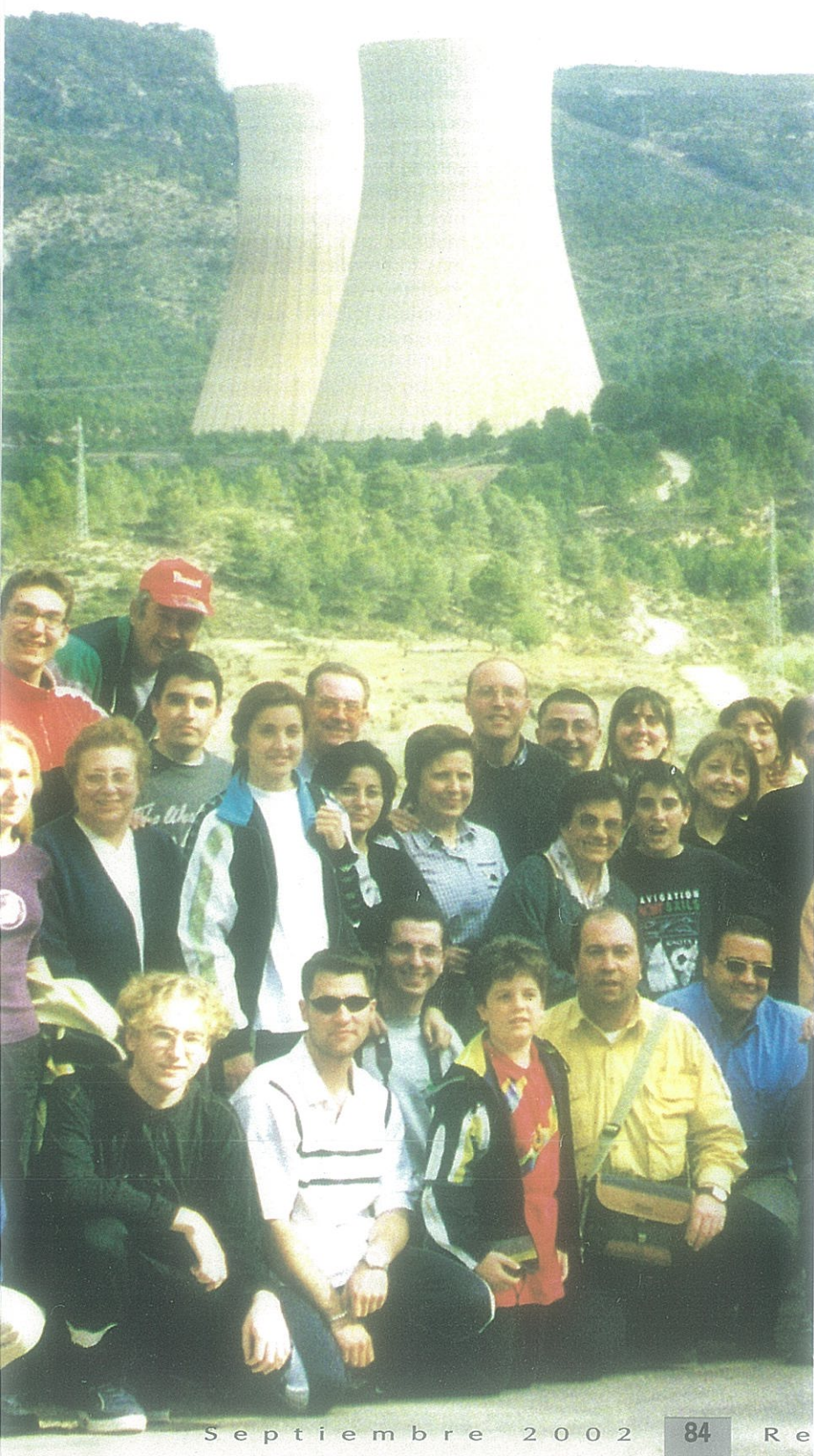


COMUNICACIÓN Y RELACIONES EXTERNAS

COMMUNICATION AND EXTERNAL RELATIONS

El compromiso de informar
A commitment to inform



La identidad de una empresa es lo que realmente es, mientras que su imagen es lo que otros piensan o creen que es, por lo que la simple combinación de estos dos conceptos, identidad e imagen, bastaría para simplificar las actividades de comunicación. Sin embargo, identidad e imagen son conceptos complejos y variables condicionados por el entorno, opiniones, expectativas, actitudes de otros, evolución del mercado y muchos otros factores.

En Cofrentes siempre hemos sido conscientes de las dificultades que entraña una buena comunicación a todos los niveles, por eso desde el primer momento, incluso antes de la puesta en marcha de la Central, se establecieron cauces de atención al público y de relación con todos los estamentos que conforman el entorno físico, humano e institucional de CN Cofrentes en sus tres posibles esferas de influencia a nivel local, provincial y nacional.

A company's identity is what it really is, whereas its image is what others perceive or think it is. Therefore, it should suffice to simply combine these two concepts – identity and image – to simplify communication activities. However, identity and image are complex, varying concepts that are conditioned by environment, opinions, expectations, attitudes, market evolution and many other factors.

In Cofrentes, we have always been aware of the difficulties involved in successful communication at all levels and, therefore, from the very beginning, even before the Plant was started up, channels were established for public service and relations with all the entities of Cofrentes NPP's physical, human and institutional environment in its three possible spheres of influence at the local, provincial and national levels.



Vista de la Sala del
Centro de
Información de C.N.
Cofrentes/
Information Center
view.

Cofrentes began to operate in 1984. However, by then the plant had already been visited by nearly 30,000 people, including students and different collectives, thus providing clear proof of the social commitment acquired in the area of communication. This commitment has been upheld over the years and today, after eighteen years of operation, the number of people who have visited the plant is now 233,628.

