

SEMINARIO INTERNACIONAL

CENTROS DE INFORMACION

Como ya informamos en un anterior número de la Revista de la SNE, tuvo lugar a finales del año 1992 en Madrid el seminario internacional sobre el papel de los centros de información en los alrededores de las centrales nucleares, organizado por la Agencia para la Energía Nuclear de la OCDE, con la colaboración de ENRESA y UNESA. Presentamos en esta edición dedicada a la información, los aspectos más destacados de algunas de las intervenciones de esta jornada.

La sesión de apertura estuvo a cargo del Jefe de Relaciones Externas de la Agencia para la Energía Nuclear de la OCDE, Jacques de la Ferté, quien destacó el interés despertado por el tema a escala internacional, como lo demostraba la cantidad y calidad de los especialistas que acudieron al Seminario.

Afirmó que el progreso tecnológico no depende sólo de la capacidad de innovación y difusión de los conocimientos científicos, sino de su aceptación por parte del público, que, progresivamente, se vuelve más curioso y desconfiado frente a la tecnología, procurando informarse y tratando de comprender todo lo referente a la seguridad de la sociedad y a su entorno.

Se sabe que el público teme lo que no conoce. De ahí la importancia de los centros de visitantes situados cerca de las centrales nucleares, cuyo fin principal es, más que intentar su aceptación, informar sobre el papel de la central, su funcionamiento y las aplicaciones de la energía nuclear. Según la encuesta realizada en los países de la OCDE por la AEN, estos centros se han multiplicado y convertido en verdaderas herramientas de comunicación con el público a escala local, regional e, incluso, nacional e internacional. Es importante destacar que la gran mayoría de los visitantes

son jóvenes en edad escolar, acompañados por sus profesores, que encuentran la información necesaria para comprender mejor el significado de la energía nuclear para el abastecimiento energético de su país y sus ramificaciones socioeconómicas.

Igualmente, se han abierto nuevos centros de visitantes en instalaciones nucleares casi desconocidas para el público, como los emplazamientos de almacenamiento y evacuación de residuos radiactivos o los que agrupan las instalaciones del ciclo del combustible. Por otra parte, estos centros cuentan con las últimas técnicas audiovisuales, maquetas, animadas, simulaciones, experimentación, interactividad, etc., de forma que invitan a ver, tocar, ensayar, buscar y encontrar por uno mismo.

Sin duda, la concepción, realización y gestión de los centros de visitantes es hoy en día una profesión estrechamente unida a la explotación de las instalaciones nucleares, que mejoran su imagen y refuerzan su credibilidad. Representan, además, un puente indispensable entre ese monumento tecnológico que es la instalación nuclear y un público ávido de comprender y que necesita ser tranquilizado en cuanto a los riesgos inherentes a su funcionamiento.

Sobre el papel de los centros en la infor-

mación al público, Pierre Pollier, de la Dirección de Comunicación y Asuntos Internacionales de EDF, afirmó que ver una central y hablar con su personal es mucho más convincente que la mayor parte de las discusiones y los debates sobre el tema, por lo que las visitas a centrales son en este momento un eje importante de la política de comunicación de EDF. Comentó también que un centro de información representa una apertura hacia el exterior, por lo que su acceso debe ser fácil, contando con personal que brinde una acogida de calidad.

Por otra parte, Francis Sorin, consultor de la AEN-OCDE, presentó los resultados de una encuesta de la Agencia, en la que se realizaron una serie de 30 preguntas a un total de 61 instalaciones nucleares de 16 países, incluyendo los miembros de la OCDE la CEI y otros países del este de Europa. De este total, 44 eran centros de información de centrales nucleares; los otros 17 correspondían principalmente a centros de instalaciones relacionadas con el ciclo de combustible.

Como datos generales, se sabe que la superficie media de los centros está entre los 200 y los 500 m², siendo el mayor (1.800 m²) el de Rokkasho Mura, en Japón; la media de duración de las visitas es de 1 hora; el centro está atendido por 2-6 personas; el costo medio es de 2,5 millones de francos franceses. En cuanto a los visitantes, la mayor parte pertenecen al "gran público", sin una formación científica especial; los niños en edad escolar representan aproximadamente el 50% de los visitantes; el número de visitas anuales oscila entre 10.000 y 20.000, siendo los más grandes Sellafield (130.000) y Rokkasho (150.000), los medios Chinon (45.000) y Almaraz (30.000), entre otros, y los pequeños Washington NP (3.300), Greifswald (3.000) y varios en los países del este europeo.

