



RADÓN EN ESPAÑA: PERCEPCIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA, AGENDA MEDIÁTICA Y COMUNICACIÓN DEL RIESGO

LÍNEA ESTRATÉGICA NÚMERO 4 " PERCEPCIÓN
PÚBLICA DEL RADÓN EN ESPAÑA"

Investigadora principal: Berta García Orosa
Universidad de Santiago de Compostela
berta.garcia@usc.es

ÍNDICE

1. Objetivos
2. Premisas, contexto y perspectiva hermenéutica adoptada
3. Metodología
4. Innovación dentro del proyecto
5. Grado de consecución de los objetivos
6. Divulgación y transferencia
7. Equipo de investigación

1. OBJETIVOS

1. Objetivo principal: 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.

Analizar la percepción de la opinión pública, cartografiando el conocimiento de la ciudadanía sobre el radón en las diferentes comunidades autónomas.

Determinar las principales estrategias comunicativas empleadas por los medios de comunicación digitales sobre el radón.

Analizar la agenda institucional y la información facilitada desde las fuentes institucionales de las comunidades en función a la incidencia de radón.

Evaluar la percepción sobre el radón de periodistas, directores de comunicación, políticos y técnicos.

Diseñar un plan de comunicación para aumentar la eficacia en la comunicación del riesgo sobre el gas radón a partir de recursos digitales.

1. Por CCAA
2. Visión holística

2. PREMISAS, CONTEXTO Y PERSPECTIVA HERMENÉUTICA ADOPTADA

Premisas

La relevancia del radón en España, especialmente en algunas de las comunidades autónomas.

El riesgo del radón para la salud pública.

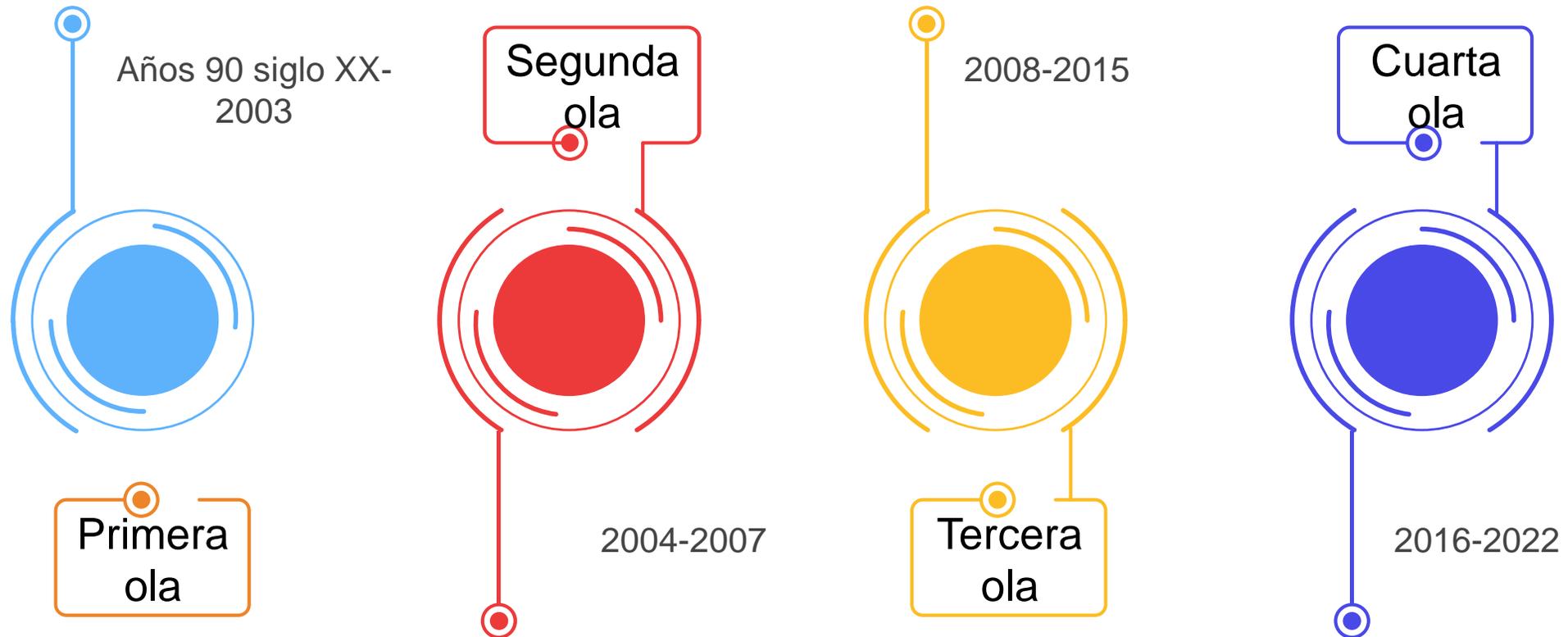
La relevancia de los medios de comunicación digitales y de los gabinetes de comunicación institucionales en la divulgación y conformación de la opinión pública.

