

LA CONSTRUCCIÓN Y PERCEPCIÓN SOCIAL DEL GAS RADÓN



BERTA GARCÍA OROSA

Profesora Titular
UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

LA CUARTA OLA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

La comunicación juega un papel relevante dentro de la construcción de la realidad. Los actores sociales, económicos y políticos diseñan no solo los temas de los que habla la opinión pública sino también los marcos cognitivos desde los que esa realidad es comprendida y reinterpretada.

La ecología de este sistema ha sufrido grandes transformaciones en las últimas décadas. Los medios de comunicación, en el centro del tablero pese al momento de redefinición que están viviendo (García-Orosa et al., 2020), cuentan con la llegada de los medios nativos digitales, medios que nacen con la filosofía y las claves del nuevo entorno digital, los actores se hibridan y surgen nuevos agentes como los algoritmos o las plataformas. Los cambios recientes abren un panorama complejo, pero, al mismo tiempo ilusionante con, entre otros, la entrada masiva en el debate público de la Inteligencia Artificial.

La comunicación de riesgo y, en concreto, el gas radón, no es una excepción. Debemos, pues, entender el riesgo como un constructo social en cuyo esbozo participan los diferentes agentes implicados y, por supuesto, la ciudadanía y, al mismo tiempo, como un tema y una realidad influido por los cambios tecnológicos.

A lo largo de las próximas líneas se reflexionará sobre la comunicación y su relevancia para la construcción de realidades, pero, antes, se explicará el contexto que envuelve en el momento actual esta construcción, la comunicación digital y una breve referencia a su historia que nos permitirá comprender mejor las claves de la situación actual (Figura 1).

Pese a que la historia de la comunicación digital empezamos a escribirla hace escasamente medio siglo, sus cambios fueron rápidos y, en ocasiones profundos. Podemos indicar que todo comenzó en la primera oleada, en la década de 1990 del siglo XX. La mayoría de los agentes sociales con pro-

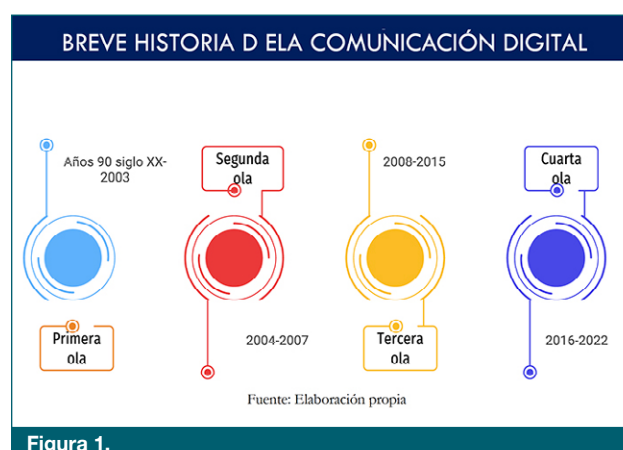


Figura 1.

yección pública estaban presentes en la red. Se caracterizó por la creación de multitud de sitios web que actuaban como depósitos de información unidireccional y asimétrica, con el correo electrónico como forma fundamental de interacción. No existen grandes cambios en la comunicación en esta primera fase más allá de un nuevo canal de comunicación que algunos actores crearon como elemento de marketing más que como nuevo encuentro con los receptores.

En una segunda ola, que fue datada entre 2004 (nacimiento de Facebook) y 2008 (García-Orosa, 2021), destaca el florecimiento de las redes sociales como la propia Facebook, Twitter o YouTube. La relevancia de las redes sociales en los diferentes aspectos de la vida social ha ido incrementando en los últimos años. Los consumidores son potencialmente productores y se alimenta la idea de la democratización de la red. Los ciudadanos son un valor fundamental desde el punto de vista para todas las instituciones bajo la idea de promover la participación, aunque suelen ser, sobre todo, instrumentos de viralización de mensajes (García-Orosa, 2021).

