



CORECOM REPORT

I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni



Previsioni meteorologiche e media

Numero

14

Anno 4
giugno

2018



Consiglio Provincia autonoma di Trento
Comitato provinciale per le comunicazioni



AUTORITÀ PER LE
GARANZIE NELLE
AGCOM COMUNICAZIONI



Composizione del CoReCom

Presidente: Carlo Buzzi

Componenti: Roberto Campana, Carlo Giordani, Laura Mezzanotte,
Giuseppe Stefanelli

**Responsabile
della Segreteria:** Cinzia Destefani

Struttura: Claudia Debiasi, Ester Manganotti,
Gianluca Marconi, Giulia Evans
Via Mancì, 27 (accesso diretto da Via Torre Verde, 14 – 3°
piano) Tel. 0461/213198 – Fax 0461/213155

Email: corecom@consiglio.provincia.tn.it
corecom@pec.consiglio.provincia.tn.it

Sito web: www.consiglio.provincia.tn.it/comitato_servizi_radiotv.it.asp

Il Comitato provinciale per le Comunicazioni (Corecom) è stato istituito con la legge provinciale 16 dicembre 2005, n. 19, configurandosi come un organo misto in quanto alla funzione originaria di organo di consulenza della Provincia autonoma, in base alla normativa precedente (Legge n. 103/1975, Legge n.223/1990, Testo Unico n. 177/2005) ha aggiunto quella di “organo funzionale dell’Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni (Agcom) per l’esercizio sul territorio di funzioni delegate”.

Tali funzioni delegate sono state conferite ai Corecom attraverso la sottoscrizione di una specifica convenzione, i cui contenuti sono stati approvati con l’Accordo-Quadro stipulato in data 25 giugno 2003 tra l’Autorità per le garanzie nelle Comunicazioni, la Conferenza dei Presidenti delle Regioni e delle Province autonome e la Conferenza dei Presidenti dell’Assemblea dei Consigli regionali e delle Province autonome e successivamente ampliati con un secondo Accordo-Quadro, stipulato il 4 dicembre 2008. Infine, lo scorso 12 dicembre 2017 è stato presentato un nuovo Accordo-Quadro per l’esercizio delle funzioni delegate ai Corecom, che è stato sottoscritto nel gennaio 2018.

Il Corecom quindi aggiunge alle competenze di “organo di consulenza” per Giunta e Consiglio provinciali anche quelle di “organo funzionale” dell’Autorità nazionale, esercitando in sede locale le deleghe su importanti materie. Basti citare quelle relative alle controversie tra i cittadini e gli operatori della comunicazione, alla tutela dei minori in campo radiotelevisivo, al monitoraggio del sistema locale radiotelevisivo ed alla tenuta del Registro degli operatori di comunicazione a livello provinciale.

Lo spirito con il quale il Comitato si è mosso, svolgendo il suo ruolo di terzietà quale garante del sistema della comunicazione audiovisiva, è stato quello di affiancare alle funzioni di controllo quelle di prevenzione e di sensibilizzazione con l’obiettivo di assicurare il massimo di pluralismo e del rispetto delle regole; inoltre l’ottica delle attività promosse o progettate è tesa anche a favorire la crescita produttiva, imprenditoriale e culturale delle emittenti e delle imprese multimediali dislocate sul nostro territorio che sono impegnate in un confronto sempre più competitivo all’interno dei processi di globalizzazione dell’informazione e della comunicazione.

In sintesi il Corecom svolge:

- **attività di tutela e supporto ai cittadini e alle imprese** (conciliazioni nelle controversie tra i gestori dei servizi di telecomunicazione e gli utenti, vigilanza in materia di tutela dei minori)
- **attività di vigilanza e controllo sul sistema provinciale della comunicazione** (par condicio: rispetto di parità di accesso ai mezzi di informazione nel periodo elettorale e ordinario, monitoraggio dell’emittenza locale, vigilanza di pubblicazione e di diffusione dei sondaggi e registro operatori delle comunicazioni)
- **attività di sostegno alle imprese** (contributi alle emittenti televisive locali)
- **attività di consultazione e di studio in materia di comunicazione**



Previsioni meteorologiche e media

Tavola rotonda

“Comunicare la meteorologia nei media, su internet, nella scuola e nella società: opportunità e rischi”

