentencias)
- Firma de acuerdos intersectoriales
- Lanzamiento de campañas
- Estudios
- Emergencias
- Cambios en la atención de usuarios

Estos elementos tienen un potencial noticioso, pero por sí solos no se venden. Quienes ejecutan la estrategia deben tener la capacidad de interactuar con los periodistas de los medios, haciendo notar la importancia, las proyecciones, posibles impactos, etc.

En la selección de los voceros institucionales, hay que considerar que esta se transforma en la cara de la institución en el escenario público. En organizaciones privadas, generalmente se selecciona sólo un vocero, que la mayoría de las veces no corresponde a la autoridad máxima, a menos que se trate de organizaciones gremiales o similares. En las instituciones públicas el vocero principal es la cabeza de la institución, que ocupa una posición preponderante en las apariciones mediáticas, secundado por un equipo de vocerías técnicas que intervienen en temas más específicos.

En el caso del Sesma / Seremi durante el periodo analizado participaron 40 voceros (18 registraron sólo una aparición) y entre los dos directores que tuvo la institución concentraron más de  $\frac{3}{4}$  partes de las vocerías.

### Índice de Utilidad Comunicacional

Los autores Page, Shapiro & Dempsey (1987) crearon un modelo economicista que intenta develar cómo puede transformarse la opinión pública mediante un proceso de fijación de agenda. En lo esencial, postulan que la información emergente que modifica creencias relevantes puede cambiar la utilidad esperada de las políticas para los ciudadanos. Dado que su modelo surge de un enfoque racional, basado en la teoría económica, con la idea de "utilidad esperada" apuntan al núcleo de la asignación de valor a las opciones políticas. Entendemos que se puede sugerir una variación de este modelo hacia la totalidad de las políticas públicas y las campañas de difusión pública, considerando como base el nivel de exposición de cada mensaje.

Detrás de este **Índice de Utilidad Comunicacional** hay un análisis donde está implicada una descripción de los medios en los que tiene presencia el Sesma / Seremi, y una vincula con el perfil de los programas y formatos, para establecer

una relación a quiénes realmente llegan los mensajes y su impacto. La ponderación se hace de acuerdo a los objetivos institucionales, puesto que no es lo mismo para una institución ligada a la economía, obtener páginas en un diario de finanzas, que para institución deportiva.

Para materializar esta operación debemos considerar el nivel de rating o audiencia del medio que dio cobertura a la acción comunicacional, y ponderar de acuerdo al tipo de público y nivel de influencia de cada medio, según su formato. Por tanto, debemos conocer el sistema de medios y el carácter de sus audiencias en la etapa del estudio.

### **5.3 Audiencias, Lectorías y Ráting**

#### Audiencia televisiva<sup>7</sup>

Según grupo socioeconómico, y en base a las mediciones del rating hechas por el people meter (que excluye al segmento E) las audiencias televisivas se componen históricamente de, aproximadamente, 42 por ciento del segmento D, 30 por ciento del C3, 21 por ciento del C2 y 7 por ciento del ABC1.

En cuanto a la edad y haciendo referencia a datos de la actual década, un cuarto de la audiencia está entre los 4 y 19 años; otro cuarto, entre los 20 y 34 años, mientras que un 37 por ciento se ubica entre los 35 y 59 años, y un 13 por ciento, entre los 60 años y más.

Según género, un 57 por ciento de la audiencia son mujeres y un 43 por ciento, hombres.

En cuanto a los géneros, en todos los estratos los más consumidos son Diversión Entretenimiento y Ficción, a excepción del ABC1 donde los que predominan son el Diversión Entretenimiento y Periodístico.

Un 74.3 por ciento de los encuestados (CNTV-Adimark, 2002) declara ver los noticieros televisivos todos los días.

---

<sup>7</sup> Fuente: Time Ibope

## Características de los noticieros

En mayo de 2003, la audiencia de los noticieros centrales (2100) era la siguiente:

- UC-TV        26.7
- TVN         22.5
- Mega        12.2
- Chilevisión 9.8

La televisión es el medio más importante como fuente de información para la ciudadanía, y en este contexto los noticieros se transforman en los espacios más vistos de la programación habituales de todas las estaciones televisivas.

Según las mediciones de Time Ibope, los noticieros centrales son el segmento de mayor sintonía, con la audiencia más diversificada. En el periodo anterior a la medición de este estudio, el rating promedio de los noticieros matinales (sin los programas magazinescos) era de 5.1, mientras que el de los de la tarde era de 8.7<sup>8</sup>

Durante el periodo analizado, TVN, Mega y Chilevisión mantuvieron su formato en el noticiero matinal, mientras que La Red lanzó *Primera Portada*, durante 2005, y Canal 13 reemplazó *Teletrece AM* por *En boca de todos*, con un formato más informal y dinámico.

### Horarios

La Red – Primera Portada	0730/0800
TVN – 24 horas en la mañana	0630/0800
Mega – Meganoticias	0630/0900
Chilevisión – CHV Noticias	0700/0900
Canal 13 – En boca de todos	0630/0900

Después de estos programas, todos los canales, salvo Chilevisión, inician programas misceláneos dirigidos principalmente a las dueñas de casa, los llamados “matinales”, que incluyen ingredientes de carácter periodístico. La Red también fue un debutante este año, frente a los ya “clásicos” *Buenos Días a Todos*, *Viva la mañana*, *Mucho gusto*, de TVN, Canal 13 y Mega.

---

<sup>8</sup> Mayo 2003, Time Ibope

Los informativos matinales ocupan el cuarto lugar en cuanto a rating, y principalmente realizan un resumen de lo ocurrido el día anterior, incluyendo accidentes, incendios y otros eventos que hayan ocurrido en la madrugada. Se enfocan a un público femenino, tipo dueñas de casa, por lo que son particularmente atractivos para la estrategia comunicacional del Sesma / Seremi.

Según la pauta noticiosa del día anterior, los voceros del Sesma / Seremi son invitados a este tipo de programas, repitiendo la aparición en todos los canales, con pocos minutos de diferencia. Casi nunca se programa alguna aparición con días de anticipación, aunque los “matinales” son el espacio para influir directamente en la agenda debido a su receptividad a los temas técnico-ciudadanos, y a su llegada al público objetivo de las recomendaciones institucionales que se busca entregar a través de los medios, las dueñas de casa, como mencionábamos anteriormente.

En cuanto a las ediciones matinales, TVN lideraba con 8.1, seguido de Canal 13 con 4.5; Mega, 4.0, y Chilevisión, 3.4. TVN era el más visto en todos los segmentos, salvo en el ABC1, donde Canal 13 era el de mayor audiencia<sup>9</sup>.

Durante el periodo analizado, en lo que respecta a la edición de tarde, La Red y Mega mantuvieron su edición de media hora, desde las 1330 a las 1400. Mientras que TVN y Canal 13 ampliaron sus noticieros desde las 1400/1430 a 1330/1430. Chilevisión instauró este formato horario con anterioridad al inicio de la investigación. Estos noticieros se ubican en el tercer lugar de rating y se caracterizan por dar cuenta de la agenda noticiosa ocurrida en la mañana.

En las ediciones de tarde, Mega lideraba con 12, seguido de Canal 13 con 11.3; TVN, 10.8, y Chilevisión, 6.9. Canal 13 era el más visto en el segmento ABC1 y C2, TVN en el C3, y Mega, en el D<sup>10</sup>.

Las ediciones centrales de todos los canales van de 2100/2200, salvo La Red que programa su noticiero central entre 1800/1900. Son los más vistos, por un público diverso, por lo que las apariciones en este formato se transforman en las de mayor rentabilidad comunicacional.

En las ediciones nocturnas, los formatos han ido variando a través del tiempo, y por sus características de mayor profundidad y análisis, no se perfilan como un

---

<sup>9</sup> Mayo 2003, Time Ibope

<sup>10</sup> Mayo 2003, Time Ibope

canal de preferencia para las apariciones mediáticas del Sesma / Seremi, a pesar de ser los segundos en rating.

### Radio<sup>11</sup>

En el Gran Santiago, el porcentaje<sup>12</sup> de escucha total de radios gira en torno a los 65 a 67 por ciento, bastante menor a lo que se registra en otras regiones del país<sup>13</sup>, y se concentra principalmente en el dial FM.

Por estrato socioeconómico, el mayor consumo se registra en los estratos medios (SECC, 2003).

Cooperativa lidera las audiencias en los estratos ABC1 y C2, y en el género masculino.

La radio es el medio de comunicación que goza de más alta credibilidad, dada su configuración como espacio de expresión sin censura desde lo cotidiano. Esta afirmación es reforzada por el 40.9 por ciento de la población que la considera como el medio más influyente en su modo de pensar<sup>14</sup>

### Prensa

El porcentaje total de lectura<sup>15</sup> gira en torno a los 70 por ciento. El nivel de lectura está relacionado directamente con el grupo socioeconómico, es decir, a mayor GSE, mayor lectura de periódicos. En este sentido el porcentaje del ABC1 está alrededor de los 90 por ciento

A diferencia de lo que ocurre con la televisión, el diario es más leído por hombres que por mujeres.

Respecto a lectoría diaria, los datos de la Secretaría de Comunicación y Cultura (2003) indican que el porcentaje de la población que declara consumir prensa todos los días corresponde al 22.4 por ciento. Según estrato socioeconómico, los

---

<sup>11</sup> Fuente: Ipsos Search Marketing

<sup>12</sup> Porcentaje de personas distintas que escuchan una radio, a lo menos 5 minutos en cualquier día tipo o periodo de tiempo, por ejemplo de lunes a viernes.

<sup>13</sup> Citar propio estudio.

<sup>14</sup> La radio del 2000, Encuesta de Hábitos y Consumo de Radio, GESTRA, ARCHI, 1999)

<sup>15</sup> Promedio de personas que acceden a leer u hojear, a lo menos, una edición de un diario, en un periodo de tiempo, por ejemplo de lunes a domingo.

números señalan que en el ABC1, el porcentaje es de 41.3; en C2, 27.5; C3 22.5; D, 16.2, y E, 11.5.

Total Lectores Promedio Enero-Junio 2004										
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Semana	L a V	Sáb-Dom
El Mercurio	307.050	314.887	286.481	251.547	255.308	366.167	726.167	358.230	283.055	546.167
La Cuarta	382.183	370.324	406.441	400.069	504.512	451.758	406.415	417.386	412.706	429.087
La Nación										
La Tercera	282.111	247.553	355.107	341.767	322.522	407.232	437.750	342.006	309.812	422.491
Las Últimas Noticias	436.261	377.051	408.206	392.411	485.997	409.484	406.636	416.578	419.985	408.060
La Segunda	73.897	78.269	85.397	107.455	87.681	0	0	86.540	86.540	0
La Hora	216.877	241.631	327.820	266.861	284.893	0	0	267.616	267.616	0
Publimetro	193.325	230.770	204.656	230.105	264.056	0	0	224.582	224.582	0
La Hora de la Tarde	48.694	48.115	43.337	39.888	36.925	0	0	43.392	43.392	

Total Lectores Promedio Julio-Diciembre 2004										
	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	Semana	L a V	Sáb-Dom
El Mercurio	332.447	271.364	299.006	267.497	335.234	344.596	667.412	359.651	301.110	506.004
La Cuarta	334.396	356.003	389.223	332.788	340.413	319.839	388.227	351.556	350.565	354.033
La Nación										
La Tercera	225.676	316.444	290.931	241.572	281.455	451.771	433.966	320.490	362.855	375.764
Las Últimas Noticias	379.196	344.317	372.536	393.362	389.408	328.679	332.490	362.855	375.764	330.585
La Segunda	94.281	95.260	100.594	94.158	95.194	0	0	89.897	89.897	0
La Hora	281.304	302.358	313.368	358.560	280.501	0	0	307.218	307.218	0
Publimetro	240.251	252.796	285.666	271.687	274.594	0	0	264.999	264.999	0
La Hora de la Tarde	31.029	55.016	23.946	33.160	32.041	0	0	35.038	35.038	0

### Perfil de la mujer dueña de casa

La dueña de casa es uno de los públicos relevantes para el Sesma / Seremi, puesto que se transforman en monitoras y replicadoras al interior de los grupos familiares de las recomendaciones sanitarias de autocuidado hacia el resto de la población.

De acuerdo a informaciones del Instituto Nacional de Estadísticas (INE), al año 2001 existían en todo Chile 2 millones 747 mil 210 mujeres que son madres dedicadas a las tareas del hogar. Esto significa, que ellas realizan como principal labor las demandas propias del ámbito doméstico y familiar.

El siguiente es un perfil sociodemográfico elaborado por la Segegob en el año 2003.

<b>Cuatro tipos de dueñas de casa</b>
La dueña de casa y su rol en el hogar ha constituido, históricamente, uno de los

principales soportes de la familia chilena. Sin embargo, dicho rol se ha modificado conforme a los cambios sociales ocurridos en nuestro país en la última década.

La incorporación de la mujer a las diversas áreas del desarrollo social, profesional y económico ha permitido que el poder de decisión respecto del rumbo que puede seguir la familia, dependa, de manera categórica, de las dueñas de casa.

Según una investigación del área de estudios de Ipsos-Search Marketing, publicada en febrero de 2002, es posible identificar cuatro tipos de dueñas de casa. Cada grupo presenta características claras y definidas:

Las modernas/progresistas: se caracterizan por una alta valoración al trabajo y a su independencia. Poseen una concepción de familia organizada y con igualdad de responsabilidades para hombres y mujeres. Son altamente tolerantes en cuanto a temas valóricos y respetuosas de la diversidad. Este grupo se encuentra, mayoritariamente, en el segmento medio (C2) y entre las mujeres jóvenes (menores de cuarenta años).

Las clásicas/refinadas: son mujeres que muestran un relativo agrado por las labores domésticas, pero que logran equilibrar sus necesidades con las de su familia. En relación al consumo son exigentes, ya que les preocupa su apariencia física. No tienen un gran apego a la religión, a pesar de esto declaran su creencia en Dios y valoran temas de espiritualidad y esoterismo. Se concentran fuertemente en el segmento alto (ABC1).

Las conservadoras/traditionalistas: son dueñas de casa que tienen como prioridad a la familia. También, la religión es parte importante en su orientación valórica. Son mujeres que enfrentan con optimismo y abnegación el futuro y sus vidas. Defienden los valores de la familia conservadora, oponiéndose a las relaciones prematrimoniales y mostrando intolerancia frente a temas como la homosexualidad. Se concentran fuertemente en el segmento bajo (D) y entre las mujeres mayores de 40 años.

Las indiferentes/escépticas: se caracterizan, principalmente, por su indiferencia, desmotivación e incredulidad frente a la mayoría de los aspectos que conforman sus vidas. La familia, la religión y el trabajo no constituyen para ellas fuentes de motivación. Muestran una suerte de apatía y/o desencanto frente a temas políticos y sociales. No demuestran gran preocupación por su apariencia física y frente a los temas valóricos tienden a ser intolerantes. Se concentran, especialmente, en el

segmento medio bajo y bajo (C3 y D) y su edad supera los 40 años.

Ya descritos básicamente el sistema de medios y el perfil de las audiencias, ejemplificaremos el **Índice de Utilidad Comunicacional** de una acción comunicacional del Sesma / Seremi.

<b>Tema Acción Comunicacional</b>	Clausura de supermercados
<b>Fecha</b>	Jueves 11 de noviembre de 2004
<b>Formatos</b>	Conferencia de prensa, comunicado de prensa, entrevistas ex post
<b>Principales mensajes destacados</b>	Sesma cierra 4 supermercados, multa a otros 37 por graves deficiencias sanitarias
<b>Posicionamiento</b>	39 apariciones en 33 medios
<b>Audiencias: Prensa</b> 1.721.169 lectores	La Segunda: 94.158 El Mercurio: 335.234 La Tercera: 281.455 La Hora: 280.501 Las Últimas Noticias: 389.408 La Cuarta: 340.413 La Nación: sin información
<b>Audiencias: Televisión</b> 472.893 hogares en la edición de tarde 821.121 hogares en la edición central 185.543 hogares en horario matinal del día siguiente	Canal 13 / Teletrece: 130.334 y 307.957 Chilevisión / Noticias: 79.584 y 113.033 La Red / Telediario: Sin información Mega / Meganoticias: 138.408 y 140.714 TVN / 24 horas: 124.567 y 259.515 Chilevisión / Noticias (día 2): 39.215 TVN / Buenos Días a Todos: 93.425 Canal 13 / La Mañana del 13: 51.903
<b>Audiencias: Radio</b> 313.270 auditores	Agricultura: 16.648 Cooperativa: 54.930 Bío Bío: Sin información W: Sin información Chilena / Mujeres al volante: 18.310 Cooperativa / Lo que queda del día: 36.620 Nuevo Mundo: Sin información Santo Tomás: Sin información El Conquistador: Sin información Cooperativa (día 2): 58.592 Futuro: Sin información Pudahuel: 128.170
<b>Audiencias: Medios electrónicos</b> No existen aún registros de audiencia	tercera.cl – elmostrador.cl - lasegunda.com - terra.cl - lanacion.cl - cooperativa.cl - emol.com - lun.com - chile.com - valorfuturo.com

## 5.4 Análisis del posicionamiento institucional: enero 2004 - junio 2005

### Panorama General

Durante el periodo analizado se registraron 1696 apariciones mediáticas<sup>16</sup>, donde los principales temas que permitieron que, proactivamente o reactivamente, el Sesma / Seremi apareciera en los medios fue el *vibrión parahemolítico* (8.3%), la *fiscalización a supermercados* (7.7%), los *artículos con tolueno* (6.7%), los *accidentes laborales* (5.7%), el *caso La Farfana* (5.4%), las *diversas investigaciones epidemiológicas* (4.9%), la *Semana Santa 2004* (4.1%), *Fiestas Patrias 2004* (4%) y las *cifras de monitoreo de la calidad del aire* (3.8%).

El periodo analizado se inició sin grandes eventos comunicacionales, marcado por la consolidación de temas estacionales del verano (*campana contra el hantavirus, fiscalización a piscinas y campings*). En este contexto, surgieron en enero dos noticias de contingencia: una emergencia sanitaria decretada tras el *robo de los desechos hospitalarios desde un camión en La Florida*, y el *decomiso de pegamento con tolueno*.

En febrero se observó una presencia mediática de relevancia, cuando el Sesma enfrentó la contingencia del *brote del vibrión parahemolítico*, evento que se desarrolló la primera mitad del mes, y que fue uno de los principales temas del mes a nivel país. Casi en paralelo, el Sesma también realizó una *fiscalización de artículos escolares en la calle Meiggs*, acción que, tal como en la situación de los mariscos contaminados, tuvo una convocatoria y presencia mediática nunca antes registradas, donde se conjugaron dos factores: interés ciudadano y escasez de noticias, propia del periodo de verano.

Marzo fue tranquilo mediáticamente, sólo interrumpido por dos flujos noticiosos en que fue requerida la presencia institucional: *emergencia química en la Ruta 5 Sur* y la *intoxicación de escolares en El Bosque*.

El cuarto mes del año 2004 se destacó por albergar una de las principales campañas de fiscalización del Sesma -*Semana Santa*-, y por ende, uno de los principales eventos mediáticos del año. Hay que señalar también que este mes se instaló con

---

<sup>16</sup> Definimos aparición mediática a la mención de la institución (Sesma, Seremi de Salud RM, o autoridad sanitaria cuando así se nombró en los medios)

mayor fuerza en la agenda noticiosa el caso del *ex vertedero La Cañamera*, noticia que desde el año anterior se mostraba irregularmente en los medios.

En mayo no se desarrolló gran cantidad de acciones propias, pero sí marcó el debut comunicacional del *Sistema de Vigilancia de Accidentes Fatales (SVAF)*. Además tuvo lugar, durante la *preemergencia* del día 19, una fiscalización a los megaproyectos viales, como la Autopista Central y la Costanera Norte. Por otra parte, esta etapa estuvo marcada por la crisis del gas y los *episodios de contingencia atmosférica* (4 alertas y 1 preemergencia), todos elementos relacionados con la calidad del aire, principal protagonista noticioso del mes.

Junio estuvo marcado por la verificación de *juguetes con tolueno* al interior de envases de cereales Nestlé. Otro evento desarrollado fue el *Día de la Descontaminación Acústica*, que incluyó el despliegue del Sesma en terreno. Hubo un *accidente fatal en Costanera Norte*, que motivó la presencia comunicacional del Sistema de Vigilancia de Accidentes Fatales (SVAF). Los temas relativos a la calidad del aire disminuyeron su importancia relativa con respecto al mes anterior y hubo *movimientos respecto a futura instalación de la autoridad sanitaria*, los que fueron seguidos atentamente sólo por El Mostrador.

Uno de los meses más tranquilos comunicacionalmente para el Sesma fue julio de 2004. A la ausencia de actividades mediáticas de parte del propio Servicio, se sumó la poca demanda desde la agenda de los medios. Los temas que dominaron este periodo fueron espacios donde distintos funcionarios explicaron a la ciudadanía *cómo denunciar determinados problemas de salud ambiental* (ruidos, alimentos, etc.).

Por contrapartida, agosto tuvo mucha acción comunicacional, con dos grandes inflexiones: los *episodios de tolueno* del restaurante Burger Inn y su secuela en la calle Meiggs, y las dos *amenazas de contaminación de yogures*, que ocurrieron con escasos días de diferencia y que tuvieron un tranquilo desenlace. A esto agregar otros sucesos mediáticos creados por el Sesma, que terminaron por configurar uno de los meses comunicacionalmente más activos, con la particularidad de que acciones generadas por el Servicio dominaron sin contrapeso la agenda mensual.

Septiembre es el mes donde se desarrolla el principal evento comunicacional del Sesma durante el año: *Fiestas Patrias*. La novedad de este año fue el surgimiento del hilo curado como materia de fiscalización. Se anunció la *fusión del Sesma y Seremi* para enero de 2005, y se produjo el lanzamiento oficial del SVAF. Hacia al final del mes surgieron dos temas relacionados con Mc Donald's: una *denuncia por shu* y la *sentencia del sumario* iniciado por "información nutricional incompleta".

Octubre fue un mes “fiscalizador”, para el Sesma. La agenda de este mes se vio copada por dos grandes temas: *la crisis de La Farfana* y el *golpe de timón en la fiscalización a supermercados*. Las *inspecciones a los locales nocturnos del barrio Suecia* y el inicio de la *recuperación del ex vertedero Cerros de Renca* concitaron interés en menor medida.

Durante noviembre se intensificó la fiscalización a *supermercados* con varios cierres incluidos, lo que se juntó con una nueva crisis de la planta de tratamientos de aguas servidas *La Farfana*. A mediados de mes, Santiago fue sede de la cumbre APEC, en la cual el Sesma obtuvo un excelente posicionamiento al garantizar las condiciones sanitarias y de seguridad del Espacio Riesco, lugar donde se desarrolló la cumbre.

En el fin de año se posicionaron varios temas de fiscalización, como las *piscinas*, *fábricas de cecinas*, *juguetes con tolueno* y algo de *supermercados*. Pero sin dudas que los mayores flujos se dieron sobre dos accidentes laborales fatales con gran cantidad de fallecidos y con escasa diferencia de días. Este caso se transformó en la noticia de la semana y abrió varios flancos, desde el punto de vista judicial, industrial, de las víctimas y de las condiciones de los trabajadores. Fue la verdadera oportunidad para el Sesma para instalarse en este tema, aunque no se consiguió con el brillo esperado, ya que producto de la excesiva exposición se dio la oportunidad para generar cuestionamiento a su capacidad fiscalizadora anterior.

Enero fue el primer mes de funcionamiento de la nueva Seremi de Salud RM, que juntó a la antigua Seremi con el Sesma y las áreas de fiscalización de los Servicios de Salud asistenciales. En este periodo se actuó con mucha más cautela que en los últimos meses del Sesma, para consolidar el frente interno, y cuando se intentó poner un tema en la agenda de los medios, se aprovechó de posicionar los “nuevos” temas, como los *centros de estética*. El trasfondo político de la *transición institucional* fue reseñado ampliamente en los diarios, con evidentes prejuicios de imagen, situación dentro de los márgenes esperados de toda crisis de crecimiento.

Con la fiscalización a la *presencia de plomo* en los artículos escolares, una tradicional acción comunicacional del ex Sesma, la ahora Seremi de Salud retomó la iniciativa mediática. Hubo contingencias que le dieron más protagonismo en la agenda de los medios, como algunas *alertas epidemiológicas* y la emergente presencia del *vibrión parahemolítico* en las costas del país.

En marzo de 2005 se consolidó el tema del *vibrión parahemolítico* lo que originó 2 salidas comunicacionales, aunque sin el interés mediático del año anterior. En

realidad este flujo se mezcló con la *Semana Santa* que mostró una coordinación entre los distintos sectores de involucrados en la distribución y venta de productos del mar. A estas alturas, otra de las áreas nuevas comunicacionalmente es la de Promoción de la Salud, que tenuemente empieza a destacar con la *promoción del uso de la bicicleta* y la *prevención del consumo del tabaco en menores de edad*.

Durante abril vuelve al circuito comunicacional el tema de la calidad del aire, con el reporte de los *índices de la Red Macam* y la *fiscalización a las fuentes fijas*. Acompañaron este mes, una nueva investigación sobre la *bacteria Shu* en hamburguesas y la contaminación del *humedal de Batuco*, un caso donde se acertó en el tipo de mensajes para abrir flancos conflictivos, en un contexto sensible ante la crisis del Río Cruces en el sur del país.

En mayo definitivamente se le dio otro perfil a la institución, ya que si bien una de los principales hitos comunicacionales fue la *fiscalización a la acumulación de basura en las calles de la comuna de Santiago*, sin duda que lo que marcó la pauta la presentación del diagnóstico del *Plan de Salud Pública Regional*, producto absolutamente novedoso, técnica y comunicacionalmente. Fue tanta la abundancia de información que hubo muchas perspectivas de los medios para abordar el tema, todas dentro de los márgenes institucionales, aun cuando hubo algunos que en algunos casos se esforzaron para ver “el vaso medio vacío”, como naturalmente ocurre.

En el mes de junio se afianzó el nuevo perfil de la Seremi de Salud (a la que tanto los medios como la ciudadanía aún identifica con el ex Sesma), a la que los nuevos temas, más difíciles de posicionar, como las medidas del *Plan de Salud, campaña antitabaco, uso de la bicicleta* y *prevención de accidentes de tránsito*, se suman otros, ya probados como puntas de lanza para penetrar en la agenda de los medios, como el cierre de vertederos ilegales y otras medidas que involucren denuncias, sanciones y más elementos típicamente noticiosos.

### Clasificación de Noticias

Según la clasificación de noticias, el 50.4% de las apariciones (861) fueron motivadas directa o indirectamente por acciones comunicacionales del Sesma / Seremi. Un 23.5% de la presencia mediática (399) se originó por requerimientos externos sobre temas coyunturales.

El 15.4% de las apariciones (261) correspondieron a notas donde se menciona al Sesma referencialmente en una variedad de temas. Las respuestas a denuncias y

crónicas atemporales ocuparon el 6.7% de las apariciones (114). En tanto que, las noticias donde se evidenció un perjuicio a la imagen del Sesma / Seremi llegaron al 3.6% (61).

#### APARICIONES NOTICIOSAS SEGÚN AGENDA MEDIÁTICA O INSTITUCIONAL

C 01		C 02	C 03	C 04	C 05
861		399	261	114	61
50,8		23,5	15,4	6,7	3,6

#### Análisis de Casos

##### TOLUENO

Red Sun: este hecho noticioso cerró un ciclo de acciones comunicacionales surgido en 2003 cuyo centro fue el decomiso o retención de productos que contenían la sustancia tóxica tolueno. Dado que el interés noticioso por el tema fue sucesivamente decreciendo, esta vez se optó por el envío del comunicado de prensa a los medios, lo que aún así provocó interés y permitió posicionar un nuevo vocero.

Nestlé-Tolueno: esta noticia se dio a conocer por medio de una conferencia de prensa que tuvo una amplia convocatoria y fue ampliamente difundida por un total de 20 medios, e incluso ocupando la portada de La Segunda. En la mayoría de los diarios, electrónicos y noticieros audiovisuales se reprodujeron los mensajes propuestos por la directora en la conferencia o en el comunicado de prensa remitido a los medios (acciones, recomendaciones, riesgos). En algunos casos se incluyó la versión de la empresa. Sólo El Mercurio escapó un poco a la regla e hizo un análisis desde el punto de vista de la forma que había tenido el Sesma para llegar a detectar los juguetes, hablando de “suerte o casualidad” en vez de celo investigador.

Como fortaleza destacamos la cobertura desplegada por este tipo de tema y en los cuales el Sesma posiciona todos sus mensajes, la debilidad es que con este caso particular quedó instalada una segunda mirada al tema, donde se observaron ciertas contradicciones.

Aros-Tolueno: a principios de agosto de 2004 ocurrió el primer evento tolueno en el cual estuvo implicado el Burger Inn. Como suele suceder en estos casos, se entregó la información mediante una conferencia de prensa y posteriormente se

envió un comunicado a los medios. Mediante esta fórmula se consiguieron 21 apariciones, lo que significa que todos los medios publicaron el tema, y además, en los audiovisuales se generó una segunda demanda por tener la noticia con la directora, en programas en vivo. En todas estas oportunidades se difundieron sin dificultades los mensajes propuestos por el Sesma. El segundo caso fue a mediados de mes, cuando se encontraron los mismos aros con tolueno hallados en Burger Inn, pero a la venta en la calle Meiggs. En esta ocasión se repitió la fórmula comunicacional, obteniendo una cobertura de características similares, incluso superior (26 apariciones).

Sin lugar a dudas, este es un tema donde el Sesma queda muy bien parado, por el alcance de la cobertura obtenida y la transmisión del mensaje.

### VIBRIÓN PARAHEMOLÍTICO

El Sesma logró posicionarse rápidamente dando una imagen de protección a la ciudadanía desde el inicio de la barrera sanitaria en el Peaje Angostura el que fue transmitido en directo por el noticiero de mayor sintonía, *24 Horas*. El tema logró un gran nivel de posicionamiento liderando la agenda noticiosa nacional, sin embargo hay que señalar que en gran parte de las notas se destacaron los errores comunicacionales del Servicio de Salud de la V Región. En ese contexto, los consistentes y reiterados mensajes del Sesma lograron dar la imagen de una campaña exitosa, quedando posicionados hasta 2 meses después cuando fueron recordados en Semana Santa.

Hay que destacar la gran cobertura lograda por el Sesma durante este mes, cuya presencia copó todos los medios existentes en la región, y además en paralelo, logró captar una atención similar con el tema de los *artículos escolares con plomo*, noticia en la que también apareció como una institución que protege a la ciudadanía.

En el año 2005, el tema volvió a reflotar, aunque esta vez lo hizo más cerca de la Semana Santa por lo que se refundieron en un flujo, que incluyó varias salidas a terreno.

## SANTA MARTA

El relleno sanitario Santa Marta fue uno de los temas más conflictivos en los medios de comunicación circulando diversas informaciones que perjudicaron la imagen del Sesma. En enero por ejemplo, se informó sobre supuestas reuniones irregulares entre funcionarios públicos –Sesma y Conama- y ejecutivos del relleno, con el objetivo de frenar los procesos judiciales en contra del consorcio administrador. Luego, en febrero, surgió el tema del biogás, presentado en algunos medios como un problema inminente, que amerita incluso una denuncia ante la OEA, ante el cual el Sesma y Conama “*no hacen nada*”. Marzo fue el mes donde se incluyó al Intendente Metropolitano en la supuesta operación para “salvar” a Santa Marta. Interpretación que continuó en abril, luego que el Sesma anunciara *el fin de las restricciones de disposición*, informada por El Mercurio y El Mostrador como *una ayuda del Sesma hacia el relleno*.

El Mostrador fue el medio que encabezó esta *cruzada anti Santa Marta*, y fue posible advertir que se encontraban en constante monitoreo de la situación. Por otro lado, El Mercurio prestó sus páginas para la publicación de verdaderos artículos de opinión, disfrazados de verdad informativa.

En los últimos doce meses, el tema casi desapareció de la agenda pública e institucional.

## LA CAÑAMERA

La situación del ex vertedero La Cañamera se expuso intermitentemente desde el 2003, debido a las acciones mediáticas que inició la comunidad. La complejidad del tema hizo variar muchas veces el sentido de la información, y por lo mismo, fue objeto de algunos reportajes con cierta profundidad. Después de algunas notas televisivas adversas a las autoridades en general, generadas por la visita a terreno de la Comisión de Medio Ambiente de la Cámara de Diputados, el Sesma tuvo la oportunidad de perfilarse en dos espacios mediáticos dirigidos a GSE medios-bajos y bajos como el único Servicio público que enfrentó el tema, pero que no es el encargado de solucionar el problema, sino que fiscaliza a quienes sí deberían hacerlo.

Hacia el final del 2004 se hizo un hito dirigido a cerrar el tema, con la entrega del informe final a la comunidad involucrada, el que no tuvo gran repercusión mediática.

## LA FARFANA

Luego de la gran exposición medial que tuvo el tema cuando se inició el conflicto, durante el 2004-2005 tuvo una exposición regular, porque el problema de los olores subsistía, y la comunidad utiliza los medios de carácter más ciudadano –Buenos Días a Todos, Meganoticias y Buenos Días a Todos- para mantenerlo en la pauta noticiosa. A pesar de que el Sesma es mencionado en forma positiva en el tema, siendo recordado como el organismo que le aplicó la multa máxima, se da la imagen de que el problema persiste.

En octubre de 2004, se vivió la última arremetida comunicacional del tema: el Sesma multó con 2000 UTM (sanción histórica) a Aguas Andinas por las fallas de su planta de tratamiento de aguas servidas de La Farfana. En un principio la atención se centró en las razones técnicas de la crisis, donde la empresa intentó compartir culpas con el Sesma, mediante la estrategia de influir en la agenda de los medios, lo que fue desvirtuado detalladamente en numerosas entrevistas que concedió la directora, respecto a este tema. Posteriormente, la atención se centró en los cobros a los usuarios, cuestión que es responsabilidad de la Superintendencia de Servicios Sanitarios.

