

Contenido

Prólogo	7
Introducción	11
1. La energía nuclear en el mundo y la opinión pública	15
1.1. Presencia y contribución de la energía atómica en el mundo	15
1.1.1. Producción y consumo de energía eléctrica en el mundo, por zonas geográficas y en España	16
1.1.2. Estructura del sector atómico: radiografía de la situación actual	20
1.2. La opinión pública en España, Europa y el mundo respecto a las centrales nucleares.	25
2. La Comunicación Nuclear en España	41
2.1. Antecedentes de la Comunicación Nuclear y las claves del discurso.	42
2.2. Organización y características de la comunicación en las centrales nucleares de España.	46
2.2.1. La autoridad informativa en el sector nuclear	47
2.2.2. Los grupos de interés nuclear: tipología e interacción	52
2.2.3. Estructura, política y estrategias comunicativas de las plantas ..	69

3. Orientación. Un modelo de gestión empresarial para buscar la aceptación social	85
3.1. Reflexiones en torno a las industrias de riesgo y su vocación social	86
3.2. La responsabilidad empresarial y el bien común	91
3.3. El diálogo como fundamento comunicativo para construir relaciones y fortalecer la reputación empresarial	96
4. Estructura. Estrategia y organización para la Comunicación Nuclear	103
4.1. La dimensión estratégica de la Comunicación Empresarial	104
4.2. La Dirección de Comunicación en la empresa nuclear	112
5. Implementación. La versión táctica: un plan estratégico de Comunicación Nuclear.	121
5.1. El plan de comunicación: la transformación de la estrategia en táctica	122
5.2. El Plan Estratégico de Comunicación Nuclear	126
5.2.1. El plan de Comunicación Nuclear (interna-externa)	127
5.2.2. Un plan de comunicación de crisis nuclear-no operativa.	150
Conclusiones	157
Bibliografía	161
Informes, recursos y páginas web sectoriales	173