

Título: Comunicaciones Externas en Entidades Autárquicas Nacionales.

Caso: Comisión Nacional de Energía Atómica –Córdoba.

Title: External Communication in National Entities. Case: National Commission of Atomic Energy –Córdoba.

Autora: María Belén Barroso

Carrera: Lic. en Relaciones Públicas e Institucionales

E-mail: ma.belenbarroso@gmail.com

Resumen

El presente artículo se desprende del Proyecto de Aplicación Profesional desarrollado durante el año 2008, cuyo objetivo general consistió en diseñar, gestionar y evaluar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales para la Comisión Nacional de Energía Atómica - Córdoba, a través de la implementación de soportes comunicacionales externos, orientados a la generación y fortalecimiento de vínculos estratégicos con los alumnos, docentes y autoridades del Ciclo de Especialización de las escuelas de la Ciudad de Córdoba y el interior de la provincia. Para abordar el objeto de estudio, se adoptó una investigación de tipo no probabilística, en la cual se aplicaron encuestas a una muestra de 90 estudiantes en tres Instituciones Educativas de nuestra ciudad: Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche (Ipem 114); en ellas se propuso analizar la opinión de los jóvenes respecto a las actividades desarrolladas por la CNEA-CÓRDOBA.

El trabajo de campo previo a la realización del plan (trabajo de investigación - diagnóstico) reveló que la CNEA-CÓRDOBA es una organización poco conocida o desconocida para los alumnos. Además, se destacó un amplio margen de desinformación en los encuestados respecto a la Energía Nuclear, sus aplicaciones e impacto sobre la sociedad. Por otro lado, la opinión de los estudiantes sobre la

organización en cuestión y las actividades que desarrolla, se manifiesta confusa e incluso contradictoria.

Abstract

This article is the result of a Professional Application Project developed in 2008, its main aim is to design and evaluate a Public Relations Plan for the National Commission of Atomic Energy -CÓRDOBA, through the implementation of external media communications, aimed at the generation and strengthening of strategic links with students, teachers and authorities of high schools in Córdoba. In order to accomplish this objective, we developed a research, sample survey of 90 students at three Educational Institutions of our city: Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain and Arturo Jauretche (Ipem 114). This action proposes to analyze the views youths within these schools regarding the activities of the CNEA-Córdoba.

This research revealed that the CNEA-CÓRDOBA is a little known or unknown institution to the young students of the schools studied. In addition, "Nuclear Energy" is a subject that is not well known among these students. Besides, the student's view about this organization and its activities is confusing and even contradictory.

Palabras Claves: Opinión – Energía Atómica – Comisión Nacional de Energía Atómica CÓRDOBA – Estudiantes

Key Words: Opinion - Atomic Energy - National Commission of Atomic Energy CÓRDOBA - Students

Introducción

El mundo cuenta con reservas de petróleo aprovechables con la tecnología actualmente disponible hasta el año 2030. La era de la industria basada en la quema de este combustible, está llegando a su fin. En efecto, surge la necesidad de encontrar fuentes alternativas, una opción consiste en la reactivación de las inversiones en la industria de la generación de electricidad a partir de la Energía Nuclear¹.

¹ FERNÁNDEZ COLÓN, Gustavo; <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/7164945.asp>; página visitada el 25 de febrero de 2007.

La Energía Atómica es liberada como resultado de dos reacciones nucleares: aquella que puede obtenerse por *fisión*, reacción en la que se divide un átomo y se produce una emisión de neutrones y radiaciones, acompañada por la liberación de una gran cantidad de energía y la *fusión*, reacción entre núcleos de átomos ligeros que conduce a la formación de un núcleo más pesado, acompañada por la liberación de partículas elementales y de energía (Martin, 1993).

