

Comunicar sobre radón

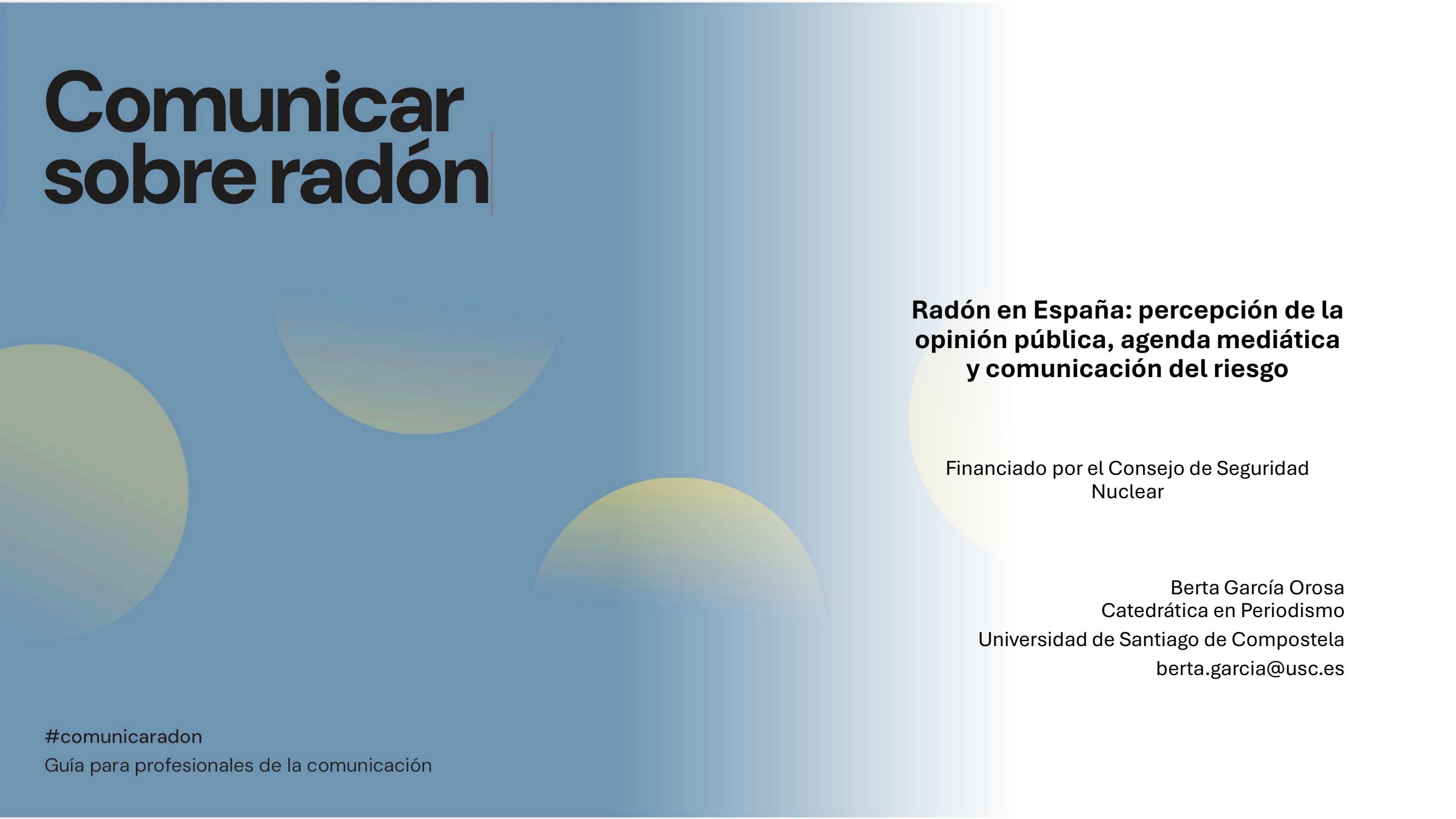


#comunicaradon

Guía para profesionales de la comunicación



Comunicar sobre radón



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

Financiado por el Consejo de Seguridad
Nuclear

Berta García Orosa
Catedrática en Periodismo
Universidad de Santiago de Compostela
bertha.garcia@usc.es

#comunicaradon

Guía para profesionales de la comunicación

Comunicar sobre radón



Índice presentación

1. Riesgo como constructo social
2. Percepción del riesgo en la sociedad, los medios e internet
3. Propuestas de estrategias de comunicación

#comunicaradon

Guía para profesionales de la comunicación

1. Riesgo como constructo social

Riesgo como constructo social



Medios de comunicación
Redes sociales
Agentes conversacionales
Inteligencia artificial

Peligro importante para la salud
Ocultado/minimizado por los medios nacionales/internacionales

