

LA METEOROLOGÍA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Tomàs Molina

La meteorología se ha convertido en uno de los puntos fuertes de los medios de comunicación, y muchos de sus presentadores en algunos de los personajes más reconocidos de las cadenas.

Son muchos los factores que dan a la información meteorológica una relevancia especial entre los programas de televisión disponibles, pero sin duda, uno de los más importantes es que el pronóstico meteorológico ayuda a salvar bienes y vidas.

Las imágenes más impactantes de la destrucción y las desgracias provocadas por las inclemencias meteorológicas son un foto de atracción irresistible en los noticiarios de televisión y con eso solo ya se asegura la audiencia, pero, la capacidad de comunicación de los presentadores y la tecnología aplicada a los gráficos que dan soporte al espacio de meteorología, son también pilares muy importantes para entender el éxito de este programa.

La evolución en la estética de los gráficos, desde la formulación técnica de la meteorología científica, hasta los iconos animados en dos o tres dimensiones, se ha recorrido un camino hacia la comprensión más diáfana del público en general de terminología científica relativamente complicada. En los últimos 20 años, la meteorología ha evolucionado desde el parte meteorológico hecho casi para uso interno de los meteorólogos, hasta la concepción de tecnología tan complicada como la de la modelización numérica de la atmósfera, para una mejor visualización por televisión de la evolución del tiempo previsto.

La tecnología también ha llevado a la espectacularidad en los espacios de meteorología, que utilizan los gráficos en tres dimensiones, o los escenarios virtuales y las técnicas más punteras de realidad virtual.

El papel del meteorólogo tradicional ha evolucionado hasta el de transmisor de mensajes sobre meteorología, que incluyen el pronóstico, pero también la información meteorológica de presente, del pasado y del futuro, y lo que ocurre en los lugares más remotos de la Tierra. También ha aumentado el papel del “hombre del tiempo” hacia la divulgación científica, especialmente en los temas relacionados con el calentamiento global o la variabilidad climática.

A pesar del tópico sobre el “acierto o el error” de los meteorólogos, su credibilidad entre los presentadores de las distintas cadenas, se sitúa entre las valoraciones más altas.

Es acertado invertir en una buena información meteorológica, en buenos profesionales, formados científicamente y con capacidad de comunicación. Con una buena dotación de medios técnicos que les permita elaborar una información completa, veraz y atractiva, que informe y entretenga.

Los fenómenos meteorológicos extremos se repiten y afectan a nuestras sociedades, y éstas valoran especialmente cuando se está a su lado en los malos momentos. Valoran la capacidad de explicar las causas de lo que ha pasado y la información de lo que puede suceder en el futuro. Todo esto lo da una información meteorológica de calidad, y las sociedades avanzadas y del bienestar reclaman que toda la información disponible que les permita tomar sus decisiones futuras con un máximo de garantías.