Este tipo de tecnología puede aplicarse en medicina, conservación de alimentos, agricultura, proyectos industriales, robótica, control de calidad entre otros. Además, presenta enormes ventajas ambientales, al igual que las “nuevas” energías renovables – solar y eólica-, el uso de las centrales nucleares no emite gases de efecto invernadero ni componentes de lluvia ácida. Hoy se encuentran aproximadamente 430 centrales nucleares funcionando en el mundo y 72 se encuentran en periodo de construcción. El 17% de la energía eléctrica del mundo y el 10% en Argentina es de origen nuclear².

La controversia en torno a la energía atómica, incluido bombas y reactores, ha sido extremadamente larga y violenta, ha suscitado más emociones y protestas que cualquier otra tecnología³. Por esta razón, resulta vital para el presente proyecto analizar la opinión pública en torno a esta temática.

En numerosos países se realizaron y aún se realizan, sondeos para conocer la percepción que tiene la población sobre el uso de la energía nuclear; los incidentes a escala mundial han provocado una enorme confusión y fomentado un debate sin fin de aquellas personas a favor o en contra que anularon lentamente la comprensión y la capacidad crítica⁴.

Desde los comienzos del debate, el activismo ecologista cerró las puertas a la posibilidad de apoyar el desarrollo de la energía nuclear, sin embargo, se están mostrando fisuras en este movimiento. El fundador de Greenpeace: Patrick Moore,

² PALAMIDESSI, Hugo; http://www.info-moreno.com.ar/notas/energia_nuclear.htm; página visitada el 25 de febrero de 2007.

³ SPENSER, Weart. Boletín OIEA; Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica; Vol. 32; Viena 1990.

⁴ WEDEKING, Lothar; Boletín OIEA; Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica; Vol. 32; Viena 1990.

afirma que la energía atómica es “la única alternativa que puede efectivamente reemplazar los combustibles fósiles y satisfacer la demanda global”⁵.

No es necesario pensar en los conflictos que ocurrieron lejos del lugar donde vivimos para comprender este enfoque, encontramos un claro ejemplo de desinformación y por lo tanto incompreensión y carencia de apoyo en nuestra ciudad, más precisamente en la CNEA-CÓRDOBA. De acuerdo con los directivos de la organización, las actividades aquí desarrolladas muestran una extensa serie de malentendidos, desencuentros y enfrentamientos con las autoridades provinciales y municipales, con los vecinos y organizaciones ambientalistas “antinucleares”.

Un denominador común que se deduce de los conflictos, es un elevado nivel de desconocimiento sobre las actividades que se desarrollan en las instalaciones, tanto por parte de los vecinos, los medios de comunicación, como por las autoridades competentes.

La comunidad local enfrenta una serie de prejuicios fuertemente instaurados y además, agravados por la profunda desinformación sobre las actividades desarrolladas en la planta industrial de Alta Córdoba, la Energía Nuclear y los múltiples beneficios del uso pacífico de esta tecnología.

Ante tal situación, entendemos central el aporte de las Relaciones Públicas e Institucionales. En este sentido, Bernays (1998) afirma que dicha disciplina, intenta alcanzar el apoyo del público para una determinada actividad a través de la aproximación, la persuasión y la información.

En el presente artículo se refleja la intención de fomentar dicho apoyo. En una primera instancia diagnóstica se realizó un estudio abocado a analizar la opinión de un sector determinado de la comunidad cordobesa; nos referimos a los Estudiantes del Ciclo de Especialización de colegios secundarios, sobre las actividades desarrolladas por la Comisión Nacional de Energía Atómica –Córdoba. Para lo cual, se identificaron por un

⁵ DALMASO, Luciana; Revista Rumbos; Diario la Voz del Interior; página 21; Córdoba, 18 de marzo de 2007.

lado los factores⁶ que dan origen a la opinión, la dirección e intensidad de la misma, y por otro lado, los estereotipos y actitudes instaurados en los estudiantes respecto a la institución objeto de análisis.