En una coyuntura que llegó hasta los más altos niveles, incluyendo reuniones bilaterales diplomáticas y la incursión comunicacional del Presidente de la República, el Sesma nuevamente se posicionó como un ente fiscalizador que además de reaccionar ante la contingencia dio cuenta de su trabajo de vigilancia regular sobre la planta.

## SEMANA SANTA

En 2004, la campaña de Semana Santa puede ser considerada exitosa, desde el indicador de las apariciones mediáticas, si bien se registraron 70 contra las 100 del vibrión parahemolítico, hay que consignar que en este caso, el tema se expuso sólo una semana y no dos, como en febrero, y más de dos tercios correspondieron a acciones generadas por el Sesma. Las más exitosas fueron las del Terminal Pesquero y la de la Feria Libre de Quilicura. Para este evento, se invirtió el predominio de la cobertura de prensa por sobre la cobertura televisiva, lo que se explica por el atractivo audiovisual de las acciones organizadas. Resumiendo, se puede decir que, tal como ocurrió en el caso del vibrión parahemolítico, la acción fiscalizadora y los mensajes preventivos fueron ampliamente reconocidos por la población.

En el 2005, como se mencionaba anteriormente, la Semana Santa bajó en cobertura (52), pero se unió con el tema del vibrión parahemolítico.

## FISCALIZACIÓN FUENTES FIJAS

La fiscalización a fuentes fijas de material particulado hacia la atmósfera tuvo dos flancos noticiosos: los megaproyectos y la fiscalización en preemergencia. La forma de desarrollar estas acciones fue escogiendo un medio específico, de amplia cobertura, para salir a terreno. De esta forma, TVN acompañó a los equipos del Sesma en una fiscalización nocturna con preemergencia vigente y Canal 13 hizo lo propio con una fiscalización a Autopista Central. Sin dudas, este último evento resultó más noticioso, puesto que había un sumario sanitario de por medio. No obstante, la acción en terreno con TVN se vio completada con un comunicado de prensa del día siguiente, donde se informó del inicio de 6 sumarios sanitarios, producto de la fiscalización.

En general, este tipo de noticias tiene cobertura en el sector más influyente de los medios (El Mercurio, La Tercera, El Diario Financiero, La Segunda, El Mostrador, TVN y Canal 13), donde se reprodujeron ampliamente los mensajes propuestos por el Sesma. Como fortaleza apreciamos el despliegue en terreno de la autoridad sanitaria y la oportunidad de la información respecto a los resultados de la fiscalización, la debilidad fue la versión periodística de La Segunda, respecto a un supuesto enfrentamiento entre MOP y SESMA por el sumario a Autopista Central.

En el 2005, este tema bajó de intensidad y no hubo grandes hitos comunicacionales, sino que más bien se citaron los índices de calidad del aire emanados desde la Seremi.

## CIFRAS RED MACAM

En cuanto a indicador de presencia periodística las cifras de la red MACAM son el gran protagonista del área de Calidad del Aire, amén de los episodios de contingencia ambiental decretados en el periodo de análisis. Sin embargo, hay que considerar que el fuerte de este tipo de información es reseñada en medio electrónicos en forma breve, por lo que su importancia es relativa. Desde este punto de vista no hay otra interpretación para la reproducción de los mensajes. Sin embargo, en una ocasión las palabras de la directora del Sesma fueron interpretadas (El Mercurio, La Tercera, La Nación) como el anuncio de una

inminente “crisis respiratoria” por el aumento de los niveles de contaminación, cuestión que en todo caso no generó mayores consecuencias.

Como fortaleza señalamos la disponibilidad de la información de la red MACAM y como debilidad el cuestionamiento a la exclusión del sistema de pronóstico de la estación de monitoreo de Cerro Navia, cuestión que fue catalogada por El Mostrador como un “ocultamiento de información”, aun cuando los datos estaban disponibles.

## ACCIDENTES LABORALES

El 2004 ocurrió el debut comunicacional del Sesma, por medio de la SVAF, en los accidentes laborales con resultado de muerte. Al jefe del Departamento Técnico le correspondió ejercer la vocería y explicar a los medios que desde ahora el Servicio siempre tendría algo que decir frente a estas situaciones, proceso de investigación mediante. En un accidente de la calle Curicó, los mensajes tuvieron cobertura en casi todos los medios y de acuerdo a las ideas fuerza del Sesma. Como gran fortaleza se destacó el primer paso en la instalación de la Sesma en este tipo de eventos, como un protagonista de la noticia, además de Bomberos y Carabineros.

La cobertura periodística que se le dio a la conferencia de prensa con que se lanzó la unidad investigadora de accidentes se ajustó plenamente a los datos y mensajes comunicados, básicamente en lo que respecta a lo publicado por La Nación, La Tercera, El Mercurio, La Red y otros medios electrónicos. La directora del Sesma también fue invitada a conversar del tema en el programa de Alejandro Guillier, en radio Futuro.

Más adelante, en diciembre ocurrieron dos accidentes laborales fatales con gran cantidad de fallecidos y con escasa diferencia de días. Este caso se transformó en la noticia de la semana y abrió varios flancos, desde el punto de vista judicial, industrial, de las víctimas y de las condiciones de los trabajadores. Fue la verdadera oportunidad para el Sesma para instalarse en este tema, aunque no se consiguió con el brillo esperado, ya que producto de la excesiva exposición se dio la oportunidad para generar cuestionamiento a su capacidad fiscalizadora anterior

## DÍA DE LA DESCONTAMINACIÓN ACÚSTICA

Basado en las convenciones nacionales respecto a la fecha, en junio de 2004 se hizo una salida a terreno con convocatoria amplia de medios, y en la cual se procedió a medir la contaminación en una de las esquinas más ruidosas de Santiago: Nataniel

con Alameda. La directora del Sesma comandó las acciones, apoyada por el experto del área acústica, quien dio entrevistas en el lugar y participó en numerosos programas radiales alusivos al tema. Además de estos programas de radio, el evento de aquel día fue cubierto principalmente por diarios y dos canales de televisión.

Raramente el Sesma hace noticia por presentar algún tipo de estudio, sin embargo, en esta ocasión la cantidad de información técnica entregada (incluyendo un ranking del año 2001) permitió posicionar el tema, lo que se vio potenciado por las recomendaciones a la ciudadanía para que disminuyera este tipo de contaminación. La debilidad, que en todo caso no fue explotada por los medios, fue que no había muchas acciones consolidadas que mostrar, ya que en este tema el Sesma sólo actúa por denuncias. Algo de aquello contaron los colectivos ciudadanos involucrados en el tema, pero no obtuvieron mucha repercusión mediática, lo que demuestra que los formatos comunicacionales pueden ser más relevantes que los contenidos a la hora de influir en la agenda de los medios.

#### SEREMI-AUTORIDAD SANITARIA

Respecto a la futura fusión institucional el Sesma mantuvo siempre una postura “silenciosa”, aunque fuera relevante para su imagen, puesto que durante 2004 el tema tuvo una gran cobertura de parte del influyente medio electrónico El Mostrador. Además de informar del nombramiento de Mauricio Ilabaca como nuevo Seremi de Salud y al día siguiente publicar una extensa entrevista, el medio dio a conocer detalles de procesos internos del Sesma, como la fiesta de aniversario y memos de la Dirección hacia los funcionarios, lo que dio cuenta de la capacidad del medio de obtener información al interior del Servicio y de los objetivos detrás de estas operaciones estratégicas. A medida que se acercaba la fecha de inicio de la nueva institucionalidad, y con los pasos ya definidos, las aguas se quietaron, hasta que el abrupto adelantamiento desde marzo a enero de la fusión, provocó que el primer mes del 2005 fuera muy efervescente mediáticamente respecto a este tema, dando material a los medios para contar toda la trastienda política de los cambios.

#### JULIO 2004

Aunque parezca un contrasentido, la ausencia de información suele ser muy útil. En este caso la baja presencia mediática del Sesma durante este mes entregó ciertas referencias que hablan más de los escenarios ante los medios a lo largo del tiempo, que de alguna coyuntura específica.

Lo primero que podemos decir es que mucho de la imagen del Sesma, del servicio que presta a la ciudadanía y de su gestión en general es posicionada ante los medios y, luego ante el público, mediante acciones generadas y publicitadas por el mismo Sesma. Esto apoyado además por las cifras del resto del año, relativas a las noticias de generación propia. Si sostenemos que lo que “está en los medios”, de una u otra manera está en la opinión de la gente, verificamos cuán importante es tener un diálogo fluido con la agenda de los medios, sin caer, por supuesto en la sobre exposición mediática.

La baja de los temas noticiosos (categorías 1 y 2) no impide notar que hubo un leve aumento en los temas de servicio directo a la comunidad con recomendaciones y orientaciones sobre áreas de fiscalización específicas. Debido el perfil del Sesma, consideramos que mantener siempre un nivel significativo de participación en al agenda desde esta perspectiva es importante para la imagen de cualquier institución.

Por último, destacar que este mes no hubo noticias que mostraran elementos contradictorios a la imagen institucional, lo que siempre es bueno, aun cuando es imposible lograr una actitud condescendiente y contemplativa de todos los medios.

#### AMENAZA DE YOGURES CONTAMINADOS

Una situación complicada que fue enfrentada dos veces en menos de una semana, en agosto de 2004, y que además de riesgos sanitarios involucró riesgos comunicacionales, puesto que hay una particular tensión entre la imposibilidad de crear alarman innecesaria y la inconveniencia de “ocultar” información. En ambos casos se tomó el mismo camino: informar mediante comunicados, paso a paso de las acciones del Sesma. Las vocerías sólo fueron circunstanciales.

La situación captó el interés de todos los medios, sin llegar a la alarma pública y esa fue la principal fortaleza de la situación: en ningún momento de dio pie para provocar sensacionalismo. Tal vez se podría criticar que la entrega de los resultados de los exámenes se hizo muy fragmentada, pero eso mismo contribuyó a generar la sensación de que no había que esperar nada muy grave.

## POZOS DE ÁRIDOS

Un tema prioritario de la planificación comunicacional de 2004, puesto que no existía antes. Se realizó una salida a terreno con motivo de la clausura de uno de estos pozos, en la zona sur de Santiago. La directora del Sesma, acompañada de un equipo de la Unidad de Residuos, encabezó la acción, la que fue acompañada por Canal 13 y El Mercurio. Además de estos medios, la información fue publicada por El Mostrador y La Hora.

Como fortaleza podemos apuntar que la acción motivó el interés de dos de los medios más importantes del país, y en el caso de Canal 13 ocupó un espacio considerable. La debilidad fue que el acto mismo de la clausura no pudo ser mostrado a los medios, siendo algo que no podía ser determinado por la institución.

## FIESTAS PATRIAS 2004

Las actividades comunicacionales fueron las siguientes: salida con medios a decomiso de carne descompuesta y fábrica de cecinas clandestina, fiscalización a fábrica de empanadas, fiscalización de fondas y ramadas del Parque O'Higgins, fiscalización al hilo curado en Parque O'Higgins, fiscalización de fondas y ramadas en Parque Intercomunal de La Reina, comunicado sobre el balance preliminar de la fiscalización del hilo curado, publicación en la web del balance de la campaña. El principal vocero fue la directora del Sesma, y el jefe del subdepartamento de Calidad de Alimentos también tuvo una destacada participación. La alta convocatoria de estas acciones implica la reproducción de los mensajes referentes a las recomendaciones a la población y el resultado de la fiscalización, transformándolas en un apoyo importante a la labor técnica de la institución.

## SUPERMERCADOS

Con posterioridad a la emisión del reportaje de Informe Especial, de TVN, donde se mostraba la re-rotulación de productos perecibles, el Sesma dio a conocer un conjunto de acciones que cobraron un inusitado impacto comunicacional, transformando al tema de los supermercados en un flujo permanente de noticias a saber: clausura de supermercados, querellas del Sesma, multas a los infractores, fiscalizaciones de denuncias de re-rotulación, recomendaciones a la ciudadanía que denuncie irregularidades, diputados Guido Girardi y Fulvio Rossi anuncian querellas, Líder se "autodenuncia", apelaciones a las sentencias, denuncias de

trabajadores de supermercados, desestimaciones del Sesma a los descargos de los supermercados.

El gran punto a favor de estas acciones es que la ciudadanía percibió al Sesma como su gran defensor, cuya voluntad fiscalizadora no se detiene ante “los poderosos”, y aún más, al detectar irregularidades no duda aplicar todo el rigor de la ley, siempre con el horizonte de solucionar realmente los problemas sanitarios. En virtud de lo anterior, se enfrentaron de forma inmejorable los breves, y a veces, destemplados mensajes que trataron de instalar los supermercadistas para su defensa.

## PLAN DE SALUD PÚBLICA REGIONAL

La verdadera carta de navegación de la Seremi durante el 2005, resultó ser una fuente de muchos temas de interés periodístico, y que permitió posicionar la nueva cara de la autoridad sanitaria en la región. Su diagnóstico fue un verdadero éxito, ya que constituyó un elemento novedoso, y del cual se pudieron extraer muchos subtemas.

Este caso constituye un buen ejemplo sobre como se puede dar a conocer los cambios institucionales con un respaldo técnico-comunicacional, y no sólo usando “pirotecnia corporativa”.

## NUEVOS TEMAS

Los nuevos temas que se incorporaron en la agenda pública correspondieron principalmente a Promoción de la Salud, conforme a una estrategia de posicionar en la ciudadanía la importancia de la salud pública, a la par con la curación de la enfermedad. Estos paradigmas son fundamentales en la reforma de la salud, por lo tanto, sin dejar de lado las cuestiones de fiscalización, se diseñaron muchas acciones tendientes a enseñar estilos de vida saludable y control de los factores de riesgo.

**APARICIONES MEDIÁTICAS SEGÚN ÁREAS TEMÁTICAS**

<b>Temas noticiosos</b>	<b>ENERO 2004-JUNIO 2005</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>Alimentos</b>	Cecinas	13	<b>0,8</b>
	Mariscos / Vibrión Parahemolítico	141	<b>8,3</b>
	Comida callejera	6	<b>0,4</b>
	Semana Santa 2004	70	<b>4,1</b>
	Amenaza Yogures	55	<b>3,2</b>
	Fiestas Patrias 2004	68	<b>4,0</b>
	Supermercados	131	<b>7,7</b>
	APEC	11	<b>0,6</b>
	Semana Santa 2005	52	<b>3,1</b>
	Otros	41	<b>2,4</b>
<b>Entornos Saludables</b>	Hantavirus	12	<b>0,7</b>
	Locales Públicos	49	<b>2,9</b>
	La Farfana	92	<b>5,4</b>
	La Cañamera	15	<b>0,9</b>
	Santa Marta	16	<b>0,9</b>
	Zoonosis	27	<b>1,6</b>
	Ruidos	35	<b>2,1</b>
	Humedal Batuco	12	<b>0,7</b>
	Residuos	57	<b>3,4</b>
	Pozos de Áridos	6	<b>0,4</b>
<b>Salud en el Trabajo</b>	Accidentes Laborales	96	<b>5,7</b>
	Tolueno	114	<b>6,7</b>
	Plomo	56	<b>3,3</b>
	Otros	12	<b>0,7</b>
<b>Calidad del Aire</b>	Plan de Invierno	2	<b>0,1</b>
	Fuentes Fijas	46	<b>2,7</b>
	Cifras Red Macam	64	<b>3,8</b>
<b>Promoción de la Salud</b>	Tabaco	44	<b>2,6</b>
	Bicicleta	8	<b>0,5</b>
<b>Profesiones Médicas</b>	Centros de Estética	7	<b>0,4</b>
	Productos farmacias	2	<b>0,1</b>
<b>Epidemiología</b>	(intoxicaciones, shu, triquinosis, meningitis)	83	<b>4,9</b>
<b>Inspección Sanitaria</b>		5	<b>0,3</b>
<b>Megaeventos</b>		27	<b>1,6</b>
<b>Plan de Salud Pública Regional</b>		29	<b>1,7</b>
<b>Autoridad Sanitaria</b>		35	<b>2,1</b>
<b>Denuncias</b>		51	<b>3,0</b>
<b>Emergencia</b>		34	<b>2,0</b>
<b>Otros</b>		72	<b>4,2</b>
<b>Total</b>		<b>1696</b>	<b>100,0</b>

## Análisis de medios

De las 1696 apariciones noticiosas, el 33.1% (562) corresponde a prensa; el 26.1%, a radio (442); el 21.1%, a radio (358) y 19.7%, a medios electrónicos (334).

Los medios donde más apareció el Sesma / Seremi fueron, en primer lugar, *El Mercurio* (10.9%, 185 apariciones), seguido de *Bío Bío* (7.7%, 130), *Cooperativa* (6.7%, 113), *Canal 13* y *El Mostrador* (5.7%, 96), *La Tercera* (5.5%, 94) y *TVN* (5.2%, 88).

### PRENSA (Total: 562 apariciones)

- ❑ 41,63% corresponden a temas posicionados por el Sesma / Seremi
- ❑ 24.55% son respuestas a consultas coyunturales de los medios
- ❑ 18.32% son apariciones referenciales
- ❑ 9.78% denuncias o crónicas atemporales
- ❑ 5.69% son noticias perjudiciales

### RADIOS (Total: 442 apariciones)

- ❑ 54,75% corresponden a temas posicionados por el Sesma / Seremi
- ❑ 28.73% son respuestas a consultas coyunturales de los medios
- ❑ 8.82% son apariciones referenciales
- ❑ 7.01% denuncias o crónicas atemporales
- ❑ 0.67% son noticias perjudiciales

### TELEVISIÓN (Total: 358 apariciones)

- ❑ 56,98% corresponden a temas posicionados por el Sesma / Seremi
- ❑ 26.53% son respuestas a consultas coyunturales de los medios
- ❑ 6.42% son apariciones referenciales
- ❑ 7.26% denuncias o crónicas atemporales
- ❑ 2.79% son noticias perjudiciales

### MEDIOS ELECTRÓNICOS (Total: 334 apariciones)

- ❑ 54,19% corresponden a temas posicionados por el Sesma / Seremi
- ❑ 11.67% son respuestas a consultas coyunturales de los medios
- ❑ 28.74% son apariciones referenciales
- ❑ 0.59% denuncias o crónicas atemporales
- ❑ 4.79% son noticias perjudiciales

APARICIONES SEGÚN MEDIO Y CATEGORÍA ENERO 2004-JUNIO 2005

Medios	Total	C 01	C 02	C 03	C 04	C 05	%
El Mercurio	185	51	41	41	37	15	10,9
La Tercera	94	52	27	13	0	2	5,5
Las Últimas Noticias	59	25	12	17	3	2	3,5
La Cuarta	57	25	13	7	9	3	3,4
La Nación	78	33	24	14	3	4	4,6
La Segunda	38	17	11	6	0	4	2,2
Siete	14	7	5	0	1	1	0,8
Otros	37	24	5	5	2	1	2,2
<b>Total</b>	<b>562</b>	<b>234</b>	<b>138</b>	<b>103</b>	<b>55</b>	<b>32</b>	<b>33,1</b>
TVN	88	48	31	2	5	2	5,2
Canal 13	96	50	28	8	7	3	5,7
Mega	65	33	16	4	8	4	3,8
Chilevisión	73	44	16	8	4	1	4,3
La Red	36	29	4	1	2	0	2,1
<b>Total</b>	<b>358</b>	<b>204</b>	<b>95</b>	<b>23</b>	<b>26</b>	<b>10</b>	<b>21,1</b>
Cooperativa	113	66	26	16	4	1	6,7
Bío Bío	130	63	54	10	2	1	7,7
Chilena	76	39	15	4	18	0	4,5
Agricultura	42	21	17	4	0	0	2,5
W	31	22	6	1	1	1	1,8
Otras	50	31	9	4	6	0	2,9
<b>Total</b>	<b>442</b>	<b>242</b>	<b>127</b>	<b>39</b>	<b>31</b>	<b>3</b>	<b>26,1</b>
ElMostrador.cl	96	42	11	31	0	12	5,7
Emol.com	30	25	3	2	0	0	1,8
LaNacion.cl	52	19	4	28	0	1	3,1
Lun.cl	34	21	7	6	0	0	2,0
Tercera.cl	52	32	6	13	0	1	3,1
Terra.cl	19	12	3	2	0	2	1,1
Cooperativa.cl	35	16	5	13	1	0	2,1
Otros	16	14	0	1	1	0	0,9
<b>Total</b>	<b>334</b>	<b>181</b>	<b>39</b>	<b>96</b>	<b>2</b>	<b>16</b>	<b>19,7</b>
<b>Total Medios</b>	<b>1696</b>	<b>861</b>	<b>399</b>	<b>261</b>	<b>114</b>	<b>61</b>	
	<b>%</b>	<b>50,8</b>	<b>23,5</b>	<b>15,4</b>	<b>6,7</b>	<b>3,6</b>	

## Aspectos relevantes de la comparación semestral

- Durante el primer semestre de 2004 se registraron 564 apariciones; el segundo semestre de 2004 subieron a 671, y el primer semestre de 2005, hubo un descenso a 461.
- En el primer semestre de 2004, del total de apariciones en diarios 80 correspondieron a la agenda de los medios y sólo 58 a posicionamientos institucionales, revirtiendo la tendencia de las cifras globales (234-225 en prensa y 861-574 en todos los medios).
- Una situación similar ocurrió con la televisión el primer semestre de 2005, donde la diferencia global entre la agenda institucional y la mediática es más amplia (204-131). En ese periodo hubo 33 posicionamientos de la Seremi frente a 40 producto de los medios.
- La cobertura de los medios electrónicos durante el semestre enero-junio 2005 bajó un 78% en comparación al semestre anterior y en un 78.1% respecto del mismo periodo del año 2005.
- El estudio sobre el protagonismo de los medios audiovisuales en la emisión y difusión de noticias de Litoral Press (sólo 2004) indica que radio Bío Bío lidera la cantidad de notas con cierta holgura (22.01%), seguido de Cooperativa (13.15%), TVN (9.79%) y Canal 13 (9.20%). En el caso del Sesma, la cifras para ese año indicaron una supremacía de Cooperativa (14.62%), seguido de TVN (14.07%), y Canal 13 y Bío Bío (12.96%).
- Comparando las cifras de todo el sector Salud con las del Sesma, **las noticias de radio** se reparten de la siguiente forma:

	Sector Salud	Sesma
Bío Bío	37%	25.83%
Cooperativa	20%	29.15%
W Radio	17%	5.53%
Chilena	13%	23.24%
Agricultura	13%	7.38%
		8.85% otras

- Comparando las cifras de todo el sector Salud con las del Sesma, **las noticias de televisión** se reparten de la siguiente forma:

	Sector Salud	Sesma
TVN	29%	28.25%
Canal 13	24%	26.02%
Mega	20%	17.47%
Chilevisión	18%	18.21%
La Red	9%	10.03%

**APARICIONES SEGÚN VOCERO INSTITUCIONAL o NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN ENERO 2004-JUNIO 2005**

	Frecuencia	%
Soledad Ubilla (2004)	610	36,0
SESMA 2004	461	27,2
Mauricio Ilabaca (2005)	232	13,7
SESMA 2005	71	4,2
SEREMI	64	3,8
Ricardo San Martín	52	3,1
Arnoldo Estefó	36	2,1
Antonio Marzzano	22	1,3
AUTORIDAD SANITARIA	17	1,0
Jaime Gómez	16	0,9
Oswaldo Hidalgo	11	0,6
Luis Bahamondes	10	0,6
David Fuentes	9	0,5
Verónica Solari	8	0,5
Omar Cáceres	8	0,5
Soledad Carrasco	7	0,4
Juan Veas	7	0,4
Eduardo Zamorano	6	0,4
Fernando Fuenzalida	5	0,3
José Antonio Segura	5	0,3
Jorge Matteoda	5	0,3
Christian Calderón	4	0,2
Alejandra Poblete	4	0,2
Sergio Alcayaga	3	0,2
Carlos Cerpa	3	0,2
Ernesto Núñez	2	0,1
Otros	18	1,1
<b>Total</b>	<b>1696</b>	<b>100,0</b>

El Sesma dejó de existir el 31 de diciembre de 2004; sin embargo, su nombre siguió siendo usado por los medios durante el 2005. De hecho del total de referencias sin vocero, recién en abril la palabra “Seremi” superó a “Sesma”, marcando el quiebre de la tendencia. “Autoridad Sanitaria” debutó recién en marzo.

## **VI. Conclusiones: El factor institucional en la construcción de la agenda de los medios**

A través de esta investigación hemos descrito funcionalmente el carácter de las agencias comunicacionales, en tanto insertas en una organización, y los productos que usan para intentar influir en la agenda de los medios, con el propósito de posicionar mensajes y campañas, y llegar de esta forma a los públicos finales.

Sin embargo, es importante destacar el panorama global en que tiene lugar la influencia de las fuentes institucionales, por medio de actores y herramientas comunicacionales, relevando los factores que permiten la participación directa o indirecta en la construcción de la agenda de los medios.

El nivel de participación en la elaboración de la pauta de los medios transforma a las fuentes institucionales en hilvanadores de la agenda mediática, apoyadas fuertemente en la estructura formal-funcional de las agencias / departamentos de comunicaciones, cuya principal estrategia es manejar los códigos periodísticos de proactividad y reactividad.

En este contexto, las debilidades de la práctica periodística se presentan como oportunidades invaluable para orientar una buena parte del trabajo de la comunicación institucional; así como también, la falta de comprensión de las lógicas mediáticas de parte de las organizaciones, incluyendo a quienes se encargan de temas comunicacionales, se transforma en una amenaza para el posicionamiento en los medios, fundamental para una organizaciones cuyo deber moral es saber “vender” las políticas públicas.

Por último, planteamos la intención del estudio de insertarse en la vertiente de la teoría de la *agenda-setting* que habla de efectos no sólo en periodos electorales, y de carácter inmediato, sino más bien de tipo acumulativo. Además, indagar en una parte de poca exploración de la teoría: la fijación de la agenda de los medios.

### **6.1 La influencia de las agencias de comunicaciones**

Los medios han ido adquiriendo cada vez más importancia en la sociedad moderna y en el ámbito de la comunicación pública, principalmente por dos razones: se han transformado en la forma de conectar a la comunidad con los actores institucionales y por otra parte, les permiten construir una imagen.

Hemos dicho que son más de 200 estudios los que comprueban que los medios fijan la agenda de los temas que la gente considera importantes (Dearing y Rogers, 1996). De hecho, se puede decir que los medios son exitosos en decirle al público sobre qué pensar, tal como anticipaba Cohen (1963).

En el más pragmático mundo de la publicidad y del marketing, por otra parte, también se hace referencia al concepto de prominencia aunque no se lo llame como tal. Las campañas promocionales suelen buscar el máximo impacto a partir de ciertos umbrales mínimos de percepción que, en el caso de los avisos televisivos y radiales, se aproximan a tres pasadas del mismo mensaje promocional en un mismo medio. En otras palabras, la persuasión para consumir (asumiendo que el mensaje en sí es atrayente, entre otros factores) se hace efectiva gracias a la simple repetición del mensaje.

Los estudios de *agenda setting* también han demostrado que los medios transmiten a la opinión pública no sólo la prominencia de los temas, sino que también los aspectos y características (atributos) de dichos temas, los que sirven de orientación al público cuando este reflexiona sobre ellos.

Los actores institucionales reciben una imagen de lo que el público espera de ellos, la que en gran parte es determinada por los medios y sus agendas (Porath, 2000), a través de un "efecto de la tercera persona en la comunicación"<sup>17</sup>. En este modelo, los actores institucionales, como terceras personas, le envían un mensaje a la opinión pública, a través de los medios, como una reacción ante el efecto que los medios pudieran tener en la opinión pública, siempre sobreestimado. Esta es una forma indirecta que los medios influyen en el actuar institucional, puesto que fijan su agenda y la forma de intervenir en el escenario público.

Esta capacidad de influencia en la agenda institucional, ha motivado a algunos autores a analizar a los medios como actores políticos, quienes intervienen en la vida política, conscientes o inconscientemente, con sus propios intereses y objetivos<sup>18</sup>.

Ante esta vuelta al carácter omnipotente y casi unidireccional del accionar de los medios, surgen visiones paralelas que aceptando los planteamientos anteriores,

---

<sup>17</sup> Véase Davison, Walter Phillips (1983): "The third-person effect in communication", en: *Public Opinion Quarterly*, 47-1, pág. 1-15.

<sup>18</sup> Así por ejemplo en Graber, Doris A. (comp.): *El poder de los medios en la política* (1986) se recogen seis estudios a propósito de la influencia sobre resultados electorales y siete trabajos sobre el efecto sobre los actores políticos y el balance de poder. Véase también Borrat, Héctor: (1989): *El Periódico, Actor Político*. Barcelona: GG Mass Media.

ubican la mencionada capacidad de los medios en un contexto determinado, fijando límites a la misma capacidad y enumerando factores que la potencian o acotan.

Además de la cultura del país, su estructura político-institucional, un factor importante que limita la libertad de los medios para establecer agendas de discusión es su relación con los centros de poder político de la sociedad. Regresamos aquí a la pregunta *¿quién establece la agenda para los medios?*

Es muy difícil sistematizar los aspectos de este último factor, ya que algunos se desarrollan generalmente fuera del ámbito público, ya sea por las deficiencias de las prácticas periodísticas o los aciertos de la proactividad comunicacional de los actores institucionales.

Los discursos y mensajes que instalan los actores institucionales en el escenario público se nutren de factores internos y el trabajo de profesionales de la comunicación que además planifican la "puesta en escena" del discurso mismo y gestionan una relación con los medios para captar su atención, y así proyectarse al escenario público de la manera esperada.

Las agencias comunicacionales asesoran a las instituciones basados en indicadores reales que son pautas, cifras, tendencias que orientan el mundo real, el cuál también es referido en los medios y que usan para construir la realidad que percibe cada individuo a través de ellos. Las instituciones comentan, critican, silencian o reproducen estos indicadores, traduciendo su estrategia política al plano comunicacional. El objetivo es casi siempre tener algún tipo de impacto en la agenda pública. Algunas agencias desarrollan su trabajo con la misión de influir en la agenda pública, para luego rebotar este impacto a la agenda política.

El papel de las agencias frente a la agenda mediática es estratégico a la hora de eludir un tema, e intentar reemplazarlo por otro. La idea es llevar la atención de los medios hacia otro aspecto del tema, modificando la dirección del flujo comunicacional, cuando no se tiene la fortuna de contar con la irrupción de un "evento"<sup>19</sup> que obligue a los medios a dedicar más espacio y recursos a otras noticias. Cuando la no-libertad de prensa así lo permitía, aparatos de control estatal podían derechamente inventar sucesos extraordinarios, como la aparición

---

<sup>19</sup> Guerras, eventos deportivos, etc. Al momento de realizar este estudio, el sistema de medios global sufrió la fuerza aplastante de dos grandes sucesos: el tsunami en el sudeste asiático, y la muerte del Papa Juan Pablo II y la posterior designación del Papa Benedicto XVI.

de un joven que era visitado por la Virgen María, para desviar la atención de sucesos más relevantes, como asesinatos políticos.

Lo que pretendemos ilustrar es la importancia de una buena comunicación externa y pública de los contenidos de una institución. En tanto insumo para el debate público, desde la perspectiva habermasiana, es fundamental para el éxito de una campaña pública. Derksen y Gartrell (1993, en Rodríguez Díaz, Raquel; Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004) presentaron sus conclusiones respecto a la actitud favorable al reciclaje en Canadá, demostrando que quienes habían estado expuestos al mensaje de la campaña tenían una actitud mucho más comprometida hacia el reciclaje, que quienes teniendo una postura positiva hacia el reciclaje seguían una conducta más pasiva.

Hay otros datos que refuerzan esta idea desde la perspectiva de la cobertura mediática. Por ejemplo, pese al enorme volumen de información y estadísticas que maneja -y a la relevancia social de buena cantidad de ellos-, el Mideplán sólo capturó el 1.9 por ciento de la cobertura de los noticieros durante 1994, de acuerdo a un estudio de la Secretaría General de Gobierno. Esto demuestra que hay buenos y malos posicionamientos comunicacionales, y que no es cuestión de contenidos sino que también formas.

La teoría de la *agenda-setting* nos explica por qué la información sobre ciertos argumentos resulta de interés para el público y otros, no; cómo algunos temas forman la opinión pública e inducen a tomar iniciativas políticas y otros, no. (Dearing y Rogers, 1996). Estas características resultan “irresistibles” para que quien desee posicionar algún tema en la agenda pública. En definitiva, consciente o inconscientemente, todas las agencias de comunicación trabajan con los supuestos básicos de la teoría de la *agenda-setting*.

Para comprender los efectos de los medios es indispensable dar otra vuelta de tuerca y analizar en sentido inverso ¿quién fija la agenda de los medios, que a su vez fija la agenda pública? Por eso no recurrimos al tradicional binomio análisis de contenido / encuesta de opinión pública, sino que nuestros esfuerzos se remontaron a las fuentes institucionales, y como se han “profesionalizado” gracias al trabajo de las agencias de comunicaciones, incorporando los principios de la comunicación estratégica.

La figura de los *gatekeepers* intenta responder a la pregunta acerca de quién fija la agenda de aquellos que fijan la agenda. O sea, quién fija la agenda de los medios

masivos. Son, por ejemplo, los mismos medios de comunicación, operando en su dimensión de actores de por sí; los políticos; el sistema judicial; el "dinero", o la capacidad de quienes los tienen para usarlo como argumento; los eventos, dado que si cumplen con las características requeridas pasan a formar parte de la agenda; por último, los especialistas, en cuanto cuentan con el llamado "poder-saber". A esto debemos agregar que hay formas y contenidos que se usan como estrategias para influir la agenda mediática, e indirectamente, la agenda pública.

