



LA COMUNICACIÓN NUCLEAR

La relación con los medios de comunicación es fundamental para transmitir a la sociedad la realidad de la energía nuclear y las diferentes aplicaciones de las radiaciones ionizantes. Así lo entiende la Sociedad Nuclear Española, y queda reflejado en su Plan Estratégico como uno de sus objetivos fundamentales.

UNA TRAYECTORIA DE DIEZ AÑOS

Con el fin de conocer la opinión de los representantes de los medios, la Comisión de Comunicación de la SNE ha organizado diversos encuentros, que han quedado reflejados en NUCLEAR ESPAÑA.

El primero de ellos tuvo lugar en 2007, con motivo del 25º aniversario de la revista de la SNE. Le siguieron el de 2010, enmarcado en el número de NUCLEAR ESPAÑA dedicado a "Percepción pública de la energía nuclear", y el de 2014, conmemorando la celebración del 40º aniversario de la Sociedad Nuclear Española.

Estos encuentros con representantes de medios de comunicación sirven a la SNE para recoger información sobre aspectos, positivos y negativos, den-

tro de la estrategia de comunicación que se lleva a cabo, con el objetivo de implantar mejoras en el futuro que nos ayuden a divulgar la ciencia y tecnología nuclear de una forma más eficaz.

Con motivo del 35 aniversario de la revista de la SNE, la Comisión de Comunicación, conjuntamente con la Comisión de Redacción de la Revista, reunió el pasado mes de junio a comunicadores y emisor, con el fin de presentar a la Sociedad Nuclear, informar de sus actividades de divulgación y apoyo al sector nuclear en su sentido más amplio, y extraer unas conclusiones que podamos transformar en nuevas sinergias que sean positivas para ambas partes, emisor y receptor.





“ Los medios de comunicación ven a la SNE como una fuente fiable que siempre está disponible cuando se le necesita ”

El objetivo de esta actividad es conocer cómo los medios de comunicación perciben a la SNE, aprovechando la ocasión para mostrar el interés que tenemos desde nuestra Sociedad para comunicar con transparencia y rigor. Además, se solicita a los representantes de los medios de comunicación ideas para divulgar de una manera más eficaz, mejorando el impacto y la repercusión de nuestras comunicaciones. En definitiva, un punto de encuentro que nos permita compartir reflexiones y explorar nuevas líneas de mejora en la comunicación de la SNE.

LA MESA

En la cuarta edición de la mesa de análisis sobre la comunicación nuclear, Rafael Vargas, secretario general de la SNE, presentó la Sociedad y dio la bienvenida a todos los asistentes. En esta ocasión han participado los periodistas Santiago Carcar, de *Bez Diario*; Rubén Esteller, de *El Economista*; Eva González, de la agencia de noticias *Europa Press*; Luisa Pérez, de *Radio Nacional de España*, y Belén Tobalina, de *La Razón*. Por parte de la SNE participaron Matilde Pelegrí, miembro de las Comisiones de Redacción de la Revista y de Comunicación, y editora de la revista *NUCLEAR ESPAÑA*; Miguel Sánchez, responsable de la Comisión de Redacción de la Revista y miembro de la Comisión de Comunicación, y Eugeni Vives, portavoz de la SNE, que ejerció de moderador del debate.

UNA FUENTE DE COMUNICACIÓN TRANSPARENTE Y RIGUROSA

La Sociedad Nuclear Española utiliza canales de comunicación tradicionales, como las notas de prensa, las ruedas de prensa, los artículos de opinión en medios nacionales, la participación en reportajes televisivos o intervenciones radiofónicas. También trabaja con canales más



Rafael Vargas.

modernos, reforzados con el impulso de su página web, así como de perfiles en redes sociales como Twitter, LinkedIn y YouTube. Por ello, Eugeni Vives arranca el debate lanzando las primeras preguntas: “¿Aportamos desde la SNE transparencia e información a los medios de comunicación?, ¿son éstas las mejores herramientas?”.