However, these visits, though they are an important social activity in view of the technical-educational focus of presentations made through the plant's Information Center, with special emphasis placed on teaching centers, they are not the only reference for relations with our environs.

The strategy that supports the Plant's communication policy should, on one hand, address the needs posed by the communication criteria that the company, through its Management, wishes to establish to achieve its objectives; on the other hand, it should address the needs that both Plant professionals and entities, institutions and the general public constantly demand of the plant.

The Cofrentes NPP Human Resources and Communication Organizations undertakes many activities in its attempt to reach out to local and autonomous institutions, communication media, universities, ecologist groups, and electric and nuclear industry enterprises.

The ongoing, open relationships with all these social agents and any other organization that requests our collaboration are the result of a communication culture based on true, transparent information, and at the same time they underline our constant concern with contributing to the improvement of the socioeconomic environment.

The basic principles of our information and external communications policy are based on respect for the public and their requests for information, regardless of what form they are in; on respect for the opinion of our opponents; on clear, comprehensible explanations; and always, always on the assurance of total transparency.

We should be aware that the nuclear option is a technically complex issue whose details are often impossible to explain to the average citizen, journalist or political leader. Therefore, the first essential step is to make sure that all these people trust the experts' message, and in this respect

Cofrentes comenzó a funcionar en 1984. Sin embargo, para entonces, ya había sido visitada por cerca 30.000 personas, entre estudiantes y colectivos diversos, dando una clara muestra del compromiso social adquirido en materia de comunicación, compromiso que se ha mantenido en el tiempo, siendo hoy, tras dieciocho años de funcionamiento, 233.628 las personas que nos han visitado.

Pero las visitas, aun siendo una importante actividad social, dado el enfoque técnico-educativo de las presentaciones realizadas a través del Centro de Información, con especial atención a los centros de enseñanza, no son la única referencia en las relaciones con nuestro entorno.