La importancia de conocer la percepción de la ciudadanía antes de planificar acciones de comunicación.

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.

CONTEXTO

Perspectiva histórica (*The New York Times*) y cuarta ola

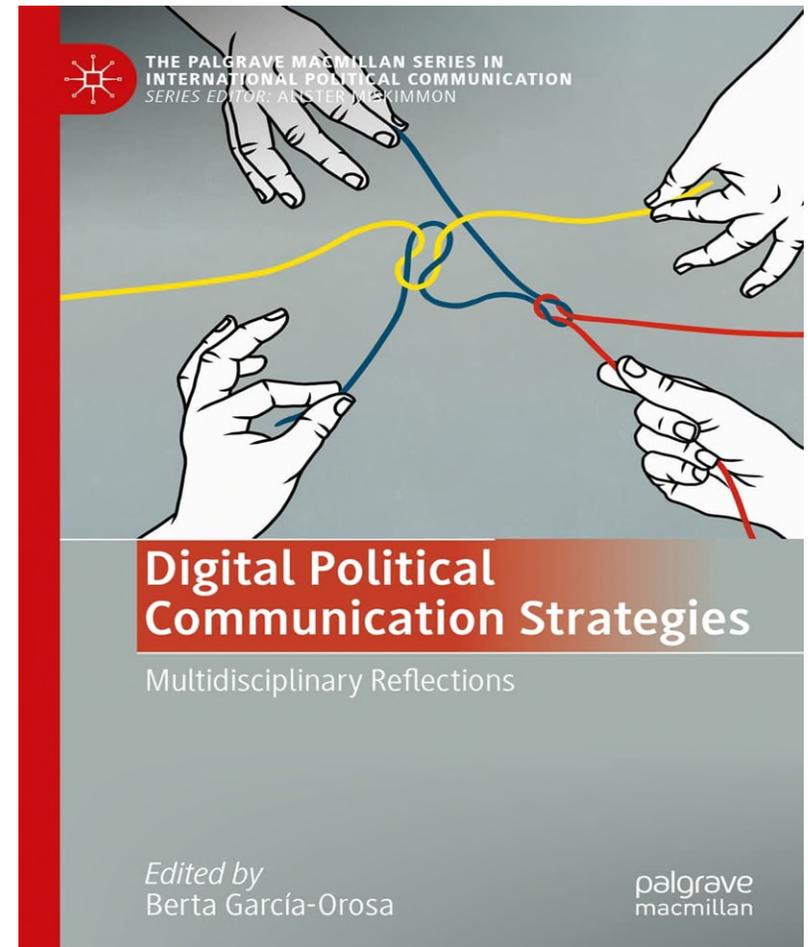


CONTEXTO

25 AÑOS Y UNA PANDEMIA

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 inteligencia artificial. Hitos:
 - 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 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 opiniones, astroturfing, cámaras eco y filtros burbuja (García-Orosa, 2022).



