

# NUEVAS TENDENCIAS EN EL ESPACIO TIEMPO

## LA METEOROLOGÍA TELEVISIVA AL SERVICIO DE LA DIVULGACIÓN AMBIENTAL

Joan Carles Fortea

*New Trends in the Weather Forecast: How the TV Weather Slot Aids Environmental Reporting.*

Within the current context of environmental information in the media, we should appreciate and make the most of the opportunities provided by the TV weather forecast. Without changing the main focus, which concerns weather predictions, and by striking the right balance, we could get environmental messages across to the constant and attentive audience that watches this slot.

El espacio de información meteorológica está dedicado a dar información a los espectadores de las condiciones meteorológicas actuales y de la evolución prevista para las próximas horas o días, en una zona geográfica determinada. Por tanto, parte de la información ofrecida la podemos considerar una especie de información del medio ambiente.

Cuando se habla de las condiciones meteorológicas medias en un determinado lugar, en un período de tiempo largo, ya no hablamos de meteorología, hablamos de climatología, o del clima de una zona. La información meteorológica no habla habitualmente del clima, pero sí que puede situar las condiciones actuales dentro de las condiciones medias o clima, y de esta manera, introducir en su discurso conceptos climáticos o medioambientales, siempre muy claramente separados de la meteorología.

Actualmente nuestra sociedad cada vez vive más de espaldas al entorno. La necesidad de conocer los ciclos de la naturaleza, con el objetivo de poder prever la posible evolución de la atmósfera, hizo que el hombre observara de manera detallada el medio natural que le rodeaba, incluyendo la atmósfera. Ahora, la preocupación por saber la evolución del tiempo atmosférico ha pasado de ser una inquietud básica de supervivencia a ser una preocupación a la hora de organizar el tiempo de ocio.

En los últimos años la preocupación por la evolución del clima ha pasado a las primeras páginas de diarios e informativos. En este nuevo contexto, el espacio del tiempo puede ser considerado un programa más de información del medio ambiente.

### ■ EVOLUCIÓN DE LA INFORMACIÓN METEOROLÓGICA

La meteorología, como ciencia, es relativamente joven, si la comparamos con las matemáticas o la astronomía. Ahora bien, la observación de los fenómenos atmosféricos y la transmisión de esta información es muy antigua.

Una vez que el hombre adquirió la facultad de pensar, debió surgir, entre otras cosas, la necesidad de averiguar qué pasaba en su entorno. La supervivencia se basaba en conocer el medio que le rodeaba y cómo evolucionaba. A más capacidad de previsión, más posibilidad de sobrevivir.

En todas las culturas ha habido una preocupación por prever la evolución de la atmósfera en su entorno. Cada civilización ha organizado calendarios basados en los ciclos de la naturaleza, las estaciones, la variabilidad de la altura del Sol, la duración de los días, la posición de los astros en el cielo o el movimiento de la Luna, entre otros aspectos siempre relacionados con el medio que les rodeaba.

Ya el pueblo sumerio, en Mesopotamia, dejó registros de sus observaciones del cielo y de la atmósfera. Se buscaban ciclos o repeticiones que pudieran ser aprovechados para prever los fenómenos atmosféricos. Los egipcios asociaban las crecidas del Nilo con los movimientos estelares, de la misma manera que los chinos preveían la llegada de estaciones con la observación estelar, y elaboraron calendarios agrícolas basados en observaciones meteorológicas.

El término *meteorología* apareció en el 340 aC como título de una obra de Aristóteles, donde se

**«LA PREOCUPACIÓN POR SABER LA EVOLUCIÓN DEL TIEMPO ATMOSFÉRICO HA PASADO DE SER UNA INQUIETUD BÁSICA DE SUPERVIVENCIA A SER UNA PREOCUPACIÓN A LA HORA DE ORGANIZAR EL TIEMPO DE OCIO»**

estudiaban fenómenos atmosféricos y celestes. La era moderna y científica de la meteorología se inició con las primeras medidas cuantitativas de variables meteorológicas: las primeras medidas de temperatura de Galileo en 1597, con su termoscopio, y las medidas de la presión atmosférica en 1643, con el barómetro de Torricelli.