En una segunda etapa, que no desarrollaremos en este escrito, aunque sí presentaremos algunas de las líneas de acción sugeridas, se diseñó un plan de aplicación que responde al diagnóstico obtenido a través de la investigación, donde se presentan las acciones correspondientes al Plan de Relaciones Públicas e Institucionales, con sus objetivos generales y específicos.

Metodología

La investigación implementada para el logro de los objetivos propuestos, es de tipo descriptiva, ya que se pretende especificar las propiedades del fenómeno sometido al análisis, es decir, se miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes del mismo. (Ander Egg, 1980).

Los datos de interés se recogieron en forma directa de la realidad, los mismos fueron obtenidos mediante la experiencia empírica y se denominan *primarios*. Esto se enmarca en un tipo de diseño llamado *Diseño de Campo* (Sabino, 1996: 95), el cual es de carácter cuantitativo, ya que se desarrolla de manera estructurada, pretendiendo especificar las características principales del diseño antes de obtener los datos a través de indicadores cuantificables (Sabino, 1996).

La técnica de recolección de datos que mejor se adaptó a nuestro fin es la encuesta, ya que se trata de requerir información de un grupo socialmente significativo de personas acerca del problema en estudio, para luego mediante un análisis de tipo cuantitativo, “sacar las conclusiones que se correspondan a los datos recogidos” (Sabino, 1996: 108). En referencia a lo mencionado anteriormente, el presente estudio pretende medir y analizar ciertos aspectos de la opinión de los alumnos seleccionados como muestra, sobre las actividades desarrolladas por la CNEA-CÓRDOBA.

⁶ Entendemos por factores que originan a la opinión, siguiendo a Simon (1999), al Ambiente, compuesto por: Grupos Sociales, Medios de Comunicación y Especialistas de la materia.

El instrumento correspondiente es el cuestionario, diseñado con preguntas cerradas, que contienen categorías de respuesta delimitadas previamente a las que el encuestado debe atenerse (Vieytes, 2004). Para su diseño se recurrió a fuentes secundarias de información, como páginas de Internet, folletería institucional, revistas del sector, balance anual de la organización, contacto con docentes y alumnos del nivel medio.

La población definida fueron alumnos del Ciclo de Especialización (entre 15 y 18 años) de los Colegios: Instituto Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche (Ipem 114) de la Ciudad de Córdoba. Con el análisis de estas instituciones educativas se intentará abarcar un espectro geográfico amplio dentro de la sociedad cordobesa, pertinente al actual trabajo de aplicación.

Institución Educativa	<i>Nuestra Madre de la Merced</i>	<i>Mark Twain</i>	<i>Arturo Jauretche</i>
Características	<i>Nuestra Madre de la Merced</i>	<i>Mark Twain</i>	<i>Arturo Jauretche</i>
<i>Dirección</i>	Fragueiro 2300, barrio Alta Córdoba	José Roque Funes 1525, barrio Cerro de las Rosas	Callao esq. San Jerónimo, barrio Acosta
<i>Gestión</i>	Privado	Privado	Público
<i>Nivel</i>	Inicial Primario Medio Terciario	Medio	Medio
<i>Cantidad de alumnos</i>	800	300	660
<i>Cuota Mensual</i>	\$120 mensuales	\$1200 (s/ almuerzo) \$1600 (c/ almuerzo)	Bono Contribución \$35 anuales
<i>Observaciones</i>	Colegio Católico	Colegio Bilingüe Doble Escolaridad	Colegio ubicado en barrio Acosta, zona Urbano-Marginal

La muestra se encuentra conformada por 30 alumnos del Ciclo de Especialización (entre 15 y 18 años de edad) del Instituto Nuestra Madre de la Merced, 30 del Mark Twain y 30 del Arturo Jauretche (Ipem 114) de la ciudad de Córdoba. El total de encuestados por lo tanto, será de 90 estudiantes del nivel medio. El cuestionario se aplicó según el criterio de muestreo no probabilístico por conveniencia.