PERSPECTIVA HERMENÉUTICA

Riesgo:



En lugar de asumir el riesgo como un elemento objetivo, el marco de representación social considera las percepciones de riesgo como esquemas cognitivos compartidos que se perfeccionan a través de la comunicación mediada y la interacción interpersonal (Young et al 2020). Se define, se negocia y se configura a través de la comunicación (Rasmussen, Ihlen, 2017).

El riesgo como la "posibilidad de que las acciones o los acontecimientos humanos tengan consecuencias que dañen aspectos de las cosas que los seres humanos valoran" (Ihlen, 2017, p. 1071).

Sin embargo, el concepto de riesgo sobrepasa la definición técnica, es decir, el producto de la probabilidad y la magnitud, para integrar la influencia de factores psicológicos, sociales, institucionales y culturales y, por lo tanto, abrir la puerta a la amplificación social del riesgo o la ocultación según las acciones llevadas a cabo por determinados actores.

El riesgo se ha definido como las "cosas, fuerzas o circunstancias que suponen un peligro para las personas o para lo que valoran" (McComas, 2006) y suele describirse en términos de probabilidad de que se produzca una pérdida (Stern y Fineberg, 1996).

PERSPECTIVA HERMENÉUTICA

Por lo tanto, el riesgo es una construcción social y cultural. Como constructo social en muchas ocasiones es creado por actores sociales, políticos o mediáticos. Estos pueden visibilizar, ocultar, crear y, en ocasiones, construir una definición de riesgo beneficiosa para sus intereses (Bakir, 2006).

PERSPECTIVA

Como ejemplo, podemos ver el caso de los medios de comunicación que construyen riesgos o soluciones que se difunden como la pólvora y que no son reales y llevan a la movilización masiva como la compra de papel higiénico en el inicio de la pandemia o los búnkeres en el caso de un ataque nuclear. Otros, en cambio, como es el caso del gas radón son minimizados o, durante mucho tiempo, ocultados.



Cómo comprar un búnker en España: precios y datos a tener en cuenta



Comentarios: 1

Publicidad

idealista

La fórmula para vender tu casa más rápido es confiar en una inmobiliaria

$$ax^2 + bx + c = 0$$
$$-2\pi i \omega \quad \phi(x) = \frac{1}{\sqrt{2\pi b}} \cdot e$$

¡VEN!



PERSPECTIVA HERMENÉUTICA

Nuestros modelos teóricos de referencia son:

- -Comunicación de Riesgo. Modelo Amplificación Social del Riesgo (SARF)
- -Comunicación y opinión pública: agenda setting, framing, comunicación organizacional (+ digitales)

3. METODOLOGÍA

Cuadro de objetivos, áreas y métodos de investigación inicial

Objetivo	Área de análisis	Métodos de investigación
1	Percepción de la opinión pública	Encuesta
2	Agenda mediática	Análisis de contenido
3	Agenda institucional	Análisis de contenido
4	Percepción de los profesionales	Entrevista en profundidad
5	Comunicación del riesgo	Revisión bibliográfica, estudio de caso

Innovación metodológica

- Uso de Inteligencia Artificial para detección de fakenews. Social Minder**
- Análisis de redes sociales**
- Análisis de radón en Youtube**
- Análisis de radón en Podcast**

<Uso de una plataforma Big Data que analiza en tiempo real los contenidos publicados en redes sociales y evalúa el grado de credibilidad de publicaciones relacionadas con la salud> CITIUS

4. INNOVACIÓN DENTRO DEL PROYECTO

Internacionalización. Ampliación del estudios de matriciales y nativos.

