



Informe de Resultados 2018

Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión



Enero 2019

Índice

Resumen	2
1. La Agencia	4
2. Organización	
3. Objetivos del área de comunicaciones planificación y gestión	
4. Presupuesto del área	
5. Líneas estratégicas 2018 -2022	5
6. Educación Alimentaria por la vía comunicacional	6
6.1. Comunicación permanente y la generación de confianza	
6.2. Comunicación en tiempos de crisis	
6.3. ¿Por qué hablamos de educación alimentaria?	
7. Resultados 2018	7
7.1. Nuevas herramientas comunicacionales: 5 productos nuevos	
7.2. Apoyo a actividades comunicacionales de otros actores del sistema de inocuidad	
7.3. Participación en actividades de promoción para la educación alimentaria	
7.3.1. Los Frutantes y el Fondart 2018: una forma de prolongar la labor educativa	
7.3.2. Apoyo al Sistema Elige Vivir Sano	
7.3.3. Postulación a FNDR 6% de cultura como método para llegar a las escuelas	
8. El Modelo Comunicacional y Educativo de ACHIPIA se da a conocer	13
8.1. República Dominicana: Taller de hermanamiento	
8.2. El Modelo comunicacional en la IFSC 2018	
8.3. ACHIPIA en el Festival Internacional sobre Innovación Social, FIIS, 2018	
8.4. ACHIPIA en el cierre de FIIS Antofagasta 2018	
8.5. ACHIPIA escribe un capítulo en "Chile Saludable" de Fundación Chile	
8.6. Afiches con sentido: 3.000 textos escolares llevan la campaña "inocúdate"	
9. Nuevo material para el análisis: Inoticias	16
10. Cifras relevantes del trabajo comunicacional	17
11. Desafíos 2019	18
12. Anexos	19

Resumen

El informe de resultados del área de comunicaciones, planificación y gestión busca documentar y registrar todo el trabajo que el área ha realizado en el contexto de sus objetivos, vinculados con la comunicación para la reducción de riesgos alimentarios, además del apoyo comunicacional que presta a las demás áreas constitutivas de la Agencia.

La labor comunicacional de Achipia se enmarca en el modelo de análisis de riesgos¹ que consta de 3 etapas: evaluación de riesgo, gestión de riesgo y comunicación de riesgo. Las etapas de evaluación y comunicación son realizadas por la Agencia y contribuyen a generar la coordinación entre los actores del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria². A partir de lo anterior, el quehacer en materia de comunicación cobra especial relevancia e implica, esfuerzos, tareas y acciones que no siempre están asociadas a recursos económicos suficientes. Es por ello por lo que los procesos creativos han cobrado especial valor y han permitido que parte importante de las herramientas construidas sean obra íntegra de la Agencia. Así, el área contribuye a la impronta que caracteriza al equipo; Un grupo humano de mucho profesionalismo y compromiso y con ganas de hacer cosas diferentes. Ante las limitantes presupuestarias e institucionales se ha impuesto la originalidad y la innovación en la forma de tratar la comunicación de riesgos y ha permitido que, a partir de ella, se estrechen lazos y se generen trabajos conjuntos entre entidades educativas, gobiernos locales y la Agencia.

El abordaje de la educación alimentaria a partir de didácticas educativas no formales³, orientada en gran medida a niños y niñas, se ha realizado a partir del desarrollo de acciones creativas. Se ha intentado entrar en el imaginario infantil y desde allí trabajar el cambio de hábitos alimentarios. Este es un trabajo de largo aliento y que poco a poco ha ido concentrando adeptos. Las herramientas construidas buscan ser un apoyo a la labor pedagógica y también una contribución al trabajo de los gestores de riesgos.

Durante el 2018 creamos y lanzamos 5 herramientas educativas nuevas, escribimos más de 241 notas de prensa sobre actividades en las que participó u organizó ACHIPIA, se elaboraron 79 Inoticias (boletines que recopilan todas las noticias de inocuidad y calidad alimentaria que se publican a diario), se realizaron 43 programas radiales (inocúdate con ACHIPIA), publicamos 5 insertos en prensa de circulación nacional, visitamos más de 12 colegios para trabajar talleres y juegos sobre materias de inocuidad y alimentación saludable con 780 estudiantes, estuvimos presentes en 12 ferias y eventos de índole alimentaria, fueron publicados 3 artículos en revistas especializadas, escritos por profesionales de la Agencia; nuestro Facebook cuenta con 7.410 seguidores, nuestro

¹ Metodología sistemática y estructurada para la adopción de una posición o de medidas en respuesta a un riesgo determinado en inocuidad o calidad alimentaria.

² Corresponde al conjunto de actores institucionales, públicos y privados, coordinados y articulados en forma sistémica por la Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria (Productores, industria alimentaria, instituciones de fomento, universidades y centros de investigación, consumidores y organismos fiscalizadores del Estado)

³ la educación no formal es definida como toda actividad educativa, organizada y sistemática realizada fuera del marco del ámbito oficial, para facilitar determinadas clases de aprendizaje a subgrupos particulares de la población.

Resultados 2018 Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión

twitter 4.587 y 1.134 seguidores en nuestra cuenta de Instagram, además de abrir la cuenta de linkedin. Los Frutantes, banda de música nutritiva, se presentó en 38 oportunidades, incluyendo el Festival Internacional Lollapalooza y el nuevo proyecto Concierto Sentido, Recitales Científicos estuvo en 2 ocasiones en eventos masivos (ExpoChileagrícola y Fiesta de la Ciencia) y Postulamos a 3 Fondos (2 FNDR 6%, 1 Fondart, 1 Explora) adjudicándonos 3 de los 4. Todo lo anterior con un presupuesto que no supera los \$10.000.0000.