Visibilizar
Exagerar
Crear
Ocultar

2. Percepción del riesgo. Social

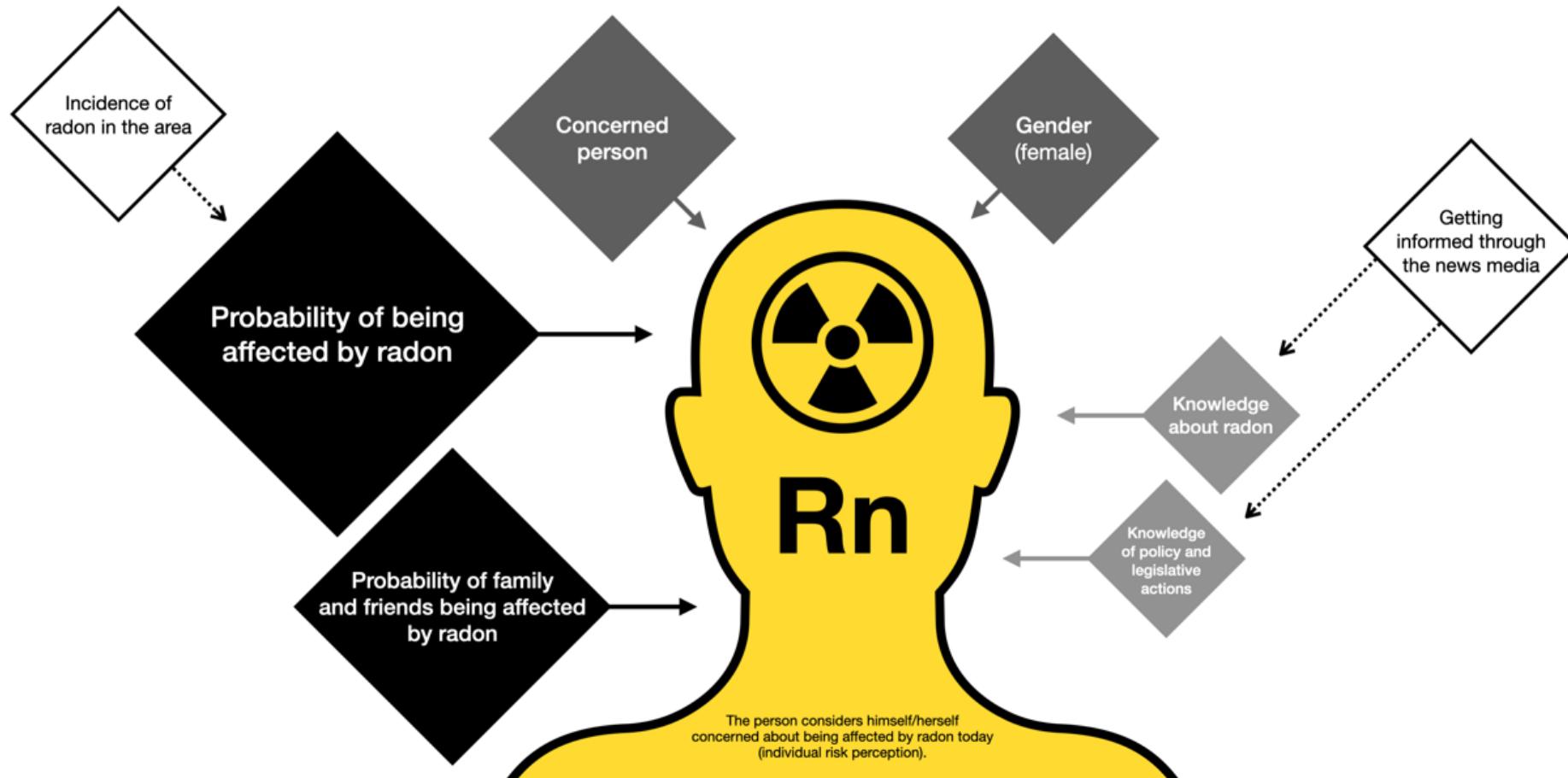
Metodología

- **Encuesta Online (CAWI)**: Distribuida de forma digital para recolectar datos de los encuestados
- **Público objetivo**: Residentes en España de 18 años o más
- **Muestra final: N1 = 1985** (*Incluye una sobrerepresentación en territorios más afectados por radón*)
- **Fecha**: Desde el **1 de marzo hasta el 5 de junio de 2023**
- **Muestreo multietapas con cuotas territoriales**: Cuotas por comunidad autónoma, género, y edad.
- **Sobremuestreo de 300 respuestas adicionales** en las áreas más afectadas

Resultados

- El conocimiento moderado y desigual, y centrado en características más que en efectos sobre la salud o a las medidas de mitigación.
- Mayor conocimiento y riesgo social que individual; representa un riesgo atenuado porque perciben el gas como algo “natural”.
- Relación significativa entre el consumo de información de medios de comunicación y las acciones de comunicación con la percepción social.
- A pesar de ser un riesgo grave, persistente y con un impacto significativo en la salud pública, la población española muestra un nivel moderado de concienciación sobre la incidencia y las consecuencias del radón, especialmente en las comunidades más afectadas, lo que demuestra la necesidad de una comunicación eficaz en poblaciones específicas.