Trento, 18 novembre 2017
Polo Tecnologico Trentino Sviluppo – Sala Piave
Via Fortunato Zeni, n. 8 - Rovereto

Hanno partecipato alla Tavola rotonda:

Introduzione

Enrica Zandonai – Comunità della Vallagarina, vice presidente

Carlo Buzzi – Comitato provinciale per le Comunicazioni, presidente

Moderatore:

Luca Calzolari – Ilgiornaledellaprotezionecivile.it, direttore

Relatori:

Andrea Berti – Consorzio Difesa Produttori Agricoli (Co.Di.Pr.A Trento), direttore

Carlo Cacciamani – Dipartimento della Protezione Civile, dirigente responsabile del Servizio Centro Funzionale Centrale

Guido Caroselli – meteorologo e giornalista

Paolo Corazzon – 3BMeteo, meteorologo e responsabile del rapporto con i media

Marco Ferrazzoli – CNR, capo Ufficio stampa

Andrea Giuliacci – Centro Epson Meteo, previsore

Daniele Mocio – Aeronautica militare, tenente colonnello e previsore meteo

Mario Rusconi – Associazione Nazionale Presidi, vice presidente

Alberto Trenti – Meteotrentino, direttore



METEOROLOGY



WEATHER SATELLITE



WEATHER FORECAST



WEATHER STATION



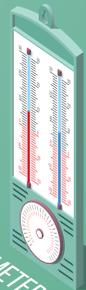
REFLECTORS OF RADIO SIGNALS



HYGROMETER



WEATHER FORECAST



HYGROMETER

1. Introduzione

La **tavola rotonda**, di cui in questo quaderno si illustrano i risultati, **è stata organizzata in collaborazione con il CoReCom del Trentino e della comunità della Vallagarina** in occasione del Festivalmetereologia 2017. Il Festival ospitato dalla città di Rovereto è alla sua terza edizione, ideata e coordinata da Dino Zardi, docente presso il Dipartimento di Ingegneria Civile, Ambientale e Meccanica dell'Università di Trento. **Enti promotori dell'iniziativa sono l'Università di Trento, il comune di Rovereto, Trentino Sviluppo e la Fondazione del Museo Civico di Rovereto.** Tema oggetto di indagine in questa edizione, con il contributo di esperti di altissimo livello, è stato il rapporto tra scienza e tecnologia in meteorologia, declinato nelle dimensioni di servizio, ricerca, formazione, impresa e comunicazione. **La tavola rotonda**, di cui in questo quaderno si illustrano i risultati, **è stata organizzata in collaborazione con il CoReCom del Trentino e della Comunità della Vallagarina.**

L'analisi della meteorologia non solamente dal punto di vista scientifico ma anche da quello della comunicazione è molto importante, poiché, come afferma **Enrica Zandonai, vice presidente della Comunità della Vallagarina**, questi fenomeni condizionano la vita dei cittadini ed è un loro diritto fondamentale quello di conoscere e di essere informati. Ma il limite tra l'informare e fare allarmismo è molto sottile ed è dunque fondamentale capire quali sono le modalità corrette





con le quali trasmettere le informazioni ai cittadini, soprattutto in un tempo come questo, dove la rete internet consente un grande flusso di notizie, non sempre di qualità. La meteorologia è una scienza e ha dei risvolti anche economici, basti pensare alle sue conseguenze in vari settori, come l'agricoltura o il turismo. Un tema particolarmente importante, aggiunge Enrica Zandonai, è quello del coinvolgimento dei giovani e questa edizione del Festivalmeteorologia ha consentito di avviare un dialogo con alcune scuole, per rendere i ragazzi fruitori e insieme attori, protagonisti anche nell'organizzazione: l'obiettivo nei prossimi anni è quello di continuare ad implementare questa collaborazione.

Il CoReCom, rappresentato nelle parole del presidente Carlo Buzzi, ha visto con grande favore l'iniziativa di una tavola rotonda su questo tema.