Nombre del medio	Período analizado	Nº noticias recuperadas	Nº noticias analizadas
La Voz de Galicia	2002 – 2022	434	169
Galicia Confidencial	2013 – 2022	42	16
La Región	2007 – 2022	81	32
Faro de Vigo	2007 – 2022	138	54
Diario Hoy	2006 – 2022	51	42
El Periódico de Extremadura	2007 – 2022	33	30
Región Digital	2017 – 2022	10	10
Aquí en la Sierra	2017 – 2022	19	19
La Nueva España	2009 – 2022	24	20
El Comercio	2007 – 2022	36	30
Diario de León	2006 – 2022	25	23
iLeón	2016 – 2022	14	13
La Gaceta de Salamanca	2011 – 2022	10	10
Salamanca 24Horas	2013 – 2022	27	26
El Norte de Castilla	2006 – 2022	47	31
El Adelantado	2018 – 2022	4	4
LaCerca.com	2010 – 2022	9	9
La Tribuna de Toledo	2013 – 2022	1	1
Lanza Digital	2010 – 2022	3	3
La Tribuna de Ciudad Real	2021 – 2022	4	4
Diario de Sevilla	2007 – 2022	24	22
La Plaza Información	-	0	0
Diario Córdoba	2011 – 2022	13	11
InfoGuadiato	-	0	0
TOTAL		1049	579

Propuesta inicial

4. INNOVACIÓN DENTRO DEL PROYECTO

Internacionalización. Ampliación del estudios de matriciales y nativos

Nombre del medio	Período analizado	Nº noticias recuperadas	Nº noticias analizadas
El País	1976-2022	142	142
El Mundo	1994-2022	67	52
ABC	2002-2022	88	88
El Confidencial	2008-2022	25	25
Eldiario.es	2007-2022	57	6
The Canary UK	2018-2022	3	3
Público PT	1998-2022	29	3
Les Jours	2021-2022	1	1
Mediapart France	2009-2022	15	3
Tortoise Media	2019-2022	1	1
Heidi News	2019-2022	2	2
Il Post	2012-2022	9	3
The Journal IE	2011-2022	37	3
Observador PT	2015-2022	12	3
The Texas Tribune	-	0	0
SAPO	2007-2022	37	3
De Correspondent	2017	1	1
Krautreporter	-	0	0
The Guardian	1999-2022	132	3
New York Times	1925-2022	746	3
The Washington Post	1978-2022	264	3
La Repubblica	1987-2022	223	3

Ampliación a Estados Unidos y Europa

4. INNOVACIÓN DENTRO DEL PROYECTO

Internacionalización. Ampliación del estudios de matriciales y nativos

Name of the media	Time to analyzed	Number of the data	Number of analyzed data
Ammon news	2006	3	3
Alrai	1971	67	67
Al-ayyam	1995	8	8
Maannews	2005	6	6
Alsabaah	2003	1	1
Almadapaper	2003	4	4
Annahar	1933	1	1
Bintjbeil	2003	2	2
Alkhaleej	1970	26	26
Eremnews	2013	4	4
Alraimedia	1998	11	11
Kuwaitnews	2006	0	0
Total		133	133

Ampliación a Países árabes

4. INNOVACIÓN DENTRO DEL PROYECTO

Internacionalización. Ampliación del estudios de matriciales y nativos

Nome do periódico	Período analisado	Nº de notícias encontradas	Nº de notícias analisadas
Jornal de Notícias	2005-2022	15	3
Correio da Manhã	2015-2020	8	1
Público	1998-2022	24	7
Diário de Notícias	2008-2022	18	3
Expresso	2017-2022	7	0
	Total	72	14

Ampliación Portugal

4. INNOVACIÓN DENTRO DEL PROYECTO

Universos

Número total de medios de comunicación	Período analizado	Número de noticias
63	1978-2023	3743

La internacionalización también se ha llevado a cabo en el caso de las entrevistas a arquitectos, DIRCOM, administraciones públicas, periodistas, Centros de Investigación nacionales e internacionales, Profesores de Comunicación.