2. Percepción del riesgo. Social



Conocimiento de la población española sobre el radón

Es la segunda causa de cáncer de pulmón después del tabaco

39.2%

Es carcinógeno

70.5%

El terreno puede ser una fuente de radón

40.5%

Se encuentra en el aire libre

33.8%

Se encuentra en el agua

24.5%

Se encuentra en el suelo

54.4%

Es inodoro

42.9%

Es invisible al ojo humano

67.4%

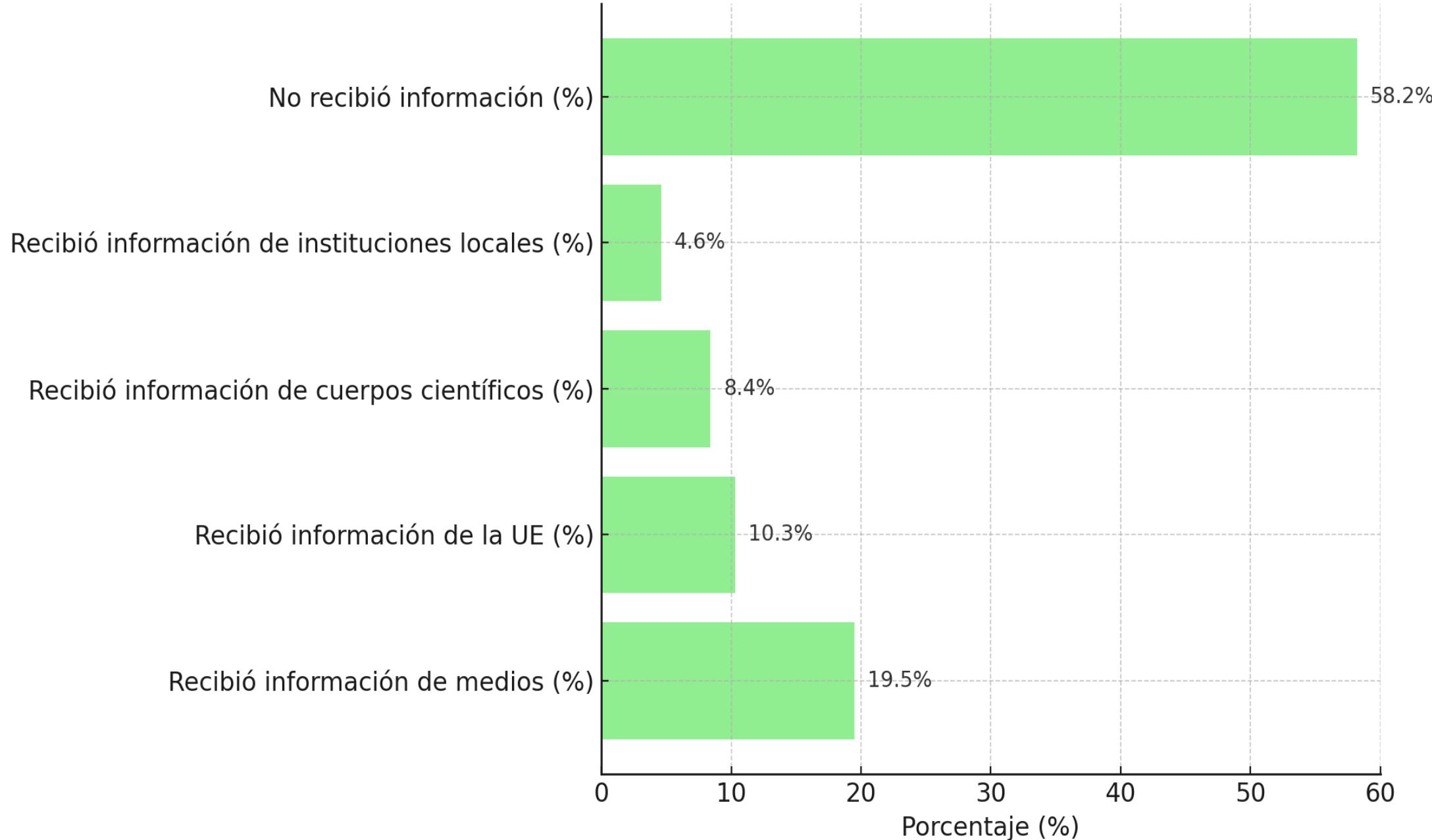
Radón es un gas

83.4%

0 20 40 60 80 100

Porcentaje (%)