Desarrollo

Para consolidar la toma de decisión de un Plan de Comunicación Externa que le permita a la CNEA-CÓRDOBA, llegar a los estudiantes de las escuelas secundarias con un mensaje basal, que favorezca la identificación de los beneficios del uso pacífico de la energía atómica y de las actividades llevadas a cabo en dicha planta, es necesario recabar y analizar la información obtenida, y de esta manera, obtener un diagnóstico general sobre el estado actual de la opinión de los alumnos del Ciclo de Especialización.

A partir de 90 cuestionarios tomados, se arrojaron los siguientes resultados:

Los jóvenes encuestados manifestaron, en un elevado porcentaje (80%), contar con escasos conocimientos sobre la Energía Atómica. Dado que se pretendía analizar la opinión de los encuestados, se indagó sobre los factores que intervienen en la etapa de formación de la misma; es aquí donde adquiere importancia el *ambiente*, concepto que Simon (1999) describe como las condiciones generales o específicas, cercanas o lejanas; estáticas o dinámicas, en las que se desenvuelven los estudiantes, que funcionan como fuente de información respecto a la Energía Nuclear. Las encuestas reflejan los siguientes Ambientes:

1. La Escuela
2. El Sentido Común
3. Los Medios de Comunicación

La Escuela fue resaltada como el principal espacio donde se obtienen conocimientos respecto a la Energía Nuclear. En los programas educativos no se detallan unidades

dedicadas al estudio de este tipo de energía, sin embargo, las escuelas introducen el tema al momento de explicar el concepto de Energía y sus aplicaciones. Además, algunas instituciones, como el Instituto Corazón de María (B° Alta Córdoba) y el Instituto Secundario Privado Empalme (B° Empalme), han optado por solicitar a especialistas en la materia el dictado de cursos a los alumnos, donde se aporten conocimientos sobre la Energía Atómica y la CNEA-CÓRDOBA.

Por otro lado, se señaló al sentido común, es decir, “aquellos conocimientos adquiridos por medio la experiencia, a través de los sentidos, cuyo origen es espontáneo, por lo que refleja una realidad dispersa”⁷.

Entre los medios masivos, parece ser puntualmente la Televisión, quien cumple un papel esencial en la formación de la Opinión Pública, siendo una de las principales fuentes de información diaria de los estudiantes. Resulta importante destacar que gran parte de los datos que reciben los alumnos, pueden encontrarse acotados -y en muchos casos manipulados- por los medios, en un intento por aumentar su alcance dentro de la comunidad.

Con en fin de profundizar en la indagación, citamos a Simon, quien en su libro *Relaciones Públicas: Teoría y Práctica* (1999) considera que entre el público y la opinión hay un espacio poco explorado conformado por costumbres, estereotipos y actitudes, los cuales constituyen los componentes de la opinión. Para la presente investigación se tomaron en cuenta solo dos de los aspectos mencionados:

1) Los *estereotipos*, definidos como denominaciones o preconcepciones convencionales que se adquieren a través de la cultura. Según el psicólogo William Albig (cit. en Simon, 1999: 159), los estereotipos pueden ser falsificadores de la realidad, pero también son realidades psicológicas, formas no escritas de ver la realidad.

⁷ ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13CIe; página visitada el 10 de octubre de 2007.

Durante el trabajo de investigación se les preguntó a los alumnos a qué asociaban la Energía Atómica, y como resultado, surgieron fundamentalmente los siguientes conceptos: “Energía producida por átomos”, “peligro” “guerra” y “contaminación ambiental”. Estas son algunas de las consecuencias del uso de este tipo de tecnología, según las representaciones de los encuestados. Además, manifestaron en similares porcentajes que la Energía Atómica puede ser aplicada tanto para la producción de energía eléctrica, para la industria, como para fines bélicos.