Considerando la envergadura de la Agencia, creemos que estos logros son muy relevantes, pues hablan sobre el compromiso y el deseo de contribuir en el ámbito de nuestras competencias. Hemos ido adquiriendo experiencia y queremos seguir aprendiendo para hacer más y mejores contribuciones a todos aquellos que trabajan en temas alimentarios. Hemos centrado parte importante de nuestro trabajo en la línea de lo que a nivel internacional se discute y que se resume en esta frase de Bernard Url⁴ “La mayoría cree que el principal riesgo de sus alimentos son los residuos de pesticidas y las sustancias químicas (...) sin embargo, el mayor problema alimentario es la sobreabundancia de calorías y la epidemia de obesidad que provoca estragos, en países desarrollados y en vías del desarrollo”.

Nuri Gras Rebolledo
Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA

Claudio Canales Ríos
Coordinador de Comunicaciones, Planificación y Gestión
ACHIPIA

⁴ Bernhard Url, es Director de la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA, por sus siglas en inglés).

1. La Agencia

ACHIPIA es una comisión asesora presidencial que depende del Ministerio de Agricultura⁵. Tiene como objetivo a todos los actores de la cadena alimentaria, es decir, organismos del Estado, productores de alimentos, industria, universidades, centros de investigación y consumidores, aportando fundamentalmente en materias de evaluación y comunicación para la reducción de riesgos alimentarios, a través de instancias nacionales e internacionales de coordinación y herramientas para el análisis de riesgos.

2. Organización

ACHIPIA cuenta con un consejo de acuerdo a lo establecido en su Decreto de formación. Este consejo, que se reúne, al menos dos veces al año, está conformado por los siguientes miembros:

- Subsecretario/a de Agricultura
- Subsecretario/a de Salud Pública
- Subsecretario/a de Economía
- Subsecretario /a de Pesca
- Director/a de la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales
- Representante del Ministerio Secretaría General de la Presidencia

La Agencia se organiza en 4 áreas de coordinación, las que son dirigidas por una Secretaria Ejecutiva que cuenta con un soporte administrativo. Las áreas de coordinación de la Agencia son las siguientes:

- Área de Soporte al Análisis de Riesgos
- Área de Vinculación con el Sistema de Fomento e I+D+i
- Área de Asuntos Internacionales
- Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión

3. Objetivo del área de comunicaciones, planificación y gestión

Posicionar y relevar el quehacer de la Agencia, tanto a nivel interno como a nivel de audiencias y actores del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria, desarrollando iniciativas basadas en la creatividad que permitan el establecimiento de alianzas y coordinaciones con entidades públicas y privadas, contribuyendo de esta forma a la reducción de riesgos alimentarios.

4. Presupuesto y conformación del área

El presupuesto del área para el año 2018, fue de \$10.000.000.- Los que se gastaron fundamentalmente en 3 insertos en la prensa y en la impresión de material para difusión del quehacer de la Agencia. El resto del trabajo

⁵ Decreto N°83 de octubre 2005 del Ministerio Secretaría General de la Presidencia, modificado por el Decreto N° 162 del año 2011.

Resultados 2018 Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión

de gestión y creatividad fue desarrollado por el equipo, generando un gasto mínimo, a partir del desarrollo de iniciativas propias.

Conformación del área: En el área trabajan 4 personas: Tomás Vio, Periodista; Nilsson Carvalho, Diseñador Gráfico, Eduardo Espinosa, Periodista y Claudio Canales, Administrador Público y Coordinador.

5. Líneas estratégicas 2018-2022

Para el período, se establecieron las líneas estratégicas⁶ que definen las prioridades en el quehacer de la Agencia, considerando los ejes ministeriales:

Línea estratégica	Acciones
Consolidar un marco institucional del Sistema Nacional de Inocuidad y Calidad Alimentaria (SNICA) en lo político, administrativo y jurídico.	Difundir y monitorear la política nacional de inocuidad y calidad alimentaria. Crear convenios intra y extra ministeriales para instalar arreglos institucionales en el SNICA
Consolidar la metodología de análisis de riesgos como eje funcional y organizacional del SNICA.	Lograr que sea el mecanismo oficial de evaluación de riesgo en el sector normativo fiscalizador. Desarrollar sistemas preventivos basados en riesgo en el sector productivo (resoluciones sanitarias, aseguramiento de la calidad para MIPYMES etc..)
Promover un SNICA habilitante a través del desarrollo de estándares y sistemas para el sector productivo (especialmente MIPYMES) de formación y analítico.	Poner en marcha el Sistema Nacional de Trazabilidad. Poner en marcha el Sistema Nacional de Laboratorios Especializados de Alto Estándar. Implementar las iniciativas habilitantes en inocuidad y calidad alimentaria Diseñar un Programa de Apoyo para la Obtención de Resoluciones Sanitarias
Potenciar la investigación y desarrollo tecnológico en el SNICA.	Vincular la acción de la Agencia con instituciones de referencia internacionales. Crear una agenda de investigación coordinada con la Red Científica
Promover una Cultura de Inocuidad en el SNICA como una política pública.	Desarrollar un modelo de cultura de inocuidad para el sector productivo nacional Incorporar de la cultura de la inocuidad en la educación pre-escolar y escolar de Chile en alianza con MINEDUC y Explora CONICYT.
Fortalecer la presencia de Chile y su SNICA en el mundo a través del Codex Alimentarius, la cooperación y la armonización de la legislación internacional.	Coordinar la implementación de FSMA Organizar CCLAC 2019 Coordinar la mesa de trabajo para Equivalencia de Sistemas.
Fortalecer la comunicación del riesgo al interior del SNICA.	Nuevas herramientas comunicacionales Apoyar las actividades comunicacionales de otros actores del Sistema como MINSAL. Participación en las actividades de promoción para la educación alimentaria

⁶ Presentación "Jornada Estratégica MINAGRI", Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria, Junio 2018.

Para el área de comunicaciones, fueron definidas 3 acciones fundamentales, las cuales permitirían el fortalecimiento de la comunicación de riesgo. Este informe dará cuenta de lo realizado en función de este mandato.

6. Educación alimentaria por la vía comunicacional

La estrategia comunicacional de la Agencia separa la comunicación para la reducción de riesgos alimentarios en dos momentos: 1) comunicación permanente y 2) comunicación en tiempos de crisis.