Innanzitutto per la sua natura istituzionale e per i ruoli che svolge: infatti, il CoReCom, oltre ad esercitare, su delega dell'AgCom per il territorio provinciale, una funzione di garanzia nelle comunicazioni, è anche impegnato in altri compiti, per esempio nel favorire la crescita produttiva imprenditoriale e tecnologica del sistema mediale del territorio. Un confronto pubblico tra esperti del settore può offrire un contributo importante in direzione del miglioramento della qualità dell'informazione che viene erogata. La meteorologia rappresenta certamente uno specifico segmento della comunicazione, piccolo ma molto importante, se non altro per la centralità riscontrata nel pubblico, come evidenziano **i dati raccolti dal CoReCom sulla rilevanza che le previsioni del meteo hanno tra i lettori dei giornali, tra gli ascoltatori della televisione e tra i fruitori di internet.** La tavola rotonda realizzata all'interno del Festivalmeteorologia si pone dunque il compito di approfondire alcune questioni, ben delineate in alcuni punti da Carlo Buzzi in apertura della tavola rotonda.



La comunicazione meteorologica è al centro di interessi economici molto significativi e quindi intorno ad essa sorgono a volte polemiche e si sviluppano dinamiche contrappositive. Questo primo punto è un aspetto molto delicato di cui è necessario tenere conto e anche per questa ragione la qualità dell'informazione è importantissima: purtroppo molti media veicolano l'informazione meteo in modo poco professionale, superficiale, spesso inopportuno e contraddittorio, come mostrano assai di frequente le diverse previsioni veicolate dai vari canali comunicativi nello stesso periodo di tempo e perfino nella stessa giornata.

Un aspetto ampiamente trascurato riguarda la necessità di sottolineare al pubblico a cui si offrono le previsioni che **la meteorologia è una scienza e come tale ha una natura probabilistica e che quindi non tutto deve essere preso in maniera meccanicistica, fideistica e automatica**. Questo crea molte aspettative nel pubblico e rappresenta un elemento di debolezza nel processo comunicativo di una scienza così importante come quella meteorologica.

Un terzo elemento che è importante prendere in considerazione, continua Carlo Buzzi, è che si assiste ad **un progressivo moltiplicarsi di canali mediati che comunicano informazioni meteorologiche**. Abbiamo definitivamente lasciato il tempo dell'appuntamento delle famiglie davanti alla TV, quando in serata si sentiva la previsione per il giorno successivo. Siamo dunque di fronte ad una trasformazione radicale del panorama mediatico e abbiamo assistito ad un passaggio da un canale estremamente popolare ai tantissimi canali di oggi, utilizzabili in moltissimi modi.

Carlo Buzzi sottolinea un altro punto: **l'impatto sull'audience e sulle leadership del pubblico di queste comunicazioni è significativo e dovrebbe essere studiato più in profondità, esaminando in dettaglio cosa vuol dire informare, da un lato, e percepire l'informazione, da parte degli utenti, sviluppando maggiore conoscenza su questo argomento, dall'altro**. Nel 2016, il CoReCom ha realizzato, commissionandola alla società SWG S.p.A., una ricerca relativa all'utilizzo dei sistemi di informazione nella popolazione trentina. L'indagine ha coinvolto un campione rappresentativo di 1200 trentini maggiorenni residenti a Trento e ha consentito un'analisi interessante dello spazio assegnato oggi ai nuovi media. I risultati, che sono stati in parte presentati nel Convegno



del CoReCom di aprile 2017*, mostrano che il **48% dei trentini consulta in maniera regolare internet per cercare informazioni meteo. Più in particolare, tra coloro che usano internet l'accesso alle informazioni meteo sale al 63%. Tra i giovani nella fascia di età 25-34 anni l'incidenza è ancora superiore, raggiungendo il 78%: la gran parte dei giovani si informa dunque del tempo attraverso internet.** Tra tutte le ragioni di utilizzo della rete internet, l'informazione sul meteo si pone al terzo posto: incredibilmente, è questa allora una delle esigenze che viene più avvertita e che interessa maggiormente la popolazione. Se ci pensiamo, parlare del tempo è un gesto culturale, quasi ancestrale: possiamo parlare del tempo con chiunque, è la cosa su cui più siamo più sicuri di intenderci.