Posteriormente se avanzó en los estudios de la circulación atmosférica, pero fue la llegada del telégrafo, a mediados del siglo XIX, el hecho que impulsó la meteorología. Se abrió la puerta a la transmisión de información a grandes distancias de manera casi inmediata. La información meteorológica daba datos del medio ambiente que ayudaban a prever fenómenos naturales adversos.

Con el lanzamiento en 1960 del primer satélite meteorológico (TIROS-1) se inició el seguimiento de las condiciones atmosféricas desde el espacio, un camino que en estos momentos continúa avanzando.

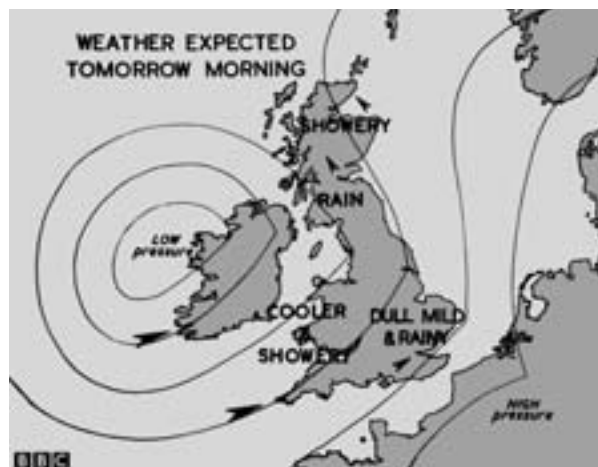
**«EL PRESENTADOR DEL TIEMPO TIENE UN CRÉDITO BASADO EN LA INFORMACIÓN OBJETIVA. ESTA IMAGEN ES APROVECHADA POR LAS TELEVISIONES, Y SE UTILIZA PARA DIFUNDIR INFORMACIÓN DEL ESTADO DEL MEDIO AMBIENTE»**

#### ■ LA DISTRIBUCIÓN DE LA INFORMACIÓN METEOROLÓGICA

La información meteorológica siempre ha estado presente en los medios de comunicación. Inicialmente, los datos y previsiones meteorológicas se transmitían por medio de la tradición popular, calendarios o almanaques, y de la prensa escrita, y en estos casos de una manera muy vinculada a la información agrícola o ganadera de determinadas áreas geográficas.

Una vez llegó la radio, se convirtió en un medio natural de transmisión de la información del tiempo. En Europa, en 1910, las señales horarias que se emitían desde la torre Eiffel empezaron a acompañarse de datos meteorológicos.

En España fue Radio Ibérica la que incluyó previsiones del tiempo para toda España desde sus primeras emisiones en 1923. Más tarde, en 1926, Radio Barcelona incluyó un boletín meteorológico, en este caso ofrecido por el gran meteorólogo Eduard Fontserè. Un año después, durante los primeros meses de 1927, se hizo lo que se puede considerar el primer espacio de divul-



© Mètode

Primer mapa del tiempo emitido en la televisión británica BBC. Se emitió sin presentador y con una voz en off. No sería hasta 1954 cuando apareció el primer presentador del tiempo.



© Mètode

Arriba, dos fotografías de Mariano Medina, en las primeras emisiones en Televisión Española. Fue el primer hombre del tiempo español desde las primeras emisiones del mapa del tiempo de TVE en 1956.

gación meteorológica en los medios de comunicación, que consistió en emitir un ciclo de conferencias sobre meteorología, organizado por la Asociación Nacional de Radiodifusión.

Desde este momento hasta nuestros días, la información meteorológica no se ha separado de la radio, en diferentes formatos, pero siempre como un pilar fundamental de la información general.