En esta etapa, es importante destacar que el 64% de los encuestados desconoce la existencia de la CNEA-CÓRDOBA, y de ese porcentaje, sólo el 38% respondió correctamente sobre las actividades que se desarrollan en la planta de B° Alta Córdoba. El 29% de los alumnos, directamente no cuenta con información alguna sobre el trabajo desarrollado en sus instalaciones. Otro dato relevante es que el 64% de la muestra asegura que la CNEA-CÓRDOBA genera abundante contaminación ambiental. Esto demuestra una clara necesidad por parte de la organización de comunicarse y mostrarse abierta a la comunidad, lo que podría facilitar su desenvolvimiento e incrementar considerablemente el grado de comprensión en sus públicos sobre sus actividades y beneficios aportados por el desarrollo de las mismas, dejando al profesional de Relaciones Públicas e Institucionales un amplio campo de aplicaciones.

2) En cuanto a las *actitudes*, éstas son entendidas como las predisposiciones, pensamientos o sentimientos de los individuos hacia temas específicos, por lo tanto representan una tendencia a actuar de modo peculiar. Esto hace que sea vital el estudio de las actitudes individuales y de grupo para comprender la naturaleza de la Opinión Pública. A partir de los datos, se destaca que el 96% de los encuestados demostró interés en recibir información y conocer las instalaciones de la CNEA-CÓRDOBA, a pesar de esto, un 68% consideró que la planta debería ser trasladada del barrio.

Respecto de la noción de opinión, en este trabajo hemos tomado dos de las características que propone Simon (1999): la Dirección y la Intensidad.

La *Dirección*, significa estipular si una persona está a favor o en contra de algo. En el presente trabajo se planteó a los alumnos la posibilidad de construir nuevas centrales nucleares en el país: los mismos se manifestaron parcialmente de acuerdo en un 32%, en parcial desacuerdo un 23%, en desacuerdo total el 22% y un marcado índice de indiferencia del 17%. Otro dato significativo es que el 53% de la muestra considera que la CNEA-CÓRDOBA causa un impacto neutral sobre la sociedad cordobesa; sin embargo, el 72% de los alumnos seleccionados como muestra, declaró estar en contra del funcionamiento de plantas que trabajen la Energía Atómica, como es el caso de la planta fabril en cuestión, en zonas urbanizadas como el barrio Alta Córdoba. Esto demuestra una respuesta dividida por parte de la muestra frente a la opción de ampliar el sector nuclear en nuestra ciudad y en nuestro país.

La *Intensidad* describe la potencia de los sentimientos que existen en esa opinión. Algunos temas son de mayor importancia que otros. A manera de graficar ésto, en nuestra investigación los encuestados indicaron que el funcionamiento de la CNEA-CÓRDOBA resulta importante en la actualidad.

A partir de los datos extraídos y analizados de las encuestas realizadas en las Instituciones Educativas Instituto Nuestra Madre de la Merced, Mark Twain y Arturo Jauretche, la CNEA-CÓRDOBA, se representa como una institución poco conocida o desconocida. Esto se reflejan, por un lado, en la gran desinformación de los encuestados respecto de la Energía Nuclear, sus aplicaciones, impacto sobre la sociedad y consecuencias y sobre la CNEA-CÓRDOBA, sus actividades y efectos. Por otro lado, la opinión se manifiesta en ciertas ocasiones confusa y contradictoria; lo que puede repercutir en los proyectos futuros de la organización.

Es posible destacar la significativa necesidad de formalizar un plan de comunicación que dé a conocer la CNEA-CÓRDOBA entre los estudiantes del Ciclo de Especialización de los colegios de la Ciudad de Córdoba, como una organización abierta a la comunidad, unificando los mensajes por parte de la Comisión Nacional de Energía Atómica.

Presentamos a continuación algunos de los lineamientos del plan realizado a partir de los datos obtenidos en el trabajo de investigación:

Plan de Relaciones Públicas e Institucionales

Estrategia Comunicacional:

Elaborar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales a través de la implementación de soportes comunicacionales externos.