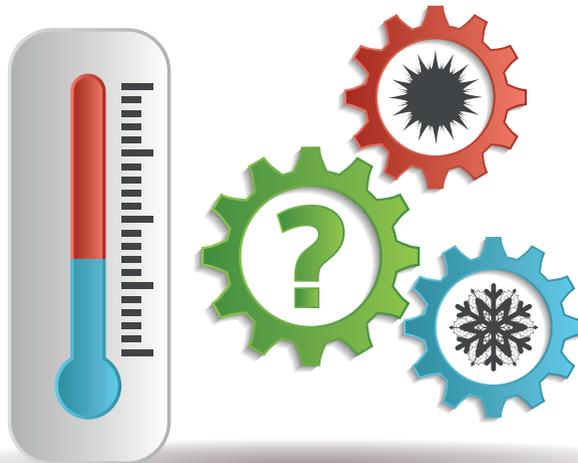
In questa epoca di *fake news*, di circolazione di informazioni non controllate e non operate da fonti certe e sicure, conclude Carlo Buzzi, dibattere sulla comunicazione è di cruciale importanza. **Non possiamo, però, sottrarci all'evidenza che questa informazione sempre più transita attraverso internet e che i giovani sono quasi esclusivamente portati ad informarsi attraverso le nuove tecnologie, anche riguardo alle previsioni del tempo.** Questo è un elemento da tenere presente per poter costruire nuove forme di comunicazione efficaci.

* Gli atti del Convegno sono stati presentati sul Quaderno CoReCom n. 10 (2017).

2. Linguaggio e rappresentazioni dell'informazione meteorologica

Luca Calzolari, giornalista di Montagne 360°, ha moderato la tavola rotonda chiedendo ai partecipanti di ragionare sulle parole più “ostili” alla meteorologia.

La discussione è aperta da Guido Caroselli, giornalista e meteorologo popolare che ereditando il ruolo di Edmondo Bernacca ha curato e condotto per oltre un trentennio la rubrica meteorologica in onda sul primo canale RAI. L'espressione *ostile* da lui scelta “**ventilazione debole e variabile**” nella comunicazione quotidiana è una affermazione priva di utilità per il pubblico. Innanzitutto, afferma Guido Caroselli, sarebbe auspicabile uno sforzo per adottare in radio, tv ed internet un linguaggio meno tecnico e allo stesso tempo anche meno stucchevole. Molte previsioni, pur se necessariamente brevi, non arrivano proprio al pubblico, al quale bisogna dare un'informazione utile su argomenti realmente legati alle necessità e alle esigenze, parlando del tempo ma anche di inquinamento, salute, fenomeni pericolosi, trasporti, vacanze. **Occorrerebbe evitare un linguaggio**