Evidentemente, con la llegada de la televisión, la información meteorológica fue incluida de manera automática en las emisiones diarias. Fue la BBC, la televisión pública británica, la que emitió el primer mapa del tiempo (mapa de distribución de presiones y tiempo asociado) el 11 de noviembre de 1936, sin presentador y con una voz en *off*.

En los Estados Unidos, el formato escogido para difundir la información meteorológica fue el de los dibujos animados. El 14 de octubre de 1941 la WNBT (después NBC) dio la primera información del tiempo utilizando un cordero peludo en dibujos animados (*Woolly Lamb*). Posteriormente evolucionaron hacia dos formas diferentes, una de ellas con presentadores militares uniformados, y la otra, con tendencia hacia el espectáculo humorístico, con chicas del tiempo.

La BBC desde un primer momento optó por el carácter más serio y riguroso. A partir del 11 de enero de 1954 aparece el primer presentador del tiempo. Televisión Española (TVE) decidió en aquel momento copiar el modelo inglés.

El 30 de octubre de 1956 apareció el primer mapa del tiempo en TVE. El presentador conductor del programa era Mariano Medina, de quien en un principio tan solo se veía el brazo. Después empezaron a sacarlo de cuerpo entero. Es el primer hombre del tiempo español.

Desde un primer momento el mapa isobárico, que muestra la distribución de la presión atmosférica al nivel del mar, convivió con los mapas de símbolos. Esta estructura básica se ha mantenido a lo largo de los años.

## ■ TENDENCIAS ACTUALES

En estos momentos todas las televisiones tienen su espacio del tiempo, bien como función de información, o bien como justificación de publicidad, aprovechando la fidelidad de su audiencia.

Cada televisión tiene una apuesta diferente por lo que respecta al espacio del tiempo. Tenemos variaciones en la duración, que oscilan desde segundos hasta 10 minutos; variaciones en el tipo de presentador, desde meteorólogos hasta periodistas, hasta llegar actualmente a presentadores virtuales; variaciones en la simbología, desde símbolos en tres dimensiones hasta símbolos sim-



Publicidad agresiva del producto Meteoplay 3, una herramienta de Activa Multimedia Digital para crear boletines meteorológicos. La introducción de las nuevas tecnologías en la información meteorológica permite crear boletines más atractivos con simulaciones virtuales, mapas y símbolos animados o gráficos en 3D, entre otras posibilidades.

ples; y variaciones en la estética y decorados, decorados reales con mucho espacio y pantallas táctiles alternan con decorados virtuales, con las últimas tecnologías en gráficos en tres dimensiones, que aparecen detrás o delante del presentador.

La tecnología llega en muchos casos a tener más importancia que el presentador. Hay que destacar aquí el valor comunicativo del presentador, valor que ha permitido mantener la figura de la mujer o del hombre del tiempo, pese al avance tecnológico.

Actualmente la información meteorológica va más allá de un simple programa de televisión, afecta a actividades como la navegación aérea, marítima o por carretera, condiciona la gestión de la distribución comercial de productos, de la organización de actividades lúdicas, las previsiones de consumo o producción de electricidad o, incluso, las previsiones de las urgencias sanitarias, entre otras materias.

Por tanto, es un tema que recorre transversalmente diferentes aspectos de nuestra vida cotidiana. Además, en los últimos años ha sido un factor detonante de la preocupación por la degradación de nuestro entorno.

La actividad humana dentro del medio ambiente ha empezado a trazar vínculos que nos demuestran, científicamente, que hemos llegado a un punto donde nuestras



© MÈTODE

© Activa Multimedia Digital



© MÈTODE

Ejemplo de estudio virtual utilizado en el espacio del tiempo.



© Activa Multimèdia Digital

actividades industriales y de transformación del medio afectan a la atmósfera y por tanto a nuestra vida futura.

La información meteorológica puede ser aprovechada como ventana de aviso, desde la que el espectador puede mirar más allá de su casa y ser consciente de lo que puede pasar, y por lo tanto despertar su atención por lo que sucede en el medio ambiente.