La capacidad de los gatekeepers puede abordarse desde múltiples perspectivas. Por ejemplo, desde la teoría de elite, quienes tienen dinero, posiciones institucionales u otras posiciones de poder fijan la agenda sin reparar en el público. La teoría del pluralismo implica que los grupos de interés o individuos forman la agenda. Las demandas masivas provocan cambios de políticas o de agenda. La teoría institucional nos dice que las agendas se fijan de acuerdo a las reglas de la organización. La teoría de juegos se enfoca en las estrategias de actores que compiten, lo cual permite responder preguntas como ¿Por qué y cómo varios grupos o individuos proponen una agenda? No obstante, hay que considerar que no sólo un actor o grupo de actores fija la pauta y no todos lo hacen de manera explícita.

La fijación de la agenda medial dice relación con la homogeneización de las noticias en un *set* de tópicos. Muestra, por cierto, la perspectiva de la clase dominante. El resultado, no concientemente buscado, es consentimiento y apoyo para quien ejerce el poder político. Esta no es una teoría de la conspiración pero, sin embargo, reconoce que los medios masivos en una sociedad como la nuestra tienen por función apoyar al sistema, inducir conformidad, proveer seguridad y proteger a los miembros de la sociedad de información excesivamente disruptiva, distractiva o disfuncional. Estas no son funciones establecidas directamente, sino que surgen históricamente asociadas al rol que cumplen conforme al uso que se les da y a sus propias dinámicas de operación. Por lo demás, debe considerarse que la lógica editorial de los medios de comunicación, en cuanto industria, obliga a la selección de eventos y temas de acuerdo con sus propias pautas valorativas asociadas a lo que se considera como "noticia" y los atributos que aquellas deben tener. Por ejemplo: interés humano, espectacularidad, conflicto, actualidad, proximidad, relevancia, etc.

Sin embargo, al asumir una actitud protagonista los medios también ganan, y son capaces de usar esta fuerza comunicacional, para redefinir la agenda. En cuánto las instituciones se lanzan a fijar la agenda, ya no existe el silencio o el "sin comentarios", lo que es útil a los medios, desde la perspectiva de lógica productora

de noticias. Por otra parte, el encuadre que los medios pueden darle a una información publicada por una organización es la opción que tienen para retomar el control de la situación, y de paso, estropear la estrategia institucional, situación que se puede ver potenciada si la acción comunicacional con la que se pretende influir en el agenda mediática es ejecutada por un vocero sin experiencia.

En la agenda política o institucional, los eventos, como por ejemplo, el accidente de un niño al caerse a un pozo arenoso, sirven para emprender acciones técnico-comunicacionales, que redundan en un posicionamiento efectivo para la organización. En el caso referido, la victimización en el niño dio cuenta de una situación donde los “culpables” aparecían resistiéndose a la reducción de riesgos por razones económicas, en virtud de apoyarse en resquicios legales frente a lo cual la fiscalización de la autoridad no era suficiente. La oportunidad del evento permitió generar una presión para modificar el fondo de la situación.

No obstante, hay situaciones cuando el público demanda una acción gubernamental ante un problema y hay desacuerdo público sobre la solución. Incluso, un tema es un conflicto entre dos o más grupos identificables sobre problemas relacionados a la distribución de posiciones o recursos, que pueden incluir a las organizaciones públicas en la discusión, de manera de llegar con contundencia a la agenda de los medios.

La idea de "viabilidad política" recoge la dificultad de plantear temas y acciones de gobierno fuera o en contra del proceso de construcción de la agenda política a partir de la agenda pública y medial. Las acciones gubernamentales de carácter “positivo” no son tan noticiosas, por lo que se insiste en aprovechar la oportunidad de “vender” temas de perfil técnico-ciudadano.

### Redes de información

La influencia institucional en la agenda de los medios puede ser visto como parte del concepto de redes de información. Las redes son pautas estables de información que se generan en ciertos escenarios, donde grupos, individuos y organizaciones intercambian información. Uno de sus aspectos fundamentales es su tamaño y hay que agregar que son variables en cuanto a su cantidad de miembros y la intensidad de sus contactos (Salcedo, 2003).

Partimos del supuesto de que la información no circula libremente y de que hay interesados en controlarla, o por lo menos acceder a ella. En el caso de la relación comunicacional entre el Sesma / Seremi y los medios, las redes reflejan una

estructura formal y otra informal. Mediante la formalidad de las convocatorias a las acciones comunicacionales preactivas se busca influir en la agenda de los medios explícitamente, con la disposición para cualquier requerimiento que surja a partir de dicha acción, siempre abundantes debido a la gran cantidad de espacios informativos que necesitan de vocerías contingentes, especialmente los medios audiovisuales.

La estructura informal se basa a partir de la generación de una red entre las agencias comunicacionales involucradas en un sector y los periodistas que lo cubren. Estos profesionales son los principales demandantes de los requerimientos externos y logran captar el perfil de funcionamiento de las diferentes agencias (*ver 6.5 Las lógicas mediáticas y las lógicas institucionales*). Este tipo de requerimientos puede llegar a transformarse en una función de agenda desde el medio hacia la institución, o desde la opinión pública hacia la institución, cuando el medio se hace cargo de alguna denuncia ciudadana. No todos los requerimientos externos tienen esta característica, puesto que la mayoría de los casos (23.5% de las apariciones del Sesma / Seremi) son solicitudes de información que puede ser elaborada oportunamente por la institución. En todas estas situaciones la información se usa para generar más información y ambas partes tratan de acceder o controlar, para anticipar el escenario: ya sea generar una exclusiva periodística o evitar una crisis.

### Una relación de ida y vuelta

Según quienes se relacionan con los medios, desde el sector institucional, la manera más eficiente de influir en la agenda de los medios es conociendo cuáles son los grandes temas de interés y los ciclos de la agenda noticiosa de manera de elaborar un plan comunicacional que permita la generación de noticias de acuerdo a esos parámetros. Es decir se deben tener claros cuáles son las noticias cíclicas, las coyunturales y las estacionales de la agenda así como sus tiempos.

También se debe intentar incluir en la información las características propias de la construcción noticiosa, como el factor de conflicto o el punto de tensión en una historia, la novedad, trascendencia, etc.

Y por otra parte, se debe tener en cuenta aspectos formales, tales como días de la semana más factibles de posicionar temas y recursos para llegar a los medios, como salidas a terreno para concitar la atención de los medios televisivos, pool de voceros para satisfacer la necesidad de profundidad de contenido de la prensa escrita, etc.

Desde la perspectiva de los periodistas de medios, existe plena conciencia de las intenciones institucionales por influir en su agenda. Estiman que las grandes entidades tienen como motor de sus comunicaciones externas influir en los medios, colocar sus pautas y sus puntos de vista, usando poder e influencias para ello.

Aunque si bien no se lo considera ilegítimo, se trata de eludirlas hasta donde se pueda, y se valoran sus aportes. "Las agencias son fundamentales, es lo ideal es recibir información de la institución", es su opinión.

Los intereses que puede haber detrás de la entrega de información se soslayan a cambio de recibir la materia prima del periodismo. Se considera que la influencia es compartida, y que hay algunas que influyen más que otra, dependiendo de la forma de cómo se relacionan con los medios, cómo van presentando la información, su proactividad y formatos escogidos.

En general, los medios privilegian la difusión de declaraciones y opiniones de los definidores primarios tradicionales, vinculados a los poderes, al control del patrimonio, a la defensa de la dinámica general de reproducción del esquema del poder.

Distinta es la situación de una organización de carácter marginal, cuya única posibilidad de insertarse en el escenario público es crear un espacio de intersección entre los medios, la opinión pública y los actores institucionales. Su única estrategia posible es convertir sus propias prioridades y propósitos en motivo de interés para los medios, y de esta forma, para los ciudadanos.

Si nos basamos en uno de los supuestos básicos de la teoría de la *agenda-setting*, por el simple hecho de prestar más atención a unos temas y de silenciar otros, los medios canalizan la atención del público influyendo en el clima de opinión y en el escenario público. Este elemento es captado por los actores institucionales, los que se ven "obligados" a entrar a dicho escenario, intentando jugar con las reglas de los medios.

La investigación en *agenda-setting*, se ha ido enfocando hacia un análisis longitudinal, que evalúa los cambios en el tiempo en la prominencia de los *issues* o temas sobre agenda medial, agenda pública y agenda política.

Una aproximación a este tema se enmarca dentro de la tradición de los "efectos" de los medios y sus investigaciones correspondientes. Un encuadre es la idea central

que organiza el hacer sentido de los eventos, a la vez que sugieren que está en el tapete.

Para identificar el encuadre, el contenido noticioso de las crónicas es menos importante que el comentario interpretativo que va junto a la noticia. London (1993) plantea que esto es evidente en el periodismo en general, y que es especialmente evidente en las noticias televisivas, llenas de frases anclas, metáforas, metonimias y otros simbolismos que nos entregan un camino corto que sugieren una historia subyacente. Las agencias comunicacionales deben contribuir y orientar el encuadre noticioso, ya que es una de las principales maneras de influir en la agenda mediática y pública.

### Factores globales que influyen en la agenda de los medios

Según Godoy (2002), en su estudio sobre cobertura informativa en el periodo anterior a las elecciones parlamentarias de Chile en 2001, pese al predominio de algunos consorcios periodísticos con claras orientaciones ideológicas, la agenda noticiosa de los medios no parece fácil de manipular. Sin descartar de plano que haya cierto silenciamiento o distorsión ocasional respecto de algunos temas, puede afirmarse que la agenda de los medios parece construirse gracias al aporte de otros factores.

#### DESDE LA PERSPECTIVA DE LA FUENTE

- ❑ Actitud activa para conseguir la atención de los medios
- ❑ Habilidad para plantear temas periodísticamente atrayentes
- ❑ Estar investido de la autoridad profesional para opinar sobre ciertos temas
- ❑ Preeminencia o fama personal
- ❑ Habilidad para plantear una agenda temática diferenciada
- ❑ Ocupar cargos que, por su naturaleza, lo conviertan en fuente noticiosa relevante
- ❑ Verse involucrado, voluntariamente o no, en temas de alto impacto noticioso

Mc Combs advierte, respaldado por decenas de estudios en países desarrollados, que el factor más relevante para definir la agenda informativa de los medios (*intra-media agenda-setting*) son las fuentes usadas por los periodistas. Esta variable, sumada a la influencia de los demás medios (los periodistas suelen consultar permanentemente a sus competidores), permite explicar en un 50% el origen de los temas presentados por la prensa, la radio y la TV.

El cómo algunas de estas fuentes, las de carácter institucional, operacionalizan esta influencia se explica por la preponderancia de formatos, productos y estrategias comunicacionales.

## 6.2 Ataque y defensa: el *ethos* de la comunicación institucional

En muchas encuestas cuando se le pregunta a la gente quien tiene demasiado poder en la sociedad contemporánea, los medios de comunicación ocupan los primeros lugares. Según Nöelle-Neumann (1995), esta sensación de desamparo ocurre de dos formas: cuando una persona intenta conseguir la atención pública, y los medios, en sus procesos de selección, deciden no prestarle atención, y cuando los medios orientan su atención hacia un individuo entregado a ellos como chivo expiatorio para ser exhibido.

Esta visión que le confiere un carácter abismante al poder de los medios, merece ser complementada con una visión más dinámica del escenario público, donde opinión pública, medios e instituciones interactúan e influyen mutuamente.

Una agencia de comunicaciones es una instancia profesional y especializada para gestionar las relaciones informativas de una institución. A nivel interno, produce la información hacia las personas que integran la institución, y recolecta la información sobre las condiciones del ambiente organizacional. A nivel externo, produce la información que se entrega a los públicos o usuarios externos, ya sea en forma directa o con la mediación de las empresas periodísticas, y para ello también recolecta información internamente y de los escenarios externos, agregándole valor agregado periodístico a esta elaboración. Esta última misión se respalda en dos conceptos: hay que estar en los medios y no da lo mismo el cómo estar en ellos.

Necesidad de existencia pública: en algunos casos, para una institución es relevante mantener un espacio en la opinión pública, aportar con la visión propia a los debates, participar como parte y contraparte en los diversos flujos comunicacionales. En otras situaciones, las organizaciones cultivan un bajo perfil o buscan mantenerlo cuando por alguna circunstancia se ven enfrentados a una crisis.

La calidad de la imagen: la presencia en los medios no asegura el éxito de una estrategia comunicacional. Cada posicionamiento va a contribuyendo a la generación acumulativa de una imagen, ya sea en sentido negativo o positivo. En otras situaciones, algunas instituciones debe competir con otras para lograr

espacios informativos, triunfando la estrategia más seductora para los medios. En ambos casos, se trata de efectuar las acciones comunicacionales precisas para aparecer en los medios, de manera tal que no se produzca algún efecto secundario no esperado, o que la imagen se vea dañada en vez de beneficiada.

Para este tipo de situaciones se hace necesario contar con el desempeño de quienes manejen las técnicas periodísticas y las rutinas de los medios. En definitiva, sus funciones se pueden resumir en gestionar la presencia en los medios, aplicando técnicas mediáticas, y diseñar estrategias comunicacionales que le permitan a la organización adaptarse a nuevos escenarios, ya que la creación de valor informativo es vital para adaptarse a las nuevas dinámicas sociales.

Un buen comunicador de las agencias debe conocer las rutinas de los periodistas, sus fórmulas, preferencias, y también el sistema de medios donde se desarrolla su labor. Por lo mismo, se hace vital mantener una buena relación con el entorno, casi como parecer “uno más” de ellos, que no se note que en realidad se está a en veredas opuestas.

Las agencias gubernamentales tienen por lo general mayor relevancia que otros actores a la hora de definir agendas de medios y agendas públicas, y otras agendas políticas<sup>20</sup>. A su vez, las instituciones establecen vínculos con sus públicos a través de los medios mediante una comunicación estratégica que gestiona la relación entre las instituciones y los medios, pudiendo ser **reactiva** o **proactiva**. Al ser reactiva, busca evitar que los medios proyecten una imagen distinta a la deseada por la institución; en cuanto a la proactividad, se trata del esfuerzo de las instituciones para que los medios proyecten su imagen deseada.

La comunicación externa puede ser definida como la instancia donde se da y se recibe la información entre la organización y sus entornos relevantes (Kreps, 1995). Esta definición nos indica la “materia prima” con la que deben trabajar las agencias y departamentos de comunicaciones en su objetivo de captar la atención de los medios y lograr incluir su agenda. Dar y recibir son dos acciones comunicativas relevantes e interrelacionadas, ya que implica el envío de información interesada hacia el exterior, a la vez que se buscan datos importantes en el entorno relevante para la organización. En lo señalado como el ataque y defensa de las agencias comunicacionales, no sólo se debe esperar un requerimiento de algún medio para

---

<sup>20</sup> Existe plena conciencia entre los periodistas que las agencias de organismos públicos tienden más a ser informativos y contingentes, antes que las agencias externas que trabajan para otro tipo de instituciones que por lo general mandan comunicados de prensa que no son considerados.

actuar, sino que de alguna manera hay que manejar las agendas propias de los medios para poder anticipar escenarios y planificar las acciones propias.

En el contexto de la comunicación pública, algunos autores consideran a la comunicación externa como la suma de tres elementos: relaciones públicas, lobby y campañas públicas (Salcedo, 2003). Otros autores, incluyen en este conjunto a la atención a los usuarios externos, sean clientes o no (Velásquez, 2005). En este sentido se tiende a incluir dentro de la comunicación externa a formatos tales como Call Center, Infomóvil, Oficina Comercial Virtual y Telemarketing, las que pasarían a depender formalmente al departamento de Comunicaciones de una organización.

Entendemos que hay que separar la comunicación externa de la atención de usuarios o clientes, ya que la comunicación externa se desarrolla más frente a un colectivo o a un grupo de colectivos como la opinión pública, aún cuando elementos de lo anterior se filtren hacia el escenario público<sup>21</sup>. Desde un punto de vista teórico y operativo, no parece sustentable esta integración de la atención de usuarios o clientes a la comunicación externa, sobre todo para una organización pública, ya que se satisfacen necesidades distintas, si bien en ambos casos se trabaja con información. En una es un medio para apoyar la correcta gestión de un servicio, mientras que en la otra, un fin en sí mismo: una adecuada transmisión de mensajes e ideas fuerza hacia los canales externos.

Más que la atención a usuarios, lo central de la comunicación externa es la relación de una organización con el escenario público, a través de medios de comunicación, relaciones públicas y campañas de diversa índole, las que por cierto usan como medio, algunas veces, y tienen como fin, en otras, el influir en la industria periodística o en una parte de ella. La organización ha asumido la demanda de sus entornos a través del desarrollo de su comunicación externa, quien tiene la necesidad de establecer las relaciones con su entorno para anticiparse así a sus demandas.

Una estrategia comunicacional debe descansar sobre la siguiente estructura funcional:

---

<sup>21</sup> En el caso de la Seremi de Salud, una denuncia hecha por un usuario particular puede ser recogida por algún medio de comunicación en su pauta informativa, según el criterio “ciudadano” o de periodismo público. Aún una mala atención de parte de la Seremi puede convertirse en un elemento noticioso o una noticia en sí misma.

-Dar a conocer a la institución o empresa según el perfil establecido por sus directores y mantener una presencia en el tiempo de acuerdo a ello a través de comunicados de prensa, conferencias y otras actividades comunicacionales.

-Mantener buenas relaciones con los periodistas del sector, a través de una política comunicacional consistente y conocida por ambas partes, de manera de facilitar el posicionamiento de temas y noticias de interés cuando sea necesario.

-Dar una respuesta clara y oportuna ante los requerimientos de prensa, ya sea proveyéndoles de la información solicitada o dando los argumentos para negarla.

-Facilitar y orientar el contenido de notas o reportajes a través de la consultoría de expertos que trabajen en la institución u contactos externos, de manera de ser un ayuda en su labor y no una dificultad.

En definitiva, no hay garantías absolutas de la eficiencia de las estrategias y diseños comunicacionales, porque la relación entre medios y organización se da en un contexto de negociación y seducción comunicacional, no como un contrato de compraventa.

### Formas y contenidos

Ser un periodista del área de comunicaciones de una institución significa estar al otro extremo de los medios de comunicación y por consiguiente, no es el lector, radioescucha o televidente el objetivo primario de los mensajes, sino los medios informativos. Esta tarea se torna difícil porque estamos ante la situación de un periodista intentando vender su mensaje a otro periodista, para que a su vez, éste la difunda a través de su medio.

Un comunicador institucional debe respaldar a su institución con una lealtad indiscutible, sin olvidar que lo primordial es el bien público y que la principal responsabilidad es con la sociedad; debe ganarse la confianza y el respeto de los representantes de prensa, desde los directivos hasta los reporteros; debe conocer a la institución con profundidad, porque sus colegas recurrirán a él para aclarar conceptos respecto a las funciones y políticas de la organización.

La especialización y permanencia de reporteros y editores a cargo del sector, no implica necesariamente una pauta de reporteo independiente de la que proponen los actores institucionales. Según las cifras del Sesma / Seremi , el mayor espacio lo ganan las noticias generadas por la organización (50.8% de las apariciones totales).

Esto no se debe a la falta de olfato o de creatividad periodística, sino más bien, a que precisamente los actores institucionales salen a buscar a los medios, y ya no sólo esperan pasivamente o reactivamente.

Hemos mencionado factores que inciden en la conformación de la agenda de los medios y también como es posible configurar estrategias para influir en ella, ya sea institucionales o comunitarias. Estos elementos comienzan a actuar desde el momento en que empieza la construcción de la pauta de cada periodista.

Algunos periodistas comienzan a planificar la noche anterior, cuando ya tienen acceso a las convocatorias institucionales del día siguiente, seleccionando las más noticiosas.

Todos los periodistas se basan en mayor o menor medida en las convocatorias institucionales que toman de las agencias noticiosas o les llegan por e-mail para proponer temas en la reunión de pauta con que generalmente inician la jornada los medios. En algunos casos, es el editor el que hace una selección previa de los temas propuestos por las distintas instituciones.

El éxito de la convocatoria está radicado en ser capaz de seducir comunicacionalmente al medio con elementos noticiosos atractivos, como los ya mencionados en el proceso de selección informativa, aunque también hay que agregar la presencia de personajes relevantes que puedan tocar otros temas, y aspectos visuales que atraigan a la televisión, el medio central por su penetración masiva y a la vez el menos profundo.

Si alguna convocatoria no es totalmente atractiva, algunos medios le dan una segunda lectura, ya sea para acomodar el tema propuesto con otras fuentes y perspectivas, o para estar presentes en la acción comunicacional, pero para poder tratar temas de su propia agenda, o para poder acceder a algún personaje habitualmente de difícil acceso, como por ejemplo, el Ministro de Salud.

*“Dependiendo del tema de la semana, el que le haya dado su carácter contingente, hay que ir a pautas donde se pueden encontrar los personajes que pueden opinar, aunque las pautas en sí mismas se traten de otra cosa”, periodista Radio.*

*“Cuando llegaba alguna pauta poco atractiva, esto es, convenios o inauguraciones, se cubrían igual, pero darle otra vuelta al tema, o para sacar cuñas de otros temas, o para cubrir los dos temas, el de la agenda institucional y el de la mediática”, periodista TV.*

*“Las convocatorias institucionales son útiles, principalmente, para sacarle cuñas a las autoridades de temas propios y ajenos a la actividad, aunque si es noticiosa de por sí es interesante”, periodista Diario.*

*“Creo que lo mejor son las convocatorias donde te venden un tema. Es decir si se va a dar a conocer algo, entonces mando invitación, pero a la vez un comunicado donde coloco un dato golpeador, que enganche”, periodista Diario*

Existe una tendencia de algunos medios a seguir un camino alternativo<sup>22</sup> al propuesto en la convocatoria institucional. El atractivo periodístico de una acción comunicacional es fundamental para que los mensajes propuestas no queden fuera de la cobertura.

*“Nuestra apuesta es siempre tener temas propios, y si corresponde ir a una pauta a la que van a ir todos los medios, hay que buscar cómo diferenciarse”, periodista Diario.*

*“Aunque la convocatoria sea atractiva en forma y fondo lo normal es que tu rescates una noticia que no siempre es la que se destaca en pauta”, periodista Radio.*

Para algunos medios que deben cubrir muchos espacios noticiosos, como las radios informativas, es tanta la necesidad de generar productos noticiosos que las pautas institucionales les son siempre bienvenidas; ya sea para cubrir espacios contingentes o genera temas de reportajes.

Efectivamente, los actores institucionales van generando temas con sus convocatorias, que se transforman en flujos comunicacionales de acuerdo a la relevancia que tienen, es decir, se convierten en temas que los medios exploran desde diversas perspectivas y por un espacio de tiempo prolongado.

La cobertura de las pautas también están influidas por las posibilidades de desplazamiento y la cercanía de las fuentes, por lo que si se planifica una salida con medios o una conferencia de prensa, debe hacerse pensando en una hora y lugar que sea accesible para todos los medios.

En los medios electrónicos donde en general se sale a reportear menos, las convocatorias institucionales no son cubiertas porque se espera el envío del

---

<sup>22</sup> Cómo veremos en el siguiente subcapítulo estas situaciones no son mayoría, ya que la falta de proactividad periodística es algo reconocido por los mismo medios, en virtud de sus condiciones de trabajo,

comunicado de prensa, y se orientan recursos a investigar temas de elaboración propia.

Otros aspectos que influyen en la construcción de la pauta son la lectura o revisión de otros medios, nacionales o extranjeros, sitios web, y el feedback que pueda tener cada medio con sus públicos. Algunas empresas periodísticas tienen dentro de su política editorial atender e investigar cualquier denuncia o consulta de la comunidad. Generalmente los periodistas ya establecidos en un sector van autopauteándose y acuerdan con el editor aspectos secundarios sobre cómo enfocar la noticia, ya que por el conocimiento que tienen del área van generando temas de acuerdo a su cercanía con las fuentes institucionales, por lo que esas situaciones más informales también constituyen una manera de influir en la agenda de los medios.

*“El grado de libertad de los periodistas para aportar a la pauta es mucha. La pauta la definimos generalmente nosotros. En general no hay censura ni autocensura. Las excepciones: cuándo algunos grupos de poder o empresas saben que estamos haciendo una nota sobre un determinado tema (donde se les cuestiona) y pegan “telefonazos”. Si es así la nota no se baja ni se cambia la denuncia, pero no se lleva como destacado en portada (aunque sea un golpe noticioso) y se baja el tono del título, epígrafe y bajada”, periodista Diario.*

*“La información sale de la búsqueda, de preguntar, a veces te llaman, pero hay que hacer seguimiento a los temas y llamar mucho a las fuentes. Siempre hay algo nuevo que contar e investigar. Las noticias hay que buscarlas, no están en la puerta”, periodista Diario*

Hay algunos voceros que reúnen ciertas habilidades personales las que, sumadas a circunstancias fortuitas que les son favorables y los convierten en fuentes informativas, consiguen tribuna en los medios con facilidad y en abundancia. Este es el tipo de trabajo que deben hacer las agencias comunicacionales.

En cuanto los principales canales de difusión, la centralidad de la televisión que implica que su consumo aumenta a manera que disminuye el estrato social, obliga a que los hitos comunicacionales consideren ese formato. La gente se informa por TV.

### **6.3 Las debilidades de las prácticas periodísticas como oportunidad de influencia de las fuentes institucionales**

Una de las maneras en que los actores institucionales buscan influir en la opinión pública es tratando de insertar sus temas en las pautas de los medios. Uno de los elementos más tradicionales para conseguir este objetivo es la convocatoria de prensa, generalmente acompañada de un comunicado de prensa, que se entrega a los medios presentes, y que también se envía a los editores de los medios que no acuden y a las agencias noticiosas, en búsqueda de un efecto multiplicador para los mensajes. Se puede agregar valor a estas herramientas transformando la estática conferencia de prensa en una “salida comunicacional” donde se presenta un escenario y un accionar atractivo para los medios.

Según algunos investigadores la mayor parte de las conferencias de prensa anunciadas en las pautas de las agencias noticiosas son cubiertas por los reporteros, y los asuntos abordados en ellas son reflejados acriticamente al día siguiente en la gran mayoría de los medios (Ramírez, 1995).

Eliana Rozas (1993) comparó la información difundida por dos medios acerca de un evento organizado por una fundación cuyo tema es el de la seguridad ciudadana. La comparación mostraba que las dos crónicas eran casi idénticas, probablemente porque ambas estaban basadas casi exclusivamente en el comunicado de prensa entregado durante el evento.

Según lo manifestado por los mismos periodistas esto puede deberse a que un grupo importante de reporteros tiene como principal misión “barrer” con las conferencias de un determinado sector durante una jornada, por lo que en muchos casos privilegian el ahorro de recursos.

En un estudio de la Fundación Konrad Adenauer (2005) sobre los hábitos de trabajo de los profesionales latinoamericanos se les pidió a los encuestados que señalaran la importancia de diversos elementos como fuentes de información. Los profesionales de la prensa indicaron que “muy rara vez” recurrían a sitios web del Estado o de otras organizaciones privadas, opiniones personales o información de otros medios. En la mayoría de los países, salvo México, las notas de prensa o informaciones enviadas por la fuente no obtuvo mucho arrastre. No obstante, en este mismo estudio se concluyó que todos los periodistas viven una eterna carrera contra el tiempo, por lo que en muchos casos se ven “obligados” a apoyarse en este tipo de informaciones.

Óscar Gandy creó para describir estas situaciones el concepto de *subsidio informativo*: "...un intento de influenciar las acciones de otros controlando su acceso a y su uso de información relevante para esas acciones. Esta información se caracteriza como subsidio porque la fuente de ella la hace accesible a un costo menor al que el usuario hubiera debido pagar en ausencia del subsidio...el ofrecimiento de un subsidio informativo a través de los medios envuelve un esfuerzo que reduce el costo que enfrenta el reportero, el periodista o el editor al momento de producir la noticia. Enfrentado a las limitaciones de tiempo y a la necesidad de generar noticias publicables, los periodistas acudirán y utilizarán información subsidiada que cumpla con ese objetivo. Reduciendo los costos que los periodistas enfrentan, al satisfacer los requerimientos organizacionales, quien otorga el subsidio aumenta la probabilidad de que esa información subsidiada sea utilizada" (Gandy, Óscar. *Beyond agenda-setting: information subsidies and public policy*, Albex Publishing Corporation, Norwood, 1982)

No obstante, en su mayoría los periodistas que no tienen la "necesidad" de recurrir al comunicado de prensa, y elaboran más la nota que van a publicar, sí pueden verse influenciados por el punto de partida: la convocatoria. Los medios no prestan atención a todos los temas, ya que por razones de tiempo y espacio deben priorizar algunos e ignorar a otros, y además, de lo que seleccionan no todos tienen el mismo espacio o tiempo. La opinión pública expuesta a los medios recibe solamente esta selección.

Habíamos citado al estudio de la Fundación Konrad Adenauer (2005) que concluía que los periodistas trabajan contra el tiempo, con menos de cuatro horas por cada nota, y que preferían la entrevista exclusiva como fuente de información antes que la conferencia de prensa o el comunicado, agregando que precisamente es por la falta de tiempo que los periodistas recurren a las notas de las oficinas de prensa de las instituciones. Sin embargo, a la hora de construir la pauta informativa del medio la variable tiempo no es tan relevante, ¿de qué manera entonces influye la convocatoria institucional?

Los periodistas reconocen que una buena forma de manejar un sector informativo a cabalidad es ir a todas las convocatorias, por poco atractivas que sean, puesto que en esas ocasiones las fuentes tenían más disposición para hablar, y de esta forma se pueden plantear temas propios.

*"El grado de participación en la construcción en la pauta de las convocatorias institucionales es evidente, pero no siempre esos temas son tomados en cuenta. Muchas veces vas en búsqueda de otra noticia, o de una reacción a otro tema", periodista Radio.*

*“Podría decir que la mitad de las pautas institucionales son útiles, por ejemplo si hay alguna donde va el ministro, hay que ir, porque uno nunca sabe lo que va a decir o anunciar. Si tú te das cuenta que la actividad es poco atractiva, se reorganiza el tema, o si es débil, hay que ampliar con otras fuentes y perspectivas”, periodista Diario.*

En cuanto a la transparencia con que los profesionales manejan los comunicados de prensa, que es una de las exigencias de un periodismo objetivo, se puede concluir que la escasa atribución en las crónicas investigadas al origen de la información contribuye a una percepción de ocultamiento intencionado de antecedentes, que impide al lector evaluar adecuadamente la idoneidad de la fuente, sus motivaciones y la veracidad de sus dichos. Se interpretó también como una falta de honestidad el que hubiera crónicas que, aun conteniendo reproducciones textuales o parafraseadas de un comunicado sin estar atribuidas a la fuente, fueron firmadas por un periodista.

Precisamente, este “ocultamiento” contribuye al objetivo de las fuentes puesto que viste de legitimidad periodística lo que puede ser presentado con el manto de un interesado corporativismo, antes los ojos del público. Mientras más se basa el periodista en el comunicado de prensa sin atribuir el origen de la información, el texto puede parecerse más a un perfecto publi-reportaje, tan perfecto que es presentado como un artículo periodístico, por lo que adquiere “objetividad” ante la opinión pública.

“El problema de los medios es que su metodología investigativa está relacionada con sus fuentes de información. Los nexos que se dan entre el periodista y su fuente son fuertes, como es sabido y corresponde, los periodistas se comprometen a no revelarlas. Muchas de esas fuentes son oficiales, por lo que la visión que ellas entregan muchas veces es interesada o sesgada. Los gobiernos democráticos no tienen una secretaría u oficina de comunicaciones por casualidad, ellos proveen información a los periodistas para que ellos simplemente la diseminen, organizan las conferencias de prensa, dan información oficial, preparan discursos, asesoran la imagen de las figuras públicas y se preocupan de medir la popularidad del gobierno” (Peña, 2000)

Otros estudios (Godoy, 2002) señalan que el desequilibrio en las coberturas noticiosas en tiempos electorales, puede ser explicada por las fortalezas y debilidades de las prácticas del periodismo. Nosotros ponemos el énfasis en las fuentes informativas y su relación con la manera de reportear.

Dentro de los factores que influyen en los medios, desde esta perspectiva tenemos: la comodidad de los periodistas para recurrir a ciertas fuentes establecidas y accesibles, la actitud de “rebaño” de los propios reporteros, las peculiaridades del reporteo de cada tipo de medio, ya que en televisión es especialmente determinante la necesidad de una imagen, por lo que si se prepara una acción comunicacional llamativa en este sentido, puede superar en convocatoria a una noticia sin este elemento.

Según Manuel Antonio Garretón (2001), los desequilibrios de cobertura periodística se deberían más a un sesgo técnico inherente a la labor periodística de editores y reporteros, y menos a un sesgo ideológico condicionado por las empresas de medios.

Aunque si bien los periodistas pueden ver una agencia de comunicaciones como un obstáculo para acceder a la información oficial, pocos parecen ser los que quedan insatisfechos con el comunicado o con la conferencia de prensa masiva; así detrás de esta mala práctica periodística se esconde una oportunidad para la institución para posicionar sus mensajes: mientras mejor sea el comunicado, menor es la posibilidad de que los periodistas profundicen, sobre todo tratándose de medio audiovisuales, aunque hay periodistas de sector que constantemente buscan información por canales informales y buscan alternativas a las pautas.

Según reconoce una periodista, en televisión, el formato del medio conspira con contrastar las declaraciones de las fuentes. Se va estandarizando un esquema de fuentes: vocero institucional, persona “afectada” por la noticia, datos estadísticos y nada más.