Tácticas:

En el proceso de las Relaciones Públicas e Institucionales, la planificación es el paso siguiente a la investigación; en esta etapa, es importante decidir qué hacer, y de qué manera ejecutar las acciones planteadas, para de esta forma, alcanzar los objetivos de la organización y por consiguiente, del Plan de Relaciones Públicas e Institucionales diseñado.

Al momento de seleccionar las tácticas que se adecuarán de manera más eficiente, frente a la resolución del objetivo de aplicación planteado, se decidió desarrollar diversas herramientas enfocadas según dos maneras de manifestar la comunicación externa:

1. Comunicación Externa de Notoriedad
2. Comunicación Externa Estratégica

Comunicación Externa de Notoriedad

A través de esta modalidad, es la organización como “institución” la que informa sobre sus productos y servicios, comunica su imagen de manera directa para desarrollar su notoriedad en el entorno. (Bartoli, 1992)

Táctica N° 1: “*Quiénes somos y qué hacemos*”

Objetivo General: Informar a los alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de gestión pública y privada, sobre la CNEA-CÓRDOBA y las actividades que se desarrollan en sus instalaciones.

Acción 1a: Carpeta Institucional

Objetivo Específico: Presentar a la organización frente a cierto público de interés. En este caso, a docentes del Ciclo de Especialización y autoridades del Nivel Medio de las escuelas de Córdoba.

Acción 1b: Folleto Institucional

Objetivo Específico: Informar a los alumnos del Ciclo de Especialización de las escuelas de Córdoba, respecto a la CNEA-CÓRDOBA y las actividades desarrolladas en sus instalaciones, de manera sencilla, económica e impactante.

Acción 1c: Diseño de Página Web

Objetivo Específico: Brindar al visitante una motivación para informarse sobre la CNEA-CÓRDOBA, una razón para recordar a la institución. Este es un soporte que le ahorra tiempo, apoyando la imagen que intenta expresar la CNEA-CÓRDOBA, y completando el proceso de intercambio y generación de vínculos estratégicos, ya que simplifica una comunicación ágil y fluida con los públicos de interés.

Táctica N° 2: “Conociéndonos desde adentro”

Objetivo General: Presentar a la CNEA-CÓRDOBA como una organización abierta a la comunidad, donde los alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas puedan acceder a las instalaciones de B° Alta Córdoba, entrando así en contacto con las actividades cotidianas que se desarrollan en cada sector.

Acción 2a: Visitas Guiadas por las instalaciones de Geología del Uranio, Control de Uranio y Dioxitek S.A.

Objetivo específico: Acercar a los estudiantes y docentes al terreno donde se realizan las actividades habituales de la CNEA-CÓRDOBA, para despertar el interés y la curiosidad en diferentes áreas, desechando inquietudes, y conociendo con mayor profundidad las funciones de la CNEA en Córdoba.

Comunicación Externa Estratégica

En este caso, la organización no pretende fortalecer su notoriedad directamente, sino que se manifiesta en constante búsqueda de nuevos vínculos estratégicos que permitan desarrollar “redes”, relaciones positivas con actores de importancia vital, haciendo referencia a la comunidad educativa. Esta es una actitud proactiva que las organizaciones asumen para mantenerse flexibles a los cambios. (Bartola, 1992)

Táctica N° 3: “*Uniendo Fuerzas*”

Objetivo General: Generar vínculos estratégicos con los docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de Córdoba, posibilitando de esta manera, un trabajo de cooperación conjunta en materia de formación de los alumnos respecto a la CNEA-CÓRDOBA.

Acción 3a: Ciclo de Charlas Educativas orientadas a docentes.

Objetivo Específico: Informar a los docentes sobre las Actividades Nucleares en Argentina y en nuestra provincia en particular, además de comunicarles los objetivos de la CNEA-CÓRDOBA y las actividades que se desarrollan en sus instalaciones.

Acción 3b: Láminas Didácticas como Presente Institucional.