Fuentes de información sobre radón en la población española



2. Percepción del riesgo. Medios

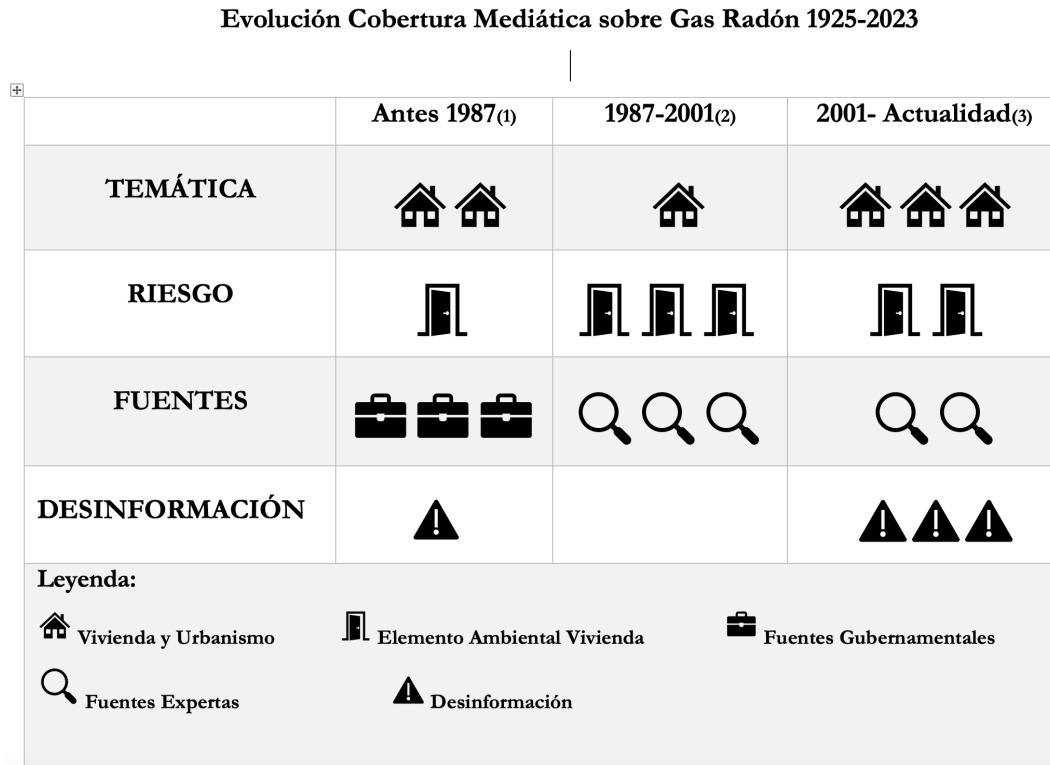
Metodología

- **Análisis de contenido:** medios internacionales, nacionales, autonómicos, locales e hiperlocales
- **Total medios:** 42
- **Total noticias:** casi 3.000
- **Medios analizados:** El País, ABC, El Mundo, elDiario.es, El Confidencial , La Voz de Galicia, Galicia Confidencial, Faro de Vigo, La Región, Diario do Támega, Diario Hoy, El Periódico de Extremadura, Región Digital, Aquí en la Sierra, La Nueva España, El Comercio, Diario de León, iLeón, La Gaceta de Salamanca, Salamanca24Horas, El Norte de Castilla, El Adelantado, LaCerca.com, La Tribuna de Toledo, Lanza Digital, La Tribuna de Ciudad Real, Diario de Sevilla, La Plaza Información, Diario Córdoba, InfoGuadiato, The Canary UK (UK), Tortoise Media (UK), II Post (Italia), The Journal IE (Irlanda), Observador PT (Portugal), The Texas Tribune (EE.UU.), SAPO (Portugal), De correspondent (Países Bajos), Krautreporter (Alemania) y tres matriciales: The Guardian (UK), The New York Times (EE.UU) y The Washington Post (EE.UU.)

Resultados

- A pesar de la gravedad del riesgo que presenta el radón, la concienciación pública es limitada y la presencia en medios escasa, irregular y normalmente vinculada a estudios científicos puntuales.
- La invisibilización del riesgo en la agenda mediática no responde a problemas presentados en otros riesgos como al escasa transparencia o incertidumbres científicas o el envío de mensajes contradictorios.
- La presencia de desinformación en medios de referencia
- La prioridad de la vivienda en el enfoque temático y en la magnitud de riesgo.

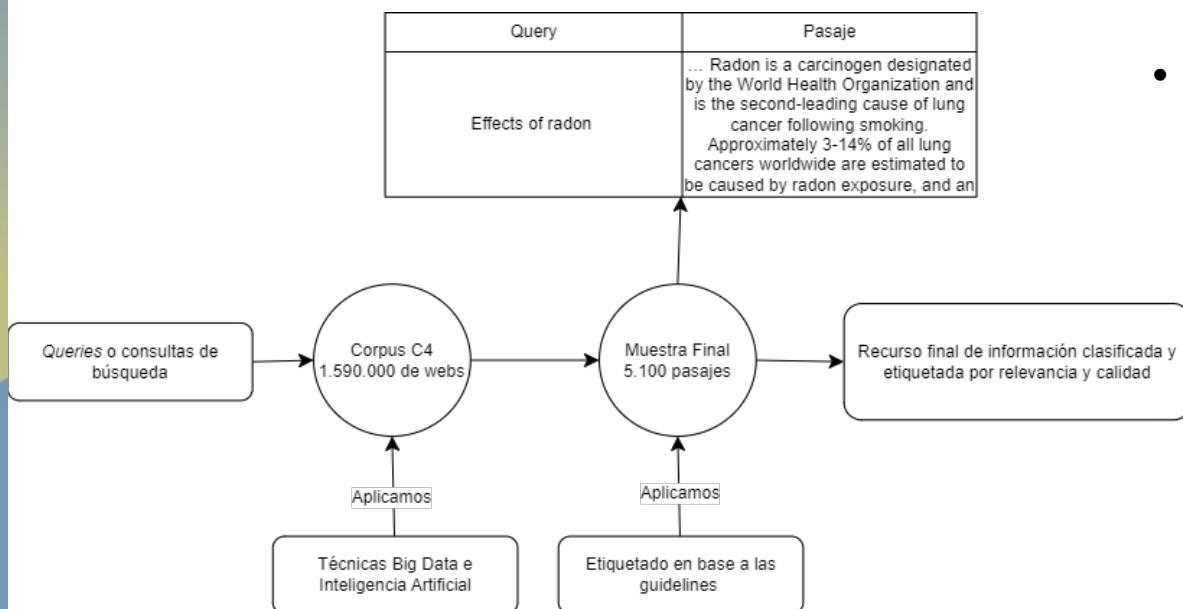
2. Percepción del riesgo. Medios



2. Percepción del riesgo. IA y a. conversacionales

Metodología

- Analizar los resultados que proporciona Internet y ChatGPT para consultas relacionadas con el radón simulando la búsqueda de un usuario real