Total. 26 entrevistas realizadas por el momento

5. GRADO DE CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS

Fase 1 (enero 2022 – junio 2022)					
Objetivo	Tareas	Duración	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
2	Revisión bibliografía	8 meses	Base de datos. Informe profesional.	Participación en congreso del área científica. Planificación e implementación de la web.	100%
	Agenda mediática. Análisis de contenido de medios de comunicación digitales.				
Fase 2 (junio 2022 – Junio 2023)					
Objetivo	Tareas	Duración	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
3	Agenda institucional. Análisis de contenido de la comunicación organizacional.	5 meses	Base de datos. Informe profesional. Comunicación. Artículo científico.	Participación en congreso. Publicación en revista científica de impacto. Actualización web y redes sociales. Plan de difusión de resultados a través de noticias en medios de comunicación y participación en programas especializados	100%
1	Percepción opinión pública. Encuesta a la ciudadanía.	8 meses	Base de datos. Informe profesional. Comunicación. Artículo científico.	Participación en congreso. Publicación en revista científica de impacto. Actualización web y redes sociales.	20% (pretest)
Fase 3 (julio 2023 – enero 2024)					
Objetivo	Tareas	Duración	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
4	Entrevistas a periodistas	7 meses	Base de datos. Informe profesional. Comunicación. Artículo científico.	Participación en congreso. Publicación en revista científica de impacto. Actualización web y redes sociales.	60%
	Entrevistas a técnicos				
	Entrevistas a directores de comunicación				

Fase 4 (febrero 2024 – abril 2024)					
Objetivo	Tareas	Duración	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
5	Comunicación de riesgo. Elaboración del plan de comunicación.	3 meses	Plan de comunicación.	Propuesta para las administraciones públicas. Guía para periodistas. Actualización web y redes sociales.	Previsto último año
Fase 5 (mayo 2024 – junio 2024)					
Objetivo	Tareas	Duración	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
Todos	Elaboración del informe final	2 meses	Informe	Actualización web y redes sociales. Publicación de un artículo en revista científica	Previsto último año
Fase 6 (julio 2024 – septiembre 2024)					
Objetivo	Tareas	Investigadores	Resultados	Difusión	Grado de cumplimiento
Todos	Difusión y divulgación de los resultados del proyecto	Todo el equipo	-	Reunión de divulgación de resultados con los sectores implicados. Publicación de seis artículos en revistas científicas. Participación en congresos del área con los resultados finales. Actualización web y redes sociales. Plan de comunicación para difusión en medios de comunicación de los resultados	Previsto último año

5. GRADO DE CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS

Aquí podemos ver un desglose de nuestra forma de trabajo y de los avances realizados.

Fase 1. Exploratoria. Agenda mediática.

- a. Reuniones iniciales del equipo de investigación.
- b. Actualización de la bibliografía sobre el tema de estudio a través de una búsqueda sistemática. Se consultarán también informes oficiales de ámbito internacional.
- c. Elaboración de un estado de la cuestión actualizado al momento de la resolución de la convocatoria a partir de los datos extraídos.
- d. Suscripciones y búsqueda de las muestras de informaciones que se analizarán en función de los criterios indicados en el informe.
- e. Extracción de datos de los medios de comunicación.
- f. Análisis de los datos obtenidos y difusión con las actividades indicadas.
- g. Diseño e implementación de un sitio web en el que se publicarán los resultados que se vayan obteniendo (acción de transferencia como se indicará a continuación).

Fase 2. Percepción de la opinión pública. Encuesta a la ciudadanía española.

- a. Elaboración de la muestra de análisis según los criterios establecidos.
- b. Diseño de la encuesta a partir de los datos obtenidos en las fases anteriores.
- c. Selección y contratación de la empresa encargada de la obtención de los datos en bruto.
- d. Análisis e interpretación de los datos obtenidos con SPSS Statistics.
- e. Explotación y difusión de resultados.
- f. Actualización de la web de resultados del proyecto y de las redes sociales.