En lo referente a la información, resulta cuando menos curioso que sólo una pequeña parte de los centros realicen encuestas regulares de la opinión de sus visitantes, aunque muchos de ellos indican que estas encuestas están en preparación. En general, la información dada en los centros se centra más en dar a conocer la instalación y la energía nuclear que en pretender una aceptación de la misma; existe, además, una tendencia a dar una información global sobre la



energía nuclear y las diferentes aplicaciones pacíficas del átomo, intentando hacer de "lo nuclear" algo más conocido y familiar.

En cuanto a los medios utilizados, son muy similares en la mayor parte de los centros: paneles con textos e ilustraciones, películas, maquetas y exposición de objetos varios. Destacan algunas atracciones especiales que llaman especialmente la atención de los visitantes, como retransmisiones televisivas, en directo, de actividades de la central; acuarios que reconstruyen la vida marina de la zona; simuladores de la sala de control, mencionando, entre otros, la medida de radiactividad con contadores Geiger que se realiza en la central de Cofrentes. Una de las conclusiones de la encuesta es que los centros son considerados, por los responsables de la energía nuclear, como medios privilegiados de comunicación con el público.

La sesión siguiente abordó las estrategias y objetivos de los centros de información. En ella, Alfonso Alvarez Miranda, Presidente del Forum Atómico Español, afirmó que en la comunicación nuclear el Centro de Información y la central son inseparables, por lo que toda central nuclear debe disponer de un buen centro, dotado de los medios necesarios, ya que, a pesar de ser evidente que no contribuye a la buena marcha técnica de la central y que la inversión necesaria no influye de forma directa en los resultados económicos, sí puede influir decisivamente en una opinión pública, capaz de originar retrasos que se traducen en importantes pérdidas económicas.

Afirmó también el presidente del FAE que es relativamente fácil montar un centro bien dotado; lo verdaderamente difícil es hacer funcionar todo con eficacia, en lo que influye decisivamente el jefe del centro. "La capacidad de diálogo, el dominio y buen uso de los argumentos, un cierto nivel de conocimientos técnicos, la claridad en la expresión, la seriedad de carácter y la buena aceptación de reproches o posturas críticas forman parte del perfil ideal que corresponde a un buen jefe de un centro de información", por lo que expresó la necesidad de una buena elección inicial y una formación especial que les permita dominar la técnica de la comunicación. Como última reflexión, indicó que los centros y sus responsables deben ser reconocidos dentro de la estructura organizativa de la central, dándoles la jerarquía que merecen.

En esta misma sesión participó Martin Kay, de Nuclear Electric (Gran Bretaña), quien se refirió al papel de las relaciones públicas y, dentro de éstas, los centros de información, que pretenden crear un clima de opinión que permita al gobierno tomar una decisión rápida sobre la cons-

trucción de nuevas centrales nucleares, con el objetivo de obtener el apoyo para el proyecto Sizewell C. Además, se han trazado como cotas a alcanzar un mayor conocimiento de Nuclear Electric, incrementar el apoyo a la energía nuclear por encima del 50% y asegurar que ningún partido político capaz de formar gobierno adopte una política de abandono de la energía nuclear.

Sobre la respuesta de los visitantes de los centros de información, dio algunos datos de interés: la gente recuerda el 30% de lo que lee, el 40% de lo que escucha, 50% de lo que ve y 60% de lo que hace; además, los textos son habitualmente ignorados o malentendidos.

Este seminario contó con la participación de Vladimir Sukhoruchkin, del Instituto Kurchatov de Rusia, quien después de afirmar que posiblemente los objetivos de las relaciones de las instituciones rusas con el público y los medios de comunicación no coincidan totalmente con los de sus colegas en Occidente, se refirió a la historia del Instituto, cuya situación es realmente extraordinaria, puesto que siendo uno de los más grandes centros de investigación nuclear en el mundo, está situado en una de las ciudades más grandes (hay sólo seis paradas de metro desde el Instituto hasta el Kremlin). El centro de información comenzó a funcionar en 1989, en la época de mayor protesta contra el desarrollo de la energía nuclear en la URSS, y tiene como objetivo atender a los periodistas, aunque también recibe a niños y estudiantes en general.