Por eso, las salidas con medios son consideradas ideales para la televisión -el medio centralizador de la atención del público-, ya que entregan todos los elementos a los medios audiovisuales: los mensajes, el escenario, las fuentes complementarias, etc. De esta forma, las notas periodísticas salen al aire de manera muy similar a lo programado por la institución y su agencia de comunicaciones.

Estos formatos son agradecidos por los periodistas que reportean, por cuanto siempre están contra el tiempo, y hay que estar constantemente dando despachos en directo, ya que estas salidas con medios le facilitan las cosas desde el punto de vista formal.

Por otra parte, se considera que en televisión se recurre más a las mismas fuentes. “Estas fuentes reiterativas son valiosas hay que cuidarlas, porque ellas mismas te van generando noticias”, reconocen.

Por último una reflexión a partir de un estudio basado en el sector público como fuente informativa: “Interesarse en la estructura y en el valioso material informativo que manejan los ministerios, más allá de los insulsos comunicados de prensa, es un factor que le otorga un enorme valor agregado al trabajo de cada periodista, especialmente a los reporteros de sector, que cuentan con mayores facilidades para moverse dentro de las entidades fiscales que cubren diariamente. Introducirse en los centros de archivo y documentación, establecer contacto con los distintos departamentos y revisar periódicamente las publicaciones y memorias son tareas que pueden marcar la diferencia entre la mera transcripción de conferencias de prensa y un periodismo serio y creativo”. (Gronemeyer, 2004)

#### **6.4 Saber “vender” una política pública**

La comunicación externa se usa para proporcionar información persuasiva a los representantes del entorno acerca de las actividades, productos o servicios de la organización (Kreps, 1995). Una de las maneras más eficaces y eficientes de influir en estos representantes del entorno es influir en las agendas de los medios de comunicación, de ahí la importancia de este elemento en la correcta “venta” de las políticas públicas.

En un plano esquemático, la opinión pública puede ser considerada como un escenario de constante flujo de oferta y demanda de información entre los distintos grupos y sectores sociales que la integran. En este sentido, es un deber para cualquier organización, y sobre todo para una institución pública el realizar una labor de divulgación e información para ocupar una correcta posición en la sociedad, en beneficio propio y colectivo.

La comunicación externa es una manera de relacionar a las organizaciones con el escenario público, en cuanto se usa para informar sobre aspectos que son de interés social, que es a la vez, uno de los elementos que definen lo informable, desde un punto de vista periodístico.

La importancia de la comunicación externa está justificada y más si consideramos la necesidad que tiene la empresa de cuidar su imagen. El cuidado de su imagen externa tiene como fin intentar que la organización sea valorada en su esfuerzo por

contribuir al progreso social y material de la comunidad y a la vez que sea entendida en todo lo que se refiere a sus objetivos.

El escenario público es el espacio donde interactúan diversos actores como medios, autoridades y opinión pública. ¿Son los medios amigos o enemigos de las organizaciones públicas? Existe una visión crítica desde la institucionalidad hacia los medios, antes por su poca consistencia técnica, ahora por la farandulización de sus contenidos. Los medios son útiles, son *medios* que permiten posicionar o “vender” las políticas públicas, socializar contenidos de utilidad pública, por tanto es una obligación moral usarlos. Por eso es importante “estar en los medios”. Del manejo de las agencias comunicacionales depende de cuán amigo o enemigo se transformen los medios, mientras exista la capacidad de entregar un buen producto comunicacional, ya sea por iniciativa propia o a pedido.

### Comunicación estratégica

Las organizaciones dependen de cómo perciban el ambiente y de cómo el ambiente las perciba a ellas, y esto se logra con los canales de comunicación. Es reconocido que las organizaciones aumentan su efectividad y estabilizan su legitimidad a través del uso proactivo de la comunicación con el objetivo de manejar el vínculo con su ambiente y moldear su propia identidad. Esta es una gran justificación para fortalecer el contacto con los medios y la comunidad.

La comunicación estratégica es una buena consejera a la hora de construir vínculos armoniosos con el ambiente o escenario público, en tanto instrumento de intervención que busca crear una interpretación que tenga sentido, y que sea orientada a modificar (o reforzar) conductas en la opinión pública (Tironi, 2003). En base a esto la comunicación externa es tanto una campaña de difusión, como un asunto estratégico y saber *vender*, en este caso, una política pública, y en lo que se refiere a influir en conductas, cuando se trata de reforzar el autocuidado, se hace imperativo estar en los medios e impactar a la ciudadanía.

Los voceros son filtros hacia el ambiente que deben ser capaces de entregar un mensaje tranquilizador con un sustento técnico. El sentido de la oportunidad corresponde a posicionar temas sobre los cuales existe la percepción de que “no se hace nada”, a nivel de políticas públicas.

Si asociamos la comunicación externa de las entidades públicas con el marketing social, y todos los recursos que ello involucra, también debemos señalar que en materia de comunicación interna no hay tal despliegue, lo que produce un

desequilibrio disfuncional, que finalmente influye en la identidad organizacional, aunque este interesante tema debería ser abordado en otra investigación.

¿Un organismo público descuida su identidad? ¿Cuáles son sus competidores? ¿Cómo puede distinguirse de los demás? ¿Se distingue de sí mismo en el ayer? La difícil respuesta las primeras tres preguntas da cuenta de la complejidad de analizar a las instituciones públicas desde una perspectiva de comunicación organizacional de alta pureza. La última pregunta puede responderse fácilmente, acotando que ante cada cambio político o de administración hay un intento por distinguirse de la etapa anterior, pero esta respuesta no hace sino confirmar que un análisis comunicacional de este tipo debe ser desde el más amplio enfoque institucional.

### **6.5 Las lógicas mediáticas y las lógicas institucionales**

La comprensión de las lógicas mediáticas de parte de las agencias es fundamental para influir en la agenda de los medios.

Algunas convocatorias institucionales son consideradas por los periodistas como poco atractivas precisamente porque sienten que no les hablan en su mismo idioma, sino que se plantean desde una perspectiva corporativa y poco noticiosa.

*“Ciertas convocatorias que se hacen a los medios son poco atractivas. Pueden tener muy buenos temas, pero la forma de presentarlas no convence”, periodista Diario.*

*“Hay algunas convocatorias que no son muy noticiosas, dan para un breve, pero hay otras que pueden ser titular de un diario. Todas se consideran y se analizan. Lo principal es que no tienen que perder de vista que para el medio lo importante es la noticia, tienen que entender que las inauguraciones o cuestiones protocolares no sirven. Incluso algunos desconocen que un dato puede generar una noticia no de manera inmediata, sino que ayuda a construir un tema”, periodista Diario.*

La clave está entonces en vestir los elementos de interés institucional con aspectos netamente periodísticos para poder atraer a los medios, y que todos los productos comunicacionales de una organización estén dotados de ingredientes y perspectivas noticiosas, que son la materia prima con que trabajan los medios.

Sin embargo, hay otros aspectos que configuran una tensión permanente respecto a los requerimientos de los medios hacia las instituciones, porque los periodistas consideran que cuando la iniciativa informativa proviene de ellos, generalmente

no se les atiende a tiempo ni en la forma que ellos esperan, acusando una falta de comprensión de las lógicas mediáticas de parte de las instituciones.

En algunos casos los diferentes ritmos en la entrega de información y en el acceso a fuentes tienen sus causas internas y más bien puede tratarse de una estrategia. Otros casos, de burocracia, especialmente cuando son cuestiones públicas y en otros, no entender los ritmos de trabajo de los medios.

La situación más común es que si bien los encargados de comunicaciones entienden perfectamente las lógicas de los medios, es en el resto de la misma institución donde no hay comprensión<sup>23</sup>, y no tiene por qué haberla si es que no se ha hecho un trabajo de socialización de los parámetros de trabajo comunicacionales. Sólo mencionaremos aquí algunos de las siguientes externalidades positivas que traen para una institución los planes comunicacionales:

- Presencia en terreno
- Apertura informativa
- Transparencia (dar la cara)
- Evaluación ciudadana (mostrar lo que se hace)

Esta falta de comprensión de las lógicas mediáticas de parte de la totalidad de una institución sí redundan en un mal desempeño de la comunicación externa, ya debido a su carácter transversal, los productos comunicacionales no pueden ser elaborados sin la participación de contrapartes técnicas o administrativas.

Tampoco basta con que los organismos públicos posean oficinas de comunicaciones o relaciones públicas, ya que si estos departamentos son ineficaces, terminan por transformarse en pésimos propagandistas de la institución. Por eso es fundamental que los relacionadores conozcan la institución donde trabajan y puedan precisar el tipo de información que maneja cada repartición. Asimismo, resulta esencial que dominen el funcionamiento de los medios.

Irrázaval (1995) destaca que también influye en este desempeño el comportamiento variable de los comunicadores de una institución a otra. De acuerdo a las opiniones recogidas en su estudio, los departamentos de comunicaciones funcionan mejor cuando están a cargo de periodistas que conocen

---

<sup>23</sup> Este punto se aborda con mayor profundidad desde la perspectiva de las comunidades de práctica en el Capítulo 4.

el funcionamiento de los medios y su forma de trabajo. Los departamentos de comunicaciones y sus periodistas constituyen en la práctica armas de doble filo. Mal orientados o dirigidos en forma ineficiente, se transforman en entes que frenan, rigidizan y obstaculizan la búsqueda de información.

Dicha investigación demostró que los propios relacionadores públicos critican la cobertura periodística brindada a sus sectores. "A los reporteros sólo les interesa la conferencia de prensa y la noticia de último minuto. Rara vez aprovechan el material disponible para utilizarlo en reportajes de mayor profundidad" (Irrarázaval, 1995). Apreciamos en este tipo de comentarios una falta de comprensión de las lógicas periodísticas, lo que va en contra de una mejor relación con los medios, y disminuye las posibilidades de influir en su agenda.

Otro aspecto mencionado en aquél estudio fue la presencia de normas imprecisas en relación con el manejo informativo. Por lo general, en las instituciones fiscales no existen ordenamientos claros respecto a la entrega de información, lo que implica que esta labor dependa en gran medida de la "buena voluntad" del relacionador público o de la bibliotecaria a cargo (Irrarázaval, 1995). Este elemento denota ausencia de un concepto de dirección estratégica de las comunicaciones.

En nuestra investigación constatamos que efectivamente existe una percepción de las agencias comunicacionales públicas como dificultadoras de la labor periodística, cuando es el medio el que acude a la fuente.

*"En los organismos públicos, las cosas se hacen más lentas, porque hay mucha consulta, por lo que se logra un discurso maqueteado, no es tan de reacción inmediata; pero por otro lado, se entiende que los voceros deben estar preparados", periodista Televisión.*

*"El problema más grande para reportear es la burocracia de los organismos públicos. A veces uno quiere un tema pero se demoran mucho en asignarte una vocería, y puede que una solicitud descansan toda una semana. Eso desalienta porque lamentablemente ellos son los que manejan la información", periodista Diario.*

*"El principal aporte de una agencia es proponer un tema contingente, relevante, a una hora que acomode. En general cumplen esa función. Sin embargo, cuando es el periodista el que anda detrás de un tema, se ponen burocráticos. Funcionan bien cuando ellos quieren hablar", periodista Radio.*

Generalmente, los medios no comprenden que, dependiendo de su naturaleza, las respuestas a sus requerimientos no pueden ser inmediatas. A su vez, las diferentes

unidades técnicas no entienden que la entrega de información debe ser oportuna. En definitiva, esta tensión es manejada, disminuyendo el recelo “comunicacional”, aun cuando la percepción externa sea la incompreensión de las lógicas mediáticas y las causas internas respondan a estrategias de protección institucional.

*“Cuando se producen problemas en la entrega de información es primero porque se pasa por una burocracia decisional, y luego, se adopta una estrategia tras evaluar la inconveniencia de un escenario. No creo que solamente se trate de una estrategia”, periodista Radio.*

*“Las agencias actúan de distinta manera: son facilitadoras si el tema les conviene, pero en general son lentas y no comprenden la premura del trabajo periodístico. En algunos casos, son decididamente obstaculizadoras, cuando tienen que cuidar algo. La lógica institucional privilegia la información corporativa en vez de la información periodística y evita las declaraciones en temas polémicos”, periodista Internet.*

*“La estructura de algunas instituciones impide la agilidad en la respuesta que requieren los medios, ya que las cosas tienen que ser visadas por mucha gente, lo que puede producir descoordinación”, periodista Diario.*

*“Cuando a uno no le quieren hablar del tema, uno lo intuye por el tema mismo. Sin embargo hay cosas inofensivas que incluso redundan en un beneficio para la institución, y de todas maneras se tramita. Esto pasa por la estructura y de ineficiencia y falta de comprensión de lógicas periodísticas. Puede suponerse que hay jerarquías no comunicacionales que retrasan los procesos de respuestas haciéndolos no compatibles con las lógicas mediáticas”, periodista Diario.*

*“Si hay un ente externo para efectuar comunicaciones este debe agilizar y no entorpecer la comunicación, por lo que deben ser muy rápidos y eficientes. No creo que eso se cumpla en la mayoría de los casos. Generalmente te tramitan mucho. Hay excepciones, por cierto”, periodista Diario.*

*“Un ministro o autoridad cree que uno tiene que esperarlo semanas para responder y se equivoca, uno necesita la respuesta ahora. Por otro lado, uno entiende que hay todo un protocolo para conseguir una entrevista que pasa por comunicaciones, hacer un alto en la agenda de la autoridad, etc.”, periodista Diario.*

También se puede genera una percepción de incompreensión de las lógicas mediáticas si realmente no hay un trabajo periodístico detrás de las estrategias comunicacionales, es decir, si no se manejan aspectos noticiosos en el manejo de

información, más allá de los resguardos naturales y necesarios para proteger la institución.

*“El grado de consonancia entre las lógicas mediáticas y las institucionales, al momento de trabajar en torno a una noticia es muy poco, creo que la mayoría de las veces sus temas pasan inadvertidos por un problema de orientación de las informaciones, porque cada uno mira sus propios intereses y no todo es noticia”, periodista Radio.*

*“La lógica mediática e institucional van, la mayoría de las veces, por caminos paralelos, se tocan poco. Las instituciones tienen una política comunicacional definida, opuesta a la noticia misma”, periodista Diario.*

*“Hay instituciones que no saben vender sus temas, en la convocatoria destacan lo menos atractivo y corporativo, cuando a veces en el desarrollo de la actividad sí hay que cosas que pueden contener elementos más noticiosos, ya que son cuestiones que le afectan a la gente”, periodista Radio.*

En resumen, podemos señalar que en este punto las debilidades del trabajo de las agencias comunicacionales son falta de oportunidad en la entrega de la información, vocerías *off the record* o filtraciones desde dentro de la institución/empresa, falta de credibilidad o desprestigio de las agencias frente a los medios, falta de difusión de la importancia de la labor comunicacional al interior de la institución.

Respecto a las fortalezas mencionamos: mayor conocimiento de los contenidos y temas, respecto a los periodistas de los medios; manejo anticipado de los acontecimientos y los tiempos; preparación de las vocerías institucionales; discrecionalidad en la selección de los espacios informativos.

## **6.6 La teoría de la agenda setting y los efectos acumulativos**

La teoría de la *agenda-setting* nos explica por qué algunos sucesos resultan de interés para el público y otros, no; cómo algunos temas forman la opinión pública e inducen a tomar iniciativas políticas y otros, no (Dearing y Rogers, 1996). Estas perspectivas resultan “irresistibles” para quien tenga interés en posicionar algún tema en la agenda pública.

A la luz de los datos y conclusiones de nuestra investigación planteamos dos elementos que pueden significar tanto un aporte a los soportes teóricos de la *agenda-setting* como perspectiva de profundización en futuros estudios.

Construcción de la realidad. En Chile se da el caso de que a pesar de que las cifras de delincuencia no aumentan y en algunos periodos incluso han disminuido, la ciudadanía se manifiesta cada vez más temerosa. En “La Guerra y la Paz Ciudadana”, de Marcela Ramos y Juan Andrés Guzmán (2000) se establece como de acuerdo a estrategias principalmente mediáticas se consolida una imagen en la población que produce esta sensación de temor, aun cuando las cifras podrían perfectamente producir la sensación contraria.

En la encuesta CEP de diciembre de 2002, ante la pregunta “¿cuán extendida están en Chile las coimas y la corrupción en los funcionarios públicos?” 26 por ciento respondió “casi todos” y 31 por ciento, “muchos”; ante la pregunta “En el último tiempo, ¿ha tenido que pagar alguna coima o hacer algún favor para conseguir un servicio público?” el 87 por ciento respondió que “no”.

La variación de la agenda del público no refleja exactamente la real evolución del problema en los indicadores sociales, sino más bien aquella de los hechos noticiosos recogidos por la prensa (Porath, 2000). La evolución de la agenda pública descrita aquí y comparada con indicadores sociales coincide mejor con la evolución de la agenda de los medios.

En un estudio de William Porath (2000) se observa que las menciones para la delincuencia entre los entrevistados bajan durante el año (de 27% en marzo-abril a 15% y 17% en la segunda y tercera encuestas) para subir fuertemente en diciembre (32%). Pero paradójicamente uno de los principales indicadores objetivos de la realidad de la delincuencia presenta exactamente la evolución contraria durante el año. Se trata del número total de denuncias de los delitos contra la propiedad (se incluyen aquí las denuncias por Robo con Fuerza y Hurto)<sup>24</sup>.

“Estamos sugiriendo aquí que no es sólo la cantidad de menciones al tema, sino también el sentido de la información que se entrega, la que coincide con la opinión del público. Es decir, se trata de un efecto en el segundo nivel del proceso de *agenda-setting*” (Porath, 2000).

Los efectos acumulativos. Desde el punto de vista de la relación entre la agenda institucional, en tanto fuentes periodísticas, y la agenda mediática, es posible suponer efectos de los medios más allá de periodos electorales o de campañas políticas. “Toda noticia que refleja actividad política y creencias, no sólo discursos

---

<sup>24</sup> Ministerio del Interior, República de Chile (2000): Estadísticas de denuncias por delitos de mayor connotación social y narcotráfico. Período 1998-1999. Véase también [www.interior.gov.cl/seguridad/](http://www.interior.gov.cl/seguridad/).

y propaganda de campaña, tiene alguna relevancia sobre el voto. No solamente durante la campaña, sino también entre periodos, los medios de masas aportan perspectivas, conforman las imágenes de los candidatos y de los partidos, ayudan a destacar conceptos alrededor de los cuales se desarrollará una campaña y definen la atmósfera particular y las áreas de sensibilidad que marcan una campaña específica” (Lang y Lang, 1962).

Para las agencias comunicacionales es una obligación moral propiciar una adecuada circulación y presentación de la información ante el escenario público; ya que contribuye a nutrir a la gente de lo que puede saber del accionar público. Mucho de lo que la gente sabe sobre la vida política ha sido aprendido de segunda o tercera mano, a través de los medios. Estos estructuran un contexto político muy real, pero que nosotros podemos conocer sólo como observadores de segundo orden. Hay algo invasor respecto a lo que los medios presentan, algo que hace su influencia acumulativa.

Es por eso que la influencia de las agencias comunicacionales parece tener más amplitud cuando se aleja de las coyunturas electorales y se expande cuando se habla de efectos acumulativos.

Al tratarse de efectos a largo plazo, que se salen de la órbita de cada episodio comunicativo particular, el problema para la hipótesis de *agenda-setting* es tener un modelo suficientemente fiable y complejo, capaz de explicar de qué forma la nueva información absorbida de los medios se transforma en elementos de la enciclopedia de los destinatarios, es decir, del conjunto de sus conocimientos sobre el mundo.

En el centro de la problemática de los efectos está pues la relación entre la acción constante de los medios y el conjunto de conocimientos sobre la realidad social, que da forma a una determinada cultura interviniendo en ella de forma dinámica. En esta relación son importantes tres características de los medios: la acumulación, la consonancia, la omnipresencia (Nöelle-Neumann, 1973).

El concepto de *acumulación* se refiere al hecho de que la capacidad de los medios de crear y sostener la importancia de un tema es el resultado global (obtenido después de un cierto tiempo) de la forma en que funciona la cobertura informativa en el sistema de comunicaciones de masas. Es decir, no efectos puntuales, sino consecuencias vinculadas a la repetitividad de la producción de comunicación de masas.

La *consonancia* va unida al hecho de que en los procesos productivos de la información los rasgos comunes y los parecidos tienden a ser más significativos y numerosos que las diferencias, lo que lleva a mensajes sustancialmente más parecidos que diferentes.

El concepto de *omnipresencia*, por último, concierne no sólo a la difusión cuantitativa de los medios, sino también al hecho de que el saber público —el conjunto de conocimientos, opiniones, actitudes, difundido por la comunicación de masas— tiene una cualidad particular: es públicamente conocido que el mismo es públicamente conocido.

### La autopercepción de la función de agenda

La mayoría de los periodistas cuando reportean o escriben una nota piensa en lo que puede indicarle el editor o en sí mismos, pero no reflexionan mayormente sobre los efectos en el público destinatario, sólo en la forma de llegar a ellos de manera clara y cercana.

*“Yo sólo escribo y me preocupo de que lo escribo se entienda bien, pero no pienso en el público”, periodista Internet.*

*“Al momento de escribir mi editor me corrige para que uno lo escriba “en español”. La forma de presentar el artículo es clave, mediante infografías, para hacerlo más simple. Las inquietudes de los propios compañeros sobre la noticia que estás escribiendo, en tanto, público lector, te va orientando hacia lo que a la gente le podría interesa”, periodista Diario.*

*“Yo no veo un efecto tan directo de la prensa sobre la gente, más que nada hay un feedback por medio de cartas o cuando los temas salen en televisión y se amplifican. Uno piensa en hacer un tema bueno que pueda servir a la gente, pero uno está tan automatizado que se pierde la noción de los efectos, salvo cuando se produce el feedback directo”, periodista Diario.*

A pesar de lo anterior se tiene conciencia del efecto de agenda de los medios, a nivel de influir las opiniones, pero no para modificar comportamientos ni algo parecido.

*“Los medios influyen, no cambian la conducta, sí pueden cambiar la apreciación que tiene la gente sobre alguna institución, de ciertos personajes”, periodista Diario.*

*“Los medios influyen porque son los que colocan los temas en el tapete”, periodista Radio.*

*“No creo que los medios digan qué pensar. Sólo presentan los hechos, declaraciones, informes, estudios, estadísticas y el lector tiene que sacar sus conclusiones. Por supuesto que los medios tratamos de influir en la opinión pública, básicamente generando pauta, es decir, que otros medios publiquen o sigan los temas que sacamos y que se genere debate, intercambio de ideas”, periodista Diario.*

*“Otros medios creo que son más tendenciosos en la medida que colocan las cosas sólo desde un punto de vista, omiten datos o entrevistan a ciertos especialistas proclive a su tendencia.*

*Pero en general los periodistas (más que los medios) buscamos abrir el debate sobre los temas, plantear nuevas miradas o nuevos datos o todos los datos y miradas posibles (aunque uno siempre se acerque más a una)”, periodista Diario.*

En general, los periodistas consideran principalmente que su influencia se constata cuando hay algún contacto directo con el público, y consideran que esa es la forma que tienen de generar agenda. Las condiciones de trabajo, reseñadas en los subcapítulos 3 y 5, respecto a lo inmediato y cortoplacista que resulta ser la contingencia noticiosa, podría explicar la ausencia de perspectivas más observables en el tiempo en este tipo de análisis.

*“Los medios pueden modificar la conducta de la gente en la gente con menos educación, la más ignorante (que no tiene que ver con la educación ni el nivel socioeconómico) y en la menos informada (que lee o ve pocas noticias) y en la que por personalidad es más influenciable. No tienen una mirada crítica para definir que esa es sólo una mirada sobre un tema y que el medio donde la leyó influye muchísimo en esa mirada”, periodista Diario.*

*“En la sección interactiva del noticiero daba cuenta del efecto de agenda que el tema del día tenía la gente, motivaba al público a dar su opinión”, periodista Televisión.*

*“Si hay una situación donde hay una irregularidad, siento que se están burlando de la gente, es importante que ese tema se dé a conocer y que genere algún impacto, que alguna autoridad se haga cargo. Esa es la forma de influir en la agenda”, periodista Radio.*

## REFLEXIONES FINALES

Según lo expuesto en este último capítulo, y respecto a la influencia de los actores institucionales podemos elaborar las siguientes proposiciones:

- El nivel de participación en la elaboración de la pauta de los medios transforma a las fuentes institucionales en hilvanadores y organizadores de la agenda mediática.
- La estructura y funcional de las agencias / departamentos de comunicaciones, así como sus productos y estrategias de proactividad y reactividad son el “brazo armado” de las fuentes institucionales, y mediante un despliegue técnico nutrido de formatos mediáticamente atractivos lo usan para influir en la agenda mediática, y por tanto se hace cada vez más imprescindible para las organizaciones contar con un área de comunicación estratégica.
- Una estrategia comunicacional basada en aspectos técnico-ciudadanos y desplegada en formatos mediáticamente eficientes es la mejor herramienta para llamar la atención de las pautas de los medios masivos.
- Las debilidades de la práctica periodística se presentan como oportunidades invaluable para orientar una buena parte del trabajo de la comunicación institucional, en tanto se transforma en otro factor que ayuda a construir la influencia sobre la agenda de los medios.
- La falta de comprensión de las lógicas mediáticas de parte de las organizaciones, incluyendo a quienes se encargan de temas comunicacionales, se transforma en una amenaza para el posicionamiento en los medios, lo que indica la estrecha relación entre la comunicación interna y externa, y la necesidad de socializar al interior de cada organización la importancia del área de las comunicaciones.
- Para las instituciones públicas es un deber moral saber “vender” las políticas públicas, por lo tanto tener una eficiente estrategia de comunicación externa es fundamental para ellas.

## Bibliografía

Asociación Nacional de la Prensa; **Informes Semestrales del Sistema de Verificación de Circulación y Lectoría**, 2004, [www.anp.cl](http://www.anp.cl)

Atoche Manterota, Maribel; **Comunicación y salud: periodismo institucional y de difusión en la Oficina de Prensa del Ministerio de Salud**; Universidad San Marcos, Lima, 2003

Berger, P. y Luckmann T., **La construcción social de la realidad**, Amorrortu, Buenos Aires, 1978.

Brosius, Hans y Han Mathias Kepplinger; **The agenda setting function of television news: static and dynamic views**, en *Communication Research*, número 17, 1990.

Casermeyro de Pereson, Alicia; **Los medios en las elecciones. Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires**, Ediciones EDUCA, Buenos Aires, 2003.

Cervantes, Cecilia; **La sociología de las noticias y el enfoque agenda setting**, en *Convergencia*, número 24, enero-abril 2001, Universidad de Guadalajara, México.

Cheney, G., & Christensen, L. T.; **Organizational identity: Linkages between internal and external communication**, In F. M. Jablin & L. L. Putnam (Eds.), *The New Handbook of Organizational Communication*, Thousand Oaks, CA, Sage, 2000.

Cohen, Leonard; **The press and foreign policy**; Princeton, NJ, Princeton University Press, 1963.

Concha Mateos, Martín; **Descripción de la estructura funcional del gabinete de prensa político en los entornos informativos locales**, en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 54, marzo de 2003, La Laguna – Tenerife. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2000.5414mateos.htm>

Dearing y Rogers; **Communication Concepts 6: agenda setting**; Thousands Oaks, Los Angeles, 1996.

Departamento de Estudios, Secretaría de Comunicación y Cultura, Segegob; **Bitácora Medial**, N° 54-66, 2002-2003

Funkhouser, G.R., **The issues of the sixties: an exploratory study in the dynamics of public opinion**, en Public Opinion Quarterly, 1973.

Gandy, Óscar; **Beyond agenda-setting: information subsidies and public policy**. Albex Publishing Corporation. Norwood. 1982

García Ferrando, Manuel, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira; **El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación**, Alianza, Madrid, 1992.

Godoy, Sergio; **Los medios de comunicación en las elecciones parlamentarias de 2001: ¿conspiración o simple mediocridad?**, Seminario Pontificia Universidad Católica de Chile - Corporación Participa – Fundación Konrad Adenauer, Santiago, 2002.

Gronemeyer, María Elena; **Estudio sobre el uso de los comunicados de prensa: la iniciativa del periodista puesta a prueba**, en Cuadernos de Información, N°16-17, 2003-2004, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.

Habermas, Jürgen; **Historia y crítica de la opinión pública**, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

Irrarázaval, Elena; **El sector público como fuente informativa**, en Cuadernos de Información, N°10, 1995, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.

Kreps, Gary L.; **La comunicación en las organizaciones**, Addison-Wesley Iberoamericana, 1995

Lang Kurt y Gladys Lang, **The Mass Media and Voting** (1962), en W, Schramm y D.F. Roberts (Eds.), The Process and Effects of mass Communication, Univ. of Illinois-Urbana Press, 1974.

Lippmann, Walter; **La opinión pública**, Mac Millan, Nueva York, 1962.

Luhmann, Niklas; **La realidad de los medios de masas**, Anthropos, Univerisdad Iberoamericana, Barcelona, 2000.

Martínez Pandiani, Gustavo; **Marketing Político**, Ugerman, Buenos Aires, 2001.

Mc Combs Maxwell y Donald Shaw; **The agenda-setting function of the mass-media**, Public Opinion Quarterly, N° 36, 1972.

Mc Combs, Maxwell; **Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research**, en Journalism & Mass Communication Quarterly, Volume 69, N° 4, 1992.

Mc Combs, Maxwell; **Hay que reinventar el concepto de noticia**; entrevista de Paulina Leiva, en revista Cuadernos de Información, número 12, 1997, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.

Mc Combs, Maxwell; **Setting the agenda: the mass media and public opinion**, Polity Press, Cambridge, 2004.

Mc Combs, Maxwell; **Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo** en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf (comp.) Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Barcelona, Paidós, 1996.

Mc Quail, Denis; **Introducción a la teoría de comunicación de masas**, Paidós, Buenos Aires, 1985.

Nöelle-Neumann, Elizabeth; **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social**, Paidós, Barcelona, 1995.

Ordóñez, Óscar; **Hábitos profesionales de los periodistas latinoamericanos**, en Razón y Palabra, Junio 2005, Año VI, Vol. 3.  
<http://www.saladeprensa.org/art613.htm>

Otero, Edison; **Teorías de la comunicación**, Universitaria, Santiago, 1997.

Page, Shapiro & Dempsey, J.; **What Moves Public Opinion?** (1987) en D. Graber (ed.). Media Power in Politics. Washington: CQ Press, 1994.

Peña, Jorge; **Perspectivas acerca de los medios de comunicación**, Revista Mad. No.2. Mayo 2000. Departamento de Antropología. Universidad de Chile.  
<http://rehue.csociales.uchile.cl/publicaciones/mad/02/paper06.htm>

Porath, William; **El rol de los diarios en la fijación de la agenda para dos temas claves en la campaña electoral de 1999 en Chile**; Trabajo presentado en el

Congreso Regional de la WAPOR: Democracia y Mileno, Pamplona, 21-23 de noviembre, 2000

Ramírez, Paulo; **Rutinas periodísticas en los medios chilenos: una transición incompleta**, en revista Cuadernos de Información, número 10, 1995, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago.

Ramos, Marcela y Juan Antonio Guzmán; **La Guerra y la Paz Ciudadana**, Lom, Santiago, 2000.

Rice, Ronald y Charles Atkin, **Principios de las campañas de comunicación pública de éxito**, en Bryant, Jennings y Zillmann, Dolf (comp.) Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Barcelona, Paidós, 1996.

Rodríguez Díaz, Raquel; **Teoría de la agenda setting: aplicación a la enseñanza universitaria**, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales, 2004.

Rogers, E.M. & J.W.Dearing; **Agenda-setting research: Where has it been, Where is it going** (1987) en D. Graber (ed.). Media Power in Politics. Washington: CQ Press, Third Edition, 1994

Salcedo, Rodrigo; **Apuntes de Comunicación Pública**, Secretaría de Comunicación y Cultura, Santiago, 2001.

Soler, Pere; **La investigación cualitativa en marketing y publicidad**, Paidós, Barcelona, 1997

Taylor SJ, Bogdan R.; **Introducción a los métodos cualitativos de investigación**, Paidós, Buenos Aires, 1998.

Walgrave, Stefaan y Meter Van Aelst; **The mass media's political agenda-setting power; APSA political communication pre-conference**, Universidad de Antwerp, 2004

Wenger, Etienne; **Comunidades de práctica: aprendizaje, significado e identidad**, Paidós, Barcelona, 2001.

Wolf, Mauro; **La investigación de la comunicación de masas**, Paidós, Barcelona, 1987.

