

SÁNCHEZ CALERO, María Luisa, 2005: *La información meteorológica como servicio*. Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, 148 páginas.

Cuando uno dirige los ojos a las primeras páginas de los diarios de los siglos XVIII o XIX queda sorprendido por la presencia de datos astronómicos junto a la cabecera. Al lado del logotipo del medio y de las anotaciones religiosas del santo o festividad del día y los cultos más sobresalientes aparecen las fases de la luna: como es sabido, no se trata de la mera descripción de un fenómeno, sino que tal apunte tiene un valor ordenador de la vida y cultivos (difícilmente nos podemos hacer idea en nuestros días de la influencia que los astros ejercían en las conductas humanas de hace doscientos años). En el primer número del *Diario de Barcelona* (1 de octubre de 1792) ocupa toda la portada la relación de “afecciones astronómicas de hoy” con los datos relativos a la luna y al sol, a los que se añaden los de los días anteriores, obtenidos por medio del termómetro, barómetro, los vientos y situación de la atmósfera. Un cuadro semejante publica en su primera página el diario *El Diluvio*, de Barcelona, el 19 de febrero de 1907, con los datos del Observatorio Meteorológico de la Universidad.

Desde entonces este tipo de informaciones no ha hecho sino progresar y en el momento presente nos encontramos con que todos los diarios y boletines informativos audiovisuales incluyen en sus páginas y espacios la predicción meteorológica, que es seguida con interés por un porcentaje muy elevado de la población. El análisis que se realiza en los telediarios representa un pico muy acusado en la atención de los espectadores, que siguen cuidadosamente la evolución de los fenómenos atmosféricos. Se trata de una sección fija muy agradecida, cuya supresión no sería soportada por los usuarios de los medios.

Sorprendentemente, hasta ahora no se habían realizado estudios completos sobre estos espacios desde la perspectiva de la información periodística especializada. Pero la profesora María Luisa Sánchez Calero emprendió hace años una investigación que se ha plasmado en su estudio *La información meteorológica como servicio*, donde aborda todos los aspectos que deben ser tenidos en cuenta en este campo. Vale la pena conocerlos, porque si nos debemos a los lectores no podemos dejar de lado una de las secciones más demandadas, en todos los tiempos y en toda clase de medios.

El planteamiento de la profesora Sánchez Calero es abarcador de cuanto importa aquí: desde la historia de la ciencia meteorológica a la predicción científica, desde la divulgación de esta información al estudio de los receptores, pasando por el patrocinio y mecenazgo que se produce en ocasiones o una relación de vocablos especializados que resulta de utilidad conocer para emplearlos con la máxima precisión, teniendo en cuenta la dificultad que entraña combinar el ser exactos con hacerse comprender bien por quienes desean saber lo que nos va a deparar la atmósfera.

Si se me permite, destacaría un par de aportaciones de esta obra, porque representan una novedad que vale la pena considerar. En primer lugar, las páginas que dedica al lenguaje, porque “transmitir la Información Meteorológica es proporcionar

una información inteligente y al mismo tiempo inteligible, considerando la claridad como sinónimo de calidad comunicativa” (p. 46). También aquí el sensacionalismo es un grave peligro, porque la búsqueda de un titular llamativo, la trivialidad o las prisas llevan a ofrecer un producto viciado, que naturalmente no cumple las expectativas a que tienen derecho los lectores. Es indispensable que el periodista conozca el tema del que se dispone a informar y que conozca con exactitud los términos que empleará en su tarea, algo que no siempre ocurre. Para la autora, “que la noticia sobre la información meteorológica sea emitida correctamente no depende tanto de los conocimientos previos del informador como sí de su capacidad para asimilar conceptos, su interés por el tema, su labor por comprender y de su capacidad para volcar después los datos y las ideas de forma amena, comprensible y correcta” (p. 47)

Dentro de este apartado merece que destaquemos el estudio realizado sobre el índice de legibilidad de los textos que se manejan en estas secciones, tal como se emiten en diferentes cadenas de televisión. Aplica las fórmulas de Flesch y de Szigriszt a los espacios de información meteorológica de un día determinado en cinco emisoras seleccionadas y el resultado es la comprensibilidad más elevada, lo que lleva a constatar que se produce un gran acercamiento del espectador. Creemos, sin embargo, que no basta con el análisis de un solo día para obtener resultados acreditados, porque de esta manera las conclusiones cuentan con un carácter limitado.

Otra cuestión importante es la recepción que tienen este tipo de informaciones: hay que tener en cuenta que la mayoría de la población las sigue constantemente, ya que es utilizada en muchas de las actividades de la vida diaria y también para la programación de otras, tanto a corto como a largo plazo. Hasta los jóvenes entre 18 y 30 años buscan estas informaciones en la televisión durante los fines de semana y las vacaciones en un 60.7 por ciento –porcentaje nada despreciable-, porque les resulta indispensable para preparar los encuentros y salidas. Los adultos la siguen a diario en un 76 por ciento, lo que supone una atención relevante. No hace falta decir que el sector de la agricultura o la ganadería aprecia muy positivamente la información climatológica, porque permite planificar el calendario de labores o la proyección de los recursos hídricos.

Aunque se trate de una sección de los medios de comunicación que se suele poner en manos de expertos -no necesariamente periodistas- no podemos considerarla ajena. Por tanto hay que apreciar esta aportación de la profesora María Luisa Sánchez Calero, porque nos muestra una sección que, de cara a los lectores y espectadores, tiene interés sobresaliente y sobrado prestigio.

JUAN CANTAVELLA
Universidad San Pablo-CEU