En la historia reciente de la URSS, el cambio de actitud del público hacia la energía nuclear ha sido evidente, y las razones son obvias: antes del accidente de Chernobil y del proceso de democratización, la actitud era bastante favorable, ya que existía una censura hacia los medios de comunicación, a los que no se les permitía ninguna crítica relacionada con la energía nuclear. Esto originó que las prioridades de desarrollo se centraran en la producción de la energía, más que en la solución de problemas de seguridad. La crítica surgida después del accidente de Chernobil aumentó el diálogo entre la comunidad nuclear y el público y contribuyó a la mejora de la calidad y la seguridad nuclear. Desde el punto de vista de información pública, la importancia del Centro y del propio Instituto Kurchatov radica fundamentalmente en que es la única organización en Rusia que cuenta con un experto grupo de profesionales con gran experiencia en energía nuclear no sujeta a ningún organismo estatal de construcción y operación de centrales, lo cual les brinda la posibilidad de actuar como árbitros objetivos ante la opinión pública.

En representación de ONDRAF/NIRAS, la empresa de gestión de residuos ra-

diactivos de Bélgica, intervino Valentine Vanhove, quien presentó un estudio desarrollado dentro del programa de I+D en gestión de residuos de las Comunidades Europeas, cuyo propósito es definir una estrategia de información en este tema, dirigida a un sector concreto de público: jóvenes entre 15 y 18 años, debido a su importancia como creadores de opinión en el futuro, además de profesores de educación secundaria.

El modelo ha utilizado los resultados de una encuesta de opinión realizada a jóvenes y profesores, de la que se pueden extraer algunos datos interesantes: No existe una demanda real de información en la materia, lo que hace necesario un marco definido en el que pueda desarrollarse el análisis del tema y que pueden ser los propios colegios, siendo necesario contactar y recibir el apoyo de sus directores; la información debe cubrir los aspectos técnico-económicos, humanitarios, políticos, técnicos y deontológicos; la estrategia de comunicación no debe enfocarse exclusivamente a una élite de futuros científicos, sino que deben tener acceso a la información todos los niveles educativos; esta información debe ser dada siempre por expertos que estén en contacto directo con el tema; el conocimiento del trabajo diario en el tema se considera la mejor experiencia.

Estos datos llevaron a desarrollar un proyecto de comunicación con material audiovisual y documental, puesto en práctica en el centro de información de Belgoprocess, la filial industrial de ONDRAF/NIRAS, en el que se familiariza al público fundamentalmente con el manejo de la radiactividad, la gestión de los residuos radiactivos y las futuras soluciones para su almacenamiento.

En la sesión sobre técnicas utilizadas para informar a los visitantes, uno de los expositores fue Kurt Hüttinger, experto en diseño e instalación de centros de información, quien afirmó que un centro moderno no debe servir sólo para brindar información, sino que debe ser un lugar de reunión para promover la comunicación. Planteó la posibilidad de organizar exposiciones turísticas, de arte, conciertos en el propio, que sirva de foro para los miembros de la central. "La información crea confianza"; a este respecto, el centro debe dar información a través de una mezcla de medios activos y pasivos, con una arquitectura estudiada y un estilo atractivo.

La experiencia finlandesa fue presentada por Veli-Matti Ämmälä, de TVO, quien se refirió al emplazamiento de Olkiluoto, en el que se encuentran dos unidades de la central nuclear, un almacén de residuos de baja y media, y un simulador de formación. El centro de información está abierto al público todos los días y se permiten las visitas sin guía, siendo los fines de semana y el verano

los períodos en los que se reciben la mayor parte de estas visitas espontáneas. Se realizan campañas en la prensa y la radio locales invitando al público en general a visitar el centro de información de Olkiluoto y sus alrededores. El señor Ämmälä afirmó que una persona recibe impresiones a través de todos sus sentidos y esto debe ser tenido en cuenta cuando el visitante entra en el centro: la primera impresión sólo se da una vez.