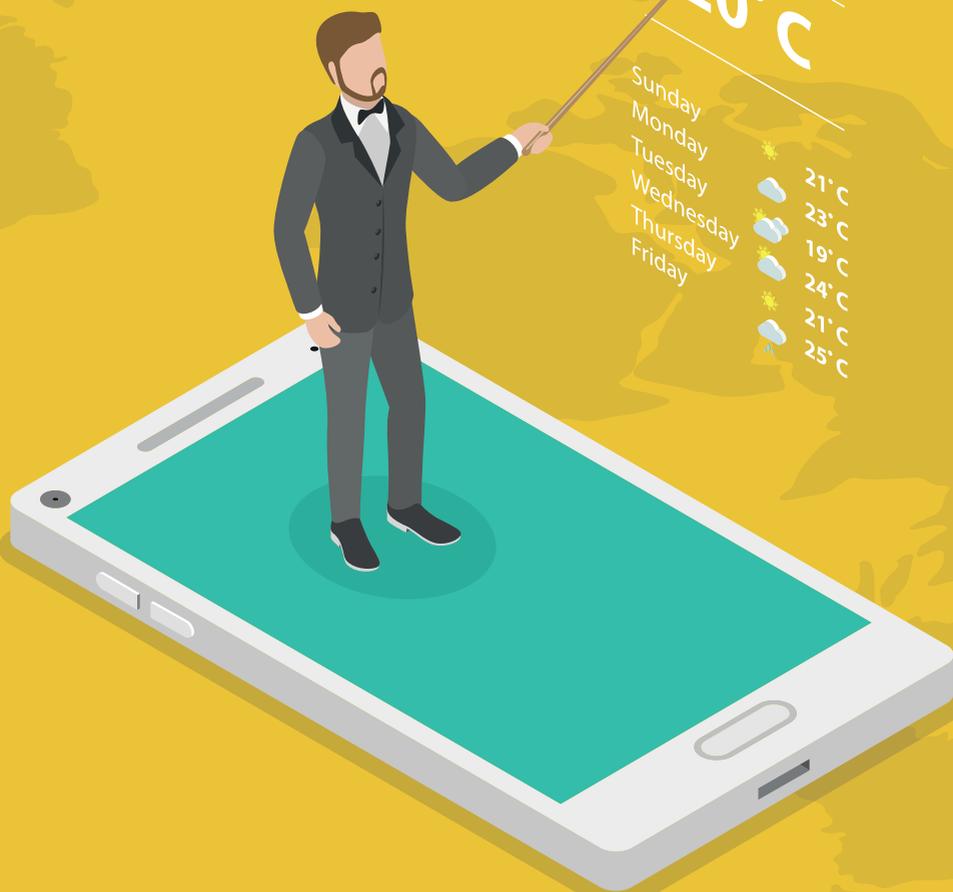




Saturday 24 May

20° C

Sunday		
Monday		
Tuesday		21° C
Wednesday		23° C
Thursday		19° C
Friday		24° C
		21° C
		25° C



eccessivamente sbilanciato sia verso il tempo libero, mostrando più sensibilità verso le molte persone che non ne hanno affatto, sia verso la negatività del clima, perché insistere sul cambiamento climatico in questi termini appartiene ormai ad una fase storica completamente superata e superabile. Il rischio è di indurre fenomeni di rigetto: il nostro paese sta attraversando una lunga crisi e la popolazione è investita da tanti altri problemi, ragion per cui le persone ritengono che il cambiamento climatico sia un problema per tecnici, esperti, scienziati e politici. Il messaggio sul clima deve essere invece presentato come un'occasione di riscatto dell'umanità, investendo economicamente e valorizzando le intelligenze dei giovani. In Italia è necessario uno sforzo congiunto per cercare di "riparare il tetto di casa", perché di tanto in tanto si osservano fenomeni violenti che portano lutti e disastri, oltre a danni economici ingenti, con costi molto più elevati della prevenzione.

Il linguaggio mediatico della meteorologia, continua Guido Caroselli, può migliorare anche per quanto riguarda le rappresentazioni delle previsioni. Le mappe nazionali e regionali con la divisione Nord/Centro/Sud rispondono solo ad uno schema rigido e spesso non riflettono una reale suddivisione delle caratteristiche atmosferiche del tempo previsto. Potrebbe verificarsi, ad esempio, una ripartizione che differenzia il meteo tra Nord-Est, Adriatico, le regioni della Puglia e della Calabria ionica, e il resto d'Italia sul versante opposto. **Le cartine Nord/Centro/Sud rappresentano male e in maniera ingessata il tempo e questo vale anche per quelle di taglio regionale.** Le cartine del tempo previsto, inoltre, se diffuse al mattino e nel primo pomeriggio possono essere ancora utili, mentre alla sera non hanno grande utilità, secondo Caroselli. Di parere diverso è invece Alberto Trenti, Direttore di Meteotrentino, secondo il quale in realtà il mondo sta veramente cambiando e alle 19, alle 22 e alle 3 di notte succedono oggi delle cose che richiedono di sapere come sono le condizioni dell'atmosfera anche in orari inusuali per i previsori. Basti pensare agli eventi sportivi, alle manifestazioni pubbliche e private, alle notturne che stanno prendendo piede in montagna, situazioni che impongono sempre più al meteorologo di lavorare sette giorni su sette per ventiquattr'ore.

La meteorologia, come già anticipato, viene sempre più rappresentata attraverso molteplici fonti e, sottolinea Guido Caroselli, si è creata una situazione piuttosto



caotica e priva di capacità e volontà di collegamento in rete delle informazioni. **Dopo lo storico del servizio offerto dall'Aeronautica Militare, si sono affacciati gli istituti regionali e comunali e poi una galassia di siti web e blog rispondenti ad interessi e finanziamenti in genere privati, spesso in concorrenza fra loro.** Senza limitare la libertà dei siti internet ed evitando ogni forma di inutile competizione e di censura, si avverte tuttavia l'esigenza di coordinare l'informazione, di organizzarla in una rete nazionale, a sua volta collegata con l'Europa e con gli altri continenti. Si notano, inoltre, alcune lacune nella copertura radar e in altri casi invece il verificarsi di superflue sovrapposizioni.