Las elecciones de 2008 en Estados Unidos marcan un hito con la campaña electoral de Barack Obama en la comuni-

cación digital. Se detecta un uso intensivo de redes sociales y la microsegmentación y los datos masivos (big data) caracterizan esta etapa.

La cuarta ola en 2016, en la que nos encontramos en el momento actual, se registra a partir de la campaña a favor del Brexit y las acciones de Cambridge Analytica pone en primer plano el uso de inteligencia artificial y permite destacar algunos de los hitos de esta etapa en la que nos encontramos: a) las plataformas digitales como actores políticos que intervienen en todas las fases de comunicación; b) el uso intensivo de inteligencia artificial y big data; c) la validación de la mentira como estrategia política (entre otros fenómenos fake news y deep fakes); d) la combinación de elementos hiperlocales con los supranacionales; e) el determinismo acrítico tecnológico; f) la búsqueda de engagement con las audiencias y procesos de co-producción y g) las tendencias con riesgos para la democracia: polarización de las opiniones, astroturfing, eco chambers y filtros burbuja (Figura 2). Este camino tecnológico marcado sobre todo por los cambios políticos y empresariales reconfigura la esfera pública. Los bots, las fake news, los nuevos actores políticos, la influencia de las plataformas digitales, el uso de la minería de datos y la IA, por tanto, han reconfigurado el debate público y también la comunicación de riesgo.

La pandemia SARS-CoV-2 también ha introducido nuevas claves en la comunicación, como ocurrió con la pandemia de 1918, que marcaron un punto de inflexión en la comunicación. Aunque todavía no sabemos si la COVID-19 puede suponer transformaciones permanentes para la comunicación, la de riesgo es, sin duda, una de las que más afectadas se ha visto.

CUARTA OLA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

- 2016 a partir de la campaña a favor del Brexit y las acciones de Cambridge Analytica. Pone en primer plano el uso de la inteligencia artificial. Hitos:
 - a) las plataformas digitales como actores políticos que intervienen en todas las fases de la comunicación;
 - b) el uso intensivo de inteligencia artificial y big data;
 - c) la validación de la mentira como estrategia de comunicación (entre otros fenómenos fakenews y deep fakes);
 - d) la combinación de elementos hiperlocales con los supranacionales;
 - e) el determinismo acrítico tecnológico;
 - f) la búsqueda de engagement con las audiencias y procesos de co-producción;
 - g) las tendencias con riesgos para la democracia: polarización de las opiniones, astroturfing, cámaras eco y filtros burbuja.

Fuente: García-Orosa, Berta. Digital Political Communication Strategies, Palgrave, 2022

Figura 2.

LA COMUNICACIÓN DE RIESGO Y EL GAS RADÓN COMO CONSTRUCTO SOCIAL

Durante los últimos años, se ha producido un creciente interés en la comunicación de riesgo, especialmente desde la pandemia del COVID-19, que ha dado lugar a un aumento significativo en la publicación de investigaciones científicas. La comunicación de riesgo, que implica la gestión del riesgo mediante la comunicación entre personas, grupos e instituciones en relación con la evaluación, caracterización y prevención o solución del riesgo, tiene tres grandes fases: la

fase de gestión precisa del riesgo, la fase de comunicación persuasiva y la fase en la que las instituciones públicas y privadas reconocen su responsabilidad en ambas dimensiones y llevan a cabo una buena comunicación.

La comunicación de riesgo implica proporcionar información sobre el riesgo, consejos sobre la reducción del daño e información sobre la eliminación del riesgo. Uno de los principales objetivos de la comunicación en salud pública es diseñar mensajes eficaces que puedan persuadir al público objetivo para cambiar actitudes o comportamientos de riesgo.

Desde el punto de vista de la Medicina, la comunicación de riesgo se define como un proceso bidireccional y dinámico de comunicación en el que la confianza es un elemento clave. Su objetivo principal es minimizar el miedo aclarando las incertidumbres en la medida de lo posible para ayudar a la comunidad a estar preparada para los cambios.