El Director de Comunicación de la Central de Chinon (Francia), Edouard Poulain, expuso la experiencia singular de esta instalación, situada a algo menos de 300 km. de París y que recibe una media de 45.000 visitantes al año. Caracterizada por su forma esférica, "La Bola" fue la primera central nuclear francesa de producción de energía eléctrica y ha sido convertida en museo; muestra de forma atractiva, utilizando las técnicas actuales de animación y comunicación, cómo funciona una central nuclear y cómo EDF ha llevado a cabo un gran desafío tecnológico desde 1963.

Antes de entrar en el interior de la central, un espectáculo audiovisual transporta al visitante a los años sesenta, pudiendo descubrir o redescubrir los acontecimientos políticos, culturales y tecnológicos ya lejanos y a menudo olvidados de la época donde "La Bola" fue concebida. Se pretende hacer llegar el mensaje de que no existe el mito nuclear, que el funcionamiento es accesible a los no iniciados y que el hombre domina la máquina gracias a la suma de los conocimientos adquiridos tras varios decenios.

Jean-Claude Fernique, responsable de relaciones internacionales de ANDRA, la Agencia Nacional para la Gestión de los Residuos Radiactivos de Francia, expuso la experiencia del Centro de Información del almacenamiento de residuos de l'Aube, que fue abierto al público en 1991, una año antes de la puesta en marcha de la instalación, cumpliendo así uno de los principales objetivos de ANDRA: la acogida y comunicación al público.

Situado en el exterior del perímetro de la instalación nuclear, este Centro está dividido en tres grandes espacios:

- La sala principal, con paneles informativos sobre ANDRA y sobre las características geológicas de la región, pudiendo encontrar igualmente datos sobre los lugares turísticos y los productos de artesanía de la zona.
- La sala de proyección, con capacidad para cincuenta personas, que permite asistir cómodamente tanto a la proyección de películas como a charlas de los encargados de las relaciones públicas o de invitados especiales.
- La sala superior, cuya vista se extiende sobre el emplazamiento, presenta

diversas maquetas y se puede acceder a la misma por una rampa, a lo largo de la cual se presentan las riquezas de la fauna y la flora locales.

El tratamiento de la información sobre la gestión de residuos radiactivos en los Países Bajos fue presentada por el Director de COVRA, J. Vrijen, quien afirmó que no existe una fórmula única que funcione siempre, puesto que varían los mensajes, los informadores, las circunstancias e incluso, muchas veces, hasta el punto de partida. Para el señor Vrijen, no tiene mucho valor el material informativo impreso si no se ha preparado previamente la mente del receptor, y no cree, además, que sean productivos los debates públicos sobre los pros y los contras de la gestión de residuos, ya que la atmósfera del debate será el factor que mayor influencia tendrá en el espectador. Lo más importante es apoyar estas informaciones con la posibilidad de relacionar directamente al público con la materia que se analiza, llevarle a conocer los centros de producción o almacenamiento para que conozca sus verdaderas características.

El director del departamento de relaciones públicas de British Nuclear Fuels, Duncan Jackson, se refirió al centro de Sellafield, que está considerada como una gran atracción turística en el Reino Unido. Desde su punto de vista, hacer a la ciencia y a la industria accesibles al público es de vital importancia, lo cual se traduce en hacer la operación comprensible, establecer las intenciones honestamente y exponer tanto los beneficios como los costos claramente. Según las estadísticas del centro, la principal razón de los visitantes para acudir a Sellafield es encontrarse de vacaciones en la zona (73%), los anuncios de TV (42%) y el interés en la industria nuclear (33%). Algunos datos de encuestas realizadas a los visitantes revelan datos interesantes: el 63% tiene una visión positiva de la industria nuclear; de los visitantes que llegan con una visión negativa, sobre el 40% salen con una sen-

sación más positiva; de los que llegan con una actitud muy desfavorable, sólo el 20% adopta una actitud más favorable; resulta difícil suavizar la visión del grupo más negativo, formado por el 8,5% de los visitantes.