La opinión generalizada de los profesionales presentes es que la Sociedad Nuclear Española es una fuente fiable a la que siempre pueden acudir, aportando transparencia al sec-



Eugeni Vives.

tor y siendo una fuente rigurosa de información. A pesar de ello, apuntan que deberíamos aumentar nuestra presencia y les gustaría tener más información, continuidad de contacto e inmediatez en las comunicaciones. Siendo conscientes del reto, desde la SNE recalcamos que nuestro objetivo, como asociación de profesionales del sector nuclear, es realizar una comunicación basada en la rigurosidad, publicando información suficientemente contrastada, lo que suele ampliar los plazos para facilitarla a aquellos que la solicitan.



Miguel Sánchez.



Matilde Pelegrí.



“ La gestión de los residuos es uno de los puntos débiles del sector ”

Proponen que una de las opciones para ser más ágiles en el traslado de información puede ser la utilización de los recursos que ya están generados y publicados, como editoriales, artículos en abierto de cada número de la revista NUCLEAR ESPAÑA o los nuevos posicionamientos que se están elaborando desde la SNE. Se trata de información contrastada que solo habría que facilitar al profesional de la comunicación cuando la actualidad lo reclame.

Además, demandan más claridad al sector en sus comunicaciones e invitan a la SNE a crear un grupo de expertos, socios de la Sociedad, que cubran la necesidad de acercar noticias del sector a través de explicaciones técnicas en un lenguaje más accesible para el público en general. Unos portavoces en diversas áreas específicas, contactados a través de la Comisión de Comunicación, que hablen representando a la Sociedad Nuclear Española y que sean capaces de dar respuestas de una manera inmediata ante noticias de actualidad del sector nuclear.

POTENCIAR LAS VENTAJAS DE LA ENERGÍA NUCLEAR

Los profesionales de los medios están de acuerdo en que desde la Sociedad debemos insistir en las ventajas que tiene que la energía nuclear esté presente en el mix energético de nuestro país, haciendo especial mención a la actual transición energética mundial protagonizada por una economía baja en carbono para el año 2050. España firmó, junto a cerca de 200 países, el Acuerdo de París donde se comprometía a reducir sus emisiones de CO₂ con el objetivo de frenar el cambio climático. Es por ello que la energía nuclear es fundamental para que el país pueda cumplir sus compromisos medioambientales. Además, indican que el mensaje de que la energía nuclear es una fuente sin emisiones no está calando en la sociedad, que todavía la etiqueta como energía sucia.



Belén Tobalina.

Por otra parte, recomiendan ser más proactivos, generando sistemáticamente más noticias positivas, tanto en momentos cuando se presenten oportunidades informativas como de forma más regular, sin estar pegados necesariamente a la actualidad. Además, animan a comunicar de forma constante a los medios sobre cuestiones como la operación a largo plazo de las plantas nucleares, la contribución al mix energético, la seguridad y estabilidad que la energía nuclear aporta a la red eléctrica, la solidez que aporta a los precios en el mercado para el consumidor o la contribución del sector hacia el empleo, generando miles de puestos de trabajo muy especializados en compañías de importancia internacional.

ENFRENTAR NUESTRAS DEBILIDADES

Los representantes de los medios de comunicación consideran importante que la Sociedad Nuclear Española enfrente las debilidades que tiene el sector nuclear, apuntando directamente a los residuos radiactivos. Indican que, en general, la única forma de combatir comunicativamente las debilidades es la transparencia. Para ello, sugieren que deberíamos centrar el mensaje en la garantía de la seguridad de la gestión, explicando a la sociedad cómo se gestionan y asegurando que no hay ningún peligro para el medioambiente ni para las personas.



Rubén Esteller.

También hubo acuerdo en que hay que dar importancia a la relación entre los residuos radiactivos y los nuevos desarrollos tecnológicos. Desarrollos que ya están en marcha y que permitirán utilizar el combustible usado para volver a obtener energía.

