

LA COMUNICAZIONE METEO DA BERNACCA A INTERNET

PARTENDO DAL TENTATIVO DI DIFFUSIONE DI UNA CULTURA DELLA PREVISIONE NELLA TV DEGLI ANNI 60, L'OFFERTA MEDIATICA SUL METEO È ANDATA ENORMEMENTE ALLARGANDOSI. IL PUBBLICO, TUTTAVIA, NON SEMBRA AVERE ACQUISITO UNA COMPETENZA MAGGIORE. OGGI È DIFFICILE ORIENTARSI IN UN'OFFERTA SOVRABBONDANTE, SOPRATTUTTO SUL WEB.

Isolare la comunicazione meteorologica in Italia dal contesto culturale e istituzionale in cui questa viene prodotta è un tentativo di fotografare uno scorcio di un paesaggio ben più ricco e complesso, perché la meteorologia comunicata non è solo l'informazione sulle condizioni meteo che viene trasmessa al pubblico, ma è insieme discorso di meteorologia e metadiscorso su chi si occupa di meteorologia. L'aspetto più affascinante della meteorologia è senza dubbio la sua capacità di prevedere il futuro. Sarà per questo che ancora oggi, nonostante l'esibita scientificità dei mezzi, molta gente si aspetta un presagio ed è pronta a criticare il meteorologo-indovino che ha letto male i segni del tempo.

Previsione o profezia? Il meteo tra incertezza e probabilità

Per emanciparsi da questa idea di previsione meteorologica, che trascura gli elementi intrinseci di "incertezza" e "probabilità", e avanza pretese di esattezza da parte dell'utente è necessario far capire ai profani che la previsione oggi è un prodotto di modelli matematici in continua evoluzione, di dati raccolti con i più svariati strumenti ed elaborati da potentissimi calcolatori, ma pur sempre un'interpretazione dei fatti proiettata verso un futuro probabile ma non certo. Il tentativo pionieristico del colonnello Bernacca di avvicinare la previsione del tempo alla gente comune, sfruttando le potenzialità didattiche e comunicative della televisione degli anni '60, sembrava riflettere una volontà, per quanto personale e isolata, di diffondere una sorta di cultura della previsione del tempo. Negli

anni che ci separano dalla rubrica "Che tempo fa?" la meteorologia ha conosciuto un'eccezionale evoluzione tecnologica e scientifica, che ha permesso l'elaborazione di previsioni sempre più affidabili e precise. Ma la fiducia della gente nella "bontà" delle previsioni non pare essere aumentata, se non nel momento in cui la scommessa sul futuro è vinta. La facilità con cui la verifica empirica si rende attuabile oscura tutto il processo di raccolta ed elaborazione dei dati che permette la proiezione meteorologica nel futuro. Paradossalmente il grande pubblico (termine ombrello per definire una folla variamente segmentata) oggi ha una maggior possibilità di scelta tra le informazioni meteorologiche, ma vi accede a proprio uso e consumo, senza aver acquisito una competenza maggiore rispetto al passato.

L'istantanea sul presente ci restituisce l'immagine di una realtà meteorologica italiana complessa e caotica dal punto di vista dell'offerta mediatica.

L'evoluzione delle previsioni tv e il boom di internet

Finita la stagione dell'Olimpo di Bernacca, la televisione ha aperto le porte prima ai rappresentanti ufficiali dell'Aeronautica Militare e poi man mano ad altre figure più o meno laiche e titolate di meteorologi, fino alla deriva delle meteorine e delle *meteo-girls*, fortunatamente fenomeni isolati e non paradigmatici. La previsione meteo in tv oggi in Italia è onnipresente sotto forma di rubrica associata alle edizioni dei telegiornali o di spazi meteo all'interno delle trasmissioni-contenitore. Gli elementi visivi sono ovviamente il mezzo più accattivante e immediato di cui si fa uso nella previsione televisiva e non solo, diventando la base su cui si costruisce il compendio discorsivo di stile e durata variabili. La proposta meteorologica della Rai e quella di Mediaset, storiche concorrenti dell'ormai superata tv



1

generalista, non si discostano molto l'una dall'altra, e sembrano seguire la logica della navigazione a vista nella costruzione dei palinsesti. Solo sulla cadetta Rai 3 si assiste a qualche timido tentativo di "localizzare" la previsione e avvicinare la gente ai luoghi sacri della meteorologia (*Buongiorno Regione*).