Objetivo Específico: Reforzar el vínculo con las instituciones educativas de Córdoba a través de un Presente Institucional, que a su vez, cumpla la función de promocionar el logotipo de la CNEA-CÓRDOBA y los datos de contacto.

Táctica N° 4: “*Despertando Interés*”

Objetivo General: Fomentar el interés en los alumnos del Ciclo de Especialización, por informarse sobre la Energía Nuclear, generando al mismo tiempo la necesidad de

recurrir a distintas fuentes de información, y entre ellas, se plantea la CNEA-CÓRDOBA como la primera opción, con el fin de fortalecer vínculos estratégicos.

Acción 4a: Concurso de Afiches “¡¡¡ACÁ!!! Hay Energía Nuclear”

Objetivo Específico: Generar la necesidad en los alumnos de recurrir a la CNEA-CÓRDOBA como fuente de información sobre Energía Nuclear, creando a su vez, un espacio de expresión donde los jóvenes manifiesten sus ideas.

Conclusión

El desarrollo de la Energía Nuclear es un tema que genera controversia mundial desde hace muchos años. Hay razones a lo largo de la historia que provocaron el descreimiento de la opinión pública frente a este tipo de tecnología. Además, resulta inevitable la asociación del término a fines netamente bélicos y destructivos.

Si nos remontamos a 1986, año en que colapsó el reactor de la central nuclear de Chernobyl en Ucrania y que provocó la mayor catástrofe nuclear de todos los tiempos, encontraremos quizás, el comienzo del descrédito por la Energía Atómica. A pesar de tantos años de controversia, actualmente la crisis por el calentamiento global, el alza en el precio del petróleo y el incremento en la demanda de energía eléctrica, llevan a pensar en la reactivación del sector nuclear en nuestro país y en el resto del mundo.

En Francia, el 50% de la energía eléctrica consumida, proviene de las 56 centrales nucleares que funcionan en el territorio nacional, por lo cual, las entidades francesas que trabajan con Energía Nuclear, desarrollan y evalúan constantemente importantes proyectos de Relaciones Públicas a fin de fortalecer los vínculos con los ciudadanos.

Una de las principales compañías de electricidad en Japón, la Tokio Electric Power Co. Inc., posee en la actualidad tres centrales nucleares, y cada una de ellas generó un Centro de Información sobre Energía Nuclear, concebido para ayudar a los ciudadanos a comprender mejor la producción de este tipo de tecnología.

La Argentina no debería escapar a esta tendencia, debido a que el sector nuclear se está reactivando con el Plan Atómico Nacional, anunciado por el gobierno en agosto de 2006. Como en muchos países, la seguridad de las centrales repercute en una gran preocupación por parte de la opinión pública.

En respuesta a esta situación, la Comisión Nacional de Energía Atómica - CÓRDOBA, entidad autárquica cordobesa que depende de la CNEA en Buenos Aires, dedicada al uso pacífico de la Energía Nuclear, y objeto del presente artículo, se demuestra cada vez más preocupada por el apoyo de los ciudadanos. Situación que se refleja en su marcado interés por diseñar e implementar un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales dirigido al sector educativo de la provincia.

Para alcanzar el éxito de este objetivo, se desarrolló un Plan de Relaciones Públicas e Institucionales que, a través de soportes comunicacionales externos, genere y fortalezca vínculos estratégicos con alumnos y docentes del Ciclo de Especialización de las escuelas de la ciudad de Córdoba y el interior de la provincia.

En una primera etapa del Plan, se pretendió informar al público de interés sobre la CNEA-CÓRDOBA, sus objetivos, antecedentes, actividades y procesos; con el propósito de permitir un acercamiento por parte de los estudiantes y sus docentes a la cotidianeidad de la organización en cuestión.

En la segunda etapa, más allá de formar al público meta en el tema nuclear, se prioriza la generación y fortalecimiento de los vínculos, para ello, las acciones y herramientas comunicacionales, han sido definidas estratégicamente.