Por último, todas las partes coincidieron que la opinión pública considera que el coste de los residuos radiactivos es sufragado por el erario público cuando en realidad son los productores de la electricidad los que asumen esos costes. Este es uno de los conceptos en los que se debe poner especial énfasis a la hora de desarrollar estrategias de comunicación sobre la materia, según los expertos.

NUEVAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN

Los asistentes a la mesa nos trasladan la dificultad de encontrar recursos periodísticos sobre energía nuclear actualizados. Por ello, se propone generar un nuevo espacio dentro de la página web con materiales como infografías, mapas interactivos, vídeos de interés o fotografías actualizadas del sector e instalaciones nucleares.

Además, nos animan a seguir creciendo en redes sociales. Actualmente, la SNE dispone de cuentas oficiales en Twitter, LinkedIn y YouTube, donde comparte información relevante de la Sociedad y del sector nuclear en general. Los periodistas



“ Hay que solucionar la dificultad de encontrar recursos periodísticos sobre energía nuclear actualizados ”

hacen especial mención a nuestro trabajo en Twitter, importante para una primera toma de contacto con medios, aunque consideran que las redes no sustituyen un contacto más directo para profundizar en la información que puede realizarse vía correo electrónico, vía telefónica o a través de visitas personalizadas.

Por otro lado, consideran importante trabajar en el apartado de la educación, poniendo especial interés en informar a los más jóvenes de las ventajas de la tecnología nuclear en todos sus ámbitos. Se sugiere trabajar en materiales didácticos para colegios, realizar concursos y dar formación para alumnado y profesorado. Les indicamos que la SNE ya trabaja en estos aspectos, a través de Jóvenes Nucleares, que con sus charlas en centros educativos están transmitiendo conocimientos sobre ciencia y tecnología nuclear a cientos de estudiantes de todo el país.

CONSIDERAN LA SNE SUFICIENTEMENTE PROACTIVA

Los asistentes consideran que la SNE siempre ha estado presente cuando se le ha necesitado y de forma sistemática se acuerda enviar a los medios el Boletín Digital de la SNE.

CONCLUSIONES

Para finalizar, se exponen las principales conclusiones de la mesa de análisis sobre comunicación nuclear:

- Los medios de comunicación ven a la SNE como una fuente fiable que siempre está disponible cuando se le necesita. Sugieren que aprovechemos más las oportunidades que da la actualidad para lanzar nuestra opinión y distribuir en momentos puntuales material como los posicionamientos, boletines digitales, la revista Nuclear España y los editoriales.
- Coinciden en que el sector está aco-plejado, muy callado. Reco-



Eva González.

miendan una mayor proactividad, generando noticias positivas sobre el sector en toda su amplitud.

- Proponen que, como hacen otras instituciones u organizaciones, contemos con un comité de expertos en diversas áreas, socios de la SNE, que cubran las necesidades de información cuando la actualidad lo reclame.
- Indican que los artículos de opinión en los próximos meses deben apuntar hacia la transición energética y el cambio climático, e invitan a la SNE a enviar noticias positivas de forma permanente y periódica.
- La mesa de debate coincide en que la gestión de los residuos es uno de los puntos débiles del sector.
- Hay que incidir en los valores reconocidos de la energía nuclear, como son de la seguridad de la gestión, la transparencia, la obtención de energía a menor coste, la financiación de los costes por parte de los productores de la electricidad y la posibilidad de que los elementos combustibles gastados puedan ser utilizados como combustible en futuros reactores.
- Se propone generar un espacio dentro de la web de la SNE que cuente con recursos enfocados para periodistas: imágenes, infografías, vídeos de interés, etc.
- Hay consenso en que siempre hemos estado y que continuamos es-



Santiago Carcar.

tando. Actualmente generamos más actividad en redes sociales y contacto con los medios, aunque anhelan que sea mayor.

La Sociedad Nuclear Española agradece la participación de los profesionales de la comunicación así como su interés y participación activa, de tal forma que sus aportaciones servirán para mejorar la eficacia comunicativa entre receptores y emisores, y gracias a ello también lo hará la transmisión al público en general.■