6.1. Comunicación permanente y la generación de confianza: Se refiere al desarrollo de iniciativas que permitan la generación de confianza y por tanto presencia en las audiencias de interés. De acuerdo a la experiencia internacional en esta materia, **la construcción de herramientas educativas** permite el aprendizaje basado en el autocuidado, en el desarrollo de pensamiento crítico en torno a la materia y en la incorporación de mensajes a partir de la construcción de experiencias que vayan modificando los hábitos alimentarios de la población.

6.2. Comunicación en tiempos de crisis: Está más vinculada con el concepto oficial de “comunicación de riesgo” y se desarrolla bajo los parámetros establecidos por los organismos oficiales en esta materia, sin embargo, su efectividad va de la mano con el trabajo diario que se realiza en la comunicación permanente que permite “entrar” en los espacios de las personas y ser reconocidos por éstas como interlocutores válidos para apoyar la gestión de una crisis alimentaria.

6.3. ¿Por qué hablamos de educación alimentaria?

La educación alimentaria involucra aspectos de inocuidad⁷. En términos pedagógicos resulta de especial relevancia generar una integración de factores a la hora de entender nuestra relación con los alimentos. Por ello la mirada en torno a nutrición, inocuidad, actividad física, ciencia, medioambiente e inclusión social, debe ser integradora con el objetivo de entender que todos estos factores (y otros más) influyen en los estilos de vida y concentran posibles riesgos, generando consecuencias positivas o negativas a nivel individual y/o colectivo.

El abordaje de la educación alimentaria desde la Agencia ha considerado la integración de disciplinas que dirijan su accionar desde lo lúdico, abordando la percepción de riesgo en el imaginario colectivo; la fantasía y el juego⁸. Por tanto, el Área de Comunicaciones de la Agencia aborda el desarrollo de didácticas para la educación no formal, que son de gran importancia en la construcción de una integralidad en la enseñanza⁹. Achipia explora la

⁷ La inocuidad alimentaria es un concepto importante y muy dinámico: una práctica que hoy parece inocua es probable que mañana no lo sea. Avanza de acuerdo al avance de la ciencia y por tanto de la educación y del pensamiento crítico.

⁸ Esto no quiere decir que la Agencia no desarrolla iniciativas de otra naturaleza. De hecho, las áreas de soporte al análisis de riesgo y vinculación al sistema de fomento productivo e I+D+i, abordan aspectos desde una visión más técnica y formal, que permite la construcción de institucionalidad en la materia.

⁹ Disciplinas educativas como Waldorf o Montessori, dan especial importancia al desarrollo de la enseñanza no formal, por medio de la experiencia y de la exploración de otras formas de percibir el mundo que nos rodea.

Resultados 2018 Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión

música, el juego y el baile como formas de generar material educativo que pueda ser utilizado tanto por familias, empresas y/o por educadores/as en los espacios que regularmente se entienden como de “esparcimiento” o “entretención”.

La integración en el término “educación alimentaria” también ha permitido que la Agencia estreche lazos con diversos organismos públicos y privados con políticas o intenciones afines. Esto permite fortalecer la coordinación, dado que la Agencia ofrece herramientas que pueden estar disponibles para la generación de alianzas, no necesariamente vía convenios como suele ocurrir en la Administración Pública, si no a partir del trabajo diario.

Lo anterior ha sido posible, gracias a que la conformación de la Agencia facilita los procesos creativos, permitiendo abordar la temática alimentaria desde plataformas poco convencionales, dando cabida a herramientas educativas que se espera seguir consolidando en el futuro.

7. Resultados 2018

7.1. Nuevas Herramientas Comunicacionales: 5 productos comunicacionales nuevos

Durante el año 2018, fueron creadas, desarrolladas y lanzadas, 5 herramientas educativas que tienen como objetivo apoyar la comunicación para la reducción de riesgo alimentario, desde la educación, a través de la integración multidisciplinaria. Parte importante de las herramientas, han sido creadas para que sean utilizadas como material pedagógico y comunicacional.

Las herramientas¹⁰ son las siguientes:

1. Concierto Sentido, Recitales Científicos (Postulada al Fondo de Divulgación de Explora Conicyt)¹¹
2. Hacer conciencia (Infografías y videos para conocer más sobre patógenos en alimentos)
3. INOTICIAS. Boletín diario que recopila en prensa digital todo lo que se escribe sobre inocuidad y calidad alimentaria en Chile y el Mundo
4. Appchippia. Primera aplicación del Estado de Chile dedicada a Inocuidad y Calidad Alimentaria.
5. Programa Radial Inocúdate con ACHIPIA.

Esto, permitió que a la fecha ACHIPIA cuente con 12 herramientas para apoyar la educación alimentaria, las cuales se encuentran a disposición de organismos gestores de riesgo, entidades públicas y privadas, colegios, ferias y eventos.

¹⁰ Para medios de verificación, fotografías y otros materiales, dirigirse a los anexos de este documento.

¹¹ Plataforma educativa que une ciencia, música y arte para lograr generar una experiencia en torno al aprendizaje sobre temáticas alimentarias. Una científica desarrolla una presentación, la cual es musicalizada por una banda y al mismo tiempo un ilustrador va dibujando en pantalla gigante, el relato científico.

A partir de estas herramientas se busca abordar la reducción de riesgos alimentarios, principalmente, a través del uso de disciplinas artísticas que contribuyan a modificar la percepción de riesgos alimentarios, desde lo lúdico. Durante el año 2018 se aplicaron, mejoraron y organizaron estas 12 herramientas a través del cuadro siguiente:

Empaquetamiento de las herramientas educativas de ACHIPIA

Difusión del concepto de inocuidad alimentaria con humor y originalidad	
Ciencia, conocimiento y alimentación	 
Arte y música como vehículo para abordar riesgos alimentarios	 
Información, difusión y tendencias en inocuidad alimentaria	  
Experiencias educativas en inocuidad y alimentación saludable	   

Las 5 nuevas herramientas educativas de ACHIPIA en cifras:

- 2 presentaciones de Concierto Sentido, Recitales Científicos (ExpochileAgrícola y Fiesta de la Ciencia, PAR Explora Suroriente).
- 6 productos desarrollados de Hacer-Conciencia (3 infografías y 3 videos)
- 79 INOTICIAS elaborados
- 600 descargas de la aplicación desde su lanzamiento
- 43 programas radiales realizados

7.2. Apoyo a las actividades comunicacionales de otros actores del Sistema: 18 entidades públicas y privadas recibieron apoyo directo de ACHIPIA en actividades vinculadas a Educación Alimentaria por la vía de nuestras iniciativas.