## Anexos

### Apariciones noticiosas según medio y categoría Enero 2004-Junio 2005

Día – Tipo de Noticia – Vocero – Medio – Descripción de la aparición

#### ENERO 2004

01 J	01	Carlos Cerpa	Cooperativa / El Diario	Fin de año: Balance de fiscalización de alimentos: dos sumarios
01 J	01	Carlos Cerpa	El Mostrador.cl	Fin de año: Sesma abre dos sumarios a locales de comida
01 J	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Confirma caso de hantavirus en Cajón del Maipo
01 J	02	Soledad Ubilla	Lun.com	Confirma caso de hantavirus en Cajón del Maipo
02 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Hantavirus: Fiscalización de instalaciones y medidas de difusión de la prevención del hantavirus en el Cajón del Maipo
02 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Hantavirus: Fiscalización de instalaciones y medidas de difusión de la prevención del hantavirus en el Cajón del Maipo
02 V	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Habla sobre el caso de hantavirus del Cajón del Maipo y entrega recomendaciones para prevenir el contagio
02 V	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Habla sobre el caso de hantavirus del Cajón del Maipo y entrega recomendaciones para prevenir el contagio
02 V	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Hantavirus: Medidas para prevenir el contagio del hantavirus
02 V	01	SESMA	La Nación / País	Hantavirus: Reforzamiento campaña de prevención del hantavirus
02 V	02	Luis Bahamondes	Chilevisión / Noticias	Locales Públicos: Fiscalización de piscinas
02 V	02	Juan Veas	Canal 13 / Teletrece	Locales Públicos: Medidas de higiene y seguridad en piscinas públicas y piletas municipales
02 V	02	SESMA	LUN / El Día	Locales Públicos: Resultados hasta la fecha de fiscalización de piscinas: 4 sumarios
02 V	02	SESMA	Chilena / Primera Plana	La Farfana: Sesma visita tres veces a la semana La Farfana para monitorear el avance de la reparación de los digestores
03 S	01	SESMA	LUN / El Día	Hantavirus: Reforzamiento campaña de prevención del hantavirus
03 S	03	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Locales públicos: Sesma no le corresponde fiscalizar a salvavidas
05 L	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Hantavirus: Medidas de difusión de la prevención del hantavirus
05 L	01	SESMA	LUN / Mercado Mayorista	Sesma, Sernac y productores y distribuidores trabajan en conjunto en contra del cloro "ilegal"
06 M	03	SESMA	La Tercera / Nacional	La Farfana: Aplicación de multa a Aguas Andinas, a propósito de anegamiento
06 M	04	SESMA	La Cuarta / Dedo en la llaga	Denuncia: Solicitud de fiscalización por denuncia malos olores en paradero 21 de Vicuña Mackenna
07 W	05	SESMA	La Cuarta / Crónica	Santa Marta: Sesma informa de un acuerdo irregular entre Conama y Santa Marta
08 J	05	SESMA	La Nación / País	Santa Marta: Pedro Saitz declara reuniones irregulares con el Sesma y otros para frenar procesos judiciales
09 V	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Emergencia sanitaria por robo de residuos hospitalarios en barrio de La Florida
09 V	02	SESMA	LaNacion.cl	Emergencia sanitaria por robo de residuos hospitalarios en barrio de La Florida

09 V	03	SESMA	Lun.com	Emergencia sanitaria por robo de residuos hospitalarios en barrio de La Florida
10 S	02	David Fuentes	La Tercera / Nacional	Emergencia sanitaria por robo de residuos hospitalarios en barrio de la Florida
10 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Autoridad Sanitaria: Diputados PPD se oponen a "eliminación" del Sesma
10 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: vecinos exigen indemnización por malos olores, tras aplicación de multa del Sesma
10 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Santa Marta: acumulación de sumarios y sanciones
10 S	04	SESMA	La Cuarta / Dedo en la llaga	Denuncia y solicitud de fiscalización a marisquería de San Antonio
11 D	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: Diputados PPD se oponen a "eliminación" del Sesma
13 M	02	Juan Veas	El Mercurio / Página del Lector	Locales Públicos: Recomendaciones para escoger un buen camping: seguridad e higiene
14 W	02	Soledad Ubilla	Terra.cl	Dificultad de dictar una normativa que regule la venta minorista de corrosivos, hasta ahora sin regulación
15 J	05	SESMA	El Mercurio / Nacional	Santa Marta: Funcionarios del Sesma en reuniones sobre pacto entre Conama y Santa Marta
15 J	05	SESMA	La Cuarta / Crónica	La Cañamera: Sesma no hace nada por falta de fondos
16 V	01	Alejandra Poblete	Chilevisión / Noticias	Hantavirus: Sesma entrega recomendaciones para prevenir el hantavirus a temporeras de Melipilla
16 V	01	SESMA	Cooperativa / El Diario	Hantavirus: Sesma se hace presente en zonas rurales para entregar recomendaciones para prevenir el hantavirus
17 S	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Locales Públicos: Fiscalización locales nocturnos en el Barrio Bellavista, con el Injuv
17 S	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Locales Públicos: Fiscalización locales nocturnos en el Barrio Bellavista, con el Injuv
17 S	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Locales Públicos: Fiscalización locales nocturnos en el Barrio Bellavista, con el Injuv
17 S	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Locales Públicos: Fiscalización locales nocturnos en el Barrio Bellavista, con el Injuv
17 S	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Locales Públicos: Fiscalización locales nocturnos en el Barrio Bellavista, con el Injuv
20 M	02	Juan Veas	Cooperativa / Por la mañana	Locales Públicos: Condiciones mínimas de higiene e seguridad en campings
20 M	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	Autoridad Sanitaria: PPD hace recomendaciones sobre el rol fiscalizador que ahora recae en el Sesma
20 M	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Locales Públicos: Campings que no cumplan con normativas de higiene y seguridad debe ser denunciados al Sesma
20 M	05	SESMA	LUN / Cartas	Denuncia por ruidos en Nataniel: Sesma y Municipalidad no responden
22 J	03	SESMA	LUN / El Día	Locales Públicos: dueños de cafés con piernas contradicen a Lavín indicando que cuentan con permisos sanitarios
23 V	02	Carlos Cerpa	Chilevisión / Noticias	Mariscos: Recomendaciones sobre consumo de mariscos y ruta de fiscalización, a propósito de marea roja
23 V	03	SESMA	LaNacion.cl	Locales Públicos: dueños de cafés con piernas contradicen a Lavín indicando que cuentan con permisos sanitarios
23 V	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Denuncias: si tiene dudas o denuncias sobre locales expendedoras de alimentos, acuda al Sesma
23 V	04	Carlos González	El Mercurio / Línea Directa	Denuncia sobre malos olores de fábrica de alimentos para perros
25 D	05	SESMA	El Mercurio / Nacional	Salida de Gianni López: directora no asiste a reunión especial sobre la basura con parlamentarios
28 W	03	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Denuncias de problemas en condominios
28 W	04	SESMA	Cooperativa / El Diario	Locales Públicos: Fiscalización de servicios higiénicos en pubs y discotecas
29 J	01	Oswaldo Hidalgo	El Mostrador.cl	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
29 J	01	Oswaldo Hidalgo	Emol.com	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
29 J	01	Oswaldo Hidalgo	La Segunda.com	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
29 J	01	Oswaldo Hidalgo	Canal 13 / Teletrece	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno

29 J	01	SESMA	Lun.com	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
29 J	01	SESMA	Tercera.cl	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	Osvaldo Hidalgo	LUN / El Día	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	Osvaldo Hidalgo	Cooperativa / El Diario	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	Osvaldo Hidalgo	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	Osvaldo Hidalgo	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	Osvaldo Hidalgo	Bío Bío / Radiograma	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Tolueno: Decomiso de Red Sun, pegamento con 97 por ciento de tolueno
30 V	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	Locales Públicos: dueños de cafés con piernas contradicen a Lavín indicando que cuentan con permisos sanitarios

## FEBRERO 2004

02 L	02	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Mariscos: Recomendaciones para reconocer el pescado y mariscos frescos
02 L	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Mariscos: Recomendaciones a consumidores de mariscos y detalles de fiscalización en terminal
02 L	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Directora Soledad Ubilla "sonaba" como posible reemplazante de Gianni López
02 L	05	SESMA	El Mercurio / Nacional	Santa Marta: Por acumulación de biogás relleno sanitario Santa Marta "pudo explotar"
03 M	02	SESMA	Canal 13 / Teletarde	Vibrión Parahemolítico: Brote de mariscos con vibrión parahemolítico en Santiago
03 M	02	Soledad Ubilla	Agricultura / L.U. y L.O.	Mariscos: Entrevista por el tema mariscos
03 M	02	Soledad Ubilla	Agricultura / Como siempre	Mariscos: Recomendaciones a consumir mariscos en locales autorizados
03 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión Parahemolítico: RM está libre de mariscos contaminados con el vibrión parahemolítico hasta ahora
03 M	02	Soledad Ubilla	Lun.com	Vibrión Parahemolítico: Sesma encontró mariscos con vibrión parahemolítico en Santiago, pero no hay intoxicados
03 M	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Brote de mariscos contaminados en Santiago
03 M	02	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Vibrión parahemolítico: Brote de mariscos contaminados en Santiago
03 M	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones a consumidores de mariscos y detalles de fiscalización en terminal
03 M	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones a consumidores de mariscos y detalles de fiscalización en terminal
03 M	02	Soledad Ubilla	Emol.com	Vibrión parahemolítico: Sesma aumenta fiscalización a la venta de mariscos
03 M	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Sesma no detecta mariscos contaminados en nuevas muestras
03 M	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza controles para evitar venta ilegal de mariscos
03 M	02	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza controles para evitar venta ilegal de mariscos
03 M	03	SESMA	Tercera.cl	Emergencia: Incendio forestal en Meilipilla genera nube: se espera presencia del Sesma
03 M	05	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Vibrión parahemolítico: Controversia entre Sesma y Llanchipal por origen de mariscos contaminados
04 W	01	Jaime Gómez	Canal 13 / Teletrece	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura

04 W	01	Jaime Gómez	La Red / Telediario	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
04 W	01	Jaime Gómez	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
04 W	01	Jaime Gómez	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
04 W	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Mega / Mucho Gusto	Vibrión Parahemolítico: RM está libre de mariscos contaminados hasta ahora
04 W	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones de no consumir mariscos crudos
04 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: RM está libre de mariscos contaminados hasta ahora
04 W	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Sesma no detecta mariscos contaminados en nuevas muestras
04 W	02	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece AM	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece AM	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	02	SESMA	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Sesma refuerza barrera sanitaria para impedir ingreso de mariscos contaminados
04 W	03	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Llanchipal anuncia inspección en Quellón tras hallazgo del Sesma / instalación de barrera
04 W	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: En un ppio. Sesma detectó mariscos contaminados en Santiago
04 W	05	Soledad Ubilla	La Nación / País	Vibrión parahemolítico: Controversia entre Sesma y Llanchipal por origen de mariscos contaminados
05 J	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
05 J	01	SESMA	LUN / El Día	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
05 J	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
05 J	01	SESMA	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Fiscalización de camiones transportadores de mariscos en peaje Angostura
05 J	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Recomendación de no consumir mariscos crudos
05 J	02	SESMA	Chilevisión / Noticias	Vibrión parahemolítico: Molestia de Terminal Pesquero por fiscalización de mariscos en Angostura
05 J	03	SESMA	El Mostrador.cl	Tolueno: Red Sun, SS Viña-Quillota decomisa pegamento, recomendaciones del Sesma
06 V	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: Control de mariscos en Angostura se realiza con normalidad
06 V	02	SESMA	LUN / El Día	Vibrión parahemolítico: controles del Sesma en terminal y Angostura ayudarían a dar confianza a consumidores
06 V	02	SESMA	Emol.com	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones para el consumo de mariscos

06 V	02	SESMA	La Red / Telediario	Vibrión parahemolítico: Sesma recomienda consumir mariscos en lugares autorizados
06 V	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Santa Marta: acumula sanciones, Sesma ha abierto 18 sumarios, el último por líquidos percolados
06 V	05	SESMA	LUN / Cartas	Denuncia sobre perros vagos en Peñalolén: "organismos se tiran la pelota"
06 V	05	SESMA	El Mercurio / Claves	Salida de Gianni López: Directora no asistió a reunión de la basura
07 S	01	Jaime Gómez	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Balance de fiscalización de mariscos en peaje Angostura
07 S	03	SESMA	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Situación de la venta de mariscos en la X Región
08 D	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Tenencia responsable de mascotas: Perros abandonados en casas vacías por vacaciones
08 D	05	SESMA	LaNacion.cl	Santa Marta: será denunciado a la OEA por biogás, Sesma y Conama no opinan
08 D	05	SESMA	El Mostrador.cl	Santa Marta: Zollner dice que Sesma no da explicaciones sobre el biogás
09 L	04	SESMA	La Cuarta / Crónica	Denuncia: Autoridades y comunidad de Peñaflores piden intervención del Sesma por plaga de ratones
10 M	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Vibrión Parahemolítico: Sesma no ha detectado mariscos con vibrión parahemolítico en Santiago
10 M	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Vibrión Parahemolítico: Sesma no ha detectado mariscos con vibrión parahemolítico en Santiago
10 M	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Vibrión Parahemolítico: Sesma no ha detectado mariscos con vibrión parahemolítico en Santiago
10 M	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Jaime Gómez	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletarde	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
10 M	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Zoonosis: Sesma realizará diagnóstico integral de plaga de ratones en Peñaflores
10 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Zoonosis: Sesma realizará diagnóstico integral de plaga de ratones en Peñaflores
10 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Zoonosis: Sesma realizará diagnóstico integral de plaga de ratones en Peñaflores
10 M	02	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Zoonosis: Sesma realizará diagnóstico integral de plaga de ratones en Peñaflores
10 M	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	Zoonosis: Sesma realizará diagnóstico integral de plaga de ratones en Peñaflores
10 M	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Mariscos de la V Región no llegan a RM
10 M	03	SESMA	Cooperativa / PLM	Qué hacer frente a plagas o si se desea fumigar
11 W	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Mañana Int	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	01	Soledad Ubilla	Chilena / Verano y Salud	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos

11 W	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	01	SESMA	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Balance positivo de fiscalización de mariscos
11 W	02	Alejandra Poblete	Chilena / Primera Plana	Zoonosis: Sesma en terreno ante plaga de ratones en Peñaflo
11 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Zoonosis: Sesma en terreno ante plaga de ratones en Peñaflo
11 W	02	Alejandra Poblete	Mega / Meganoticias	Zoonosis: Sesma en terreno ante plaga de ratones en Peñaflo
11 W	02	Soledad Ubilla	Lun.com	Zoonosis: Sesma toma muestras de ratones de plaga en Peñaflo
11 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Claves	Vibrión parahemolítico: Instalación de barrera sanitaria y situación de mariscos de V Región
11 W	03	SESMA	TVN / 24 horas	Vibrión parahemolítico: Sesma está haciendo investigación epidemiológica sobre intoxicado por mariscos de Santiago
11 W	04	SESMA Fernando Fuenzalida	La Cuarta / Dedo en la llaga	Denuncia: cámaras de alcantarillado colapsadas en villa de Talagante
11 W	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Tenencia responsable de mascotas: Mordeduras de perro, acción del Sesma ante perros vagos
12 J	03	SESMA	Tercera.cl	Vibrión parahemolítico: Insulza pide antecedentes sobre diagnóstico confuso en SS Valparaíso; Sesma debe estar atento
12 J	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Junto con SS Norte se corrige informe del SS Valparaíso sobre intoxicada por mariscos de Huechuraba
12 J	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Sesma descubre mariscos contaminados en aguas del seno de Reloncaví
13 V	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Despacho	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletarde	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Chilena / Despacho	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	SESMA	Chilevisión / Noticias	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	SESMA	Cooperativa / LQQDD	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
13 V	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma

13 V	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Locales públicos:Fiscalización de medidas de seguridad en piscinas, a raíz de accidente en Punta Cana
13 V	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones para el consumo de mariscos
14 S	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletarde	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
14 S	02	SESMA	Cooperativa / El Diario	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
14 S	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Recomendaciones sobre el consumo de mariscos cocidos
14 S	03	SESMA	Tercera.cl	Denuncia: Asociación de apoderados materializará denuncias sobre exigencias de útiles de marca
15 D	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	01	Soledad Ubilla	W / W noticias	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Vibrión parahemolítico: Llamado a consumir mariscos de lugares autorizados con tranquilidad
15 D	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: Llamado a consumir mariscos de lugares autorizados con tranquilidad
15 D	01	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: Certifica que mariscos del terminal pesquero no son riesgosos y entrega recomendaciones
15 D	03	SESMA	LUN / Economía	Alimentos: Crece mercado de bebidas para deportistas con autorización del Sesma
15 D	04	SESMA	El Mercurio / Propiedades	Zoonosis: Acciones del Sesma frente a la presencia de murciélagos con rabia
16 L	01	Soledad Ubilla	Horizonte / Faro Informativo	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma
16 L	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Plomo: Retención de artículos escolares con plomo sobre norma

16 L	03	SESMA	El Mercurio / Deportes	Locales Públicos: Condiciones sanitarias de los estadios según plan contra violencia
16 L	03	SESMA	Canal 13 / Teletrece AM	Plomo: Llamado a los padres a estar atentos al momento de adquirir útiles escolares, por presencia de plomo
16 L	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Santa Marta: controles del Sesma son intensivos sobre el tema del biogás
17 M	01	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Sustracción de densímetro nuclear
18 W	01	SESMA	La Nación / País	Sustracción de densímetro nuclear
18 W	04	SESMA	El Mercurio / Línea Directa	Denuncia: Respuesta a denuncia sobre minimarket insalubre, de la comuna de Providencia
19 J	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Sustracción de densímetro nuclear
20 V	03	SESMA	LUN / Escolares	Plomo: Niveles máximos permisibles de concentraciones de plomo en artículos escolares
20 V	05	SESMA	Mega / Hola Andrea	Denuncia de corrupción sobre fiscalizadores del Sesma coludidos con fábrica envasadora de yeso Puente Alto
22 D	02	SESMA	La Nación / Domingo	Alimentos: Autorizaciones a suplementos alimenticios que se promocionan como medicamentos
23 L	04	Ximena Ruiz	El Mercurio / Línea Directa	Denuncia: Respuesta a denuncia sobre contenedor de basura que produce molestia a vecinos
24 M	03	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Residuos: Municipalidades acuden a Sesma cuando terrenos baldíos se transforman en VIRS
25 W	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Escolares	Plomo: Recomendaciones en la compra de artículos escolares, por ejemplo, niveles de plomo
25 W	03	SESMA	LUN / El Día	Alimentos: Suplemento alimenticio que dice luchar contra la resaca tiene autorización Sesma
27 V	03	SESMA	El Mostrador.cl	Santa Marta: fin de contrato con Emeres implica las mismas obligaciones ambientales
28 S	02	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Fiscalización y condiciones de seguridad en parques de diversiones
28 S	02	Juan Veas	LaNacion.cl	Locales Públicos: Fiscalización a playas y piscinas municipales

## MARZO 2004

02 M	02	Jorge Matteoda	La Segunda / Crónica	Emergencia química: Sesma dio por superada emergencia a las 10 AM
02 M	02	SESMA	Tercera.cl	Emergencia química: Sesma dio por superada emergencia a las 10 AM
02 M	02	SESMA	El Mostrador.cl	Emergencia: Sesma inicia sumario sanitario para investigar emergencia química en ruta 5 Sur
02 M	02	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Emergencia: Sesma inicia sumario sanitario para investigar emergencia química en ruta 5 Sur
02 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Emergencia: Sesma inicia sumario sanitario para investigar emergencia química en ruta 5 Sur
02 M	02	SESMA	TVN / Buenos Días a Todos	Emergencia: Sesma se hace presente en emergencia química en la ruta 5 Sur
02 M	03	SESMA	Tercera.cl	Emergencia química: Toxicóloga explica riesgos y nombra acciones del Sesma
02 M	05	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Emergencia química: no hay intoxicados y se neutralizó el ácido / baja fiscalización permite muchos accidentes
03 W	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	Emergencia química: no hay intoxicados y se neutralizó el ácido
03 W	02	Jorge Matteoda	La Tercera / Nacional	Emergencia química: Sesma abre sumario, pero preliminarmente transporte era adecuado
03 W	02	Jorge Matteoda	El Mercurio / Nacional	Emergencia química: Sesma abre sumario, pero quita espectacularidad al suceso
03 W	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Emergencia química: Sesma abrió sumario sanitario

03 W	02	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Emergencia: Sesma inicia sumario sanitario para investigar emergencia química en ruta 5 Sur
03 W	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Denuncia: perros molestos en Ñuñoa: municipio se hace cargo
04 W	02	SESMA	Tercera.cl	Emergencia química: Sesma se hace presente ante derrame de amoníaco
07 D	04	SESMA	El Mercurio / Propiedades	Residuos: Normas municipales y relativas al Sesma sobre la disposición de escombros
08 L	05	SESMA	Mega / Meganoticias	Denuncia: Venta ilegal de cebiche en el centro, Sesma no responde a denuncias de vecinos
09 M	03	SESMA	El Mostrador.cl	Santa Marta: ante crisis económica piden intervención del Sesma, entre otros
09 M	05	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Santa Marta: Sesma participa en operación irregular para "salvar" a Santa Marta
11 J	03	SESMA	El Mostrador.cl	La Farfana: Cita resolución del Sesma sobre el traslado y almacenamiento de lodos de la Farfana
12 V	04	Jaime Gómez	El Mercurio / Página del Lector	Alimentos: Fiscalización a baños de restaurantes
13 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Ruidos: Sesma vigilará constantemente la FIDAE
15 L	02	SESMA	Cooperativa / El Diario	Epidemiología: Sesma toma muestras por intoxicación por mayonesa en María Pinto
17 W	02	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, inicia sumario y da posibles causas
17 W	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Epidemiología: Junaeb espera resultados de sumario de Sesma, por intoxicación en el Bosque
17 W	03	SESMA	LaNación.cl	Epidemiología: Junaeb espera resultados de sumario de Sesma, por intoxicación en el Bosque
18 J	01	Verónica Solari	La Segunda / Crónica	Epidemiología: Sesma entrega resultados de investigación epidemiológica por intoxicación en El Bosque
18 J	05	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Santa Marta: Sesma discute con Conama y Trivelli fórmulas para salvar a Santa Marta
19 V	01	SESMA	El Mostrador.cl	Epidemiología: Intoxicación en el Bosque: Sesma dice que colaciones deben ser frías
19 V	01	SESMA	La Nación / País	Epidemiología: Sesma entrega resultados de investigación epidemiológica por intoxicación en El Bosque
19 V	01	Verónica Solari	La Tercera / Nacional	Epidemiología: Sesma entrega resultados de investigación epidemiológica por intoxicación en El Bosque
19 V	01	Verónica Solari	Canal 13 / Teletrece AM	Epidemiología: Sesma entrega resultados de investigación epidemiológica por intoxicación en El Bosque
19 V	01	Verónica Solari	Chilevisión / Noticias AM	Epidemiología: Sesma entrega resultados de investigación epidemiológica por intoxicación en El Bosque
19 V	03	SESMA	El Mostrador.cl	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, no es el primer sumario a contratistas Junaeb
19 V	03	SESMA	El Mercurio / Economía	La Farfana: Se cita sentencia emanada de sumario sanitario a La Farfana
20 S	04	SESMA	El Mercurio / Economía	Número de veterinarios en el Sesma y su funciones
20 S	04	Soledad Ubilla	El Mercurio / Página del Lector	Residuos: Qué hacer con las pilas de uso doméstico en desuso
24 W	02	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Denuncia: Olores en Lomas de Lo Aguirre: Sesma y otros organismo inician investigación
24 W	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Ruidos: a quien denunciar situaciones de ruidos molestos
25 J	01	SESMA	El Mostrador.cl	Epidemiología: Investigación epidemiológica sobre intoxicación en El Bosque
26 V	02	SESMA	Canal 13 / Viva La Mañana	Emergencia: Sesma se hace presente para investigar "emanaciones" en el Liceo 7
26 V	02	SESMA	TVN / Buenos Días a Todos	Emergencia: Sesma se hace presente para investigar "emanaciones" en el Liceo 7
26 V	05	SESMA	El Mercurio / Línea Directa	Ruidos: empresa entrega respuesta a la comunidad aunque el Sesma no atiende denuncias
27 S	02	SESMA	La Cuarta / Crónica	Emergencia: Sesma recomienda a edificios vecinos a Liceo 7 alargar chimenas
27 S	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	Mariscos: Cita resolución del Sesma sobre exigencias sanitarias en Terminal Pesquero
29 L	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, Junaeb finaliza contratos en base a investigación Sesma

30 M	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, Junaeb finaliza contratos en base a investigación Sesma
30 M	03	SESMA	La Nación / País	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, Junaeb finaliza contratos en base a investigación Sesma
30 M	03	SESMA	LUN / El Día	Epidemiología: Intoxicación en El Bosque, Junaeb finaliza contratos en base a investigación Sesma

## ABRIL 2004

01 J	03	SESMA	La Tercera / Nacional	La Farfana: traslada lodos a relleno KDM, según resolución Sesma
02 V	03	SESMA	La Tercera / Nacional	La Farfana: Traslado de lodos de La Farfana presenta riesgos en época de lluvias
03 S	03	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Las termitas no son competencia del Sesma
05 L	01	SESMA	TVN / 24 horas	Semana Santa: Peaje Angostura: Sesma inicia fiscalización de Semana Santa
05 L	01	Jaime Gómez	Bío Bío / Ti Piace?	Semana Santa: Recomendaciones para el consumo seguro de mariscos y pescados en Semana Santa
05 L	02	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Epidemiología: Sesma toma muestras de huevos por intoxicación en Melipilla
05 L	02	SESMA	Mega / Meganoticias	Epidemiología: Sesma toma muestras de huevos por intoxicación en Melipilla
05 L	02	SESMA	Lun.com	Epidemiología: Sesma toma muestras de huevos por intoxicación en Melipilla
06 M	01	Jaime Gómez	Cooperativa.cl	Semana Santa: Fiscalización del Sesma de pescados y mariscos no ha detectado irregularidades, desde el Terminal Pesquero
06 M	01	Jaime Gómez	TVN / 24 horas	Semana Santa: Fiscalización del Sesma de pescados y mariscos no ha detectado irregularidades, desde el Terminal Pesquero
06 M	01	Jaime Gómez	Tercera.cl	Semana Santa: Fiscalización del Sesma de pescados y mariscos no ha detectado irregularidades, desde el Terminal Pesquero
06 M	01	Jaime Gómez	Amistad / Noticias	Semana Santa: Fiscalización del Sesma de pescados y mariscos no ha detectado irregularidades, desde el Terminal Pesquero
06 M	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Jaime Gómez	Cooperativa / Por la Mañana	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	Pudahuel / Noticias	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
06 M	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Semana Santa: Peaje Angostura: Sesma inicia fiscalización de Semana Santa
06 M	01	SESMA	Lun.com	Semana Santa: Peaje Angostura: Sesma inicia fiscalización de Semana Santa
06 M	02	Verónica Solari	Cooperativa / El Diario	Alimentos: Recomendaciones para el consumo seguro de huevos, tras intoxicación en Melipilla
06 M	02	Verónica Solari	Lun.com	Alimentos: Recomendaciones para el consumo seguro de huevos, tras intoxicación en Melipilla
06 M	02	SESMA	La Cuarta / Crónica	Epidemiología: Sesma inicia sumario por intoxicación en Melipilla
06 M	02	SESMA	La Nación / País	Epidemiología: Sesma toma muestras de huevos por intoxicación en Melipilla
06 M	02	SESMA	El Mostrador.cl	Fuentes Fijas: Sesma y Conama buscan restringir a empresas que usen grupos electrógenos
06 M	03	SESMA	El Mostrador.cl	La Cañamera: Minsal endosa problema a Minvu, se citan acciones del Sesma
06 M	05	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Fiscalización Integral: Casinos de colegios no pueden funcionar por falta de autorización sanitaria
06 M	01	Verónica Solari	W / Noticias	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
07 W	01	SESMA	La Cuarta / La Cuarta Dimensión	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa

07 W	01	Soledad Ubilla	La Hora / Nacional	Semana Santa: Peaje Angostura: Sesma inicia fiscalización de Semana Santa
07 W	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Semana Santa: Peaje Angostura: Sesma inicia fiscalización de Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	CHV / Noticias	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	SESMA	TVN / 24 horas	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	La Segunda.com	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Universo / Doble Lectura	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	01	SESMA	Tercera.cl	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
07 W	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Semana Santa: Recomendaciones para el consumo de mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Noticias	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	Jaime Gómez	CHV / Noticias	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Viva la Mañana	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Semana Santa: Fiscalización y recomendaciones para el consumo mariscos y pescados en Semana Santa
08 J	01	SESMA	Tercera.cl	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	CHV / Noticias	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	U. de Chile / Noticias	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	01	SESMA	LUN / El Día	Semana Santa: Terminal Pesquero: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
08 J	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Semana Santa: Intendente entrega recomendaciones del Sesma para Semana Santa
08 J	03	SESMA	El Mostrador.cl	La Cañamera: Alcalde de Puente Alto acusa a Minvu, y alaba acciones del Sesma
09 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa

09 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	CHV / Noticias	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización, intoxicados y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización, intoxicados y recomendaciones en Semana Santa
09 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Semana Santa: Supermercados: Fiscalización y recomendaciones para Semana Santa
10 S	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización y recomendaciones en Semana Santa
10 S	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Semana Santa: Feria de Quilicura: Fiscalización, carros y decomisos en Semana Santa
10 S	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Olores: Fiscalización del Sesma en situaciones de olores molestos
12 L	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	La Cañamera: Sesma ordenó cierre y la transformación del terreno
12 L	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	La Cañamera: Sesma ordenó cierre y la transformación del terreno
12 L	03	SESMA	El Mercurio / Editorial	Semana Santa: Intendente Trivelli explica actividades de Semana Santa con Sesma, en carta al director
12 L	05	Soledad Ubilla	CHV / Noticias	La Cañamera: Vecinos cuestionan diagnóstico de las autoridades
13 M	03	SESMA	Canal 13 / Teletrece AM	La Cañamera: Vecinos exigen cumplimiento de resolución del Sesma a municipio, quien niega responsabilidad
13 M	03	SESMA	Canal 13 / Teletrece AM	La Cañamera: Vecinos exigirán cumplimiento de resolución del Sesma a municipio
13 M	03	SESMA	El Mostrador.cl	Plan de Invierno: presentación del Plan 2004
13 M	04	Fernando Fuenzalida	El Mercurio / Página del Lector	Tenencia Responsable de Mascotas: Control de perros vagos y perjuicios que causan animales sueltos en carreteras
13 M	05	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	La Cañamera: Vecinos cuestionan diagnóstico de las autoridades
14 M	02	Soledad Ubilla	TVN / Eli Contigo Mejor	La Cañamera: Directora explica el problema, involucrados, acciones, resoluciones
14 M	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Plan de Invierno: Sesma vigilará megaproyectos y aumentará dotación de fiscalizadores
15 W	02	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	La Cañamera: Directora explica el problema, involucrados, acciones, resoluciones
19 L	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Residuos: Sesma pone fin a restricciones especiales a la disposición y traslado de la basura
19 L	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Residuos: Sesma pone fin a restricciones especiales a la disposición y traslado de la basura
19 L	02	David Fuentes	Cooperativa / El Diario	Emergencia: Entrega antecedentes sobre emergencia de olores en colegio de Quilicura
19 L	02	David Fuentes	Tercera.cl	Emergencia: Entrega antecedentes sobre emergencia de olores en colegio de Quilicura
20 M	01	SESMA	La Nación / País	Residuos: Sesma pone fin a restricciones especiales a la disposición y traslado de la basura
20 M	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Residuos: Sesma pone fin a restricciones especiales a la disposición y traslado de la basura
20 M	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	La Farfana: Alcalde de Pudahuel logró recortar el periodo de traslado de lodos de La Farfana, ante el Sesma
20 M	03	SESMA	LaNacion.cl	Epidemiología: JUNJI entrega a Sesma antecedentes de intoxicación en parvulario de Peñalolén
20 M	05	SESMA	Mega / Mucho Gusto	Denuncia: Municipio de Independencia acusa a Sesma de permitir funcionamiento de industria con problemas de olores
20 M	05	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Santa Marta: Resolución del Sesma sobre basura "ayuda" a Santa Marta, y contradice a Minagri y SAG
21 W	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Residuos: Sesma pone fin a restricciones especiales a la disposición y traslado de la basura
21 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Alimentos: Diputados Rossi y Girardi entregan denuncias sobre datos falsos de cadenas de comida rápida

21 W	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: Ex director del Sesma Mauricio Ilabaca fue nombrado nuevo Seremi de Salud
21 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Autoridad Sanitaria: Llamen a concurso público para elegir nuevo Seremi de Salud, organismo que absorberá al Sesma
21 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Autoridad Sanitaria: Proyecciones sobre quien ocupará el cargo de la nueva autoridad sanitaria regional
22 J	05	Soledad Ubilla	El Mercurio / Claves	Santa Marta: Sesma "ayuda" a Santa Marta con resolución que pone fin a restricciones a la basura
23 V	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	Santa Marta: Municipios rechazan alza de tarifas de Santa Marta, Sesma subraya su rol sanitario, ajeno a lo económico
25 D	03	SESMA	El Mercurio / Deportes	Locales Públicos: Intendente Trivelli autorizó partidos de alto riesgo en el Monumental sin consultar a Sesma, Carabineros y Bomberos
30 V	03	SESMA	La Nación / País	La Farfana: Corema multa a Aguas Andinas, se cita anterior multa aplicada por el Sesma
30 V	03	SESMA	La Tercera / Nacional	La Farfana: Corema multa a Aguas Andinas, se cita anterior multa aplicada por el Sesma