La comprensión del riesgo y la práctica de la comunicación del riesgo son inherentes a la conciencia de que el riesgo y abarca cualidades objetivas y subjetivas y que los juicios sobre el riesgo son un subproducto de las influencias sociales, culturales y psicológicas. Se han utilizado diversas perspectivas de estudio de la comunicación de riesgo, como la Teoría de la Motivación de Protección (TMP), el modelo de búsqueda y procesamiento de información de riesgo (RISP), el modelo de procesamiento heurístico-sistemático y la teoría del comportamiento planificado.

Uno de los marcos más utilizados es la Amplificación Social del Riesgo, que describe los procesos que pueden llevar a que algunos peligros y sucesos que los expertos consideran que presentan un riesgo estadístico relativamente bajo se conviertan en un foco de atención social, preocupación y actuación política mientras que otros comparativamente más graves reciben poca atención pública. La amplificación o atenuación de los riesgos puede tener graves consecuencias, como daños a la salud pública, aumento de la responsabilidad, costes económicos, pérdida de confianza en las instituciones y estigmatización.

La literatura científica cuenta con numerosos estudios sobre la comunicación de riesgos en situaciones de crisis (Gerdes, 2022). El riesgo se ha definido como la posibilidad de que las acciones o los eventos humanos tengan consecuencias que dañen los aspectos valorados por las personas (Rasmussen & Ihlen, 2017). A menudo se describe en términos de la probabilidad de que se produzca una pérdida (Stern et al., 1996). Sin embargo, el concepto de riesgo trasciende la definición técnica, que se basa en la probabilidad y la magnitud, y abarca la influencia de factores psicológicos, sociales, institucionales y culturales. Por lo tanto, el riesgo puede amplificarse o minimizarse según las acciones de los diferentes actores involucrados.

En lugar de considerar el riesgo como un elemento objetivo, consideramos las percepciones de riesgo como esquemas cognitivos en un contexto determinado y con elementos cognitivos y emocionales.

Los riesgos, independientemente de su base real, pueden ocultarse o visibilizarse.

En el caso del gas radón, pese a la relevancia y gravedad del riesgo, su presencia es muy escasa en los medios de

comunicación y la percepción de la opinión pública suele estar caracterizada por el desconocimiento.

En este punto nace nuestra investigación parte del concepto de riesgo como constructo social, de la importancia de la comunicación como factor de prevención de salud y realiza el estudio de caso de un riesgo, el gas radón, durante medio siglo. El gas radón emerge como una situación de riesgo con varias características desde el punto de vista social:

1. Es un riesgo continuado en el tiempo (se registran más de un siglo de informaciones en algunos de los medios de comunicación).
2. La relevancia del radón en España, especialmente en algunas de las comunidades autónomas.
3. El riesgo del radón para la salud pública.
4. La relevancia de los medios de comunicación digitales y de los gabinetes de comunicación institucionales en la divulgación y conformación de la opinión pública.
5. La importancia de conocer la percepción de la ciudadanía antes de planificar acciones de comunicación.
6. La relevancia de una buena comunicación y divulgación sobre el radón para evitar riesgos para la salud y costes económicos a corto y medio plazo.

De este contexto y de estas premisas surge un proyecto financiado por el Consejo de Seguridad Nuclear *Radón en España: percepción de la opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo (RAPAC)*. El proyecto tiene como objetivo principal realizar un estudio que no se había hecho por el momento en España: analizar la percepción pública del radón en España y las estrategias de comunicación existentes, para proponer acciones de comunicación dirigidas a diferentes sectores de la sociedad y de las comunidades autónomas más afectadas. Dentro de los ejes marcados, el proyecto presenta los siguientes objetivos específicos:

1. Analizar la percepción de la opinión pública, cartografiando el conocimiento de la ciudadanía sobre el radón en las diferentes comunidades autónomas.
2. Determinar las principales estrategias comunicativas empleadas por los medios de comunicación digitales sobre el radón.
3. Analizar la agenda institucional y la información facilitada desde las fuentes institucionales de las comunidades en función a la incidencia de radón.
4. Evaluar la percepción sobre el radón de periodistas, directores de comunicación, políticos y técnicos.
5. Diseñar un plan de comunicación para aumentar la eficacia en la comunicación del riesgo sobre el gas radón a partir de recursos digitales.