El modelo comunicacional de ACHIPIA está concebido para que sus herramientas permitan a todos los actores públicos y privados visualizar en ellas un apoyo concreto a sus acciones vinculadas con inocuidad y calidad alimentaria. De esta forma ACHIPIA genera confianza y desarrolla una estrategia de comunicación de riesgos permanente, paralela a la comunicación en tiempos de crisis.

Resultados 2018 Área de Comunicaciones, Planificación y Gestión

Por esta razón es que se le ha dado énfasis a la Educación Alimentaria, a las iniciativas creadas a partir del modelo comunicacional. Para lo anterior el desarrollo de procesos creativos ha sido fundamental.

Los Principales apoyos realizados a otras entidades

Institución	Descripción apoyo
Ministerio de Salud	Elaboración de comunicados y folletería sobre marea roja Apoyo para el desarrollo de acciones comunicacionales en educación permanente para abordar los fenómenos de marea roja. El trabajo se inició con la invitación a ACHIPIA para exponer en la reunión anual de alimentos ante los Seremis de Salud de todo el país AGOSTO 2018.
Subsecretaría de Pesca y Acuicultura	Apoyo al desarrollo de una estrategia comunicacional para la promoción del consumo de pescados y mariscos. Estas entidades le han solicitado a ACHIPIA que los ayude a generar una acción comunicacional lúdica y educativa basada en el modelo institucional creado. ACHIPIA preside el Comité de Comunicaciones para el desarrollo de esta estrategia.
Instituto de Desarrollo Agropecuario e Instituto de Investigación Agraria.	Apoyo para el desarrollo de una campaña sobre captura de la avispa chaqueta amarilla. La idea y diseño de la campaña fue realizado por Comunicaciones ACHIPIA, generando un ahorro importante al Estado en tercerización de diseño de campañas comunicacionales.
Elige Vivir Sano	Apoyo en el re-lanzamiento del programa Elige Vivir Sano. Apoyo con todas las herramientas educativas al Plan Nacional de Obesidad.
Agencia de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AGCID	ACHIPIA finaliza el desarrollo de productos comunicacionales para apoyar la estrategia para el control de alimentos del Estado de Surinam. Los productos son folletería alusiva, videos sobre control de alimentos en el aeropuerto y adaptación del juego la gran carrera de la inocuidad a la realidad de Surinam.
Facultad de Medicina Veterinaria, U. de Chile	Presentación conjunta de proyecto "Concierto Sentido: Recitales Científicos" al fondo de divulgación científica EXPLORA-CONICYT
PAR EXPLORA Nor- Oriente (UC)	Apoyo de actividades de difusión a través de nuestras herramientas educativas en "Ciencia al Parque"
PAR EXPLORA Sur-Oriente (Uchile)	Apoyo de actividades de difusión a través de nuestras herramientas educativas en la "Fiesta de la Ciencia"
Municipalidad de María Pinto	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Municipalidad de Peñalolén	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Municipalidad de Calle Larga	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva, postulación conjunta con el municipio al FNDR 6%
Municipalidad de Pudahuel	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Municipalidad de La Cisterna	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva.
Universidad de Talca	Apoyo al desarrollo de la jornada de cultura de inocuidad que organiza la Universidad junto a PF Alimentos.
Empresa PROALSA	Trabajo de apoyo en temas de inocuidad alimentaria para trabajadores y sus familias.
Municipalidad de Santiago	Desarrollo de actividades en torno a Educación Alimentaria. Presentación de Los Frutantes, Música Nutritiva
Fundación Chile	Apoyo para el trabajo conjunto en el programa "del mar a mi mesa" Elaboración de un capítulo dentro del libro "Chile Saludable"
IICA, Santo Domingo	Desarrollo de Taller sobre Análisis de Riesgo con énfasis en evaluación y comunicación de riesgos: apoyo para el desarrollo de una estrategia local.

7.3. Participación en las actividades de promoción para la educación alimentaria

ACHIPIA a partir de sus actividades educativas ha generado un apoyo constante a Políticas Públicas vinculadas con materias de alimentación y estilos de vida saludable. Para ello, el modelo comunicacional educativo, ha generado propuestas que buscan integrarse a la oferta artística y cultural del país, haciendo posible la postulación a fondos que permitan su despliegue a nivel nacional.

Durante 2018 el proyecto “Frutantes” se presentó en 38 establecimientos educacionales y/o eventos con orientación infantil. A la fecha el proyecto ha sido visto y compartido por más de 12.800 espectadores en su mayoría niños y niñas.

7.3.1. Los Frutantes y el FONDART 2018: Una forma de prolongar la labor educativa

Durante 2018, el proyecto frutantes se hizo acreedor del Fondo de las Culturas y las Artes para el “registro fonográfico de música popular emergente”. Con estos Fondos, será posible grabar el primer disco larga duración de la banda, el cual podrá ser distribuido gratuitamente.

7.3.2. Apoyo al Sistema Elige Vivir Sano

Como una manera de alinear a los distintos servicios, programas e iniciativas que hacen un aporte al mejoramiento de la calidad de vida a partir de la promoción de estilos de vida saludable. Elige Vivir Sano desarrolló un levantamiento de todas las iniciativas en torno a la temática, existentes en las carteras ministeriales. Para el caso de Agricultura, la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias, ODEPA, estuvo encargada del levantamiento. A partir de éste, ACHIPIA se constituyó en la iniciativa que genera mayor cantidad de aportes a los objetivos de Elige Vivir Sano desde el Ministerio.