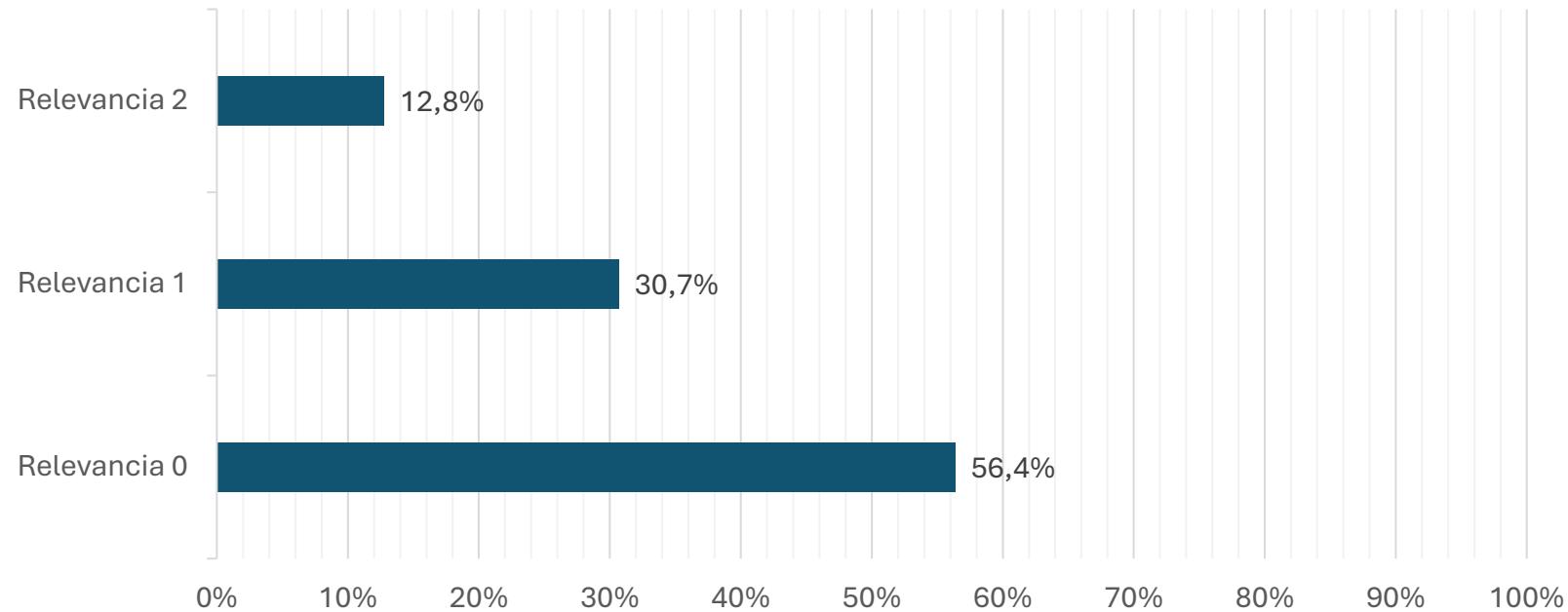
Resultados

- La información sobre el radón y sus riesgos en la búsqueda web tiende a ser poco relevante y **no cumple con las necesidades informativas de los usuarios**.
- ChatGPT, aunque más preciso en ofrecer información relevante, también aumenta la **proporción de información falsa o incorrecta**.
- Tanto la búsqueda web como ChatGPT presentan **riesgos de desinformación**, con la búsqueda web proporcionando información falsa que cita fuentes reputadas con intenciones comerciales, y ChatGPT ofreciendo información incorrecta sobre los efectos del radón en la salud.

Es necesario vigilar y perfeccionar la **precisión de los modelos de conversación** como ChatGPT para garantizar la veracidad de la información ofrecida y para contribuir a la construcción de un entorno en línea caracterizado por una mayor confianza