Otra experiencia interesante fue la aportada por Hiromitsu Mochizuki, director de relaciones públicas de Japan Nuclear Fuel Limited, de Japón, un país con 41 centrales nucleares en funcionamiento, con una capacidad total instalada de 33,24 millones de kilovatios que aportan alrededor del 30% de la energía eléctrica total del país. El Centro de Visitantes de Rokkasho, dedicado al ciclo de combustible nuclear, fue abierto al público en septiembre de 1991 (después de seis años de funcionamiento de otro a pequeña escala), por decisión y con financiación de la Federación de Compañías Eléctricas y la Empresa de Combustible Nuclear de Japón. Este centro, además de dar información sobre combustible nuclear, se ha convertido en un punto de encuentro local, trazándose como objetivo apelar a la razón y a la sensibilidad de la población, muy influida aún por las consecuencias de la bomba atómica en Hiroshima y Nagasaki.

Desde julio de 1992, el centro organiza, además de las visitas habituales, grupos organizados, especialmente en época de vacaciones, que son especialmente acogidos por los niños. Otro aspecto en el que incide de manera especial es en transmitir al visitante la imagen de humanidad que existe detrás del proceso de producción. Este centro celebró en septiembre del pasado año el primer aniversario de funcionamiento, recibiendo más de 140.000 visitantes en ese período, mucho más de lo esperado inicialmente, lo que es, a juicio del ponente, un reflejo del gran interés de los habitantes de la región por las instalaciones relacionadas con el combustible nuclear.

En lo referente al impacto de los centros en el público, intervino, entre otros expositores, Lynne Neal, director de comunicación industrial de USCEA (US Council



for Energy Awareness), la asociación de comunicación e información de la industria de energía eléctrica comercial de los EE.UU. Esta asociación representa alrededor de 400 compañías relacionadas con una gran variedad de actividades del sector nuclear, y su objetivo es el buen conocimiento, aceptación y apoyo entre las personas con decisión política, los líderes de opinión y el público. De acuerdo con sus datos, la gran mayoría de la población de los Estados Unidos cree que la energía nuclear jugará un papel importante en la producción energética, pero están preocupados por su seguridad; además, si se eliminan los porcentajes de opiniones totalmente a favor y totalmente en contra (10% aproximadamente), el resto no tiene una opinión definida y es ese gran conjunto el que debe recibir una amplia información, ya que la opinión del público no sólo influye en la construcción de nuevas centrales, sino también en el enfoque de trabajo diario.

Con relación a los centros de información, cerca del 66% de las centrales nucleares de los EE.UU. los tienen, recibiendo al año, en conjunto, alrededor de un millón de visitantes. De acuerdo con una encuesta realizada en marzo de 1992, el 16% de los adultos de ese país han visitado alguno de ellos, de los cuales el 72% afirmaba que la visita les había hecho sentir que la energía nuclear es una buena forma de producción y el 53% que había incrementado su sentimiento favorable hacia esta energía. También se extrajo como dato que las empresas eléctricas que había aportado una mayor cantidad de información en su zona de influencia había obtenido un afianzamiento en la confianza de sus clientes hacia su capacidad para explotar una central nuclear de forma segura. Uno de los aspectos que preocupa a los visitantes y que es analizado habitualmente es el medio ambiente y la influencia de esta energía en su conservación, siendo éste uno de los mensajes más efectivos sobre la energía nuclear. En general, los centros están adquiriendo una importancia cada vez mayor en los Estados Unidos.

Jean Brohand, del Departamento de Información y Relaciones Exteriores de EDF, recordó que el parque nuclear francés está formado por 55 unidades en explotación y otras cuatro en construcción. En 1991, el 73% de la electricidad producida en Francia fue de origen nuclear. Por tanto, es una prioridad la aceptación del público a esta fuente energética.

EDF considera la visita a una central nuclear como una de las mejores herramientas de comunicación. Durante el primer semestre de 1992, 143.000 personas visitaron una central, por lo que, de cara a mejorar los centros de infor-

mación, se ha realizado una encuesta que ha permitido extraer, entre otras, las siguientes conclusiones: los centros de información no son suficientemente conocidos; se pueden potencializar las visitas, sin que vayan forzosamente unidas a las de las instalaciones, pueden permitir el desarrollo de una labor pedagógica y la relación con profesionales, así como el intercambio de ideas.