Nuri Gras, Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA, el Presidente de la República Sebastián Piñera, la Primera Dama, Cecilia Morel, el Ministro de Agricultura, Antonio Walker y el Ministro de Desarrollo Social, Alfredo Moreno en el lanzamiento del Programa Elige Vivir Sano, mayo 2018

7.3.3. Postulación a FNDR 6% en conjunto con las Municipalidades como método para llegar a las Escuelas.

Con el fin de contribuir a la disminución de los costos, humanos, sociales y económicos, asociados a la alta tasa de Enfermedades Crónicas No Transmisibles (diabetes, hipertensión, etc.) y de las Enfermedades Transmisibles asociadas ambas a la alimentación, a través de la entrega de talleres de capacitación y a través de acciones artísticas, para mejorar hábitos de vida saludable promoviendo la educación alimentaria.

En esta postulación, ACHIPIA incluyó al Sistema Elige Vivir Sano.

Aportes del Área de Comunicaciones de ACHIPIA al Sistema Elige Vivir Sano

N°	iniciativa	Propósito
1	El extraño micromundo de karen	El propósito de esta iniciativa es generar capacitación en niños, niñas y adultos en relación a la importancia del lavado de manos para mantener la inocuidad. Se realiza por medio de una experiencia lúdica y se presenta en colegios, jardines infantiles y eventos afines.
2	La gran carrera de la inocuidad	Juego gigante de 20 metros cuadrados que tiene como objetivo enseñar sobre alimentación segura y saludable. Los niños/as son las fichas de un ludo gigante. Avanzan tirando un dado y van cayendo en desafíos de actividad física, preguntas sobre alimentación y aprenden sobre riesgos alimentarios, Todo en forma lúdica. Se realiza en colegios y eventos afines.
3	Los Frutantes	Iniciativa que busca a través de la música entregar un mensaje saludable apoyando las acciones de política pública que organismos tanto públicos como privados estén desarrollando en torno a la materia. Los Frutantes son una banda de corpóreos de frutas y verduras que tocan en vivo y se presentan en colegios y eventos afines apoyando la difusión de hábitos de vida saludables.
4.	Frutíferos	Teatro de títeres que se presenta en jardines infantiles donde se tratan los temas de inocuidad alimentaria desde la primera infancia.
5.	Hacer con-ciencia	Videos e infografías que explican en forma sencilla diversos fenómenos científicos ligados a inocuidad alimentaria, enseñando cómo reducir riesgos relacionados con el manejo y manipulación de los alimentos.
6.	Programa radial Inocúdate con ACHIPIA	Programa que tiene como objetivo difundir temas de alimentación segura y saludable por medio de entrevistas y datos útiles. Es una plataforma de difusión que busca apoyar todas las instancias afines a la labor de la Agencia.
7.	Inocúdate y come saludable	Campaña comunicacional permanente que tiene como objetivo entregar consejos de alimentación segura y saludable por medio de personajes que llamen la atención de la ciudadanía.

8. El Modelo comunicacional y educativo de ACHIPIA se da a conocer

Durante 2018, el modelo de comunicación para la reducción de riesgos alimentarios se consolidó y comenzó a difundirse en diversos ámbitos nacionales e internacionales. Algunos de los más destacados fueron:

8.1. República Dominicana: ACHIPIA es invitado por IICA a realizar un Taller con énfasis en evaluación y comunicación de riesgo.

En el marco del programa de hermanamiento del Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA, para el fortalecimiento del Codex Alimentarius, se realizó el 31 de agosto de 2018 en Santo Domingo, el taller sobre análisis de riesgo en inocuidad alimentaria donde se estrenó una nueva metodología de entrenamiento que mezcló ciencia y creatividad para gestores y comunicadores de riesgo.



Los participantes del taller realizado por ACHIPIA en República Dominicana, trabajan en las dinámicas para la creación de estrategias comunicacionales locales.

8.2. El Modelo se presenta en la International Food Safety Conference 2018

El área participa en la International Food Safety Conference con la ponencia “Creatividad como Riqueza en la efectividad de la Comunicación”. La Charla concitó el interés de los asistentes, en su mayoría personas ligadas a la industria, a las certificadoras y organismos capacitadores en materia de inocuidad y calidad alimentaria.



Presentación de las herramientas educativas de ACHIPIA en la International Food Safety Conference 2018.

8.3. ACHIPIA participa en el Festival Internacional de Innovación Social, FIIS

En el edificio Hub Providencia, se realizó la ronda de charlas en las que ACHIPIA junto al FOSIS participaron con la ponencia “Creatividad e Innovación desde el Estado: dos caminos un objetivo”.

8.4. ACHIPIA cierra el Festival Internacional de Innovación Social, FIIS, Antofagasta 2018.

En el escenario principal y como cierre de las actividades de FIIS Antofagasta, Claudio Canales en representación de ACHIPIA se dirigió al público presente y agradeció la invitación realizada. En la oportunidad, mostró las herramientas educativas de ACHIPIA.

8.5. ACHIPIA desarrolla un capítulo dentro del Estudio de Fundación Chile, denominado “Chile Saludable”

Chile Saludable es un estudio con seis años de trayectoria, que analiza tendencias, desafíos y oportunidades para el desarrollo de alimentación y hábitos de vida más saludables, considerando variables psicográficas de los

chilenos. ACHIPIA fue invitado a participar con un capítulo denominado: Una nueva forma de comunicar: Los Frutantes, Música Nutritiva.