2. Percepción del riesgo. IA y a. conversacionales

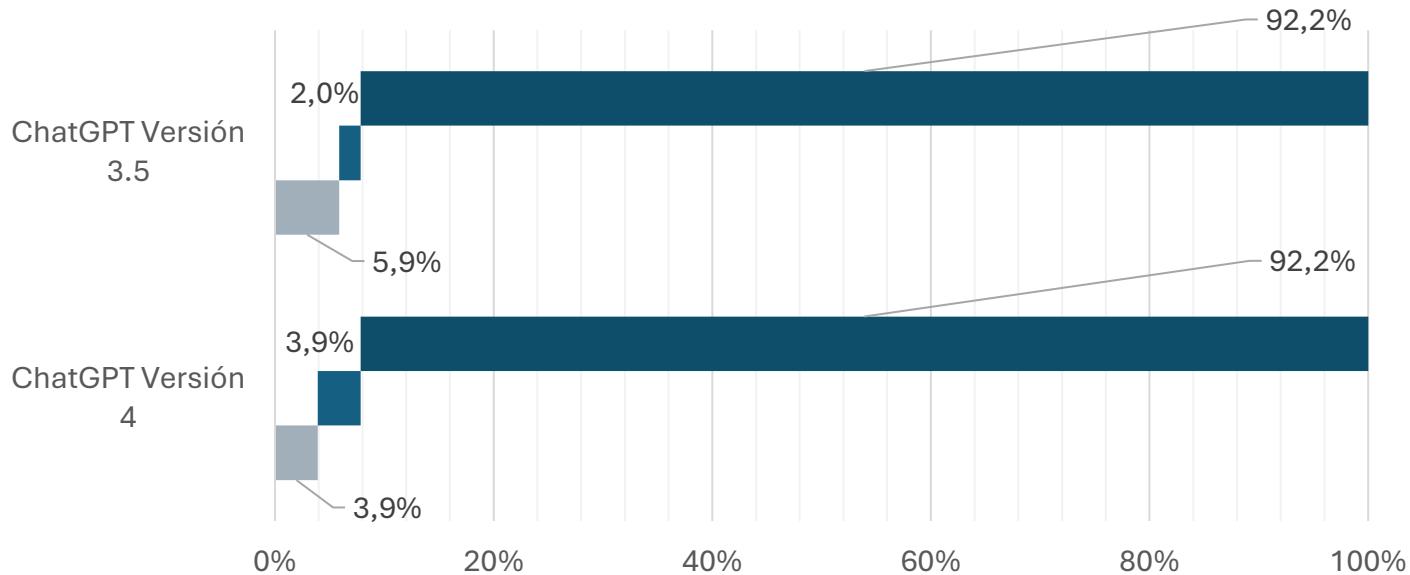
Calidad de las fuentes de información digitales.
Relevancia en internet



2. Percepción del riesgo. IA y agentes conversacionales

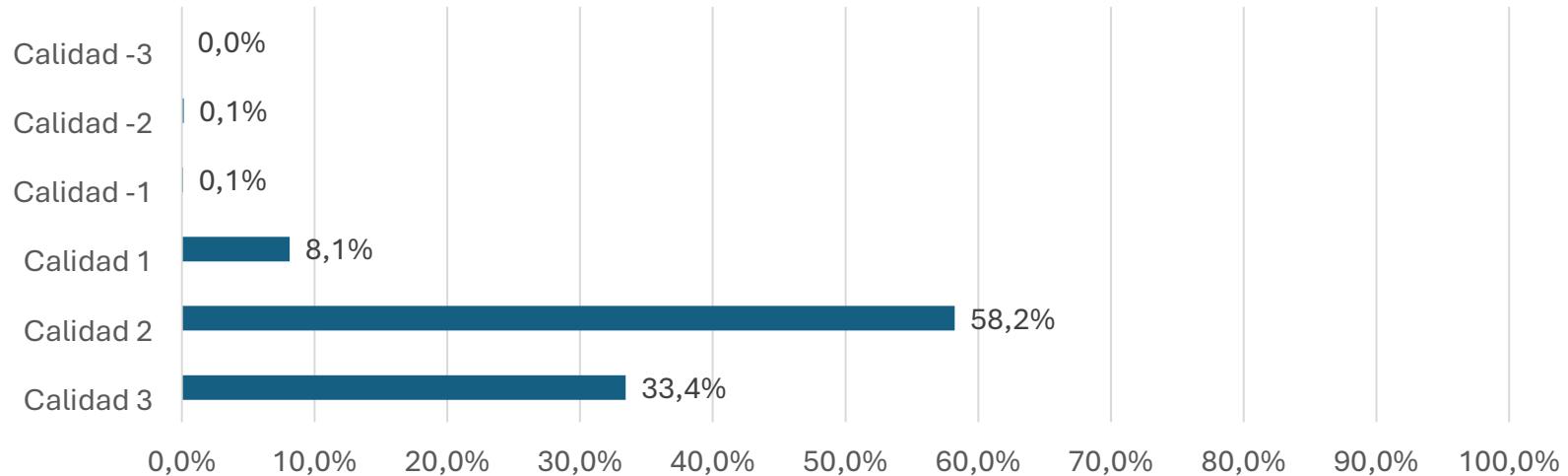
Calidad de las fuentes de información digitales.