In aggiunta, in migliaia di siti internet troviamo un esasperato frazionamento delle previsioni, esercitazioni di post-elaborazione dei modelli ad area limitata che non rispondono ad una logica corretta: si tratta di previsioni che danno un'informazione sbagliata, portate inutilmente anche fino a trenta giorni. Nella sua opinione, non del tutto condivisa tra i partecipanti alla tavola, la meteorologia non ha compiuto grandi progressi rispetto agli anni Ottanta e a tutt'oggi le previsioni oltre i cinque giorni non sono affidabili. **Scambiare la meteorologia come una scienza deterministica non ha nessuna rispondenza con la realtà, continua, mentre invece la meteorologia va inquadrata come una scienza probabilistica.** Carlo Cacciamani, dirigente responsabile del Servizio Centro Funzionale Centrale presso il Dipartimento nazionale della Protezione Civile, interviene a proposito della questione terminologica. Dovremmo dire, afferma, che la meteorologia è una scienza, senza aggiungere il termine "probabilistica", poiché induce a pensare che la scienza possa anche non essere probabilistica, quando invece tutta la scienza lo è, per sua natura. L'aggiunta di questo termine significa evocare l'idea che la meteorologia non sia proprio una scienza ma qualcosa di diverso, alimentando un pensiero corrente su un'improbabile scienza "vera" in quanto priva di errori. **La meteorologia è una scienza come le altre, alle quali nessuno ritiene necessario aggiungere il termine probabilistico per difendersi dalle accuse o giustificare gli errori, e comunicare di aver sbagliato una previsione facendo riferimento all'aspetto probabilistico non aiuta il riconoscimento della meteorologia come scienza.** Andrea Giugliacci, meteorologo, climatologo e curatore delle previsioni del tempo per il Centro Epson Meteo, conferma come nell'opinione comune l'idea diffusa sia quella di una meteorologia che sbaglia perché non è una scienza esatta, mentre



è vero esattamente il contrario: il meteorologo compie errori proprio perché la sua è una scienza troppo esatta.

Un altro aspetto connesso con il linguaggio della meteorologia, sottolineato da Caroselli e poi condiviso anche da altri partecipanti, riguarda l'intensità della comunicazione. **I siti internet dovrebbero evitare i banner cosiddetti "a sensazione", poiché spesso vengono diffuse notizie a proposito di imminenti cataclismi o eventi eccezionali che servono solo ad attirare l'attenzione**, con allarmi quasi sempre sganciati dalla obiettività della prognosi. Il suo suggerimento è quello di lavorare su un maggiore controllo dei reciproci copia-incolla delle informazioni e di evitare ogni intervento nei forum, specie se si tratta di spazzatura.

Andrea Giugliacci riprende questo tema attraverso la sua parola *ostile* "**esagerazione**". Quando si tende ad esagerare i toni ci sono certamente vantaggi economici immediati, perché se anziché parlare di due gocce d'acqua si diffonde il messaggio di un uragano in arrivo si produrranno evidentemente grandi ascolti o accessi in cerca della notizia. **A lungo andare, tuttavia, si apportano danni importanti alla meteorologia, anche perché esagerando continuamente i toni, la popolazione tende all'assuefazione e, qualora si verificasse la previsione di una perturbazione effettiva davvero intensa, potrebbe persino non essere considerata.**

La parola *ostile* utilizzata da Alberto Trenti, direttore di Meteotrentino, è invece "**Caronte**", proprio in riferimento a questa esagerazione nel linguaggio. L'adozione di termini che richiamano situazioni particolari può funzionare dal punto di vista mediatico, ma Caronte è un traghettatore che non porta in lidi piacevoli e quindi, continua Trenti, dobbiamo chiederci dove ci porterà questo modo di comunicare: anche secondo il suo parere, **questi toni a lungo andare possono avere un impatto negativo sulla meteorologia come scienza.**

Paolo Corazzon, meteorologo e responsabile del rapporto con i media di 3BMeteo, interviene su questo tema con l'espressione *ostile* "**Bologna chiederà pietà**", in



trasmissione di Caroselli, sottolinea l'importanza e il successo della tavola rotonda su questo tema e si rallegra per la grande partecipazione da parte della platea.