Hay diferentes posibilidades de utilizar el espacio del tiempo en este sentido. Una de ellas es, básicamente, como plataforma de publicidad directa de otros programas medioambientales más específicos. Otra manera es aprovechar la muestra de imágenes y fotografías del entorno para enviar mensajes cortos y directos. Hay que recordar que este espacio se inicia habitualmente con el estado del tiempo pasado y actual, y son instantes adecuados para hacer reflexiones de lo que observamos.

Las datos meteorológicos que aparecen pueden relacionarse con fenómenos medioambientales que han pasado o deben pasar. En este aspecto los resúmenes mensuales, anuales o valoraciones de episodios poco habituales son los más favorables.

Actualmente esta información se acompaña de informaciones complementarias, como estado de las pistas de esquí, nivel de radiación ultravioleta, niveles de polen presentes en la atmósfera, niveles de contaminación en las ciudades, niveles de los embalses o de los caudales de los ríos. Todas son informaciones que tienen relación con el medio ambiente y pueden ser aprovechadas en esta dirección.

El del tiempo es un espacio con una audiencia fiel, que es muy receptiva y crítica con lo que les muestran. El presentador del tiempo está considerado, al margen de las críticas sobre las previsiones, una persona que nos aporta datos, y que tiene un crédito basado en la información objetiva. Esta imagen del presentador es ya aprovechada actualmente en televisiones autonómicas y

nacionales en programas en los que se difunde información del estado del medio ambiente.

Hombre del tiempo virtual de SAM Meteo. (<http://www.meteosam.com>). Esta herramienta de Activa Multimèdia puede generar espacios del tiempo automáticamente con previsiones de todo el mundo, presentados por Sam, este particular hombre del tiempo.

Tampoco se puede hacer un abuso del espacio del tiempo en este sentido, porque acabaríamos desvirtuando el propio programa. En la capacidad de equilibrar los contenidos es donde podemos encontrar el punto adecuado.

Recordemos que la información meteorológica siempre estará relacionada con el medio ambiente, simplemente se trata de hacer efectivo este vínculo, de manera que podamos aprovechar las ventajas de la información del tiempo, como la frecuencia de la información y el crédito que se ha ganado, para informar, educar o despertar curiosidades medioambientales, siempre sin saturar o desvirtuar la información central que justifica este espacio en la televisión. ☺

BIBLIOGRAFÍA

INSTITUTO NACIONAL DE METEOROLOGÍA, 2000. *Día Meteorológico Mundial de 2000. La Organización Meteorológica Mundial: 50 años de servicio*. Ministerio de Medio Ambiente. Dirección General del Instituto Nacional de Meteorología. Madrid. Disponible en: [http://www.aemet.es/documentos/es/divulgacion/dia\\_meteorologico/2000/dmm00.pdf](http://www.aemet.es/documentos/es/divulgacion/dia_meteorologico/2000/dmm00.pdf)

MALDONADO ZAPATA, J. A. y J. M. VIÑAS RUBIO, 2010. «Breve historia de los espacios del tiempo en radio y televisión». *Divulgameteo*. Disponible en: <http://www.divulgameteo.es/uploads/Breve-historia-radio-TV.pdf>

PRODUCCIÓN PROFESIONAL, 2009. «Información meteorológica en televisión». *Producción Profesional. Revista de Comunicación y Técnica Audiovisual*, febrero 2009: 44-49. Disponible en: <http://www.produccionprofesional.com/files/editions/ed1236596005.pdf>

SÁNCHEZ CALERO, M. L., 2005. *La información meteorológica como servicio*. Ministerio de Medio Ambiente. Madrid.

SÁNCHEZ CALERO, M. L., 2006. «La divulgación científica de la meteorología: Emisores implicados». *Quark*, 37 y 38.

Joan Carles Fortea Martín. Presentador meteorólogo de TVV. Profesor asociado del Departamento de Física de la Tierra y Termodinámica de la Universitat de València.