Como estrategia que impregna la política de comunicación de la Central, ésta debe obedecer a las necesidades que se planteen, de un lado a los criterios de comunicación que la empresa a través de la Dirección quiere lanzar cubriendo sus objetivos; pero, de otro, no menos importante, debe responder a las necesidades que tanto profesionales de la Central como entidades, instituciones y público en general demandan constantemente de la Planta.

La Organización de Recursos Humanos y Comunicación de CN Cofrentes despliega una amplia actividad que alcanza a las instituciones locales y autonómicas, medios de comunicación,



Visita de estudiantes universitarios al Centro de Información de CN Cofrentes. /
University students in a visit to the Cofrentes NPP Information Center.

universidades, colectivos ecologistas y entidades del sector eléctrico y nuclear.

La relación permanente y abierta, con todos estos agentes sociales, y con cualquier otro que solicite nuestra colaboración, responde a una cultura de comunicación basada en la veracidad y la transparencia informativa, al tiempo que demuestra una preocupación constante por participar en la mejora del entorno socioeconómico.

Los principios básicos de nuestra política de información y comunicación externa se basan en el respeto hacia el público y sus solicitudes de información, independientemente de cómo se expresen; en el respeto hacia la opinión de los que se oponen; en exposiciones claras y comprensibles, y siempre, siempre, en la garantía de una total transparencia.

Debemos ser conscientes de que la opción nuclear es un tema técnicamente complejo, cuyos detalles en ocasiones son imposibles de explicar al ciudadano medio, al periodista o al líder político, por eso un primer paso indispensable es conseguir que todos ellos confíen en el mensaje de los expertos, y en este sentido disponer de un portavoz y de una organización responsable de establecer y desarrollar políticas de comunicación es el camino para generar confianza y obtener credibilidad. La comunicación bien dirigida y la participación activa con el entorno tiene claramente un efecto de legitimación social, muy importante para un sector de percepción tan compleja como el nuclear.

ACTUACIONES CONCRETAS

En la práctica, estas políticas de relaciones externas tienen su reflejo en una serie de actuaciones concretas, que de un modo general y según el marco donde se desarrollan se pueden resumir del siguiente modo:

RELACIONES CON LAS INSTITUCIONES NACIONALES Y AUTONÓMICAS, a través de Comparecencias anuales en Instituciones como la Comisión de Industria del Congreso de los Diputados o la Comisión de Seguridad de las Cortes Valencianas, o mediante la firma de Protocolos y Acuerdos de colaboración con la Delegación de Gobierno en la Comunidad Valenciana y el Consorcio Provincial de Bomberos de Valencia sobre servicios contra incendios en la Central.

La participación con la Escuela



Visita de Supervisores de Instalaciones Radiactivas de la UPV/
Radioactive Installations Supervisors in a visit to Cofrentes NPP

Nacional de Protección Civil en la redacción e impartición de Cursos, o las múltiples colaboraciones con el PENVA (Plan de Emergencia Nuclear de Valencia) prestando apoyo en la realización de cursos de formación para bomberos del Consorcio, y cursos para el personal actuante de los Grupos Logístico y Sanitario del PENVA, son otros buenos ejemplos de colaboración con las instituciones.

CON LAS INSTITUCIONES LOCALES, se mantienen reuniones periódicas a través de la Mancomunidad del Valle Ayora-Cofrentes y los Ayuntamientos del entorno próximo a la Central para el seguimiento de actividades conjuntas y colaboraciones de tipo sociocultural, como certámenes literarios, de pintura, carreras populares, etc.

LAS RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, por la naturaleza de nuestra actividad, suelen ser bastante frecuentes, teniendo su máximo exponente en la **celebración de Ruedas de Prensa anuales** para presentar los resultados de operación y funcionamiento de la Central del año anterior, y en el **envío de Notas de Prensa y Comunicados** a todos los medios de comunicación locales, regionales, nacionales y agencias, cada vez que se produce algún hecho noticiable en la Central, como paradas automáticas, recargas de combustible, aumentos de potencia, etc.