A pesar de la dedicación al desarrollo y evaluación de las mismas, todavía queda un ingente trabajo por hacer. Sólo una minoría es conciente de la necesidad de encontrar nuevas maneras de producir energía, y aún una porción más pequeña, piensa en las centrales nucleares como una opción factible y positiva para solventar esta carencia.

Las Relaciones Públicas e Institucionales son una disciplina que aporta una importante cuantía de elementos que podrían utilizarse para favorecer al cumplimiento de los objetivos organizacionales de la CNEA, tanto en Córdoba, como en el resto del país.

Bibliografía

- ANDER EGG, Ezequiel; *Técnicas de Investigación Social*; Editorial Humanitas, Argentina 1980.
- BARTOLI, Annie; *Comunicación y Organización. La organización comunicante y la organización comunicada*; Editorial Paidós; Argentina 1992
- BERNAYS, Freud Edward; *Cristalizando la Opinión Pública*; Editorial Gestión 2000; Barcelona 1998.
- MARTIN, Hugo, *Atómicamente: Manual de divulgación sobre las aplicaciones pacíficas de la Energía Nuclear*; Argentina 1993.
- MERCADO, Salvador. *Relaciones Públicas Aplicadas. Un camino hacia la productividad*, Editorial Thomson; México 2002.
- MURIEL, María Luisa ROTA, Gilda; *Comunicación Institucional Enfoque Social de las Relaciones Públicas*; Primera Edición; Editorial Andina; Ecuador, 1980.
- RIVADENEIRA PRADA, Raúl; *La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio*; Editorial Trillas; México, 1984.
- SABINO, Carlos; *El proceso de investigación*; Tercera edición; Editorial Lumen – Humanitas; Buenos Aires 1996.
- SIMON, Raymond; *Relaciones Públicas. Teoría y Práctica*; Editorial Limusa; México 1999.
- VIEYTES, Rut. *Metodología de Investigación en las Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y técnicas*; Tercera Edición; Editorial De las Ciencias; Buenos Aires 2004.
- WILCOX, Denis L. AULT Phillip H. AGEE, Warren CAMERON, Glen; *Relaciones Públicas. Estrategias y Tácticas*; Sexta Edición; Editorial Addison Wesley; Madrid 2001.

Artículos Especializados

- ALLPORT, Floyd Henry; “*Hacia una ciencia de la opinión pública*”; Artículo Publicado en la revista Public Opinion; New York 1937.

- DALMASO, Luciana; Revista Rumbos; Diario la Voz del Interior; Córdoba 2007.
- DE SOUSA ANDRADE, Teobaldo; *Relaciones Públicas: Nuevo Poder administrador*; Artículo publicado por la Federación Interamericana de Relaciones Públicas, 1982.
- HARLOW, Rex; *Bulding a Public Relations Definition*; Public Relations Review 2 N° 4; Winter 1976.
- MARTIN, Hugo; *Apertura Institucional: Contribución a la aceptación pública de las actividades nucleares*; Córdoba 2003.
- MARTIN, Hugo; *Actividades Nucleares y Desarrollo Urbano*; Córdoba 2003.
- SPENSER, Weart; Boletín OIEA; *Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica*; Vol. 32; Viena 1990.
- WEDEKING, Lothar; Boletín OIEA; *Revista trimestral del Organismo Internacional de Energía Atómica*; Vol. 32; Viena 1990.

Sitios Web

- [http:// www.info-moreno.com.ar/notas/anergia_nuclear.htm](http://www.info-moreno.com.ar/notas/anergia_nuclear.htm)
- [http:// www.cnea.gov.ar](http://www.cnea.gov.ar)
- [http:// www.lavozdelinterior.com.ar](http://www.lavozdelinterior.com.ar)
- [http:// ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13Cie](http://ar.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060914172804AA13Cie)
- <http://www.analitica.com/va/internacionales/opinion/7164945.asp>