Le iniziative più interessanti nel mutato contesto televisivo, in cui appunto le categorie e i concetti della tv generalista diventano obsoleti, sono il canale a pagamento Sky Meteo 24, con previsioni e approfondimenti in campo meteorologico 24h al giorno, e la scelta del canale digitale Class News msnbc di dedicare al tema meteo 4h del suo palinsesto quotidiano con la partnership del noto Weather Channel, prima fonte di notizie meteorologiche per i cittadini americani. E proprio su Class News si è osato sperimentare in prime time un vero e proprio programma di meteorologia, *Lombroso Variabile*.

Le previsioni del tempo oggi si possono reperire ovunque, non solo in tv. Rubriche, applicazioni e informazioni

1 La copertina di un libro di Edmondo Bernacca, pubblicato negli Oscar Mondadori nel 1971.

meteorologiche si trovano facilmente sui giornali, in radio (da segnalare la web radio Radio Italia Meteo, previsioni 24h), sui telefoni cellulari, persino sulle console per videogiochi. Il vero antagonista del mezzo televisivo nell'offerta meteorologica, però, è la rete, dove la crescita esponenziale dell'attenzione e della curiosità verso le tematiche meteorologiche ha portato alla proliferazione di un numero esagerato di siti, di portali, di associazioni e di forum che si occupano a vario titolo di meteorologia. La facilità di accesso a questa mole di "notizie meteorologiche" pare aver portato dal lato dell'utenza a una sorta di *overload* informativo, a cui pongono rimedio le strategie di marketing, e dal lato dell'offerta all'incapacità del sistema di selezionare le buone previsioni in assenza di standard di qualità.

La sfida dei professionisti tra meteo-reality e meteo-sexy

In questo vuoto normativo si sono collocate anche le numerose associazioni di meteorologia sorte nel Paese con la motivazione dichiarata di supplire alla frammentarietà e mancanza di coordinamento e aggregazione all'interno del variegato scenario meteorologico italiano. Tali realtà associative, così come i vari forum internazionali di scambio di conoscenze e competenze in ambito meteorologico, sono state assolutamente favorite dalle potenzialità di diffusione del web, che è l'elemento incontrovertibile con cui ci si deve necessariamente confrontare nella nostra epoca e che ha rivoluzionato le logiche di gerarchia, di controllo e di segretezza delle informazioni.

Questo è lo sfondo tecnologico e sociale su cui agisce la comunicazione meteorologica oggi. Di questo devono prendere atto le istituzioni, nel confronto con i privati e con l'utenza, e anche gli altri soggetti del



panorama mediatico, come la televisione, che deve evolversi in nuove forme che stiano al passo con l'offerta interattiva e dinamica del web, percorrendo la strada dell'alternativa piuttosto che quella dell'emulazione, perché l'eredità di Bernacca non venga sperperata. L'esperienza di altri paesi ci indica la possibilità di offrire prodotti televisivi che rispondano alle richieste informative in modo puntuale e brillante, creando rubriche meno "asettiche" ma sempre professionali, in cui il pubblico possa essere coinvolto come destinatario e interlocutore.

L'Italia di oggi è un paese in cui la meteorologia è "pervasiva", dove si cominciano persino a scrivere i *meteo-thriller*, dove si disputano i *meteo-tornei* tra i fornitori privati di previsioni meteorologiche e dove cominciano ad arrivare i *meteo-reality* dagli Usa (*Weather Proof*). L'unico fenomeno che, per ora, è

stato possibile arginare nel nostro universo mediatico (forse frenato dai limiti del cattolicesimo) è il *meteo-sexy*, che già campeggia su alcune televisioni straniere. Resta solo da decidere quale direzione imprimere alla comunicazione meteorologica tra le tante alternative possibili. Ma, soprattutto, si deve lavorare per creare una comunicazione meteorologica istituzionale, che risponda ai cittadini della necessità di mantenere costose strutture pubbliche mentre tutti e ovunque "giocano" a fare i meteorologi.

Alessandra De Savino

L'autrice ha collaborato con Arpa Emilia-Romagna sui temi della comunicazione del rischio a fini di protezione civile. Ha coordinato la redazione dell'intero servizio sulla meteorologia su questo numero di *Ecoscienza*.



FOTO: MARTIN GORVAN