Son así mismo muy significativas las **Jornadas de Comunicación** dirigidas específicamente a profesionales de la información con participación de ponentes de reconocido prestigio profesional. Estas Jornadas se hacen coincidir con periodos de recarga de combustible para facilitar a los periodistas una visita detenida

having a spokesperson and an organization responsible for establishing and developing communication policies is the best way to generate confidence and achieve credibility. Well-targeted communication and active participation in the environs clearly has an effect of social legitimization, which is very important for a sector as complex as nuclear.

SPECIFIC ACTIONS

In practice, these external relations policies are reflected in a series of concrete actions that, depending on the framework they are developed in, can generally be summarized as follows:

RELATIONS WITH NATIONAL AND AUTONOMOUS INSTITUTIONS, through annual appearances in Institutions such as the Industry Committee of the Congreso de Diputados (national Parliament) or the Safety Committee of the Valencia Parliament, or by signing collaboration Protocols and Agreements with the Government's representative in the Valencia Region and the Provincial Firefighting Brigade of Valencia regarding fire protection services in the Plant.

Other examples of plant collaboration with institutions include cooperation with the National Civil Defense School in preparing and giving courses, and multiple collaborations with PENVA (Valencia Nuclear Emergency Plan) by providing support for training courses for Brigade firemen and courses for active members of the PENVA Logistic and Health Corps.

RELATIONS WITH LOCAL INSTITUTIONS: periodic meetings are held with the Ayora-Cofrentes Valley Association and City Councils in the vicinity of the Plant, to track joint activities and socio-cultural collaborations, such as literary and painting contests, popular marathons, etc.

RELATIONS WITH COMMUNICATION MEDIA: because of the nature of our activity, these contacts are usually quite frequent, with the most important events being the **annual Press Conferences** to present the Plant's operating results from the previous year, and the **Press Releases and Notices** sent to all local, regional and national communication media and news agencies whenever a newsworthy event occurs in the Plant, such as scrams, refueling outages, power uprates, etc.

Equally significant are the **Communication Seminars** that are specifically intended for information professionals and in which

Participación de periodistas en las IV Jornadas de Comunicación de C.N. Cofrentes / A group of journalists in VI Communication Seminars of Cofrentes NPP.

professionally renown speakers take part. These Seminars are made to coincide with refueling periods to offer journalists a complete visit of the facility. In general, it can be affirmed that these seminars have been very well received by communication professionals.

Finally, the Plant sends representatives to **Roundtables, Colloquies and radio and television programs** whenever our participation is requested.

The UNIVERSITY is another field of action within external relations, which includes **Summer Scholarships** during the months of July and August for students in the last two years of Physical Science and Chemistry studies at the Valencia Polytechnic University (UPV), and **collaboration on advanced reactor studies** with the Department of Chemical and Nuclear Engineering of the UPV and on **instrumentation and electrical equipment calibration** with UPV Laboratories.

2001 BAROMETRIC SURVEY ON PUBLIC ACCEPTANCE OF COFRENTES NPP

As indicated in this article, Cofrentes NPP has an identity and image and is involved in many activities in its environs, and it cannot afford to ignore the repercussions of these activities. In order to ascertain the state of public opinion and receive feedback, evolution of the population's attitudes towards nuclear power in general and Cofrentes NPP in particular must be measured.

Some of the results presented below are from the eighteenth Valencia Opinion Barometer Survey carried out between November 19 and December 5, 2001, on a study population of 1,438,000 residents in the province of Valencia and Almansa (Albacete). The sample size was 600 interviews with a distribution proportional to the population of the Ayora-Cofrentes Valley (100 interviews), the municipalities of Requena and Almansa (100 interviews) and the rest of the province of Valencia (400 interviews). The survey was based on a system of random sampling and face-to-face personal interviews with a formalized questionnaire.



de la instalación. En general se puede afirmar que han sido muy bien acogidas por los profesionales de la comunicación.