Marco Ferrazzoli, responsabile dell'ufficio stampa del CNR, con la sua parola *ostile* “**notizia**” pone l'accento sulla quantità dei casi nei quali un'informazione di carattere meteo viene oggi ripresa e sulla frequenza con cui i giornalisti richiedono un intervento dell'esperto su questo tema. Il meteo è l'argomento che più viene richiesto dai colleghi giornalisti, afferma Ferrazzoli. L'Istituto di Biometeorologia e l'Istituto di Scienze dell'Atmosfera e del Clima offrono un incessante contributo, anche attraverso il lavoro di ricercatori volontari, all'attività del CNR, un ente interdisciplinare che spazia dalle nanotecnologie, alla quantistica, ai beni culturali, e che dal suo osservatorio vede una crescita esponenziale sui media di temi come il meteo-clima e il climambiente. In un saggio che pubblicherà sull'Annuario di *Observe Science in Society*, Ferrazzoli indica come le parole *clima* e *meteo* siano state nell'ultimo anno continuamente usate dai media, assiduamente ricercate su google e come abbiano contato moltissimi articoli, più ancora della parola *vaccini*, voce scientifica dell'anno. **Il significato di notizia era un tempo quello di evento eccezionale, conclude Ferrazzoli: oggi invece la mediologia ha codificato la notizia anche come ripetizione di evento, per cui si crea quel cosiddetto effetto tormentone che fa sì che una non notizia diventi notizia.** Il meteo fa notizia in entrambi i sensi: fa notizia il caldo invernale e fa notizia il freddo estivo, ma ormai fa anche notizia il caldo estivo e, così, il freddo invernale. Un evento come questo, allora, è importantissimo per poterci confrontare periodicamente su questi cambiamenti.

Le considerazioni sui linguaggi della meteorologia si concludono con il tema degli indici di affidabilità, ovvero gli strumenti per controllare a posteriori quello che si è previsto e verificare se alcuni parametri hanno risposto all'aspettativa della realtà. Come viene apprezzato anche da parte di interventi del pubblico in sala, Caroselli indica che sarebbe opportuno introdurre un controllo numerico successivo nelle previsioni nei siti internet, così come viene fatto sui grandi centri di previsione. Questa sorta di valutazione di sistema è messa in atto dalle istituzioni che offrono servizi di meteorologia più serie e più attrezzate, ma è sempre più necessario diffondere questo messaggio e moltiplicarlo, verificando in modo costruttivo quanto viene previsto per il pubblico e comunicandolo in forme efficaci.

3. I bisogni di informazione meteorologica

Andrea Giuliacci, riferendosi all’**“inadeguatezza”** come ulteriore parola *ostile* alla meteorologia, introduce il tema centrale relativo ai contenuti dei servizi offerti. La meteorologia, afferma, ha grosse possibilità di sviluppo, sia in ambito scientifico che in quello della comunicazione. Il meteorologo può arrivare a produrre previsioni anche estremamente corrette, afferma, ma nel momento in cui si dispone a comunicare queste previsioni non dovrà più seguire le leggi della scienza o della fisica dell’atmosfera, ma dovrà cominciare a calarsi in un altro ambiente, in cui quelle che contano sono le leggi della comunicazione e dell’informazione, diverse secondo i canali. Ci sarà allora una grande platea costituita dalla popolazione che in estate aspetta di andare al mare per il fine settimana e vuole un certo tipo di informazione, ma ci saranno altri bisogni più specifici, come quelli ad esempio dell’agricoltore, che vuole un altro tipo di informazione ed è poco interessato a sapere che nelle ore centrali soffierà una gradevole brezza sulle coste e quindi il