Relevancia ChatGPT



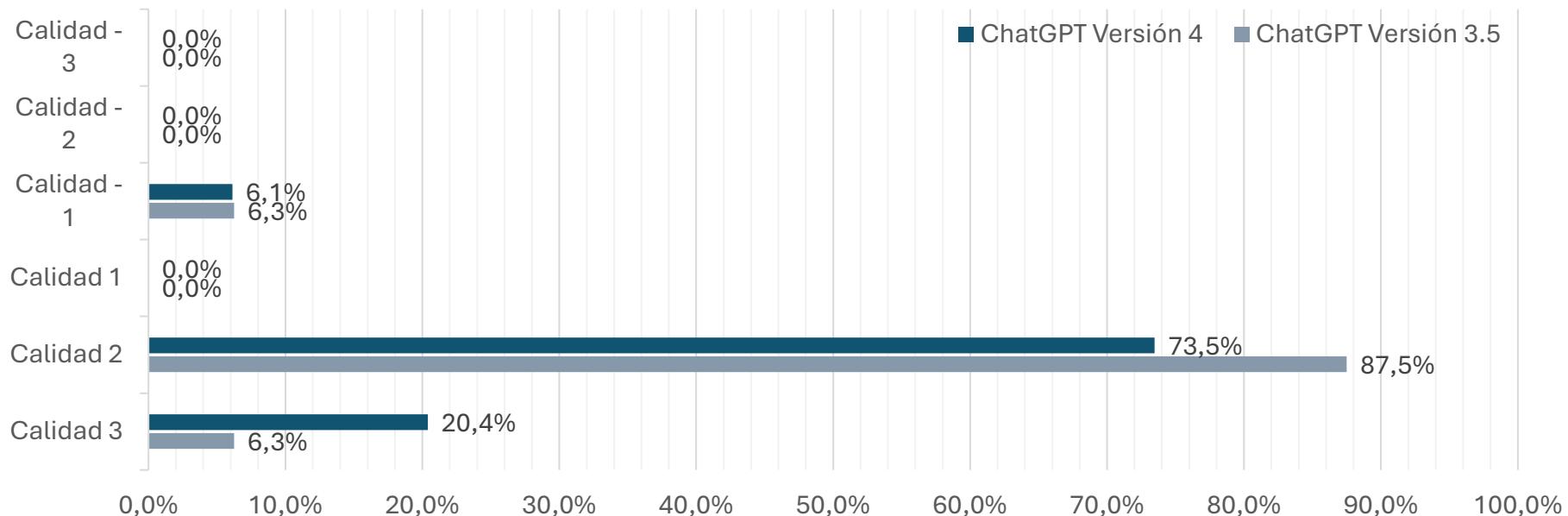
2. Percepción del riesgo. IA y agentes conversacionales

Calidad en Internet



2. Percepción del riesgo. IA y agentes conversacionales

Calidad en ChatGPT



3. Estrategias

¿Por qué comunicar? Es un riesgo invisibilizado

Plan de comunicación+plan de crisis

- Transmedia
- Híbrido
- Audiencia en el centro

3. Estrategias

Estrategias

Una buena estrategia de comunicación requiere considerar diferentes aspectos para que el mensaje se transmita con fiabilidad y seguridad desde la fuente emisora hasta los distintos públicos receptores. En consecuencia, las estrategias de comunicación en salud han de contemplar, al menos, los siguientes elementos:

1. Definición del mensaje
2. Establecimiento de objetivos
3. Segmentación de públicos
4. Estrategias e implementación
5. No siempre un mayor número de soportes implica mejor recepción del mensaje
6. Medición del retorno y evaluación

POSIBLES MECANISMOS PARA LA TRANSMISIÓN DE MENSAJES SOBRE RIESGOS

FORMATOS NARRATIVOS

Formatos como el vídeo o el cómic pueden influir en la efectividad de los mensajes (Zhou et al., 2023)

APLICACIONES DIGITALES

Aplicaciones como WhatsApp han demostrado su éxito en la comunicación sanitaria digital actual (Kadhluri et al., 2023)

MEDIOS SOCIALES

La utilidad de los medios sociales también se ha comprobado en las emergencias sanitarias (Wang et al., 2023)

YOUTUBE

Un estudio reciente analiza la utilidad de los canales de YouTube para la difusión de información sobre el radón, aunque se diagnostica una infravaloración de las funciones de esa red social y una escasa concepción del radón como un verdadero problema de salud pública (Sixto-García et al., 2025).

DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES

PROPIUESTA DE DIFUSIÓN DE CONTENIDOS A TRAVÉS DE INSTAGRAM

Objetivos:

a) Cualitativo:

- Acercar la temática del radón a la gente joven. Convertir Instagram en el canal principal del contacto con el público joven.
- Motivar a la audiencia a tomar medidas para reducir la exposición al radón en sus hogares.

b) Cuantitativo:

- Generar tráfico a la web y a los medios especializados que abordan temas de salud pública, especialmente el radón.
- Difundir los resultados del proyecto RAPAC.

Público objetivo y buyer persona

El buyer persona hace alusión a la representación ficticia del público objetivo al que se pretende llegar en una estrategia de comunicación.

En este caso, este plan de comunicación para la red social Instagram contempla considerar a una audiencia de entre 18 y 24 años poco familiarizada con el consumo de información científica y con un alto desconocimiento del radón y sus efectos. Este plan de comunicación se dirige especialmente a la población de las comunidades autónomas con mayor incidencia de radón como Galicia, Extremadura, Madrid, Asturias, Castilla y León, Castilla-La Mancha y Andalucía.

3. Estrategias

Estrategia de contenidos

La estrategia de contenidos en la red social Instagram se limita a la transmisión de cuatro ideas clave:

- El radón es un gas invisible y peligroso que puede estar presente en tu hogar sin que lo sepas.
- La exposición prolongada al radón puede aumentar el riesgo de cáncer de pulmón, incluso en personas jóvenes y sanas.
- La exposición al radón es la principal causa de cáncer de pulmón en personas no fumadoras.
- Realizar una prueba de radón en tu hogar es fácil y puede ayudarte a proteger tu salud y la de tu familia.

Formatos y contenidos

1) **Posts en el feed de Instagram:** publicaciones breves con contenido informativo que transmita ideas clave del proyecto.