## MAYO 2004

04 M	02	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Autoridad Sanitaria: Directora no se presenta a concurso público para nueva Seremi de Salud
05 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Cifras red MACAM: Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, para mantener alerta
05 W	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, para mantener alerta
06 J	04	Soledad Ubilla	El Diario Financiero / Especial	Residuos: Faltan normas que estandaricen el tema de los residuos industriales y domiciliarios
06 J	04	Soledad Ubilla	El Diario Financiero / Especial	Residuos: Futura promulgación de reglamento para el manejo de residuos peligrosos
06 J	05	SESMA	El Mostrador.cl	Funcionaria del Sesma recurrirá a corte internacional tras despido
10 L	04	SESMA	El Mercurio / Economía	Cifras Red MACAM: como ejemplo de software que apoyan sistemas predictivos inteligentes a nivel mundial
10 L	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	La Farfana: últimas denuncias recibidas y fiscalización al traslado de los lodos
12 W	02	SESMA	Chilena / Primera plana	Gas: Sesma preocupado por cambio de combustibles tras crisis energética
12 W	05	SESMA	El Mercurio / Cartas al Director	Denuncia: Se menciona descoordinación entre colegios públicos, dirección de Obras y Sesma
14 V	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
14 V	03	SESMA	El Mostrador.cl	Cifras red MACAM: Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, para mantener alerta
16 D	04	SESMA	El Mercurio / Propiedades	Desratizaciones como requisito para hacer una demolición
17 L	03	SESMA	El Mercurio / Economía	Se cita certificación Sesma de Adhesol
17 L	05	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Cifras red MACAM Se citan niveles ICAP para decir que Gobierno no alertó a la población sobre crisis ambiental
17 L	03	SESMA	El Mostrador.cl	Gas: Ejecutivos de Metrogas se reúnen con Sesma para evaluar racionamiento a empresas
18 M	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Fuentes Fijas Intendente explica que Sesma aumentará fiscalizaciones a megaproyectos viales
18 M	03	SESMA	La Nación / Aldea Global	Cifras red MACAM: Proyecto medirá compuestos tóxicos que no son monitoreados por la red MACAM
18 M	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: se decreta preemergencia
18 M	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Gas: situación de las fuentes fijas ante la crisis energética
18 M	01	Soledad Ubilla	TVN / Medianoche	Fuentes Fijas: fiscalización nocturna de fuentes fijas en Contingencia atmosférica
18 M	02	Soledad Ubilla	W / Noticias	Fuentes Fijas datos sobre calidad del aire y fiscalización a fuentes fijas y megaproyectos
19 W	02	Soledad Ubilla	Agricultura / Telediario	Fuentes Fijas datos sobre calidad del aire y fiscalización a fuentes fijas y megaproyectos
19 W	01	Erika Águila	Canal 13 / Teletrece	Fuentes Fijas: fiscalización de megaproyectos

19 W	01	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Fuentes Fijas: Sesma responsabiliza a Autopista Central por altos niveles de contaminación
19 W	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fuentes Fijas datos sobre calidad del aire y fiscalización a fuentes fijas y megaproyectos
19 W	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Fuentes Fijas: Intendente cuenta que todas las fuentes fijas fiscalizadas por el Sesma están paralizadas
19 W	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras red MACAM: La Florida arroja malos índices
19 W	02	Soledad Ubilla	El Diario Financiero / Empresas	Gas: empresas esperan instrucciones del Sesma para reconversión; autoridad sanitaria facilitará este proceso en base al impacto ambiental
19 W	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Fuentes Fijas: Sesma inicia sumario a Autopista Central
19 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Cifras red MACAM: Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, para mantener alerta
19 W	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	Cifras red MACAM: se citan datos de la red Macam II para informar de preemergencia
19 W	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: Intendencia decreta alerta ambiental
19 W	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: La Florida arroja malos índices
19 W	05	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Fuentes Fijas: contribución de los megaproyectos a la contaminación provocan enfrentamiento MOP-SESMA
19 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Fuentes Fijas: Sesma inicia sumario a Autopista Central
19 W	03	SESMA	Las Últimas Noticias / El Día	Cifras red MACAM: se citan datos de la red Macam II para informar de preemergencia
19 W	03	SESMA	Lun.com	Cifras red MACAM:: cifras de calidad del aire en preemergencias
19 W	01	SESMA	Lun.com	Fuentes Fijas: Sesma inició 6 sumarios sanitarios
19 W	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras red MACAM: cifras de calidad del aire en preemergencias
19 W	02	Soledad Ubilla	Universidad de Chile / Noticias	Fuentes Fijas datos sobre calidad del aire y fiscalización a fuentes fijas y megaproyectos
20 J	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras red MACAM: mejoran índices de calidad del aire
20 J	01	SESMA	El Diario Financiero / Empresas	Fuentes Fijas: Sesma inició 6 sumarios sanitarios
20 J	03	SESMA	El Mostrador.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II
20 J	01	SESMA	El Mostrador.cl	Fuentes Fijas: Sesma inició 6 sumarios sanitarios
20 J	04	SESMA	La Cuarta / Dedo en la llaga	Denuncia: Se pide fiscalizar venta de comida callejera en el paradero 25 de Santa Rosa
20 J	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: mejora la calidad del aire
20 J	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: se acaban las contingencias ambientales
20 J	03	SESMA	Lun.com	Cifras red MACAM: mejoran índices de calidad del aire
20 J	03	SESMA	Tercera.cl	Fuentes Fijas: debido a la alerta ambiental, Sesma fiscaliza chimeneas y quemas agrícolas
20 J	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras red MACAM: mejoran índices de calidad del aire
21 V	01	SESMA	La Nación / País	Fuentes Fijas: Sesma inició 6 sumarios sanitarios
22 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Cifras red MACAM Tras precipitaciones cifras de red Macam II registran un buen nivel Fuentes fijas: PPD llama a MOP y SESMA reforzar fiscalización a megaproyectos, porque éstos prefieren pagar multas antes que cumplir compromiso
23 D	03	SESMA	El Mostrador.cl	
24 L	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
24 L	04	SESMA	La Nación / País	Fuentes Fijas: Pedro Saitz pide más fiscalización a Sesma y Conama para evitar contaminación
25 M	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Fuentes Fijas: Sesma continua fiscalización de medidas de mitigación de la contaminación de megaproyectos viales
26 W	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II
26 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Fuentes Fijas: Niveles de contaminación llegarían a índices críticos; fiscalización a megaproyectos viales

26 W	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	Fuentes Fijas: Niveles de contaminación llegarían a índices críticos; fiscalización a megaproyectos viales
26 W	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II
26 W	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Fuentes Fijas: Niveles de contaminación llegarían a índices críticos; fiscalización a megaproyectos viales
27 J	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM: en alerta ambiental, índices de Pudahuel es regular
27 J	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II
27 J	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II
27 J	04	SESMA	Mega / Meganoticias	Denuncia: Solicitud de fiscalización de quema ilegal y microbasural en toma de Peñalolén
27 J	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras red MACAM: en alerta ambiental, índices de Pudahuel es regular
27 J	03	SESMA	La Nación / Aldea Global	Residuos: Sesma participa en seminario sobre manejo de residuos hospitalarios
28 V	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	Canal 13 / Teletrece	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	Chilena / Primera plana	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	Chilevisión / Noticias	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	Cooperativa / El Diario	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	03	SESMA	Cooperativa.cl	Locales Públicos: Carabineros hará control nocturno de bares y autos en Ñuñoa, junto con Sesma, Bomberos e Impuestos Interno
28 V	01	Ricardo San Martín	El Mostrador.cl	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	La Red / Telediario	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	Mega / Meganoticias	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	TVN / 24 horas	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
28 V	01	Ricardo San Martín	W / Noticias	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
29 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Fuentes Fijas: En base a fiscalizaciones del Sesma, Corema sancionará a MOP y Serviu
29 S	01	Ricardo San Martín	La Tercera / Nacional	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
29 S	01	Ricardo San Martín	LUN / El Día	Accidentes laborales: investigación por accidente y cifras de fiscalización a condiciones de seguridad de los trabajadores
30 S	03	SESMA	El Mostrador.cl	Fuentes Fijas: En base a fiscalizaciones del Sesma, Corema sancionará a MOP y Serviu; Sesma es destacado por su 100 por ciento de asistencia a las inspecciones de Conama
30 S	03	SESMA	La Nación / Domingo	Cifras red MACAM: En reportaje sobre la contaminación atmosférica de Santiago, se dice que la información ICAP del Sesma se actualiza hora a hora
30 S	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Alimentos: Sesma inició sumario a SOS, suplemento alimenticio que se adjudica propiedades terapéuticas
31 L	02	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	La Farfana: tras fin del traslado de lodos a relleno sanitario, Sesma asegura que la planta debería funcionar normalmente; se citan multas
31 L	03	SESMA	La Nación.cl	Cifras red MACAM se decreta alerta ambiental, con cita a cifras de red Macam II

## JUNIO 2004

01 M	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	La Farfana: tras fin del traslado de lodos a relleno sanitario, Sesma asegura que la planta debería funcionar normalmente; se citan multas
01 M	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
01 M	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
01 M	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
02 W	03	SESMA	LUN / Economía	Gas: Costos de una eventual conversión energética de empresas

02 W	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos:Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
02 W	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
02 W	02	SESMA	El Mostrador	Alimentos: Sesma investigará denuncia contra Mc Donald's
03 J	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Alimentos: Presentarán proyecto para prohibir la venta de comida chatarra en colegios
04 V	03	SESMA	El Mostrador	Autoridad Sanitaria: Nombran a Ilabaca como nuevo Seremi de Salud
04 V	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Autoridad Sanitaria: Nombran a Ilabaca como nuevo Seremi de Salud
05 S	03	SESMA	El Mostrador	Autoridad Sanitaria: Entrevista a Mauricio Ilabaca
05 S	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos:Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
07 L	03	SESMA	LUN / Mercado Mayorista	Alimentos: Se cita RSA, con respecto al ingreso de mascotas a restaurantes
09 W	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Salud en el Trabajo: Aumentarán exigencias a parques de juegos mecánicos
10 J	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Salud en el Trabajo: Aumentarán exigencias a parques de juegos mecánicos
10 J	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Propone soluciones para problema sanitario en población San Javier de Peñaflo
11 V	01	Antonio Marzzano	Cooperativa / PLMEC	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 V	01	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 V	01	Antonio Marzzano	Radio Carabineros	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 V	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras Red MACAM: Intendencia decreta alerta en base a datos del Sesma
11 V	02	SESMA	Tercera.cl	Residuos: Sesma clausura planta de reciclaje de la Municipalidad de Ñuñoa
11 V	02	SESMA	Terra.cl	Residuos: Sesma clausura planta de reciclaje de la Municipalidad de Ñuñoa
12 S	01	Antonio Marzzano	El Mercurio / Nacional	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
12 S	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
12 S	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Día de la Descontaminación Acústica: orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
12 S	03	Soledad Ubilla	El Mostrador	Residuos: Llamam a cerrar pozos de áridos en La Florida
12 S	03	SESMA	LUN / El Día	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
12 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: dos puntos de Santiago con aire "regular
12 S	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras Red MACAM: Intendencia decreta alerta en base a datos del Sesma
12 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: Intendencia decreta alerta en base a datos del Sesma
12 S	03	SESMA	LUN / El Día	Cifras Red MACAM: Intendencia decreta alerta en base a datos del Sesma
13 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: calidad del aire se mantiene regular
14 L	05	Soledad Ubilla	El Mostrador	Autoridad Sanitaria: Sesma "disputa" mando de la Salud a nueva autoridad sanitaria
15 M	03	SESMA	El Mostrador	Cifras Red MACAM Se citan cifras de las estación de monitoreo del Sesma, en alerta ambiental
15 M	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: cuatro estaciones con nivel regular
15 M	05	Víctor Berríos	Terra.cl	Cifras Red MACAM: Estaciones de monitoreo no son suficientes
15 M	05	SESMA	El Mostrador	Cifras Red MACAM: Indignación en Cerro Navia por niveles ICAP y no decreto de preemergencia ambiental
15 M	03	SESMA	Cooperativa.cl	Cifras Red MACAM: Intendencia decreta alerta en base a datos del Sesma
16 J	05	SESMA	El Mostrador	Cifras Red MACAM: Diputado y alcaldesa Girardi denuncia ocultamiento de información de Estación Cerro Navia
16 J	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: Intendencia levanta alerta ambiental
19 S	04	Jaime Gómez	El Mercurio / Página del Lector	Denuncias: Fiscalización a restaurantes, condiciones de higiene, proceso de denuncia

22 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos:Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
23 W	03	Soledad Ubilla	Lun.com	Municipalidad de Independencia clausura empresa Extruder, en base a informe del Sesma
23 W	04	SESMA	La Nación / Aldea Global	Alimentos: Requisitos sanitarios para la instalación de quioscos en los colegios
23 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Cooperativa / El Diario	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Cooperativa.cl	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Emol	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	LaNacion.cl	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Lun.com	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Tercera.cl	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	SESMA	Terra.cl	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
23 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
24 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente Laboral: Sesma ordena paralizar obras de Costanera Norte donde murió trabajador
24 J	03	SESMA	Lun.com	Tolueno: Nestlé garantiza calidad de cereales retenidos por Sesma
24 J	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
24 J	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
24 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
24 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
24 J	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Tolueno: Retiro de juguetes que venían en cereales Nestlé
25 V	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	La Cañamera: niveles de arsénico en dos familias de Puente Alto no tendrían relación con ex basural
25 V	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Alimentos: Sesma inicia sumario contra local de comida rápida
26 S	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	La Cañamera: niveles de arsénico en dos familias de Puente Alto no tendrían relación con ex basural
29 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos:Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema

## JULIO 2004

03 S	04	SESMA	Cooperativa.cl	Ruidos: Colectivo ciudadanos pide mayor fiscalización por ruidos molestos, cita cifras del Sesma
03 S	04	SESMA	Cooperativa / El Diario	Ruidos: Colectivo ciudadanos pide mayor fiscalización por ruidos molestos, cita cifras del Sesma
05 L	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
07 W	04	SESMA	La Cuarta / Para Servirle	Diario orienta a lectores respecto a denuncias por venta de alimentos en mal estado se deben hacer ante el Sesma
11 D	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras Red MACAM: calidad del aire es mala en Pudahuel

13 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
14 W	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Alimentos: Locales de expendio de alimentos no pueden funcionar mientras dura corte de agua
14 W	02	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Alimentos: Locales de expendio de alimentos no pueden funcionar mientras dura corte de agua
16 V	03	SESMA	El Mostrador	Cifras Red MACAM: Contingencia ambiental: se citan datos de la red de monitoreo del Sesma
16 V	03	SESMA	LaNacion.cl	Cifras Red MACAM: Contingencia ambiental: se citan datos de la red de monitoreo del Sesma
16 V	04	Rodrigo González	El Mercurio / Ediciones Especiales	Residuos: El destino final de las pilas, en cuanto residuos
17 S	03	SESMA	El Mostrador	Cifras Red MACAM: Contingencia ambiental: se citan datos de la red de monitoreo del Sesma
17 S	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras Red MACAM: se citan datos de la red de monitoreo del Sesma
18 D	03	SESMA	Tercera.cl	Cifras Red MACAM: Contingencia ambiental: se citan datos de la red de monitoreo del Sesma
20 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
22 J	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
23 V	04	Arnoldo Estefó-David	Fuentes TVN / 24 horas	Cómo denunciar si aparece un cuerpo extraño al interior
27 M	03	SESMA	El Diario Financiero / Empresas	Negociaciones de comerciantes de La Vega para trasladarse a Mersán
27 M	02	José Antonio Segura	TVN / 24 horas	Zoonosis: Conceptos de tenencia responsable de mascotas, ausencia de reglamentación, a propósito de problemas entre vecinos
29 J	04	Arnoldo Estefó	La Cuarta / Al por mayor	Alimentos: Condiciones de higiene de los almacenes
30 V	02	SESMA	Mega / Hola Andrea	Zoonosis: Conceptos de tenencia responsable de mascotas, ausencia de reglamentación, a propósito de problemas entre vecinos

## AGOSTO 2004

02 L	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
02 L	02	Osvaldo Hidalgo	Canal 13 / Teletrece	Salud en el Trabajo: Exigencia de seguridad en supermercados y malls, a propósito de incendio en Paraguay
04 W	05	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Denuncia: Sesma constata niveles de ruido no permitidos en obras del Metro, pero no toma ninguna medida
05 J	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Inspección Sanitaria: Incendio en hogar de ancianos: Sesma habría multado recinto en 2003
05 J	04	Alex Guajardo	Radio Consistorial de Parral	Presentación del conjunto Los Canelos del Medio Ambiente en teatro municipal de Parral
05 J	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Tolueno: Autoridades llaman a comprar juguetes en comercio establecido
05 J	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletarde	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	LaSegunda.com	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
05 J	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos

06 V	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Inspección Sanitaria: Incendio en hogar de ancianos: Sesma habría multado recinto en 2003
06 V	03	SESMA	LaNacion.cl	Ruidos: Sesma fiscalizará obras de construcción cuando entre en vigencia norma sobre ruidos en esos lugares
06 V	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Viva La Mañana	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	Chilena / Mañana Informativa	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	La Hora / Nacional	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Tolueno: Sesma retira juguetes que repartía Burger Inn, en uno de sus combos
06 V	05	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Tolueno: tras reclamos de Nestlé, autoridades de Salud deciden cambiar la norma de tolueno
07 S	03	SESMA	Cooperativa.cl	Inspección Sanitaria: Incendio en hogar de ancianos: Sesma habría multado recinto en 2003
07 S	03	SESMA	LaNacion.cl	Inspección Sanitaria: Incendio en hogar de ancianos: Sesma habría multado recinto en 2003
11 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes, realiza llamado a implementar medidas necesarias
11 W	04	SESMA	El Mercurio / Línea Directa	Denuncia: Sesma atiende denuncia y soluciona problema de olores de empresa Mundo Marino, en dos ocasiones
12 J	01	Eduardo Zamorano	LUN / El Día	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes
12 J	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes
12 J	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes
12 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes, realiza llamado a implementar medidas necesarias
12 J	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Accidente Laboral: Sesma paralizó obras e inició sumario en Las Condes, realiza llamado a implementar medidas necesarias
14 S	03	SESMA	El Mostrador	Ruidos: Sesma fiscalizará obras de construcción cuando entre en vigencia norma sobre ruidos en esos lugares
15 D	05	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Cifras Red MACAM: Disputa entre Sesma y Colegio Médico por sistema de medición de calidad del aire
15 D	05	SESMA	El Mercurio / Economía y Negocios	Denuncia: Sesma sería parte de una red de dificultades burocráticas que limitarían el emprendimiento del sector productivo
16 L	03	Soledad Ubilla	El Mercurio / Economía y Negocios	Directora del Sesma participa en taller sobre el impacto de la normativa ambiental en la empresa
16 L	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno

16 L	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
16 L	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	04	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Alimentos: Fiscalización a elaboradoras de cecinas
17 M	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Pozos de Áridos: Sesma clausura pozo en La Florida
17 M	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece AM	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
17 M	01	Soledad Ubilla	Universo / Doble Lectura	Tolueno: Sesma decomisa 2700 aros con tolueno
18 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Accidente Laboral: Sesma paraliza obras en edificio de Las Condes, tras muerte de trabajador
18 W	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Accidente Laboral: Sesma paraliza obras en edificio de Las Condes, tras muerte de trabajador
18 W	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Accidente Laboral: Sesma paraliza obras en edificio de Las Condes, tras muerte de trabajador
18 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Cañamera: Acciones del Servicio y exámenes toxicológicos aplicados a familias del sector
18 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece AM	Pozos de Áridos: Sesma clausura pozo en La Florida
18 W	01	Soledad Ubilla	La Hora / Nacional	Pozos de Áridos: Sesma clausura pozo en La Florida
18 W	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
18 W	01	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Chile.com	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Chilena / Primera Plana	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Cooperativa / El Diario	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Cooperativa.cl	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Emol.com	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	La Red / Telediario	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	LaSegunda.com	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Tercera.cl	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
18 W	01	SESMA	Chile.com	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	Cooperativa / El Diario	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	Cooperativa.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	Emol.com	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	La Segunda / Crónica	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	LaSegunda.com	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque

18 W	01	SESMA	Lun.com	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	01	SESMA	Tercera.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
18 W	02	SESMA	TVN / 24 horas	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
19 J	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Accidente Laboral: Sesma paraliza obras en edificio de Las Condes, tras muerte de trabajador
19 J	01	Soledad Ubilla	La Hora / Nacional	Pozos de Áridos: Sesma clausura pozo en La Florida
19 J	01	SESMA	Cooperativa / El Diario	Yogures: Sesma descarta completamente contaminación en supermercado de El Bosque
19 J	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Sesma descarta completamente contaminación en supermercado de El Bosque
19 J	01	SESMA	LaNacion.cl	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
19 J	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
19 J	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
19 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Viva La Mañana	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
19 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de supermercado de El Bosque
20 V	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Yogures: Sesma descarta contaminación con ácido
21 S	05	SESMA	El Mercurio / Editorial	Denuncia: Sesma sería parte de una red de dificultades burocráticas que limitarían el emprendimiento del sector productivo
22 D	04	SESMA	LUN / Cartas	Denuncia: Solicitan fiscalización del Sesma en el tema del hilo curado
22 D	01	David Fuentes	Mega / Meganoticias	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
22 D	02	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
22 D	01	SESMA	Cooperativa.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
22 D	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
22 D	01	SESMA	LaNacion.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
22 D	01	SESMA	Tercera.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	03	SESMA	Chilevisión / En La Mira	Inspección Sanitaria: Algunos jardines infantiles presentan deficiencias sanitarias y de seguridad, no tienen autorización Sesma
23 L	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	Ricardo San Martín	Cooperativa / El Diario	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	SESMA	La Red / Telediaro	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	SESMA	Lun.com	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	SESMA	Mega / Meganoticias	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	SESMA	Tercera.cl	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
23 L	01	David Fuentes	La Cuarta / Crónica	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	SESMA	La Segunda / Crónica	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	SESMA	Terra.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
23 L	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Yogures: Sesma retiene productos lácteos de 4 supermercados ante amenaza de contaminación
24 M	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Yogures: Productos lácteos de 4 supermercados no presentaron alteraciones
24 M	01	SESMA	El Mostrador	Yogures: Productos lácteos de 4 supermercados no presentaron alteraciones
24 M	01	SESMA	La Red / Telediaro	Yogures: Productos lácteos de 4 supermercados no presentaron alteraciones

24 M	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
24 M	01	SESMA	La Cuarta / Crónica	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
24 M	01	SESMA	La Nación / País	Yogures: Sesma entrega resultados sin alteraciones del 25 por ciento de la muestra
25 W	04	SESMA	El Mercurio / Línea Directa	Comerciante obtiene patente municipal, tras recibir visita del Sesma
27 V	01	Arnoldo Estefó	Canal 13 / Teletrece	Comida Callejera: Aspectos técnicos y sanitarios de resolución que autoriza determinados carros ambulantes
27 V	05	Isabel de Ferari	El Mostrador	Comida Callejera: Fundamentos técnicos y sanitarios ante impugnación de resolución de parte de abogado de McDonald's
28 S	01	Arnoldo Estefó	La Tercera / Nacional	Comida Callejera: Aspectos técnicos y sanitarios de resolución que autoriza determinados carros ambulantes
28 S	04	SESMA	Mega / La Ley de la Selva	Tolueno: normativa, definiciones técnicas, fiscalización, riesgos sanitarios, productos decomisados
29 D	01	SESMA	El Mercurio / Propiedades	Pozos de áridos: Impacto negativo de los pozos, Sesma cerró y multó a uno de estos.
30 L	03	SESMA	LUN / Economía	Alimentos: Se cita RSA, en conroversia entre Nestlé y Pedigree por comida para mascotas
30 L	01	SESMA	El Mostrador	Zoonosis: Sesma lanza CD interactivo sobre Tenencia Responsable de Mascotas
31 M	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Salud en el Trabajo: Sesma decomisará hilo curado en Fiestas Patrias
31 M	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Plan de Invierno: se firma convenio para reducir contaminantes en aeropuerto de Santiago
31 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
31 M	01	SESMA	La Cuarta / Crónica	Zoonosis: Sesma lanza CD interactivo sobre Tenencia Responsable de Mascotas

## SEPTIEMBRE 2004

03 V	03	SESMA	El Mostrador	Autoridad Sanitaria: Minsal adelanta fusión del Sesma y Seremi
04 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: Minsal adelanta fusión del Sesma y Seremi
05 D	04	SESMA	El Mercurio / Editorial	Denuncia: Lector solicita fiscalización del Sesma por malas condiciones sanitarias del centro de ski La Parva
06 L	01	Alejandra Poblete	Bío Bío / Radiograma	Hanta: recomendaciones para prevenir contagio de variante Seoul
06 L	02	SESMA	La Nación / País	Hilo curado: plan de fiscalización del Sesma
07 M	02	Oswaldo Hidalgo	Cooperativa / El Diario	Hilo curado: plan de fiscalización del Sesma
07 M	02	SESMA	LaNacion.cl	Hilo curado: Sesma requisará hilo curado en coordinación con municipios y Carabineros
08 W	02	SESMA	Lun / Economía	Alimentos: Controversia por el pago de aranceles de bebidas para deportistas
10 V	02	SESMA	Lun / Economía	Alimentos: Controversia por el pago de aranceles de bebidas para deportistas
10 V	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
11 S	02	Ricardo San Martín	El Mercurio / Nacional	Fiestas Patrias: Decomisos hasta la fecha de hilo curado
11 S	01	SESMA	LaNacion.cl	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado / recomendaciones
13 L	02	SESMA	La Nación / País	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
14 M	03	SESMA	Lun / Pymes	Comida callejera: Fast dog, primeros carros completos con autorización Sesma
14 M	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telediario	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización

14 M	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	El Conquistador	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: empanadas, recomendaciones, fiscalización
14 M	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Fiestas Patrias: Inspecciones del Sesma del plan de alimentos
14 M	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Fiestas Patrias: Inspecciones del Sesma del plan de alimentos
14 M	01	SESMA	Tercera.cl	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
14 M	02	Ricardo San Martín	El Mercurio / Nacional	Fiestas Patrias: Sesma decomisara el hilo de competencia
14 M	02	Ricardo San Martín	Lun.com	Fiestas Patrias: Sesma decomisara el hilo de competencia
14 M	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Fiestas Patrias: sumarios sanitarios aumentan en un 80 por ciento
15 W	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
15 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
15 W	01	Arnoldo Estefó	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: Sesma decomisó 4 mil kilos de carne
15 W	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Fiestas Patrias: sumarios sanitarios aumentan en un 80 por ciento
15 W	03	Soledad Ubilla	El Mostrador	Residuos: Gobierno anunció política integral en gestión de residuos sólidos
15 W	03	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Residuos: Gobierno anunció política integral en gestión de residuos sólidos
16 J	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Fiestas Patrias: Inspecciones del Sesma del plan de alimentos
16 J	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fiestas Patrias: Inspecciones del Sesma del plan de alimentos
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Fiestas Patrias: Inspecciones del Sesma del plan de alimentos
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
16 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Fiestas Patrias: Plan de fiscalización del Sesma incluye alimentos, parques e hilo curado
16 J	01	SESMA	La Nación / País	Fiestas Patrias: recomendaciones para pasar unas buenas fiestas
16 J	01	SESMA	Lun.com	Fiestas Patrias: recomendaciones para pasar unas buenas fiestas
16 J	01	SESMA	Lun.com	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telediario	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece 12	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias 12	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Termómetro	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	La Red / Teldiario	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: Sesma fiscaliza fondas y ramadas (Parque O'Higgins)
16 J	01	SESMA	El Mostrador	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
16 J	03	Soledad Ubilla	La Nación / País	Residuos: Gobierno anunció política integral en gestión de residuos sólidos
16 J	05	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Residuos: Gobierno anunció política integral en gestión de residuos sólidos; "Chile no sabe qué hacer con sus desechos tóxicos"
17 V	03	SESMA	El Mercurio / Editorial	Fiestas Patrias: recomendaciones para reconocer una buena fonda
17 V	01	SESMA	Emol.com	Fiestas Patrias: recomendaciones para reconocer una buena fonda
17 V	01	SESMA	Terra.cl	Fiestas Patrias: recomendaciones para reconocer una buena fonda

17 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
17 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
17 V	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
17 V	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
17 V	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Fiestas Patrias: Sesma ha iniciado 67 sumarios sanitarios / recomendaciones
17 V	01	SESMA	Emol.com	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Teldiario	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
17 V	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
18 S	02	Arnoldo Estefó	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: fiscalización de fondas y ramadas
18 S	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Fiestas Patrias: personal del Sesma trabaja en días feriados, fiscalizando fondas y ramadas
18 S	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
18 S	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
18 S	01	Soledad Ubilla	Lun / El Día	Fiestas Patrias: volantinos se oponen al decomiso de hilo curado; Sesma fundamenta el riesgo sanitario del hilo
20 L	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Fiestas Patrias: balance de Fiestas Patrias
21 M	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Fiestas Patrias: fiscalización del hilo curado en Parque O'Higgins
21 M	03	SESMA	Lun / Pymes	Microempresario se acerca al Sesma para iniciar actividades y recibe atención expedita
21 M	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
25 S	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Pozos de Áridos: Sesma clausura pozo que funciona en terreno supuestamente usurpado
25 S	04	Fuenzalida	El Mercurio / Economía y Negocios	Tenencia Responsable de Mascotas: cifras de perros y gatos en la Región Metropolitana
26 D	04	SESMA	LUN / Cartas	Denuncia al Sesma de microbasural en Talagante
26 D	04	SESMA	Cooperativa / El Diario	Denuncia: Municipio de Ñuñoa detectó deficiencias en locales nocturnos, que informará al Sesma
26 D	03	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Ruidos: vecinos denuncian ruidos molestos de repartidores de gas; culpan al municipio, liberan de responsabilidad al Sesma
28 M	04	José Antonio Segura	TVN / Eli Contigo Mejor	Denuncia: Sesma acude a denuncia de abejas que enjambran en zona urbana, cita a declarar al apicultor
29 W	01	SESMA	La Red / Telediario	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
29 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
29 W	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
29 W	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
29 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Bacteria Shu: Sesma ordena sumario a Mc Donald's por entrega de información parcial
29 W	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Bacteria Shu: Sesma ordena sumario a Mc Donald's por entrega de información parcial
29 W	02	Soledad Ubilla	Emol.com	Bacteria Shu: Sesma ordena sumario a Mc Donald's por entrega de información parcial
29 W	04	Antonio Marzzano	Chilena / Autoridad responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema

30 J	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
30 J	01	Soledad Ubilla	Futuro / Palabra que es noticia	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
30 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente Laboral: incremento de cifras de notificación y presentación de sistema de vigilancia activa
30 J	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Accidente Laboral: mutuales niegan que falsean los datos, en referencia a cifras del Sesma
30 J	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
30 J	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
30 J	02	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
30 J	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
30 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
30 J	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	Bacteria Shu: Sesma ordena sumario a Mc Donald's por entrega de información parcial
30 J	02	Arnoldo Estefó	TVN / Informe Especial	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos y supermercados

## OCTUBRE 2004

01 V	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Accidentes Laborales: mutuales niegan que falsean los datos, en referencia a cifras del Sesma
01 V	02	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
01 V	02	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Bacteria Shu: Sesma investiga otro posible caso de SHU
01 V	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
01 V	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
02 S	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
02 S	02	SESMA	Chilena / Hablemos en off	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
02 S	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
02 S	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
02 S	02	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Supermercados: Sesma fiscaliza denuncias de re-rotulación de carnes y quesos
03 D	03	SESMA	LUN / El Día	Supermercados: Girardi pide que Sesma y Minsal se querellen en contra de supermercados
04 L	01	SESMA	El Mostrador	Bacteria Shu: Sesma descarta presencia de bacteria que produce el Shu en hamburguesas Mc Donald's
04 L	01	SESMA	Lun.com	Bacteria Shu: Sesma descarta presencia de bacteria que produce el Shu en hamburguesas Mc Donald's
04 L	01	SESMA	Terra.cl	Bacteria Shu: Sesma descarta presencia de bacteria que produce el Shu en hamburguesas Mc Donald's
04 L	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Intoxicación en Tobalaba: Sesma entrega antecedentes y recomendaciones sobre la mayonesa
05 M	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Bacteria Shu: Sesma descarta presencia de bacteria que produce el Shu en hamburguesas Mc Donald's
05 M	03	SESMA	LUN / El Día	Locales Públicos: Cierre de pubs en Suecia: exigencias del Sesma a pubs y discotecas
05 M	04	Antonio Marzzano	W / Hoy por Hoy	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
06 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Bacteria Shu: Sesma descarta presencia de bacteria que produce el Shu en hamburguesas Mc Donald's
06 W	01	SESMA	El Mostrador	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación
06 W	01	SESMA	Lun.com	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación
06 W	01	SESMA	Terra.cl	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación
06 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación

06 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación
06 W	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Cerros de Renca: Sesma anuncia inicio del plan de recuperación
06 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Intoxicación en Tobaraba: Sesma entrega antecedentes y recomendaciones sobre la mayonesa
06 W	02	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Intoxicación en Tobaraba: Sesma entrega antecedentes y recomendaciones sobre la mayonesa
06 W	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Reunión de coordinación entre Sernatur, Sesma, Interior y policías
07 J	04	Antonio Marzzano	Chilena / Especialista Responde	Ruidos: Orientaciones a la comunidad sobre denuncias de ruidos molestos y educación respecto al tema
08 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma fiscaliza condiciones sanitarias y de seguridad en locales nocturnos
08 V	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Orientaciones para formar una microempresafamiliar
08 V	03	SESMA	LaNacion.cl	Supermercados: Girardi y Rossi de querellan en contra de supermercados
08 V	03	SESMA	Lun.com	Supermercados: Girardi y Rossi de querellan en contra de supermercados
08 V	03	SESMA	Tercera.cl	Supermercados: Girardi y Rossi de querellan en contra de supermercados
09 S	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma inicia 4 sumarios sanitarios en locales con higiene y seguridad deficientes
09 S	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma inicia 4 sumarios sanitarios en locales con higiene y seguridad deficientes
09 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma fiscaliza condiciones sanitarias y de seguridad en locales nocturnos
09 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma fiscaliza condiciones sanitarias y de seguridad en locales nocturnos
09 V	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma fiscaliza condiciones sanitarias y de seguridad en locales nocturnos
09 V	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma fiscaliza condiciones sanitarias y de seguridad en locales nocturnos
10 D	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma inicia 4 sumarios sanitarios en locales con higiene y seguridad deficientes
12 M	03	SESMA	La Nación / País	Alimentos: Sesma fiscalizará lugares de convenciones APEC
13 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Locales Públicos: Operativo barrio Suecia: Sesma inicia 4 sumarios sanitarios en locales con higiene y seguridad deficientes
13 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Café Cargado	Supermercados: acciones de fiscalización y recomendaciones a la población
14 J	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Supermercados: acciones de fiscalización y recomendaciones a la población
14 J	02	SESMA	La Tercera / Nacional	Supermercados: Líder exige al Sesma sumario para aclarar irregularidades
15 V	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Líder exige al Sesma sumario para aclarar irregularidades
16 S	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Opinión	Accidentes Laborales: Sesma responde a mutuales sobre su labor fiscalizadora, respecto a la labor de SVAF
17 D	02	Ana Scozia	TVN / 24 Horas	Alimentos: Sesma fiscaliza e investiga brote de triquinosis en Huechuraba
18 L	03	SESMA	LUN / Mercado Mayorista	Exigencias del Sesma para la fabricación de detergentes
18 L	02	SESMA	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma fiscaliza olore molestos e inicia sumario
18 L	02	SESMA	El Mostrador	La Farfana: Sesma fiscaliza olore molestos e inicia sumario
19 M	03	SESMA	El Mostrador	La Farfana: Aguas Andinas dice que la planta está funcionando normalmente
19 M	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	La Farfana: Sesma fiscaliza olore molestos e inicia sumario
20 W	02	Jorge Matteoda	Chilevisión / Noticias	Emergencia química en Quilicura
20 W	02	Jorge Matteoda	Mega / Meganoticias	Emergencia química en Quilicura
20 W	02	SESMA	TVN / 24 Horas	Emergencia química en Quilicura
20 W	02	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	La Farfana: Sesma fiscaliza olore molestos e inicia sumario
20 W	01	SESMA	Emol.com	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	SESMA	Lun.com	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	Agricultura / Telenoticias	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas

20 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
20 W	03	SESMA	Terra.cl	La Farfana: SISS suspendió cobros de tratamiento de aguas
21 J	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Aguas Andinas arriesga nueva multa, esta vez de la Corema
21 J	03	SESMA	Cooperativa.cl	La Farfana: Aguas Andinas arriesga nueva multa, esta vez de la Corema
21 J	03	SESMA	El Mostrador	La Farfana: Aguas Andinas arriesga nueva multa, esta vez de la Corema
21 J	05	SESMA	Cooperativa / El Diario	La Farfana: Aguas Andinas dice que Sesma tiene "cierta responsabilidad" por el problema de olores
21 J	05	SESMA	Tercera.cl	La Farfana: Aguas Andinas dice que Sesma tiene "cierta responsabilidad" por el problema de olores
21 J	05	SESMA	Terra.cl	La Farfana: Aguas Andinas dice que Sesma tiene "cierta responsabilidad" por el problema de olores
21 J	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
21 J	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
21 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
21 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas
21 J	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	La Farfana: SISS dice que sólo la justicia puede ordenar indemnizaciones por olores de la planta
21 J	03	SESMA	Cooperativa.cl	La Farfana: SISS dice que sólo la justicia puede ordenar indemnizaciones por olores de la planta
21 J	04	SESMA	El Mercurio / Nacional	Megaeventos: condiciones de seguridad e higiene en recitales y fiestas de fin de año
22 V	05	SESMA	El Diario Financiero / Empresas	La Farfana: Aguas Andinas dice que Sesma tiene "cierta responsabilidad" por el problema de olores
24 D	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	La Farfana: Sesma multa con 2000 UTM a Aguas Andinas (noticia de la semana)
25 L	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Infinita / Noticias	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
25 L	02	Soledad Ubilla	W / Hoy por Hoy	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	03	SESMA	Emol.com	La Farfana: Aguas Andinas dice estar cumpliendo resoluciones de las autoridades
26 M	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	02	Soledad Ubilla	Futuro / Palabra que es noticia	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario
26 M	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	La Farfana: Camión que transportaba lodos a KDM, vertió parte de su contenido y provoca accidente; Sesma inicia sumario

26 M	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	El Mostrador	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Santo Tomás / Noticias	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	ValorFuturo.com	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
26 M	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Aguas Andinas dice estar cumpliendo resoluciones de las autoridades
27 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma critica el manejo técnico de la planta
27 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Sesma critica el manejo técnico de la planta
27 W	02	Soledad Ubilla	La Nación / País	La Farfana: Sesma critica el manejo técnico de la planta
27 W	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	La Farfana: Sesma critica el manejo técnico de la planta
27 W	03	SESMA	La Segunda / Crónica	Supermercados: Multados apelan de las sentencias
27 W	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Supermercados: Sesma clausura sumpermercados, cobra 2000 UTM de multas y presenta querellas por deficiencias sanitarias
27 W	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma desestima reclamos de supermercados sumariados
27 W	02	Soledad Ubilla	El Mostrador	Supermercados: Sesma desestima reclamos de supermercados sumariados
28 J	03	SESMA	LUN / Economía	La Farfana: planta de tratamiento cumple un año de "infeliz" funcionamiento; se citan sumarios y multas del Sesma
28 J	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Multados apelan de las sentencias
28 J	04	Ana Scozia	TVN / Eli Contigo Mejor	Alimentos: Recomendaciones para prevenir la triquinosis
28 M	04	José Antonio Segura	TVN / Eli Contigo Mejor	Denuncia: Sesma acude a denuncia sobre abejas enjambradas en población de Lo Espejo
29 V	02	Soledad Ubilla	Lun.com	La Farfana: la planta está avanzando en la solución del problema
29 V	02	Soledad Ubilla	Universo / Doble Lectura	La Farfana: Sesma critica el manejo técnico de la planta
29 V	02	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	La Farfana: un año de vida con querellas, multas, marchas y malos olores; se avanza en solución
29 V	02	Soledad Ubilla	Tercera.cl	La Farfana: un año de vida con querellas, multas, marchas y malos olores; se avanza en solución
29 V	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados

29 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
29 V	01	Soledad Ubilla	Nuevo Mundo / Noticias	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
29 V	01	Soledad Ubilla	Santo Tomás / Noticias	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
29 V	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
29 V	01	Soledad Ubilla	ValorFuturo.com	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
29 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Última Mirada	Supermercados: supermercadistas darían alimentos vencidos a casinos de sus trabajadores
30 S	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
30 S	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma acoge denuncias de trabajadores de supermercados
31 D	01	Eduardo Zamorano	LUN / El Día	Accidentes Laborales: electrocución de trabajador en estacionamiento de Santiago
31 D	01	SESMA	La Tercera / Nacional	Accidentes Laborales: electrocución de trabajador en estacionamiento de Santiago

## NOVIEMBRE 2004

02 M	05	SESMA	La Segunda / Crónica	Cecinas: Sesma sería objeto de presiones de parte del lobby de las empresas cecineras
03 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Aguas Andinas habría logrado acuerdo con Sesma, tras enojo del Gobierno
04 J	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Tolueno: cambio el normativa permite el tolueno en juguetes en cantidades residuales
04 J	03	SESMA	La Nación / País	Tolueno: cambio el normativa permite el tolueno en juguetes en cantidades residuales
05 V	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Claves	La Farfana: Sanitarias con problemas; multas y críticas del Sesma
06 S	04	SESMA	La Cuarta / Crónica	Mascotas: Sesma y otras entidades organizan caminata canina
07 D	03	SESMA	El Mercurio / Reportajes	La Farfana: el lado humano de vivir con el problema de olores de la planta
08 L	03	SESMA	LUN / Economía	Comida callejera: autorizaciones del Sesma carros de hot dogs
08 L	02	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	La Farfana: Aguas Andinas terminó primera etapa del traslado de los lodos, ahora debe entregar propuesta temporal
09 M	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Aguas Andinas debe presentar plan ante el Sesma
09 M	04	Fernando Fuenzalida	Canal 13 / La Mañana del 13	Zoonosis: prevención, información y estadísticas de la rabia
10 W	02	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Sesma estudia presentación de Aguas Andinas
11 J	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma estudia presentación de Aguas Andinas
11 J	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	SESMA	Agricultura / Telediario	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	LaSegunda.com	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Lun.com	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37

11 J	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Chile.com	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	SESMA	Chilena / Mujeres al Volante	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	SESMA	Cooperativa / LQQDD	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Nuevo Mundo / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Santo Tomás / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	El Conquistador / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
11 J	01	Soledad Ubilla	Valorfuturo.com	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	04	Omar Cáceres	Mega / Hola Andrea	Alimentos: Sesma entrega autorización sanitaria para local de alimentos
12 V	03	SESMA	LaSegunda.com	Supermercados: empresarios se muestran sorprendidos por cierres decretados por el Sesma
12 V	02	Arnoldo Estefó	La Segunda / Crónica	Supermercados: Sesma al borde del colapso por denuncias, detalles de la fiscalización
12 V	01	Arnoldo Estefó	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / La Mañana del 13	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	Futuro / Palabra que es noticia	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	Pudahuel / Noticias	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	La Hora / País	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	LUN / Economía	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Supermercados: Sesma cierra 4 supermercados por graves deficiencias sanitarias y multa otros 37
12 V	02	Marcelo Díaz	Chilevisión / Noticias	Supermercados: Sesma evalúa cárcel para supermercados que no paguen multas
12 V	02	Marcelo Díaz	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma evalúa cárcel para supermercados que no paguen multas
12 V	02	Ricardo San Martín	Mega / Meganoticias	Supermercados: Sesma evalúa cárcel para supermercados que no paguen multas
12 V	02	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma evalúa cárcel para supermercados que no paguen multas
12 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: Sesma seguirá con su "nuevo estilo de fiscalización"
12 V	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Supermercados: Sesma seguirá con su "nuevo estilo de fiscalización"
13 S	02	Ricardo San Martín	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma evalúa cárcel para supermercados que no paguen multas
14 D	04	SESMA	El Mercurio / Nacional	Ruidos: sólo el 16,3 por ciento de la población en lugares sin riesgo de pérdida auditiva

15 L	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Supermercados: empresarios se muestran sorprendidos por cierres decretados por el Sesma
15 L	03	SESMA	LUN / Economía	Supermercados: empresarios piden mesa técnica al Sesma
15 L	03	SESMA	La Segunda / Crónica	Supermercados: empresarios piden mesa técnica al Sesma
16 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma autorizó solución transitoria de Aguas Andinas
16 M	04	M. Ángeles Viñas	Tierra / La ciudad y nosotros	Salud en el Trabajo: acciones y conceptos del decreto 594
17 W	01	Soledad Ubilla	Agricultura / LUYLO	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
17 W	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
18 J	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
18 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
18 J	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
18 J	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma decidirá si acepta o no plan de manejo de lodos de Aguas Andinas
22 L	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	APEC: Sesma fiscalizó condiciones sanitarias de Espacio Riesco
22 L	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: ante ultimatum del Sesma, supermercados concurren a pagar multas
23 M	03	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Se comenta situación económica de ex funcionaria Nelly Granados
23 M	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias
23 M	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias y se revisarían sus multas
23 M	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias y se revisarían sus multas
23 M	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias y se revisarían sus multas
23 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias y se revisarían sus multas
23 M	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias y se revisarían sus multas
23 M	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Supermercados: Sesma recauda 150 millones en multas
24 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias
24 W	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias
24 W	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias
24 W	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Supermercados: establecimientos sancionados superan sus deficiencias
25 J	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Autoridad Sanitaria: traspaso del Sesma sufrirá retraso
26 V	03	SESMA	La Nación / País	Autoridad Sanitaria: traspaso del Sesma sufrirá retraso
26 V	02	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	La Farfana: Terminan el retiro de los lodos desde la planta
26 V	04	SESMA	La Nación / Aldea Global	Mascotas: Sesma y otras entidades organizan caminata canina
27 S	04	Arnoldo Estefó	Chilevisión / Noticias	Alimentos: Consumo de helados y aporte nutritivo
28 D	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Locales Públicos: conozca el reglamento de piscinas en <a href="http://www.sesma.cl">www.sesma.cl</a>
29 L	04	Arnoldo Estefó	Chilevisión / Noticias	Alimentos: Aumento en el consumo de helados
30 M	04	Arnoldo Estefó	Mega / Meganoticias	Denuncia: panadera encontró murciélago muerto en saco de harina
30 M	04	Fernando Fuenzalida	Mega / Meganoticias	Denuncia: panadera encontró murciélago muerto en saco de harina

30 M	04	SESMA	LaSegunda.com	Juguetes: recomendaciones para la compra de juguetes seguros
30 M	02	Soledad Ubilla	TVN / Eli Contigo Mejor	La Cañamera: Sesma garantiza que no hay riesgos para la población
30 M	02	SESMA	El Mostrador.cl	La Farfana: Sesma aprobó plan de transición de Aguas Andinas
30 M	02	SESMA	La Segunda / Crónica	La Farfana: Sesma aprobó plan de transición de Aguas Andinas
30 M	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	La Farfana: Sesma aprobó plan de transición de Aguas Andinas
30 M	03	SESMA	La Tercera / Nacional	Santa Marta: rellenos sube sus tarifas y no ha implementado planes de monitoreo del Sesma

## DICIEMBRE 2004

01 W	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	W / Noticias	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediaro	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	W / La Ventana	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
01 W	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
01 W	02	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: Sesma aprobó el plan de transición de Aguas Andinas
01 W	02	SESMA	El Diario Financiero / Empresas	La Farfana: Sesma aprobó el plan de transición de Aguas Andinas
01 W	01	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
01 W	01	SESMA	Chilena / El Columpio	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
01 W	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
01 W	01	Soledad Ubilla	Terra.cl	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
01 W	01	SESMA	Cooperativa / Entre Nueve y Una	Supermercados: Sesma multó a supermercado virtual
02 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente laboral Vikingos: Hecho se pudo haber evitado; cifras SVAF
02 J	02	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Accidente laboral Vikingos: Hecho se pudo haber evitado; cifras SVAF
02 J	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Accidente laboral Vikingos: Sesma prohíbe funcionamiento de obras
02 J	02	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	Terra.cl	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	TVN / 24 Horas	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	Mega / Hola Andrea	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	U. de Chile / Noticias	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	La Red / Telediaro	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras

02 J	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	Soledad Ubilla	TVN / Eli Contigo Mejor	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	02	SESMA	Agricultura / L.U.Y.L.O.	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
02 J	05	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Accidente laboral Vikingos: Sesma reconoce fiscalización insuficiente
02 J	03	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Accidente laboral Vikingos: Sesma se hace presente en el lugar del accidente
02 J	01	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	Cooperativa.cl	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
02 J	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
02 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Supermercados: Sesma cierra otro supermercado y multa a otros 8
03 V	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Accidente laboral Vikingos: Hecho se pudo haber evitado
03 V	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
03 V	02	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente laboral Vikingos: Sesma realizará un plan especial de fiscalización a constructoras
03 V	02	Juan Donoso	Cooperativa / El Diario	Accidentes Laborales: dos trabajadores heridos dejó nuevo accidente laboral en Autopista Vespucio Sur
03 V	05	SESMA	La Segunda / Crónica	Cecinas: empresarios apelan sanciones y acusan mal manejo de muestras
03 V	05	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Cecinas: empresarios apelan sanciones y acusan mal manejo de muestras
03 V	05	SESMA	TVN / 24 Horas	Cecinas: empresarios apelan sanciones y acusan mal manejo de muestras
03 V	01	Soledad Ubilla	TVN / Buenos Días a Todos	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
03 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Cecinas: Sesma multa a 35 fábricas de cecinas por calidad de sus productos
04 S	05	SESMA	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: atraso en el traspaso del Sesma, críticas a Soledad Ubilla
04 S	04	Óscar Carvajal	El Mercurio / Ediciones Especiales	Residuos: destino final de las pilas y baterías
04 S	03	Soledad Ubilla	La Cuarta / Palabra de Mujer	Se destaca labor fiscalizadora en supermercados, cecinas y obras de construcción
06 L	04	Carolina Ascuí	Chilena / Mujeres al Volante	Piscinas: reglamento, fiscalización, recomendaciones a los usuarios
08 W	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Alimentos: Recomendaciones para una adecuada conservación de alimentos perecibles, se cita <a href="http://www.sesma.cl">www.sesma.cl</a>
08 W	02	David Fuentes	TVN / 24 Horas	Emergencia química de olores en Maipú y Cerrillos
09 J	01	Soledad Ubilla	TVN / 24 horas	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Teletrece	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Mega / Meganoticias	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Chilevisión / Noticias	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	La Red / Telediario	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Bío Bío / Radiograma	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	SESMA	Agricultura / Sin Límites	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Chilena / Primera Plana	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	La Segunda / Crónica	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	El Mostrador.cl	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM

09 J	01	Soledad Ubilla	Emol.com	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
09 J	01	Soledad Ubilla	Tercera.cl	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
10 V	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
10 V	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente laboral: sumario a constructora Trío, multa de 1000 UTM
12 L	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Alimentos: Intoxicación por mayonesa casera en El Bosque: recomendaciones
12 L	02	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Alimentos: Intoxicación por mayonesa casera en El Bosque: recomendaciones
12 L	05	SESMA	La Tercera / Cartas	Lector crítica sobreexposición mediática y trabajo reactivo del Sesma
15 W	01	Soledad Ubilla	LUN / El Día	Accidente laboral: Sesma paraliza obras de Centro de Justicia donde muere carpintero al caer de 30 metros
15 W	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	Accidente laboral: Sesma paraliza obras de Centro de Justicia donde muere carpintero al caer de 30 metros
15 W	01	Soledad Ubilla	La Cuarta / Crónica	Accidente laboral: Sesma paraliza obras de Centro de Justicia donde muere carpintero al caer de 30 metros
15 W	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Accidente laboral: Sesma paraliza obras de Centro de Justicia donde muere carpintero al caer de 30 metros
15 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Accidente laboral: Sesma paraliza obras de Centro de Justicia donde muere carpintero al caer de 30 metros
15 W	02	David Fuentes	La Tercera / Nacional	Megaeventos: Sesma fiscalizaá condiciones de seguridad
15 W	02	Omar Cáceres	El Mostrador.cl	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
15 W	03	SESMA	El Mostrador.cl	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
16 J	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Cartas	Accidentes Laborales: corrige interpretación errónea de cifras
16 J	02	Omar Cáceres	La Tercera / Nacional	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
16 J	02	Omar Cáceres	La Cuarta / Crónica	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
16 J	02	Omar Cáceres	La Nación / País	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
16 J	02	SESMA	El Mercurio / Nacional	Piscinas: fiscalización a piscina no autorizada de Paine
17 V	02	Juan Veas	Cooperativa.cl	Piscinas: fiscalización a instalaciones de Isla de Maipo
17 V	02	Juan Veas	Cooperativa / El Diario	Piscinas: fiscalización a instalaciones de Isla de Maipo
20 L	05	SESMA	El Mostrador.cl	Autoridad Sanitaria: cierre del Sesma como una de las polémicas del año
20 L	04	Pedro Varas	La Red / En Portada	Denuncias de vecinos sobre daños provocados por palomas
21 M	01	Ricardo San Martín	El Mostrador.cl	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	W / Noticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Cooperativa / El Diario	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Chilena / Primera Plana	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Chilevisión / Noticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Canal 13 / Teletrece	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	TVN / 24 Horas	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Mega / Meganoticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	SESMA	Agricultura / L.U.Y.L.O.	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Mega / Meganoticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Chilevisión / Noticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Canal 13 / Teletrece	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	W / Noticias	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	SESMA	TVN / 24 Horas	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma

21 M	01	Ricardo San Martín	La Hora / Crónica	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Emol.com	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Lun.com	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Chile.com	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	01	Ricardo San Martín	Tercera.cl	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
21 M	03	SESMA	La Segunda / Crónica	La Farfana: Informe de auditoría externa culpa a Aguas Andinas del problema de olores por mala gestión y considera eficaces las medidas
22 W	01	Soledad Ubilla	Canal 13 / Viva la Mañana	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	Ricardo San Martín	La Nación / País	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	Ricardo San Martín	La Tercera / Nacional	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	SESMA	El Mercurio / Nacional	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	Ricardo San Martín	LUN / El Día	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	01	Ricardo San Martín	La Hora / Crónica	Juguetes: Sesma retiene 826 juguetes con tolueno sobre norma
22 W	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Piscinas: Sesma también fiscalizará las piletas de los condominios
28 D	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Piscinas: conozca el reglamento de piscinas en <a href="http://www.sesma.cl">www.sesma.cl</a>
29 W	02	SESMA	La Cuarta / Crónica	Psicinas: Sesma dice que no hay denuncias con los restaurantes del Trapiche
29 W	02	SESMA	La Nación / País	Sesma fiscalizará problemas sanitarios de Hospital Borja-Arriarán
29 W	02	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Sesma fiscalizará problemas sanitarios de Hospital Borja-Arriarán
31 V	02	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad
31 V	02	SESMA	TVN / 24 Horas	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad
31 V	02	SESMA	Agricultura / Telediario	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad
31 V	02	SESMA	Bío Bío / El Informador	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad
31 V	02	SESMA	Cooperativa / El Diario	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad
31 V	02	SESMA	Bío Bío / Ti Píace	Megaeventos: Sesma no autorizó fiestas en La Florida y Ciudad Empresarial
31 V	02	SESMA	Agricultura / Telediario	Megaeventos: Sesma no autorizó fiestas en La Florida y Ciudad Empresarial
31 V	01	SESMA	La Hora / Crónica	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad y sanitarias en instalaciones de la RM
31 V	01	Arnoldo Estefó	Cooperativa / El Diario	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad y sanitarias en instalaciones de la RM
31 V	01	SESMA	Publimetro / En Breve	Megaeventos: Sesma fiscaliza condiciones de seguridad y sanitarias en instalaciones de la RM
31 V	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Recuento 2004: gran papel fiscalizador del Sesma

## ENERO 2005

02 D	03	SESMA	La Nación / País	Tsunami: Partirá misión sanitaria de Chile hacia el sudeste asiático, incluyendo a Luis Bahamondes
02 D	02	SESMA	La Cuarta / Crónica	Megaeventos: Sesma no autorizó fiestas en La Florida y Ciudad Empresarial
02 D	02	Soledad Ubilla	Cooperativa / El Diario	Megaeventos: fiscalización de condiciones de seguridad
02 D	03	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Autoridad Sanitaria: comienza a regir Ley, incorporación del Sesma
03 L	03	Mauricio Ilabaca	Terra.cl	Autoridad Sanitaria: nuevos énfasis del accionar sanitario de la Seremi

03 L	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Tsunami: Hoy parte misión sanitaria de Chile hacia el sudeste asiático, incluyendo a Luis Bahamondes
03 L	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Locales Públicos: municipio clausura El Trapiche, considerando recomendaciones del Sesma
03 L	03	SESMA	La Nación / Cartas	Alimentos: Colegio Médico Veterinario felicita estudio del Sesma sobre cecinas y pide más fiscalización
03 L	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Autoridad Sanitaria: funciones del Sesma no desaparecerán
03 L	02	Mauricio Ilabaca	Chilena / Primera Plana	Autoridad Sanitaria: funciones del Sesma no desaparecerán
03 L	02	Mauricio Ilabaca	Agricultura / L.U.Y.L.O.	Autoridad Sanitaria: traspaso del Sesma no se concretará en enero
03 L	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Autoridad Sanitaria: traspaso del Sesma no se concretará en enero
04 M	01	Soledad Ubilla	LaNacion.cl	SVAF: 200 muertos por accidentes laborales en la RM, según datos preliminares del Sesma
04 M	02	Mauricio Ilabaca	La Nación / País	Autoridad Sanitaria: Sesma cierra en marzo por efecto de la reforma; nuevas prioridades de la Seremi
04 M	02	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: Sesma cierra en marzo por efecto de la reforma; nuevas prioridades de la Seremi
04 M	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Autoridad Sanitaria: Sesma cierra en marzo por efecto de la reforma; nuevas prioridades de la Seremi
04 M	02	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Autoridad Sanitaria: Sesma cierra en marzo por efecto de la reforma; nuevas prioridades de la Seremi
04 M	03	SESMA	La Segunda / Crónica	Locales Públicos: Diputados Accorsi y Girardi emplazan a Minsal a actualizar reglamento de locales nocturnos, destacan labor Sesma
05 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	Locales Públicos: Sesma detalla resultados de fiscalización y muestra nuevo reglamento
05 W	01	Soledad Ubilla	La Nación / País	SVAF: 200 muertos por accidentes laborales en la RM, según datos preliminares del Sesma
05 W	01	Soledad Ubilla	La Tercera / Nacional	SVAF: 200 muertos por accidentes laborales en la RM, según datos preliminares del Sesma
05 W	01	Soledad Ubilla	El Mercurio / Nacional	Locales Públicos: Sesma detalla resultados de fiscalización y muestra nuevo reglamento
05 W	02	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Última Mirada	Autoridad Sanitaria: traspaso del Sesma, recursos económicos, ámbito fiscalizador del nuevo organismo
05 W	02	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Autoridad Sanitaria: Minsal informó de disolución del Sesma y fusión con Seremi
05 W	02	SESMA	Agricultura / L.U.Y.L.O.	Autoridad Sanitaria: Minsal informó de disolución del Sesma y fusión con Seremi
06 J	05	SESMA	La Nación / País	Autoridad Sanitaria: abrupto cierre del Sesma
06 J	02	Mauricio Ilabaca	Estrategia / País	Autoridad Sanitaria: en el marco de la Ley se materializó el cierre del Sesma
06 J	02	SESMA	El Mercurio / Nacional	Autoridad Sanitaria: sorpresivamente, Minsal cierra el Sesma
06 J	02	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Locales Públicos: se anuncian nuevas medidas de seguridad
07 V	05	SESMA	La Segunda / Crónica	Autoridad Sanitaria: futuro de ex directora Soledad Ubilla, polémicas por cierre abrupto
10 L	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Ruidos: los problemas acústicos de la ciudad
10 L	01	SEREMI	El Mostrador.cl	SVAF: trabajador muere mientras transportaba carretilla en Vespucio Sur
11 M	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Sin Límites	Vibrión Parahemolítico: llamado a intensificar medidas de higiene
11 M	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Vibrión Parahemolítico: llamado a intensificar medidas de higiene
11 M	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión Parahemolítico: llamado a intensificar medidas de higiene
11 M	03	SESMA	La Hora / Crónica	Autoridad Sanitaria: fin del Sesma y nuevas funciones de la Seremi
15 S	04	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Alimentos: el aumento del consumo de mayonesa en Chile
20 J	03	SESMA	La Segunda / Crónica	Locales Públicos: Barrio Suecia mejora su nivel, con 12 sumarios sanitarios del Sesma
21 V	03	SESMA	La Nación / País	Locales Públicos: Barrio Suecia mejora su nivel, con 12 sumarios sanitarios del Sesma
21 V	01	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 Horas	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética
21 V	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética
21 V	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética
22 S	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética
22 S	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética

23 D	04	Luis Bahamondes	Cooperativa / El Diario	Tsunami: Entrevista por comisión de servicio en Indonesia
24 L	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Embarazo adolescente: comunas periféricas tienen las mayores tasas
24 L	04	Luis Bahamondes	Siete / País	Tsunami: Entrevista por comisión de servicio en Indonesia
26 W	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Profesiones Médicas: Fiscalización a centros de estética (casos)
27 J	04	SESMA	El Mercurio / Página del Lector	Piscinas: requisitos sanitarios y recomendaciones para los usuarios
27 J	02	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Supermercados: cinco nuevos sumarios
28 V	02	Pedro Varas	LUN / El Día	Zoonosis: Denuncian matanza de perros del municipio de San Bernardo; municipio tiene convenio solo para control de rabia
31 L	03	SESMA	Diario Financiero	APL: ladrilleros firmaron primeros acuerdos en 2003
31 L	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Tabaco: inicio campaña disminuir tabaquismo adolescente

## FEBRERO 2005

03 J	01	Mauricio Ilabaca	La Red / Telediario	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
03 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
03 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
03 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Primera Plana	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
03 J	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: sumarios a 11 establecimientos por doble rotulación y otros
03 J	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
04 V	02	Arnoldo Estefó	La Tercera / Nacional	Supermercados: sumarios a 11 establecimientos por doble rotulación y otros
04 V	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Mañana Int.	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
06 D	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	Plomo: asociación de Padres y Apoderados pedirá fiscalización de útiles escolares
06 D	03	SESMA	La Cuarta / Crónica	Plomo: asociación de Padres y Apoderados pedirá fiscalización de útiles escolares
09 W	01	SEREMI	Emol.com	Vibrión parahemolítico: se aumentan las fiscalizaciones en Terminal Pesquero
09 W	01	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Vibrión parahemolítico: se aumentan las fiscalizaciones en Terminal Pesquero
10 J	01	Mauricio Ilabaca	LaNacion.cl	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	SESMA	W / Noticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Mujeres al Volante	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / LQQDD	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Tabaco: parte ofensiva para frenar venta de cigarros sueltos
10 J	02	Verónica Solari	La Segunda / Crónica	Inspección Sanitaria: Seremi fiscalizará condiciones sanitarias de baños y casinos de colegios
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Emol.com	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares

10 J	01	Mauricio Ilabaca	La Red / Telediario	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Primera Plana	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	SEREMI	Emol.com	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	SESMA	U. De Chile / Noticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 Horas	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	SESMA	Agricultura / Telenoticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
10 J	01	Mauricio Ilabaca	LUN.com	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
11 V	01	SESMA	W / Hoy por Hoy	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	SESMA	La Cuarta / Crónica	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	Mauricio Ilabaca	Publimetro	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	Mauricio Ilabaca	LUN / El Día	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Telenoticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
11 V	01	Sergio Alcayaga	Bío Bío / Radiograma	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
11 V	01	SEREMI	LUN / El Día	Epidemiología: Meningitis: autoridades necesitan ubicar a pasajeros de bus, posiblemente contagiados
13 D	01	Mauricio Ilabaca	LUN.com	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro 22 intoxicados
14 L	01	SEREMI	W / Hoy por Hoy	Plomo: fiscalización en Meiggs a la normativa sobre el plomo en útiles escolares
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro 22 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / Crónica	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro 22 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Emol.com	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / LQQDD	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
14 L	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
15 M	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / País	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
15 M	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
15 M	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Vibrión parahemolítico: educación para un consumo seguro (Mercado) 110 intoxicados
15 M	02	Sergio Alcayaga	La Segunda / Crónica	Vibrión parahemolítico: recomendaciones para el consumo seguro, situación epidemiológica 218, sumarios
16 W	02	Sergio Alcayaga	La Nación / País	Vibrión parahemolítico: recomendaciones para el consumo seguro, situación epidemiológica 218, sumarios
18 V	03	SESMA	La Nación / País	Vibrión parahemolítico: locatarios del Mercado Central dicen bajan sus ventas, a pesar de la aprobación del Sesma

18 V	02	Mauricio Ilabaca	Siete / País	La Farfana / Santa Marta: Corema sancionó a ambos proyectos, Seremi adelantó que se venían estas sanciones
18 V	03	SESMA	W / Noticias	Microempresarios denuncian congelamiento de actividades por "traspaso" de autorizaciones desde Sesma a municipios
21 L	04	Juan Veas	Canal 13 / En boca de todos	Locales públicos: Piscinas: sumario sanitario a Santiago por bañistas en laguna de Quinta Normal
22 M	02	Soledad Carrasco	Canal 13 / Cable	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
22 M	02	Soledad Carrasco	Chilevisión / Noticias	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
22 M	02	Soledad Carrasco	Bío Bío / Radiograma	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
22 M	02	Soledad Carrasco	Mega / Hola Andrea	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
23 W	02	Soledad Carrasco	La Cuarta / Crónica	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
23 W	02	SESMA	La Nación / País	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
23 W	02	SESMA	Agricultura / Telenoticias	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
23 W	02	Soledad Carrasco	Canal 13 / En boca de todos	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
23 W	02	Soledad Carrasco	La Tercera / Nacional	Epidemiología: epidemiólogos de la Seremi ejecutan acciones para determinar posibles caso de malaria en aeropuerto
24 J	01	Ricardo San Martín	Cooperativa / El Diario	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	Bío Bío / Radiograma	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	La Red / Telediario	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	TVN / 24 Horas	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	Chilevisión / Noticias	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	La Cuarta / Crónica	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	El Mercurio / Nacional	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	01	Ricardo San Martín	La Hora / Crónica	Vibrión Parahemolítico: Fiscalización Mercado Central: autoridad no detecta expendio de mariscos crudos
24 J	05	SEREMI	La Tercera / Nacional	Vibrión parahemolítico: Contradicción entre autorizaciones para expender mariscos crudos de Seremi y recomendaciones de Minsal
28 L	02	David Fuentes	Canal 13 / Teletrece	Megaeventos: reclamos de usuarios contra medidas de seguridad

## MARZO 2005

02 W	03	SESMA	Mega / Meganoticias	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (M.A. Solís)
02 W	02	Julián Mascaró	Canal 13 / En Boca de Todos	Farmacias: fiscalización de la venta de amitriptilina
02 W	03	SESMA	Chilevisión / Noticias	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (M.A. Solís)
02 W	03	SESMA	Cooperativa / Libre Acceso	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (Anthrax)
02 W	03	SEREMI	Cooperativa.cl	Megaeventos: recital de Lenny Kravitz en duda, a la espera de informe de la Seremi
03 J	03	SEREMI	La Nación / Espectáculos	Megaeventos: recital de Lenny Kravitz en duda, a la espera de informe de la Seremi
03 J	03	SEREMI	La Tercera / Nacional	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (Lenny Kravitz)
03 J	03	SEREMI	Cooperativa / El Diario	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (Lenny Kravitz)
03 J	02	Eduardo Zamorano	W / Hoy por Hoy	Accidentes Laborales: accidente en Costanera Norte, sector Renca
03 J	03	AUTORIDAD SANITARIA	Mega / Meganoticias	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (Lenny Kravitz)
04 V	05	David Fuentes	El Mercurio / Claves	Megaeventos: seguridad pone en peligro conciertos masivos
04 V	03	SEREMI	Canal 13 / En Boca de Todos	Megaeventos: fiscalización de las medidas de seguridad en recitales (Lenny Kravitz)