En el análisis sobre el papel de los centros de información en el ámbito local, B. d'Heyilly, Jefe de Comunicación de la central de Creys-Malville, afirmó que la estrategia de comunicación de una central nuclear como la de Creys-Malville, prototipo de los reactores de neutrones rápidos (RNR) es importantísima. Su potencia de 1.240 MW es comparable a la de los más potentes reactores nucleares convencionales, siendo una realización europea. Su construcción fue iniciada en 1977 por NERSA, sociedad privada formada por EDF (51%) ENEL (33%) y SBK (16%). Esta última empresa agrupa las participaciones alemana, holandesa, belga e inglesa.

La historia de Superphénix ha sido agitada desde sus comienzos. Símbolo de la perennidad de la industria nuclear, se ha convertido en el símbolo de los anti y de los pro nucleares. Su construcción fue acompañada de una desgraciada información triunfalista, que presentaba a este prototipo industrial como el "no va más" del parque nuclear europeo. Luego, surgieron durante el funcionamiento las inevitables averías de explotación, con la lógica incidencia en los costos previstos. Además, el contexto político y económico mundial ha ido cambiando con los años.

En julio de 1990 fue parada la central por una polución del sodio primario, problema que se solucionó en nueve meses. Sin embargo, por diversas decisiones políticas y exigencias burocráticas, no sólo no ha sido puesta en marcha de nuevo, sino que todavía deberá transcurrir un período de unos dieciocho meses para su funcionamiento.

Por todo ello, es imprescindible una estrategia de comunicación importante a nivel internacional, nacional y regional, de cara a conseguir los siguientes objetivos: desapasionar el debate sobre Creys-Malville, hay que hablar de hechos y no de símbolos; despertar interés en el público por comprender la industria nuclear en general y el prototipo de Creys-Malville en particular; explicar la situación actual de la central y su incidencia en la economía de la región; facilitar al público la información necesaria para que se formen su propia opinión, y hacer una reflexión a largo plazo.

Existen dos puntos de acogida a los visitantes. El primero, de acceso libre, se encuentra situado fuera del emplazamiento y tiene una espléndida vista del

mismo y del paisaje de los alrededores. El segundo, Centro de Información al Público, situado a la entrada del emplazamiento, es de acceso restringido y en él son recibidos los visitantes por los guías, aunque no forma parte integrante del circuito típico. Es un lugar muy agradable y cuidado, en el que es fácil circular, contando con los medios más adecuados para informar al público.

La experiencia de Suecia en lo referente a información pública tiene unas características muy especiales. Según informó Seve Ungermark, jefe de relaciones públicas y relaciones con los medios de SKB, las mayores dudas sobre el tema nuclear se presentan en el campo de los residuos radiactivos, por lo que las propietarias de las cuatro centrales suecas decidieron, en 1988, ampliar el tema de información a través de su empresa de residuos SKB. Debido a la lejanía de las centrales de los grandes centros de población, se han adoptado dos alternativas móviles. La primera y más significativa es el barco Sigyn, diseñado por los suizos y construido por los franceses, que visita alrededor de 15 puertos a lo largo de la costa sueca al año, recibiendo unas 85.000 personas, más de las que acuden a todas las centrales del país. Para las épocas del año en las que no es posible la navegación del Sigyn se ha dispuesto de un camión que va recorriendo algunas zonas y que, al igual que el barco, permite al público tener un conocimiento directo de la energía nuclear y la gestión de los residuos, público que, por otra parte, en su mayor parte no habría visitado una central por propia iniciativa.

La información brindada por una central en proceso de clausura fue presentada por D. Brauer, quien hizo referencia a la central de Greifswald, cuyas unidades 1 a 5 fueron cerradas definitivamente, mientras que las 6, 7 y 8, en diferentes estados de construcción, han sido paralizadas. Además, en el mismo emplazamiento se encuentra un almacén intermedio para combustible gastado, un centro de simulación y diversas instalaciones complementarias a la central. En una situación de este tipo puede plantearse si realmente es necesario un centro de información, a lo cual la respuesta es, rotundamente, afirmativa. Por un lado, el emplazamiento debe ser conservado desde el punto de vista industrial, ya que la región es pobre en este sentido. Por otra parte, el proceso de reunificación obligó a abrir un centro de información, inexistente hasta entonces, que ha tenido una influencia positiva en los alrededores de la central y cuya importancia se ve incrementada por el hecho de que se tiene previsto construir una nueva edificación que cumpla todos los requisitos técnicos y públicos necesarios.