4.4 UNA NUEVA FORMA DE COMUNICAR: LOS FRUTANTES, MÚSICA NUTRITIVA



Es probable que parte importante de las instituciones del Estado vean siempre limitado su accionar en materia de comunicación, producto de los recursos para hacer difusión dado que estar presente en medios de circulación masiva implica un alto costo. Si esto puede ser así para una repartición pública, probablemente pueda ser peor para una iniciativa programática. La Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria, ACHIPIA, en términos administrativos y presupuestarios, es eso, una iniciativa. Dada esta suerte de "restricción", la posibilidad de incidir y "atraer" a medios y personas, queda entregada a la creatividad. Nos planteamos la idea de hacer música, por el poder que ésta tiene a la hora de transmitir mensajes y porque, generalmente, no se le considera como una herramienta educativa permanente en la difusión y generación de contenido sobre políticas públicas. Esto último obedece más a campañas temporales que, producto de los recursos, son acotadas en el tiempo.



- ¿Cómo pensamos cambiar hábitos alimentarios si no incorporamos acciones lúdicas que transformen en toda una experiencia el consumir alimentos más sanos?

Al analizar someramente la publicidad, es posible apreciar que la "experiencia" muchas veces es más importante que el producto. Por lo tanto, crear una "vivencia" puede atraer a ciertas personas a usar determinada marca o incluso a consumir determinados alimentos. Nos dimos cuenta de que es tremendamente importante avanzar en cuestiones regulatorias, pero no es posible soslayar que las regulaciones son de carácter estático y no pueden abarcar todos los aspectos necesarios. Las acciones comunicacionales parecen ser un "item" complementario en lo que respecta a transformaciones como éstas y por lo tanto no tienen el debido protagonismo, a nuestro juicio, considerando que las regulaciones nacionales han buscado restringir la



Extracto del capítulo en el libro "Chile Saludable" de la Fundación Chile

8.6. Afiches con sentido: Texto Escolar para primero medio, pide autorización a ACHIPIA para incluir un afiche de promoción basado en nuestra campaña "Inocúdate y Come Saludable"

La editorial SM, dentro de su proyecto SAVIA, eligió el afiche desarrollado por ACHIPIA debido a que cumplía con todos los parámetros para definir un buen afiche con un mensaje claro y contundente en relación a la materia que expone. Esta inclusión en los textos escolares se traducirá en más de 3.000 textos a los que el mensaje de la inocuidad alimentaria llegará por la vía educativa. Esto habla de un trabajo mancomunado entre diseño y contenido.

¿Cómo analizar un afiche?

A continuación, te recomendamos tres pasos para analizar un afiche.

- Paso 1** Identifica la estructura. En general, los afiches están compuestos por un mensaje, un eslogan, un logo e información de contacto.
- Paso 2** Identifica la tesis y los argumentos. La tesis es aquello de lo cual nos quiere convencer el afiche y puede ser explícita o implícita. Los argumentos no siempre son explícitos y pueden expresarse a través de frases, imágenes o datos de respaldo.
- Paso 3** Analiza los recursos utilizados. El emisor emplea recursos para apelar a las emociones e ideas del emisor, llamar su atención y, de esta manera, persuadirlo de la idea que promueve. A continuación, te mostramos algunos recursos:



La **publicidad** y la **propaganda** tienen propósitos distintos, pero utilizan recursos similares. Mientras la publicidad busca vender un determinado producto o servicio, la propaganda no tiene fines de lucro y busca incidir en la forma de pensar y actuar de las personas.

Recursos verbales	Recursos no verbales
<ul style="list-style-type: none"> Figuras literarias o retóricas. Uso de ironías y juegos de palabras. Oraciones interrogativas e imperativas. Textos que apelan a sentimientos y emociones. Información que respalda lo expuesto. 	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y disposición de los elementos. Imágenes atractivas, divertidas o impactantes, que apelan a las emociones. Tipografías de distintos tamaños, colores y estilos.

Observa el análisis del siguiente afiche que promueve la alimentación segura y saludable.



Recurso verbal:
 "¡Los alimentos sanos son mi mejor tesoro!"

Recurso visual: imagen atractiva que llama la atención del lector.

Eslogan

Logos de las organizaciones que apoyan la campaña.

Información de contacto

Ahora tú

Escanea el código QR y analiza el afiche que encontrarás. Luego, responde las preguntas.

- ¿Qué mensaje promueve?, ¿a quiénes va dirigido? Fundamenta.
- ¿Qué recursos verbales y no verbales utiliza?, ¿crees que son eficaces? Justifica.
- ¿Consideras que la propaganda es efectiva? Fundamenta a partir de tu análisis.



TSALLMP127A

Texto escolar en el que se incluye un afiche de la campaña inocuidate y come saludable

9. Nuevo Material de análisis: INOTICIAS

Durante 2018 se generó un nuevo material para el análisis de medios en torno a materias de inocuidad y calidad alimentaria. Esta recopilación de noticias nacionales e internacionales se denominó INOTICIAS. Este material poco a poco se empieza a difundir como "newsletter" que llega a quien se suscribe.

10. Cifras relevantes de la acción comunicacional

Durante el 2018 se realizaron:

- 241 notas de prensa
- 79 Inoticias
- 43 programas radiales
- 5 insertos en prensa de circulación nacional
- 12 colegios visitados
- 780 estudiantes participaron en nuestras iniciativas
- 12 ferias y eventos
- 3 artículos en revistas
- 7.410 seguidores en Facebook
- 4.587 seguidores en Twitter
- 1.134 seguidores en instagram
- 38 presentaciones de Los Frutantes
- 2 presentaciones de Concierto Sentido
- 3 postulaciones a Fondos (2 FNDR 6%, 1 Fondart, 1 Explora, obteniendo 3 de 4)

11. Desafíos 2019

Para el año 2019, los Desafíos estarán centrados en continuar profundizando el apoyo que ACHIPIA puede entregar a los gestores de riesgo y también a los demás servicios del sector alimentario; seguir consolidando la impronta comunicacional basada en procesos creativos, motivada por su particular cultura organizacional. En este sentido y siguiendo las líneas estratégicas y acciones establecidas para el período 2018-2022. Los Desafíos 2019 para el área son los siguientes:

Línea estratégica	Acción	Desafíos 2019
Fortalecer la comunicación de riesgos al interior del SNICA	Nuevas Herramientas Comunicacionales	<ul style="list-style-type: none"> - Adaptar las herramientas educativas a las necesidades de los gestores de riesgo. - Lanzamiento de nuevas temáticas ligadas a ciencia y alimentos - Aportar en materia comunicacional en torno a nuevas tendencias priorizadas (Resistencia Antimicrobiana, por ejemplo)
	Apoyar las acciones comunicacionales de otros actores del Sistema.	<ul style="list-style-type: none"> - Trabajar el desarrollo de propuestas de planes estratégicos de comunicación de riesgos con las entidades ligadas a la gestión de riesgo alimentario. - Apoyar acciones comunicacionales de los servicios de MINAGRI en el marco de la austeridad y de la necesidad de compartir experiencias exitosas. - Generar propuestas para el trabajo conjunto entre actores del sistema tales como industria, pequeños productores y manipuladores de alimentos. - Generar intercambios de experiencias con entidades internacionales que pudiesen proyectar a la Agencia en este ámbito.
	Participación en las actividades de promoción para la Educación Alimentaria	<ul style="list-style-type: none"> - Profundizar trabajo regional en materia de educación alimentaria - Profundizar el trabajo en colegios a través de las corporaciones municipales y entidades educativas - Compartir e incluir en experiencias educativas a estudiantes y centros de estudios afines.

ANEXOS

ACHIPIA
Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria

P R E S E N T A



- RECITALES CIENTÍFICOS -
MÚSICA - ARTE - CIENCIA - INOCUIDAD

6
OCT
SABADO
19:30 hrs

PRESENTA **Patógenos en Alimentos**

CIENTÍFICA Constanza Vergara Medico Veterinaria ACHIPIA Doctoranda en Ciencias Veterinarias	MÚSICA Taffy y Los Coccus Banda Microscópica	ILUSTRACIÓN Claudio Canales Comunicaciones ACHIPIA
--	--	--

LUGAR **SALA DE LAS ARTES, ESTACIÓN MAPOCHO** - Metro Estación Mapocho



Afiche del primer recital científico "concierto sentido"

ACHIPIA
 Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria

LA GRAN CARRERA DE LA INOCUIDAD

 5	 6	 7	 8
 3	 3	 3	 4
 4	 5	 6	 7
 8	 8	 9	 9
 10	 10	 10	 10
 11	 11	 11	 11

¿Qué se necesita para jugar? Además de ganas de aprender, necesitas:

- 1 Dado
- 3 fichas (para ir marcando el avance. Puedes usar porcos o maíz, como lo hacían nuestros papás y abuelos cuando jugaban lota)
- Un árbitro (calle a tu papá, a tu mamá o algún amigo que haga de árbitro. Esa persona deberá leer las preguntas y ayudarte con los desafíos)
- Recorrá las preguntas y desafíos

Instrucciones

1. Juego para niños y niñas desde los 4 a los 12 años
2. Pueden jugar hasta 3 niños o niñas simultáneamente. Existen 3 rutas: la roja, la verde y la amarilla.
3. Una persona, distinta a los jugadores, deberá ser el "árbitro". Esa persona, tendrá las tarjetas con las preguntas y desafíos. Deberá formular las preguntas e ir observando los turnos de cada jugador/a.
4. Al tirar los dados, el número indicará la casilla en que cada jugador/a quedará luego de tirar los dados.
5. Si al tirar los dados el jugador/a o jugadora cae en las preguntas, debe responder para avanzar. Si la respuesta no es correcta, retrocede un espacio.
6. Si caes en el "Desafío ACHIPIA", el árbitro del juego leerá un desafío que deberá cumplir el jugador/a para seguir avanzando.
7. Hay casillas que dan inmunidad y otras que hacen retroceder espacios.
8. Ganará el primer jugador/a o jugadora que llegue a la final del juego. El número del dado no necesariamente debe coincidir con la salida.

El juego, la gran carrera de la inocuidad



La aplicación móvil “appchippia” fue lanzada en la primera reunión de Secretarios Regionales Ministeriales



Los Frutantes en el día de las Frutas y las Verduras, octubre 2018



Karen Baracatt del Área de Vinculación, junto al Ministro Antonio Walker, ACHIPIA presente en Food & Service, 2018



Nuri Gras, Secretaria ejecutiva de ACHIPIA en el lanzamiento de la Jornada de Cultura de Inocuidad en la Región del Maule, junto a la Universidad de Talca y PF Alimentos



La gran carrera de la inocuidad en la jornada de cultura de inocuidad realizada en la Región del Maule en noviembre de 2018



Relanzamiento de la campaña "Avispate" en donde ACHIPIA contribuyó desde el diseño y la creación del concepto para apoyar a INDAP, INIA y SAG..



Noticias Internacionales

Elmundo.cr, Costa Rica

Nuevas resoluciones de la ONU se centran en sanidad vegetal, inocuidad alimentaria y legumbres

La FAO aplaudió la decisión tomada por las Naciones Unidas de crear dos nuevos días mundiales y un año entero dedicados a cuestiones fundamentales de la seguridad alimentaria y la nutrición a nivel global.

Contexto:

La FAO y la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) -que alberga la propia FAO-, acogieron con satisfacción la decisión de proclamar 2020 como el Año Internacional de la Sanidad Vegetal. Mientras tanto, a partir de ahora, el 10 de febrero se celebrará el Día Mundial de las Legumbres, manteniendo vivo el impulso positivo hacia las plantas leguminosas que son saludables, nutritivas, ricas en proteínas. Y el 7 de junio será el Día Mundial de la Inocuidad Alimentaria, rindiendo homenaje a un tema cada vez más importante en los sistemas alimentarios altamente interconectados de hoy en día. La FAO observa con satisfacción que la resolución de la ONU reconoció expresamente que “no hay seguridad alimentaria sin inocuidad alimentaria”.