Por último señalar la asistencia de algún representante de la Central a **Mesas Redondas, Coloquios y Programas de radio y televisión** cada vez que se solicita nuestra participación.

LA UNIVERSIDAD es otro de los campos de actuación dentro de las relaciones con el entorno, que se materializa en forma de **Becas Estancia de Verano** durante los meses de julio y agosto para estudiantes de penúltimos y últimos cursos de Ciencias Físicas, Químicas y Universidad Politécnica de Valencia; en la **colaboración de estudios sobre reactores avanzados** con el Departamento de Ingeniería Química y Nuclear de la U.P.V. y en la **Calibración de Equipos** eléctricos y de instrumentación por Laboratorios de la misma Universidad.

ENCUESTA BARÓMETRO 2001 SOBRE ACEPTACIÓN PÚBLICA DE CN COFRENTES

Como se ha manifestado en este artículo, CN Cofrentes posee una identidad e imagen propias y desarrolla una amplia actividad en su entorno, de cuyas repercusiones no puede permanecer ajena. Para conocer este estado de opinión y retroalimentarse, es preciso medir la evolución de la actitud que hacia la energía nuclear en general y a CN Cofrentes en particular tiene la población.

Los resultados que a continuación se presentan corresponden a la decimotercera Encuesta Barómetro de Opinión de Valencia, realizada entre el 19 de noviembre y el 5 de diciembre de 2001, sobre un universo de estudio de 1.438.000 residentes en la provincia de Valencia y Almansa (Albacete). El tamaño de la muestra

2º certamen de pintura CN Cofrentes / Cofrentes NPP 2nd Painting Contest.



MOST SIGNIFICANT SURVEY RESULTS

- The number of residents in Requena and Almansa who believe the Plant is beneficial has increased.
- The Plant has a good image as one of the area's companies.
- The plant is not considered as a relevant environmental problem by the Valencia population as a whole.
- In the opinion of the majority, the plant has evolved positively in terms of implemented safety measures.
- Five of every ten people interviewed perceive a positive evolution of the plant in terms of information obtained through plant visits and from the communication media.

fue de 600 entrevistas, con una distribución proporcional a la población del Valle de Ayora-Cofrentes (100 entrevistas), de los municipios de Requena y Almansa (100 entrevistas), y el resto de provin-

cia de Valencia (400 entrevistas), mediante un sistema de muestreo de rutas aleatorias y un tipo de entrevista personal con cuestionario formalizado aplicado cara a cara.

RESULTADOS MÁS SIGNIFICATIVOS DE LA ENCUESTA

- En Requena y Almansa se ha incrementado el número de residentes que cree que la Central beneficia.
- La Central goza de buena imagen como empresa en la zona.
- Como problema medioambiental, la planta no tiene ninguna relevancia para el conjunto de la población valenciana.
- Respecto a las medidas de seguridad que se aplican, es mayoritaria la opinión de que la Planta ha evolucionado positivamente.
- Cinco de cada diez entrevistados perciben una evolución positiva de la Central respecto al conocimiento de la misma a través de visitas a la Planta y por los medios de comunicación.

CENTRO DE INFORMACIÓN / INFORMATION CENTER

- Fecha de apertura al público 18 de mayo de 1978.
- Nº de visitantes año 2001: 5.142 personas.
- Nº de visitantes acumulado al origen: 233.628 personas.
- Media anual de visitantes: 9.700 personas.
- Date opened to public: May 18, 1978.
- No. of visitors in 2001: 5,142 people.
- Accumulated no. of visitors from source: 233,628 people.
- Mean number of visitors per year: 9,700 people.



Distribución de visitantes por características de grupo / Distribution of visitor by group characteristics

Sistema de Limpieza continua para tubos de Condensador

