



## I SEMINARI DEL GIOVEDÌ

*Dott. Andrea Giuliacci*

# Comunicare le previsioni meteo



**19 aprile 2018 ore 12:00**

### Biografia

Laureato in Fisica presso l'Università degli Studi di Milano, con una tesi sull'influenza del fenomeno ENSO (*El Nino Southern Oscillation*) sul clima in Italia, ha successivamente conseguito il Dottorato di Ricerca in Scienze della Terra presso l'Università degli Studi di Napoli Federico II.

Dal 2002 cura le previsioni del tempo in video per i telegiornali delle reti Mediaset.

Ha pubblicato diversi libri su meteorologia e climatologia, tutti editi da Alpha Test. È coautore di articoli accademici volti in particolare allo studio del fenomeno ENSO. Dal 2007 è membro del CBN-E (*Climate Broadcasters Network - Europe*), organismo che raccoglie circa 50 meteorologi provenienti dagli Stati membri dell'Unione Europea e che, sotto la guida del Direttorato per l'Ambiente della Commissione Europea, si prefigge l'obiettivo di fornire ai cittadini una corretta ed esaustiva informazione riguardante il cambiamento climatico.

Dal 2007 tiene il corso di Fisica dell'Atmosfera presso l'Università di Milano-Bicocca.

### Abstract

Ancora oggi, nonostante i tanti progressi fatti dalla Meteorologia, la previsione del tempo risulta talvolta errata. Errori che possono nascere da una carente descrizione dello stato iniziale dell'atmosfera, da imperfetta conoscenza dei processi atmosferici e anche da errori di interpretazione dello stesso meteorologo. Tuttavia, specie nell'ambito dei grandi media, non è raro che le previsioni del tempo risultino errate per "errori di comunicazione": la previsione, scientificamente corretta, viene percepita come sbagliata dall'utente finale a causa dei limiti del mezzo di comunicazione e del mancato utilizzo delle leggi che regolano la comunicazione. Nell'utilizzare i grandi mezzi d'informazione (radio/TV/carta stampata/web) il meteorologo, quindi, non può più limitarsi a seguire le leggi della fisica, ma deve altresì adeguarsi anche alle regole che rendono efficace la divulgazione del messaggio in ciascuno dei canali di comunicazione utilizzati: perché all'utente finale arrivi la miglior previsione meteo possibile, l'utilizzo del linguaggio e del comportamento adeguati risultano importanti almeno quanto il corretto ragionamento scientifico. Problematiche simili si riscontrano nella divulgazione delle problematiche legate al cambiamento climatico: per ottenere una maggior comprensione e il massimo coinvolgimento da parte della gente è necessario veicolare il messaggio nel modo corretto, rendendolo il più semplice possibile ed evitando alcuni termini e concetti, sebbene scientificamente corretti.