Es importante destacar en los objetivos del proyecto dos aspectos. El primero de ellos es la estrategia por comunidades autónomas. El diseño de esta investigación no solo pretende ofrecer resultados aplicables en toda España, sino que tiene interés en conocer las características de la percepción de la ciudadanía sobre el gas radón y su repercusión mediática en lugares con altos niveles de incidencia. Se considera que solamente con estos datos desglosados sería posible realizar una propuesta de estrategia de comunicación exitosa.

La segunda la vocación holística de abordar el radón desde el punto de vista de los expertos o de los medios de comunicación sino a través a la mayoría de los agentes sociales

implicados que permite obtener una radiografía y, al mismo tiempo, una propuesta de acción, en este caso comunicativa completa y coordinada. Si no es así, la comunicación no funcionaría en un mundo intercomunicado como el actual.

Con la aplicación de más de cinco técnicas diferentes de extracción de datos, se plantea un estudio internacional que busca conocer las estrategias de construcción y percepción del gas radón no solo en la ciudadanía sino también en todos los actores implicados.

ÚLTIMAS IDEAS Y RETOS PARA EL FUTURO

Este artículo pretende ser una primera reflexión sobre la relevancia social de la construcción del riesgo por parte de los diferentes agentes sociales (con estrategias comunicativas diferenciadas) y la importancia de la percepción del riesgo. Se enmarca en la cuarta ola de la comunicación digital con un uso intensivo de la tecnología y cambios relevantes en la esfera pública. Se presenta una investigación que está en marcha y de la que se esperan pronto resultados concluyentes. Se puede obtener más información sobre esta investigación en su web y redes sociales: <http://novosmedios.gal/es/radon-rapac/>; <https://www.researchgate.net/project/Radon-en-Espana-percepcion-de-la-opinion-publica-agenda-mediatica-y-comunicacion-del-riesgo-RAPAC>; <https://twitter.com/comunicaradon> o <https://www.facebook.com/comunicaradon/>.

Como últimas reflexiones y retos nos gustaría indicar las siguientes:

1. Importancia de la comunicación en el riesgo, especialmente en el caso del radón.
2. Relevancia de una correcta alfabetización mediática.
3. Importancia de la investigación científica social.
4. Necesidad de una reflexión holística sobre el gas radón como elemento social.

REFERENCIAS

- García-Orosa, B. (2021). Disinformation, social media, bots, and astroturfing: the fourth wave of digital democracy. *El Profesional de La Información*, 1–10. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.03>
- García-Orosa, B., López-García, X., & Vázquez-Herrero, J. (2020). Journalism in digital native media: Beyond technological determinism. *Media and Communication*, 8(2), 5–15. <https://doi.org/10.17645/mac.v8i2.2702>
- Gerdes, J. (2022). Diagnosing Unsettled Stasis in Transnational Communication Design: An Exploration of Public Health Emergency Communication. *Technical Communication Quarterly*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/10572252.2022.2069286>
- Rasmussen, J., & Ihlen, Ø. (2017). Risk, crisis, and social media: A systematic review of seven years' research. In *Nordicom Review* (Vol. 38, Issue 2). Nordicom. <https://doi.org/10.1515/nor-2017-0393>
- Stern, P. C., Fineberg, H. V., & National Research Council (U.S.). Committee on Risk Characterization. (1996). *Understanding risk : informing decisions in a democratic society*. National Academy Press.■