Fase 3. Agenda institucional. Análisis de contenido de la comunicación organizacional.

- a. Reunión de coordinación inicial de los diferentes subgrupos de trabajo implicados en esta fase.
- b. Diseño de las herramientas metodológicas, unificación de criterio y planificación del trabajo.
- c. Extracción de datos de los gabinetes de comunicación y organismos oficiales relacionados con el radón.
- d. Análisis de los datos obtenidos y difusión con las actividades indicadas.
- e. Actualización de la web de resultados del proyecto y de las redes sociales.

Fase 4. Percepción en diferentes sectores.

- a. Reunión de coordinación inicial de los diferentes subgrupos de trabajo implicados en esta fase.
- b. Diseño de las herramientas metodológica, unificación de criterio y planificación del trabajo a partir de los resultados obtenidos en fases anteriores.
- c. Implementación de las entrevistas.
- d. Transcripción y análisis de datos de las entrevistas en profundidad con los diferentes sectores
- e. Puesta en común de resultados y elaboración de informe
- f. Explotación de resultados y divulgación
- g. Actualización de la web de resultados del proyecto y de las redes sociales.

Fase 5. Comunicación de riesgo. Elaboración del plan de comunicación.

- a. Elaboración de estrategias de comunicación por sectores y comunidades autónomas.
- b. Elaboración de la guía para periodistas.
- c. Actualización de la web del proyecto y de las redes sociales.

Fase 6. Elaboración del informe final.

- a. Elaboración del informe final que explique el proyecto, la metodología seguida, los resultados y las interpretaciones realizadas.
- b. Actualización de la web del proyecto y de las redes sociales.

Fase 7. Difusión y divulgación de los resultados del proyecto.

- a. Presentación del informe final ante los sectores sociales implicados en la investigación y en la temática del gas radón: medios de comunicación, instituciones públicas, organizaciones civiles.
- b. Difusión de los resultados finales a través de los medios de comunicación.
- c. Difusión de los resultados finales a través de las redes sociales del grupo.
- d. Difusión de resultados finales en redes académicas del área.
- e. Difusión a través de la participación en congresos, jornadas y seminarios.
- f. Difusión a través de la edición de artículos en revistas científicas del área con alto impacto. Se priorizarán las indexadas en JCR (Web of Science) y Scopus.
- g. Evaluación final del proyecto de investigación para detectar límites, fortalezas y próximas líneas de investigación.

6. DIVULGACIÓN Y TRANSFERENCIA

1. Acciones dirigidas a múltiples audiencias
2. Acciones dirigidas a medios de comunicación
3. Acciones dirigidas a la academia o comunidad científica

6. DIVULGACIÓN Y TRANSFERENCIA

1. Acciones dirigidas a múltiples audiencias

1. Diseño de identidad corporativa



2. Implementación de redes sociales y plan de redes

<https://twitter.com/comunicaradon>

<https://www.facebook.com/comunicaradon/>

3. Creación de la web del proyecto

<http://novosmedios.gal/es/radon-rapac/>

6. DIVULGACIÓN Y TRANSFERENCIA

Noticias Trayectoria Áreas de investigación Miembros Proyectos Publicaciones Recursos Español



Radón en España / comunicaradon.es

Versión en galego

Proyecto I+D

Radón en España: percepción de la opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo (RAPAC)

Consejo de Seguridad Nuclear (SUBV-13/2021)

comunicaradon.es



- Proyecto: **Radón en España: percepción de la opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo (RAPAC)**
- Organismo: **Consejo de Seguridad Nuclear**
- Referencia: **SUBV-13/2021**
- Investigadora principal: **Berta García Orosa**
- Duración: **3 años (2021-2024)**
- Referencia a este proyecto: «Este artículo se elaboró en el marco del proyecto *Radón en España: percepción de la opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo (RAPAC)* del Consejo de Seguridad Nuclear (SUBV-13/2021)»