04 V	01	SESMA	Chilevisión / Noticias	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	SEREMI	Cooperativa / Entre 9 y 1	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	La Red / Telediario	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Chile.com	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
04 V	01	SEREMI	Cooperativa.cl	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
05 S	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
05 S	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
05 S	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Vibrión Parahemolítico: clausura de restaurante del Mercado Central
08 M	02	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Sin Límites	Megaeventos: fiscalización de medidas de higiene y seguridad en recitales y otros
09 W	05	SESMA	Agricultura / Mañ. Int.	Abogado Jorge Reyes identifica a Soledad Ubila como actual jefa del Sesma
09 W	02	SESMA	Chilevisión / Noticias	Emergencia: derrame de cianuro en comuna del El Bosque
09 W	02	SESMA	TVN / 24 Horas	Emergencia: derrame de cianuro en comuna del El Bosque
09 W	02	SESMA	Cooperativa / Libre Acceso	Megaeventos: fiscalizadores dieron visto bueno al recital de Lenny Kravitz
09 W	02	SEREMI	Cooperativa.cl	Megaeventos: fiscalizadores dieron visto bueno al recital de Lenny Kravitz
09 W	02	Arnoldo Estefó	Cooperativa / El Diario	Vibrión Parahemolítico: medidas de fiscalización ante aparición de marea roja en el sur del país
10 J	02	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Emergencia: derrame de cianuro en comuna del El Bosque
10 J	02	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / En Boca de Todos	Emergencia: derrame de cianuro en comuna del El Bosque, fiscalización de este tipo de situaciones
11 V	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Vibrión Parahemolítico: exigirán guías de despacho a camiones transportistas de mariscos
11 V	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Vibrión Parahemolítico: ante aparición de marea roja, aumenta fiscalización (Mercado Central)
11 V	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Sociedad	Seminario Ciclistas: beneficios del uso de la bicicleta para una vida saludable
12 S	01	SEREMI	El Mercurio / Economía	Semana Santa: Seremi ofrecerá seminario sobre manejo de productos del mar a gastronómicos
12 S	04	SESMA	LUN / Tiempo Libre	Denuncia: Actor de TV denuncia elemento extraño en hamburguesa de KFC
14 L	02	SESMA	W / Hoy por Hoy	Accidentes Laborales: trabajador muere aplastado por el cemento
14 L	02	Mauricio Ilabaca	W / Hoy por Hoy	Campaña antitabaco: Campaña de prevención de consumo de tabaco en menores de edad
14 L	02	Eduardo Zamorano	Cooperativa / El Diario	Accidentes Laborales: trabajador muere aplastado por el cemento
14 L	03	SESMA	Zero / Agenda Urbana	Vibrión Parahemolítico: fiscalización a restaurantes que expenden mariscos
15 M	02	Eduardo Zamorano	LUN / El Día	Accidentes Laborales: trabajador muere aplastado por el cemento
15 M	02	Eduardo Zamorano	La Nación / País	Accidentes Laborales: trabajador muere aplastado por el cemento
15 M	04	SESMA	La Red / En Portada	Denuncia: Actor de TV denuncia elemento extraño en hamburguesa de KFC
16 W	03	AUTORIDAD SANITARIA	El Mercurio / Nacional	Residuos: según nuevo reglamento se detallan alcances de fiscalización de a la autoridad sanitaria
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Tercera.cl	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Todo Pasando	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados

17 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Primera Plana	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Infinita / Mundo Infinita	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / L.U.Y.L.O	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	La Red / Telediario	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 Horas	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	U. De Chile / Noticias	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	01	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Café Cargado	Semana Santa: fiscalización y recomendaciones para el consumo de mariscos
17 J	02	Arnoldo Estefó	W / Noticias	Semana Santa: fiscalización y recomendaciones para el consumo de mariscos
17 J	02	Arnoldo Estefó	Carabineros / Noticias	Semana Santa: fiscalización y recomendaciones para el consumo de mariscos
17 J	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
17 J	03	SESMA	El Mercurio / Nacional	La Farfana: nuevo proyecto de Aguas Andinas, se recuerda última multa aplicada por Sesma
18 V	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
18 V	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
18 V	01	Mauricio Ilabaca	La Cuarta / Crónica	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
18 V	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
18 V	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
18 V	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / País	Semana Santa: fiscalización Terminal Pesquero con supermercados
19 S	03	SESMA	El Mercurio / Espectáculos	Megaeventos: modificaciones en Teatro Oriente por nueva ley de shows en vivo
19 S	02	Arnoldo Estefó	Chilevisión / Noticias	Semana Santa: fiscalización y recomendaciones para el consumo de mariscos
19 S	02	Arnoldo Estefó	Canal 13 / Teletrece	Semana Santa: fiscalización y recomendaciones para el consumo de mariscos
21 L	01	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Accidentes Laborales: cifras de accidentes laborales con resultados de muerte
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Emol.com	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / Entre 9 y 1	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Telenoticias	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 Horas	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Infinita / Mundo Infinita	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	El Conquistador / Noticias	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
22 M	01	Mauricio Ilabaca	Tercera.cl	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
23 W	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
23 W	01	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 horas	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
23 W	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Telenoticias	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres
23 W	01	Mauricio Ilabaca	Universo / Doble Lectura	Semana Santa: fiscalización de carros expendedores de mariscos en ferias libres

23 W	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Ti Pisce	Seminario Ciclistas: beneficios del uso de la bicicleta para una vida saludable
23 W	05	SESMA	TVN / 24 Horas	En móvil en vivo, se identifica a Soledad Ubilla como directora del Sesma
23 W	02	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Semana Santa: llamado a no hacer curanto en la Décima Región
23 W	03	SESMA	Canal 13 / Tarde Libre	Semana Santa: recomendaciones para el consumo seguro de pescados y mariscos
23 W	02	Mauricio Ilabaca	Infinita / Será Noticia	Semana Santa: llamado a no hacer curanto en la Décima Región
24 J	02	Mauricio Ilabaca	U. De Chile / Noticias	Semana Santa: llamado a no hacer curanto en la Décima Región
24 J	03	SEREMI	Mega / Meganoticias	Semana Santa: llamado a consumir mariscos con tranquilidad
24 J	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Semana Santa: recomendaciones para el consumo seguro de pescados y mariscos
24 J	02	Mauricio Ilabaca	La Nación / País	Campaña antitabaco: Campaña de prevención de consumo de tabaco en menores de edad
24 J	05	SESMA	Canal 13 / Teletrece	Fiscalización en Peñuelas es identificada como labor del Sesma
24 J	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: 70 establecimientos han sido fiscalizados hasta la fecha
25 V	03	SESMA	W / Hoy por Hoy	Semana Santa: chef hace recomendaciones para dieta saludable
25 V	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Semana Santa: sumario a supermercado por venta de mariscos crudos
25 V	02	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Semana Santa: fiscalización en ferias, Terminal Pesquero, puntos de venta, recomendaciones
27 D	03	AUTORIDAD SANITARIA	Bío Bío / Radiograma	Locales Públicos: Intendencia estableció comité de seguridad regional
29 M	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / País	Semana Santa: balance arrojó menos enfermos y más decomisos
29 M	01	SEREMI	La Nación / País	Semana Santa: balance arrojó menos enfermos y más decomisos
29 M	03	SESMA	Chilena / La Chispa del Deporte	Locales Públicos: Revisan condiciones de seguridad de Estadio Santa Laura
31 J	03	SESMA	Canal 13 / En Boca de Todos	Accidentes Laborales: obrero muere sepultado en La Reina
31 J	04	Néstor Santander	Nina / Microempresa	Atiende diversas consultas relacionadas con los requisitos sanitarios para la instalación de microempresas

## ABRIL 2005

01 V	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
01 V	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
01 V	01	Mauricio Ilabaca	Chilevisión / Noticias	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
01 V	01	Mauricio Ilabaca	Tercera.cl	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
01 V	01	Mauricio Ilabaca	El Mostrador.cl	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
02 S	01	Mauricio Ilabaca	LaNacion.cl	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
02 S	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
02 S	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Antitabaco: decomiso y destrucción de 35 mil cigarrillos sin autorización sanitaria
03 D	02	Christian Calderón	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Cierre de ex vertedero de Lepanto avanza a ritmo lento
04 L	03	SESMA	Pudahuel / Buenos Días	La Farfana: vuelven los malos olores a Pudahuel, según auditores
04 L	04	SESMA	Pudahuel / Buenos Días	Denuncia de malos olores en San Joaquín, debido al zanjón o a empresa química
04 L	04	SEREMI	Pudahuel / Buenos Días	Denuncia: Números de teléfono para hacer denuncias de malos olores
05 M	04	SEREMI	El Mercurio / Línea Directa	Denuncia de contaminación del aire por hornos de ladrillos en Puente Alto

05 M	04	SESMA	Mega / Hola Andrea	Denuncia de plaga de ratones en Estación Central
07 J	01	SEREMI	LUN / El Día	Día Mundial de la Salud: Seremi distribuirá volantes para fomentar la lactancia materna
09 S	03	SEREMI	El Mercurio / Nacional	Antitabaco: Asociación de Padres y Apoderados lanza campaña junto a Seremi
09 S	04	José Segura	Canal 13 / Teletrece	Denuncia de venta de cachorros de raza en condiciones deficientes
09 S	02	SEREMI	El Mercurio / Nacional	La Farfana: vuelven los malos olores a Pudahuel y Maipú, panel de la Seremi no los ha detectado
10 D	03	SEREMI	El Mercurio / Propiedades	Fuentes Fijas: Campaña de invierno: Seremi se encarga de fiscalizar que fuentes fijas cumplan normativa del PM10
11 L	03	AUTORIDAD SANITARIA	Canal 13 / Teletrece	Antitabaco: Minsal dice que la Seremi es la encargada de fiscalizar la nueva normativa
12 M	02	SEREMI	El Mercurio / Nacional	Bacteria Shu: habrían dos casos, Seremi está a la espera de los resultados del ISP
12 M	02	SEREMI	La Tercera / Nacional	Bacteria Shu: llamado a comer carnes cocidas y a la correcta manipulación de alimentos
12 M	02	SEREMI	LUN / El Día	Bacteria Shu: llamado a comer carnes cocidas y a la correcta manipulación de alimentos
12 M	02	SEREMI	La Nación / País	Bacteria Shu: Seremi puede abrir sumario sanitario si se comprueban responsabilidades
12 M	02	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Bacteria Shu: Seremi inicia investigación epidemiológica del caso de la RM
12 M	02	Mauricio Ilabaca	TVN / 24 Horas	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	SEREMI	La Red / Telediario	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	Mauricio Ilabaca	Mega / Mucho Gusto	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	Mauricio Ilabaca	U. de Chile / Noticias	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	Mauricio Ilabaca	W / Hoy por Hoy	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	SEREMI	La Nación / País	Bacteria Shu: Seremi puede abrir sumario sanitario si se comprueban responsabilidades
12 M	02	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
12 M	02	SESMA	La Red / Telediario	Humedal de Batuco: inician sumario sanitario contra empresa contaminante
13 W	02	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Humedal de Batuco: inician sumario sanitario contra empresa contaminante
13 W	02	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Bacteria Shu: Seremi inicia investigación epidemiológica del caso de la RM
13 W	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Café Cargado	Bacteria Shu: contagio no fue en restaurantes, recomendaciones para evitarlo
13 W	02	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Humedal de Batuco: inician sumario sanitario contra empresa contaminante
13 W	02	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Humedal de Batuco: inician sumario sanitario contra empresa contaminante
14 J	01	SEREMI	Agricultura / Telenoticias	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	01	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	01	Mauricio Ilabaca	Infinita / Sera Noticia	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	01	Mauricio Ilabaca	El Mostrador.cl	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	01	Mauricio Ilabaca	Emol.com	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	01	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
14 J	02	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Humedal de Batuco: botulismo habría matado aves, según sumario

14 J	04	Arnoldo Estefó	Chilevisión / Noticias	Alimentos: Bebidas tipo B cumplen requisitos sanitarios
15 V	01	Mauricio Ilabaca	Publimetro	Bacteria Shu: no se detectó la bacteria en fiscalizaciones a mataderos
15 V	02	Omar Cáceres	El Mercurio / Nacional	La Farfana: reaparece hedor el Mapocho, se descartan problemas con Aguas Andinas
15 V	04	Omar Cáceres	Canal 13 / Teletrece	Denuncia: Contaminación del Río Mapocho y otros problemas ambientales de Pudahuel
15 V	02	SEREMI	El Mercurio / Nacional	Humedal de Batuco: botulismo habría matado aves, según sumario
15 V	02	SEREMI	La Tercera / Nacional	Humedal de Batuco: botulismo habría matado aves, según sumario
15 V	02	SEREMI	La Nación / País	Humedal de Batuco: botulismo habría matado aves, según sumario
16 S	02	SEREMI	La Cuarta / Crónica	Humedal de Batuco: se inició sumario sanitario
16 S	03	SEREMI	Cooperativa.cl	Cifras Red Macam: Preemergencia: niveles de la Red Macam II obligan a dictar preemergencia
16 S	02	SESMA	LaNacion.cl	Humedal de Batuco: se inició sumario sanitario
16 S	03	AUTORIDAD SANITARIA	LaNacion.cl	Fuentes fijas: Preemergencia: fiscalización a fuentes fijas
17 D	02	SEREMI	La Nación / País	Fuentes fijas: Preemergencia: fiscalización a fuentes fijas
17 D	02	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Fuentes Fijas: Preemergencia: razones del episodio, recomendaciones y fiscalización a fuentes fijas
17 D	02	SEREMI	Siete / País	Fuentes fijas: Preemergencia: fiscalización a fuentes fijas
17 D	02	SEREMI	Chilevisión / Noticias	Fuentes Fijas: Preemergencia: razones del episodio, recomendaciones y fiscalización a fuentes fijas
17 D	02	Mauricio Ilabaca	LUN / El Día	Fuentes Fijas: Preemergencia: razones del episodio, recomendaciones y fiscalización a fuentes fijas
17 D	03	SESMA	W / Noticias	Cifras Red Macam: Preemergencia: índices de la Red Macam II están bajo los 100
18 L	02	SEREMI	La Hora / País	Fuentes fijas: Preemergencia: fiscalización a fuentes fijas
18 L	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Antitabaco: Seremi solicita ayuda a los municipios para fiscalizar la no venta de cigarrillos sueltos a menores
18 L	03	SESMA	Emol.com	Cifras Red Macam: Preemergencia: índices de la Red Macam II están bajo los 100
19 M	02	SEREMI	La Segunda / Crónica	Fuentes Fijas: Preemergencia: Seremi inició 5 sumarios por desacato
19 M	03	SEREMI	Chilena / Todo pasando	Cifras Red Macam: Calidad del aire: se citan niveles ICAP de la Red MACAM II
19 M	02	SEREMI	La Tercera / Nacional	Fuentes Fijas: Preemergencia: Seremi inició 5 sumarios por desacato
22 V	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Supermercados: sumarios llegaron a 33 durante el 2005
23 S	03	SESMA	W / Noticias	Cifras Red Macam: Calidad del aire: se citan niveles ICAP de la Red MACAM II
26 M	03	SESMA	Chilevisión / Noticias	Asbesto: Los efectos del asbesto para la salud de las personas
26 M	03	SESMA	Chilena / Todo pasando	La Farfana: alcalde de Pudahuel pide solución a problemna de planta de tratamiento
28 J	02	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Humedal de Batuco: Codelo dona plata para superar crisis ambiental
28 J	04	Mauricio Ilabaca	TVN / Buenos Días a Todos	Denuncia: Vecinos de La Florida denuncian que hombre usa casa como basural
29 V	03	AUTORIDAD SANITARIA	Chilevisión / Noticias	Asbesto: Ex Fisa: se requiere fiscalización de obras para medir niveles de asbesto

MAYO 2005

02 L	03	SESMA	Chilevisión / Noticias	Asbesto: Ex FISA: vecinos temen que construcciones levante asbesto
02 L	02	Christian Calderón	Canal 13 / Teletrece	Residuos: toneladas de basura invaden calles de Estación Central
03 M	05	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Residuos: Corema denuncia existencia de 60 vertederos ilegales
05 J	02	Ernesto Núñez	La Nación / Sociedad	Farmacia: aspectos de fiscalización de venta de remedios ante denuncia de venta ilegal
05 J	02	Arnoldo Estefó	Canal 13 / Teletrece	Jurel en mal estado: autoridad sanitaria fiscaliza presencia de jurel en la región
05 J	02	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Radiograma	Jurel en mal estado: autoridad sanitaria fiscaliza presencia de jurel en la región
05 J	02	SEREMI	Cooperativa / El Diario	Jurel en mal estado: autoridad sanitaria fiscaliza presencia de jurel en la región
05 J	05	SESMA	La Nación / Cartas	Denuncia: Usuario denuncia mala atención de parte de funcionarios de la Seremi
06 V	03	AUTORIDAD SANITARIA	La Hora / País	Alimentos: fabricantes y envasadores tienen 18 meses para realizar modificaciones antes de ser fiscalizados
06 V	02	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Jurel en mal estado: llamado a la tranquilidad a la población y a hacer las denuncias
06 V	02	AUTORIDAD SANITARIA	Mega / Meganoticias	Jurel en mal estado: llamado a la tranquilidad a la población y a hacer las denuncias
06 V	02	SESMA	El Mercurio / Nacional	Residuos: Salud inicia sumario contra Lomas de lo Aguirre por verter aguas servidas
08 D	02	SEREMI	LUN / Cartas	Usuario felicita trabajo de ex Sesma y conmina a Seremi a aumentar fiscalización de comida callejera
09 L	04	Christian Calderón	Chilevisión / Noticias	Residuos: fiscalización de los vertederos ilegales
09 L	03	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Residuos: pronto pronunciamiento sobre planta recicladora de metales en Colina
11 W	03	AUTORIDAD SANITARIA	Bío Bío / Radiograma	Reactualizan lista de enfermedades de notificación obligatoria a la Seremi
11 W	04	SEREMI	El Mercurio / Economía y Negocios	Ventanilla Empresa: trámites de comercio exterior se podrán realizar por internet
12 J	03	AUTORIDAD SANITARIA	Cooperativa / El Diario	ICAP Calidad del Aire: se citan cifras de la web, respecto a la estación La Florida
12 J	02	Christian Calderón	Chilevisión / Noticias	Residuos: fiscalización de los vertederos ilegales
13 V	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Residuos: gestiones para evitar paralización de recolectores
14 S	02	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Residuos: Seremi exige mejoras en condiciones laborales de trabajadores antes de renovar contratos de empresas recolectoras
14 S	04	SEREMI	El Mercurio / Página del Lector	Ruidos: denuncias sobre ruidos molestos deben hacerse ante la Seremi
16 L	03	SESMA	Mega / Meganoticias	Emergencias: Incendio en planta Goodyear, concurre personal de la Seremi
16 L	03	SESMA	La Red / Telediario	Emergencias: Incendio en planta Goodyear, concurre personal de la Seremi
17 M	02	Purificación Pérez	Mega / Meganoticias	Denuncia: falsos inspectores roban máquina tragamonedas desde almacén
17 M	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Promoción: Seremi da a conocer propuestas para promover el uso de la bicicleta
17 M	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Promoción: Seremi da a conocer propuestas para promover el uso de la bicicleta
18 W	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Promoción: Seremi da a conocer propuestas para promover el uso de la bicicleta
18 W	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Promoción: Seremi da a conocer propuestas para promover el uso de la bicicleta
19 J	03	SESMA	U. de Chile / Noticias	ICAP: Calidad del aire: mejoran índices de la Red Macam II
19 J	04	SESMA	Pudahuel / Buenos Días	Denuncia: vecinos denuncian emanación de fuertes olores de la fábrica Femoglás, en La Granja
23 L	02	Arnoldo Estefó	Siete / País	Supermercados: sumariados 32 establecimientos durante el primer trimestre

24 M	02	AUTORIDAD SANITARIA	TVN / Buenos Días a Todos	Supermercados: sumariados 32 establecimientos durante el primer trimestre
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Plan de Salud Pública RM: 73% de los jóvenes de la capital no usa método anticonceptivo
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Informador	Plan de Salud Pública RM: Alarmantes cifras entregó servicio de salud metropolitana
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Plan de Salud Pública RM: Autoridad Metropolitana sale a frenar el tabaquismo y consumo de alcohol
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / Entre Nueve y Una	Plan de Salud Pública RM: Autoridad Sanitaria ya identificó los factores que inciden las salud de los santiaguinos
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Pudahuel / Noticias	Plan de Salud Pública RM: Implementan plan de salud metropolitana, tras detectar los principales factores que inciden en la mortalidad
25 W	01	Mauricio Ilabaca	U. de Chile / Noticias	Plan de Salud Pública RM: incorporación de la ciudadanía en diseño de políticas públicas de salud
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Infinita / Será Noticia	Plan de Salud Pública RM: Intendencia y Seremi lanzaron Plan de Salud Regional
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Plan de Salud Pública RM: los 12 males que aquejan a los santiaguinos
25 W	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa.cl	Plan de Salud Pública RM: los 12 males que aquejan a los santiaguinos
25 W	01	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Plan de Salud Pública RM: tabaquismo, sexo riesgoso y obesidad atacan a santiaguinos
26 J	02	Luis Bahamondes	Bío Bío / Radiograma	Fuentes Fijas: fiscalización, mantención y nuevas normativas sobre chimeneas
26 J	04	Mauricio Ilabaca	La Cuarta / Crónica	Denuncia: Vecinos denuncian muerte por plomo originadas por planta Sorena, esperan acción de Seremi
26 J	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Plan de Salud Pública RM 12 factores causan el 30 por ciento de las enfermedades
26 J	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Mujeres al Volante	Plan de Salud Pública RM: de qué se enferman los santiaguinos
26 J	01	Mauricio Ilabaca	LUN / El Día	Plan de Salud Pública RM: enfermedades sexuales atacan a santiaguinos
26 J	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Plan de Salud Pública RM: los 12 males clave que aquejan a los santiaguinos
26 J	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / Sociedad	Plan de Salud Pública RM: los 12 males que aquejan a los santiaguinos
26 J	01	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / En Boca de Todos	Plan de Salud Pública RM: niños capitalinos con problemas de obesidad
26 J	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Plan de Salud Pública RM: Plan contra los males de Santiago
26 J	01	AUTORIDAD SANITARIA	El Mercurio / Nacional	Plan de Salud Pública RM: Preparan plan contra males de capitalinos
26 J	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Plan de Salud Pública RM: Seremi de Salud RM dio a conocer radiografía de la salud santiaguina
26 J	01	Mauricio Ilabaca	Publimetro	Plan de Salud Pública RM: Tabaquismo, alcohol y sexo riesgoso aquejan a santiaguinos
26 J	04	SEREMI	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Vecinos piden traslado de planta de reciclaje de Chacabuco
28 S	04	Mauricio Ilabaca	Canal 13 / Teletrece	Denuncia: Vecinos denuncian muerte por plomo originadas por planta Sorena, esperan acción de Seremi
28 S	04	Arnoldo Estefó	El Mercurio / Economía y Negocios	Denuncias: usuarios usan artimañas par denunciar alimentos adulterados
28 S	03	AUTORIDAD SANITARIA	Bío Bío / Radiograma	Plan de Salud Pública RM: se cita diagnóstico de conductas sexuales riesgosas
29 D	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / Domingo	Plan de Salud Pública RM: los 12 males que aquejan a los santiaguinos
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Mostrador.cl	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	AUTORIDAD SANITARIA	Chilena / Mujeres al Volante	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Mega / Meganoticias	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Chilena / Primera Plana	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Telenoticias	Campaña antitabaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi

30 L	01	Mauricio Ilabaca	Infinita / Será Noticia	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Pudahuel / Noticias	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
30 L	01	AUTORIDAD SANITARIA	W / Hoy	Plan de Salud Pública RM: se citan cifras del diagnóstico
30 L	02	SEREMI	Chilena / El Columpio	Residuos: Seremi inició sumarios a recolectores por malas condiciones laborales, trabajadores anuncian paro
30 L	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Seremi inició sumarios a recolectores por malas condiciones laborales, trabajadores anuncian paro
30 L	02	AUTORIDAD SANITARIA	Canal 13 / Teletrece	Residuos: Seremi inició sumarios a recolectores por malas condiciones laborales, trabajadores anuncian paro
30 L	02	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Residuos: Seremi inició sumarios a recolectores por malas condiciones laborales, trabajadores anuncian paro
31 M	02	Mauricio Ilabaca	Cooperativa / El Diario	ICAP: Calidad del aire: se mantiene alerta por condiciones de ventilación
31 M	03	SEREMI	Agricultura / Telenoticias	ICAP: Calidad del aire: se mantiene alerta por condiciones de ventilación
31 M	01	SEREMI	TVN / Buenos Días a Todos	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	Diario Financiero	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	La Cuarta / Crónica	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	La Nación / Sociedad	Campaña antibacaco: declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Campaña antibacaco: Día sin fumar, declarados ALHT los edificios de la Seremi
31 M	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Campaña antibacaco: Día sin fumar, Seremi encabeza marcha junto a estudiantes
31 M	02	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Residuos: Seremi inició sumarios a recolectores por malas condiciones laborales, trabajadores anuncian paro

## JUNIO 2005

01 W	01	Mauricio Ilabaca	Siete / País	Campaña antibacaco: Día sin fumar, Seremi encabeza marcha junto a estudiantes
01 W	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Campaña antibacaco: Día sin fumar, Seremi encabeza marcha junto a estudiantes
01 W	01	Mauricio Ilabaca	La Cuarta / Crónica	Campaña antibacaco: Día sin fumar, Seremi encabeza marcha junto a estudiantes
01 W	02	Luis Bahamondes	Bío Bío / Radiograma	Fuentes Fijas: fiscalización, mantención y nuevas normativas de chimeneas
02 J	01	SEREMI	El Mercurio / Página del Lector	Promoción: Seremi promueve el uso de la bicicleta como medio de transporte saludable y útil
02 J	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Seremi cursó sumarios a empresas recolectoras de basuras
02 J	01	Mauricio Ilabaca	U. de Chile / Porque a Vd. le interesa	Plan de Salud Pública RM: los 12 males que aquejan a los santiaguinos
05 D	02	Luis Bahamondes	El Mercurio / Propiedades	Fuentes Fijas: fiscalización, mantención y nuevas normativas de chimeneas
06 L	04	Arnoldo Estefó	Bío Bío / Café Cargado	Alimentos: Cuerpos extraños en alimentos: casos, cómo denunciar, normativa, fiscalización

06 L	03	SESMA	Chilevisión / Noticias	Ruidos: vecinos denuncias carreras de autos nocturnos en Mersan, citan mediciones de la Seremi
06 L	03	SEREMI	Chilevisión / Noticias	Ruidos: vecinos denuncias carreras de autos nocturnos en Mersan, citan mediciones de la Seremi
07 M	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Humedal de Batuco: sumario a la empresa de tratamiento de aguas servidas
07 M	02	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Seremi cursó sumarios a empresas recolectoras de basuras
08 W	04	SESMA	Mega / Hola Andrea	Residuos: público denuncia que vecino ha convertido su casa en basural
10 V	01	Mauricio Ilabaca	Agricultura / Telenoticias	Residuos: Seremi multó con 1050 UTM a empresas recolectoras de basuras
10 V	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Seremi multó con 1050 UTM a empresas recolectoras de basuras
10 V	01	Mauricio Ilabaca	Pudahuel / Noticias	Residuos: Seremi multó con 1050 UTM a empresas recolectoras de basuras
11 S	02	Patricio Arévalo	El Mercurio / Página del Lector	Residuos: cómo denunciar la generación de un vertedero o microbasural
11 S	02	Luis Bahamondes	Bío Bío / Radiograma	Fuentes fijas: aumentarán exigencias a chimeneas
12 D	02	Luis Bahamondes	El Mercurio / Propiedades	Fuentes fijas: aumentarán exigencias a chimeneas
12 D	02	Luis Bahamondes	El Mercurio / Propiedades	Fuentes Fijas: Chimeneas: aclaran nuevas normativas
13 L	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Residuos: Seremi multó con 1050 UTM a empresas recolectoras de basuras
13 L	01	Mauricio Ilabaca	LUN / El Día	Residuos: Seremi multó con 1050 UTM a empresas recolectoras de basuras
13 L	02	Luis Bahamondes	Chilevisión / Noticias	Fuentes Fijas: combustibles más baratos para calefaccionar son leña y parafina
14 M	04	SEREMI	El Mercurio / Línea Directa	Denuncias de ruidos, ratones y residuos fueron solucionadas por Seremi y municipio
15 W	04	SEREMI	El Mercurio / Página del Lector	Zoonosis: se citan contenidos del sitio web de Tenencia Responsable de Mascotas
16 J	03	SEREMI	Publimetro	Residuos: aprobado nuevo reglamento de residuos tóxicos, trabajo de Seremi y otros
17 V	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Promoción: Seremi y Conaset dieron conocer ránking de accidentes de tránsito y plan para enfrentar el problema
17 V	01	Mauricio Ilabaca	La Segunda / Crónica	Promoción: Seremi y Conaset dieron conocer ránking de accidentes de tránsito y plan para enfrentar el problema
17 V	01	Mauricio Ilabaca	La Tercera / Nacional	Promoción: Seremi y Conaset dieron conocer ránking de accidentes de tránsito y plan para enfrentar el problema
18 S	04	SEREMI	El Mercurio / Página del Lector	Alimentos: Fiscalización de la Seremi a la elaboración y expendio de sopaipillas
20 L	02	AUTORIDAD SANITARIA	Bío Bío / Radiograma	Seremi dará a conocer resultado del sumario por los jureles adulterados
21 M	04	José Antonio Segura	Mega / Hola Andrea	Zoonosis: mujer tiene más de 300 perros en su casa de Lampa
21 M	01	SEREMI	LUN / Pymes	Promoción: Seremi promueve el uso de la bicicleta como medio de transporte saludable y útil
21 M	03	SEREMI	Chilevisión / Noticias	Ruidos: vecinos denuncias carreras de autos nocturnos en Mersan, citan mediciones de la Seremi
22 W	01	Arnoldo Estefó	El Mercurio / Nacional	Supermercados: sumarios a 13 establecimientos por mala calidad de carne molida
22 W	01	Arnoldo Estefó	LUN / El Día	Supermercados: sumarios a 13 establecimientos por mala calidad de carne molida
22 W	02	Arnoldo Estefó	El Mercurio / Nacional	Supermercados: disminuyen drásticamente las sanciones
24 V	02	Ernesto Núñez	La Tercera / Nacional	Profesiones médicas: falsa cirujana plástica constituye un caso aislado
24 V	02	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Plan de Salud Pública RM: 99 medidas de salud para los santiaguinos
29 W	01	Mauricio Ilabaca	W / Noticias	Plan de Salud Pública RM: 99 medidas de salud para los santiaguinos
29 W	01	Mauricio Ilabaca	Bío Bío / Radiograma	Plan de Salud Pública RM: 99 medidas de salud para los santiaguinos
29 W	03	SESMA	Bío Bío / Radiograma	Residuos: Cerro Navía y Pudahuel presentan recurso de protección por La Hondonada

30 J	01	Mauricio Ilabaca	El Mercurio / Nacional	Plan de Salud Pública RM: 99 medidas de salud para los santiaguinos
30 J	01	Mauricio Ilabaca	La Hora / País	Plan de Salud Pública RM: 99 medidas de salud para los santiaguinos
30 J	02	Omar Cáceres	Siete / País	Residuos: Seremi ha sumariado a dueños del terreno de La Hondonada
30 J	03	SESMA	Cooperativa / El Diario	Residuos: Cerro Navía y Pudahuel presentan recurso de protección por La Hondonada
30 J	03	SESMA	U. de Chile / Noticias	Residuos: Cerro Navía y Pudahuel presentan recurso de protección por La Hondonada

## Hojas de trabajo

Hoja de Trabajo: <b>Entrevista semiestructurada - medios</b>
Nombre:
Empresa Periodística:
Trayectoria Académica y Profesional:
Tema 1: <u>Construcción de la pauta</u>  ¿Podría describir las acciones con las cuáles comienza su día laboral? ¿Existe una reunión de pauta en su sección? ¿Cuál es el papel del editor y de los periodistas? ¿Cuál es el grado de libertad de los periodistas para aportar a la pauta? ¿De dónde salen los temas que tienen que reportear en la sección? ¿Qué grado de participación en la construcción en la pauta tienen las convocatorias institucionales? ¿Son atractivas en forma y fondo estas convocatorias?
Tema 2: <u>El trabajo de las agencias comunicacionales</u>  ¿Cuál es su percepción respecto a la labor de las agencias comunicacionales? (facilitadores, decorativas, protectoras) ¿Podría establecer diferencias entre las distintas agencias del sector? ¿Cuál es el grado de consonancia entre las lógicas mediáticas y las institucionales, al momento de trabajar en torno a una noticia? ¿Existe comprensión de las lógicas periodísticas de parte de las agencias comunicacionales?
Tema 3: <u>Los efectos de agenda</u>  ¿Cuándo reporta y/o redacta, tiene presente al público al cual se está dirigiendo? ¿Considera que los medios le dicen qué pensar a la gente sobre determinado aspecto? ¿Considera que los medios pueden modificar la conducta de la gente? ¿Considera el interés de las instituciones por influir en los medios?

Hoja de Trabajo: **Entrevista semiestructurada – agencias**

Nombre:

Organización:

Trayectoria Académica y Profesional:

Temas

¿Cuáles son, según su apreciación, las principales funciones de una agencia comunicacional, respecto de los medios comunicación?

¿Cuáles son las formas más eficientes de influir en la agenda de los medios?

Frente a la dinámica medios-agencias comunicacionales, señale debilidades y fortalezas, desde el punto de vista de las agencias.