Noticia completa:

<https://www.elmundo.cr/nuevas-resoluciones-de-la-onu-se-centran-en-sanidad-vegetal-inocuidad-alimentaria-y-legumbres/>

El boletín Inoticias, recopila todos los artículos sobre inocuidad y calidad alimentaria que se escriben a diario en prensa nacional e internacional



Nuri Gras, Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA, presenta Concierto Sentido en la Expochileagrícola 2018



Concierto Sentido, primer recital científico realizado en el marco de la Exepochileagrícola en octubre de 2018



Concierto Sentido en Parque Metropolitano de Santiago, octubre 2018



► **Nuri Gras Rebollo**
Secretaria Ejecutiva de ACHIPIA
Agencia Chilena para la Inocuidad
y Calidad Alimentaria
Licenciada en Química

ACHIPIA 2018 - 2022 Institucionalizar la Inocuidad y Calidad Alimentaria

Para nadie es un misterio que el mundo de los alimentos es complejo; las diversas interacciones entre actores de la cadena alimentaria, las necesidades e incorporaciones tecnológicas para mejorar y hacer más eficientes los procesos productivos o de transformación, la investigación científica y requerimientos analíticos que suponen nuevos escenarios en materia de inocuidad, las demandas de información de los consumidores y desde la óptica ciudadana, los derechos de éstos frente a múltiples cuestionamientos, son factores que hacen del mundo alimentario un entramado multidisciplinario con desafíos particulares, los cuales requieren dinamismo, capacidad de reacción, pero por sobre todo proactividad.

En este escenario la institucionalidad pública cumple y ha cumplido un rol fundamental, en relación con el prestigio y reputación que hoy mantiene a Chile dentro de los países más importantes en lo que a alimentos se refiere. El país tiene presencia con sus productos en 190 naciones, representa el 6,25% del PIB y genera más de 700 mil puestos de trabajo, concentrando una oferta

de más de 1.500 productos con un sector constituido por 150.000 empresas.

El 23% de las exportaciones chilenas se explican desde el sector alimentario (ODEPA 2017). Más del 70% de la producción de alimentos proviene de la Agricultura (FAO, 2012). Dado este nivel de importancia, resulta evidente que estos resultados se han logrado a partir de la generación de consenso entre las diversas administraciones gubernamentales, y el sector privado, lo cual ha permitido avances importantes en materia de inocuidad y calidad alimentaria, promoviendo políticas con perspectiva que han contribuido a mantener y mejorar ese sello de inocuidad que nuestro país ha impreso a los alimentos que exporta y que consume.

Sin ir más lejos el Global Food Security Index, un ranking que elabora el semanario británico The Economist y que a partir de 28 indicadores sitúa a los países desarrollados y en vías de desarrollo en determinada posición en relación a su capacidad para enfrentar problemas de inocuidad y seguridad alimentaria, nos ubicó en el año 2017 en la posición 24 de 113, lo cual da fe no sólo a nivel interno del trabajo que junto al sector privado ha ido construyendo la institucio-

nalidad pública en esta materia, si no ante el mundo, siendo el país mejor rankeado a nivel latinoamericano.

Entonces ¿todo está bien? Podemos decir que sí, pero los escenarios son dinámicos, lo único permanente en las tendencias alimentarias son siempre enfrentando nuevos desafíos para asegurar la producción de alimentos inocuos y de calidad para los consumidores.

El enfoque de los planes modernos de inocuidad alimentaria se rigen por el análisis de peligros y controles preventivos basados en riesgos, a lo largo de toda la cadena productiva, que son de naturaleza transversal, se tornan determinantes a la hora de generar confianza, mantener la competitividad comercial del país y asegurar la salud pública en un espacio de fuerzas que requieren de equilibrio constante. Dicho equilibrio supone la implementación de procesos de coordinación que fortalezcan la institucionalidad existente y aborden los desafíos futuros, una institucionalidad con mirada sistémica que incorpore a todos los sectores, permita comprender sus necesidades, pero también haga posible que todos visualicen sus responsabilidades. En definitiva, una



67

HACER CON CIENCIA
 DIVULGACIÓN CIENTÍFICA PARA TODOS

¿QUÉ ES LA LISTERIOSIS?

ES UNA ENFERMEDAD INFECCIOSA PROVOCADA POR UNA BACTERIA LLAMADA... **LISTERIA MONOCYTOGENES**

PUUEEE AFECTAR A CUALQUIER PERSONA E INCLUSO PUEDE SER ASINTOMÁTICA...

...EN GRUPOS DE MAYOR RIESGO COMO EMBARAZADAS, ANCIANOS Y PACIENTES INMUNODEPRIMIDOS, PUEDE SER MÁS AGRESIVA LA TASA DE LETALIDAD EN ESOS GRUPOS VA DE **20 A 30 %**

LA LISTERIA PUEDE CONTAMINAR ALIMENTOS, VERDURAS CRUDAS, LECHE Y LÁCTEOS NO PASTEURIZADOS

SU TRANSMISIÓN PUEDE SER A TRAVÉS DEL CONSUMO DE ALIMENTOS CONTAMINADOS O DESDE LA MADRE AL FETO

CON MI MÉTODO INFALIBLE *delo Lollo*

PARA PREVENIR LA LISTERIOSIS SOLO DEBES:

- 1 CONSUMIR LÁCTEOS PASTEURIZADOS
- 2 MANTENER PRODUCTOS LÁCTEOS Y CECINAS A TEMPERATURAS MENORES A **5°C**
- 3 DESECHAR PRODUCTOS QUE HAYAN VENCIDO O CADUCADO
- 4 EVITANDO LA CONTAMINACIÓN CRUZADA

US A NUESTRA APP PARA ENTERARTE MÁS SOBRE INOCUIDAD ALIMENTARIA O INGRESA A www.achipia.cl

Fuente de la información: epi.minsal.cl (Ministerio de Salud)

ACHIPIA
 Agencia Chilena para la Inocuidad y Calidad Alimentaria

CHILE LO HACEMOS TODOS

Afiche de "Hacer Con-Ciencia" uno de los nuevos productos comunicacionales de ACHIPIA



La gran carrera de la Inocuidad en "Ciencia al Parque" evento organizado por PAR Explora Nororiente (UC). En la foto Ricardo Jacob del área de vinculación