6. DIVULGACIÓN Y TRANSFERENCIA

1. Acciones dirigidas a medios de comunicación

Plan de medios de comunicación

6. DIVULGACIÓN Y TRANSFERENCIA

Divulgación científica

Congresos internacionales

1. García-Orosa, Berta; Forja-Pena, Tania (2022). Risk communication as a risk to democracy. The case of radon gas. *Quo vadis Digital Democracy? Strengthening and Preserving Democracy in the Digital Age An International Hybrid Conference of the Research Association NRW Digital Society*. 29 de septiembre – 1 de octubre, Bonn (Alemania).
2. García-Orosa, Berta, La comunicación digital y los públicos algorítmicos, *Congreso Ciberperiodismo*, Bilbao, octubre 2022.
3. García-Orosa, Berta (2022). Comunicación y percepción de riesgos radiológicos. El caso del radón en España: opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo. *VIII Congreso Internacional de la AE-IC*. 29 de junio – 1 de julio, Barcelona (España).
4. García-Orosa, Berta (2022). Ciberdemocracia y la comunicación de riesgo. El caso del gas radón. *IX Congreso ALICE. Comunicación política. Nueva era, nuevos retos*. 14-16 de septiembre, Málaga (España).
5. García-Orosa, Berta; López-García, Xosé; Vázquez-Herrero, Jorge (2022). La comunicación del riesgo como reconfiguradora del espacio público. Estudio de caso del gas radón. *XXVIII Congreso Internacional de la SEP*. 10-11 de junio, Valencia (España).
6. Negreira-Rey, María-Cruz; Vázquez-Herrero, Jorge; García-Orosa, Berta; Forja-Pena, Tania (2022). Análisis de la cobertura mediática sobre el gas radón en España en los últimos 25 años. *LAMCR Conference 2022*, 11-15 de julio, Beijing (China).

5. GRADO DE CONSECUCCIÓN DE LOS OBJETIVOS

Además, se ha publicado un capítulo de libro en la editorial Thomson (puestos principales SPI de editoriales extranjeras) y varios artículos (Q1 y Q2):

1. El dilema de la incertidumbre. Berta García Orosa en *25 años de ciberdemocracia en España: estrategias y actores emergentes. Nuevas formas de comunicación, nativos digitales y actores periféricos*.
2. Algoritmos y comunicación: Revisión sistematizada de la literatura. *Revista Comunicar*. Enlace: <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=74&articulo=74-2023-01>.
3. Negreira-Rey, M.-C.; Vázquez-Herrero, J. (2022). “La cobertura mediática sobre el gas radón en los medios digitales en Galicia”. *Prisma Social*, (39), 4–24. <https://revistaprismasocial.es/article/view/4855>

Monografía (en proceso): Communicating public health: risk communication strategies and public perceptions of radon gas. 29 autores, 8 países distintos.

En este momento están 7 artículos en evaluación en revistas científicas.

6. EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

- Berta García Orosa (IP)
- Tania Forja Pena
- Eladio González Lois
- Xosé López García
- María Cruz Negreira Rey
- Sara Pérez Seijo
- Noel Presa Pascual

- Ana Isabel Rodríguez Vázquez
- Alba Silva Rodríguez
- José Sixto García
- José L. Capón García
- Xosé Soengas Pérez
- Jorge Vázquez Herrero
- Ángel Antonio Vizoso García

Colaboración internacional:

- Mushira Alzyod. Jordania
- Mohsen Alafranji. Qatar
- Ricardo Zocca. Portugal
- Santiago Gallur Santorum. México



GRACIAS POR SU ATENCIÓN

Berta García Orosa
Universidad de Santiago de Compostela
berta.garcia@usc.es