🌟 ¡Atención! 🌟 ¿Sabías que el radón es un gas radioactivo natural que puede representar un serio riesgo para la salud? 🚫 Nosotros estamos aquí para cambiar eso!

🌍 Estamos emocionados de compartir que estamos liderando un proyecto financiado por el Consello de Seguridade Nuclear para concienciar a la sociedad sobre los peligros del radón y cómo protegerse. 🌎💡

💡 Nuestro objetivo es proporcionar información clara y práctica sobre el radón, especialmente en comunidades con mayor incidencia como Galicia, Estremadura, Madrid y más. Queremos asegurarnos de que todos estén informados y puedan tomar medidas para protegerse a sí mismos y a sus seres queridos.

🚀 ¡Únete a nosotros en esta importante misión! Estén atentos para obtener más información, consejos útiles y recursos sobre cómo protegerse del radón. Juntos, podemos crear un entorno más seguro y saludable para todos. 💪💙 #RadonAwareness #ProyectoRadon #SaludPública #NovosMedios

Ejemplo de post para Instagram para presentar el proyecto

🌐 Descubre el Mapa del Potencial de Radón en España 🌐

¿Sabías que el radón, un gas natural radiactivo, puede ser un riesgo para la salud respiratoria? El Consello de Seguridade Nuclear (@consellocodeseguridadenuclear) ha puesto a disposición un mapa detallado que muestra el potencial de radón en todo el país como parte del proyecto RAPAC, liderado por Novos Medios USC. Este mapa es una herramienta invaluable para comprender mejor los riesgos y tomar medidas para proteger nuestra salud y la de nuestros seres queridos. 📊💡

¡Explora el mapa y descubre la distribución del radón en tu área! Conocer esta información puede ayudarte a tomar decisiones informadas sobre cómo proteger tu hogar y tu salud respiratoria. Visita el sitio web del Consello de Seguridade Nuclear para acceder al mapa y obtener más información sobre cómo reducir la exposición al radón. 🏠🏡

No subestimes el poder de la información cuando se trata de proteger tu salud. ¡Mantente informado y toma medidas hoy mismo! 💪💡

#RadonAwareness #MapaRadon #SaludRespiratoria #CSN #ConselloDeSeguridadeNuclear #RAPAC #NovosMediosUSC

Ejemplo de post para Instagram para difundir el mapa del radón en España

2) Publicaciones de carrusel: imágenes y textos cortos para explicar qué es el radón y cómo puede estar presente en los hogares, así como cuáles son sus riesgos.

[Slide 1: Texto e Imagen]

🌟 ¡Conoce el Proyecto sobre el Radón! 🌟

La profesora Berta García Orosa lidera un proyecto hasta 2024 sobre el radón en España, financiado por el CSN.

[Slide 2: Texto e Imagen]

🔬 Investigación Crucial! 🔬

Analizarán la percepción pública del radón para proponer acciones de comunicación. Con enfoque en comunidades con mayor incidencia como Galicia.

[Slide 3: Texto e Imagen]

⚠️ ¿Qué es el Radón? ⚠️

Es un gas inodoro, insípido e incoloro que puede ser mortal. Se deriva de la desintegración del uranio y es la principal causa de cáncer de pulmón entre no fumadores.

[Slide 4: Texto e Imagen]

🌐 Concienciación es Clave 🌐

Desde 1998, la OMS lo califica como cancerígeno y propone métodos de prevención.

¡Necesitamos aumentar la concienciación!

[Slide 5: Texto e Imagen]

💡 Acciones de Comunicación 💡

Este proyecto busca informar a la sociedad sobre los riesgos del radón. Las redes sociales son herramientas útiles para la difusión de información sanitaria.

[Slide 6: Texto e Imagen]

📍 Incidencia en España 🚑

Galicia, Extremadura y Madrid tienen mayor superficie afectada. También hay incidencia en Asturias, León, Salamanca, Segovia, Toledo, Ciudad Real, Sevilla y Córdoba.

[Slide 7: Llamado a la Acción]

¡Aprende más sobre el radón y cómo protegerte! Visita nuestro perfil para obtener más información y únete a la lucha contra el radón.

3) Vídeos cortos. Vídeos breves (de 15 a 30 segundos) con animaciones o imágenes que resalten los mensajes clave sobre el radón y la importancia de realizar pruebas en el hogar. Estos datos proceden de las investigaciones realizadas en el marco del proyecto Radón en España: percepción de la opinión pública, agenda mediática y comunicación del riesgo (RAPAC).

4) Historias historias de Instagram para compartir datos interesantes sobre el radón, preguntas frecuentes, testimonios de personas que hayan realizado pruebas de radón, etc.



Plan coherente y evaluable

Guía de comunicación en papel y en digital

García-Orosa, Berta (coord.) (2024). *Comunicar sobre radón. Guía para profesionales de la información*. Universidade de Santiago de Compostela. http://novosmedios.gal/wp/wp-content/uploads/guia_comunicar_radon_usc_2024.pdf

García-Orosa, Berta (coord.) (2024). *Comunicar sobre radón. Guía para profesionales de la información [tríptico]*. Universidade de Santiago de Compostela. http://novosmedios.gal/wp/wp-content/uploads/triptico_comunicar_Radon_usc-2024.pdf

Comunicar sobre radón

Muchas gracias

#comunicaradon

Guía para profesionales de la comunicación