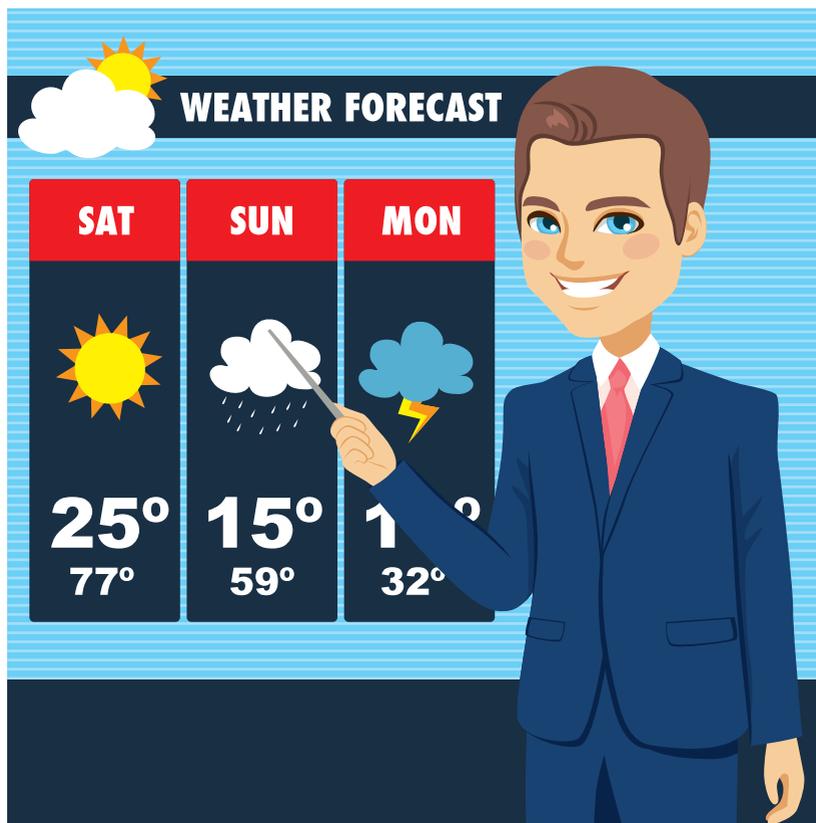




caldo sarà meno asfissiante. L'informazione meteo va dunque confezionata per il cliente, altrimenti risulta inadeguata in rapporto alle sue aspettative.

Negli interventi dal pubblico presente si concorda con questo aspetto. **La meteorologia è utile nel momento in cui va ad incidere sui processi decisionali, ma se da un lato abbiamo il singolo cittadino che decide se andare o meno in vacanza, se prendere l'ombrello e così via, dall'altro abbiamo invece il processo decisionale riferita ad una qualunque attività produttiva o della protezione civile.** Il meteorologo deve quindi avere un'attenzione alla comunicazione nei confronti del cittadino, ma è quanto mai auspicabile e necessario sviluppare anche un buon livello di comunicazione con altre entità che potrebbero avere un beneficio enorme da quello che potenzialmente questa scienza è in grado di dare grazie ai progressi compiuti recentemente nel campo della previsione probabilistica. È molto difficile trovare informazioni ottimizzate sul web o sui normali canali di informazione, ma ci sono tecniche diffuse già da tempo e applicazioni in grado di produrre informazioni personalizzate, nonostante gli utenti non sempre riescano a definire i costi e i benefici dell'utilizzo di certe risorse.

Andrea Berti, direttore del Consorzio Difesa Produttori Agricoli di Trento (Co. Di.Pr.A.) individua come espressione *ostile* alla meteorologia la “**difficoltà di utilizzo delle informazioni meteo**”, da un punto di vista dell'attività economica di un'impresa e in un'ottica locale. Il consorzio si occupa di gestione del rischio delle imprese agricole trentine, dove il rischio principale è quello meteorologico che va a impattare sulle produzioni, e opera all'interno di un contesto stabilito dalla politica agricola comune che come analisi di base ha posto il cambiamento climatico (e di conseguenza l'adeguamento delle aziende a tale cambiamento) la ragion d'essere e il carattere di priorità di questa attività. **Il tempo sta cambiando, serve adeguare le imprese, le produzioni e l'attività operativa delle aziende per riuscire a mitigare questo cambiamento ed evitare gli impatti negativi.** L'agricoltura sta andando sempre più verso un'agricoltura sostenibile, attenta all'ambiente, un'agricoltura che cerchi di ottimizzare l'utilizzo delle risorse naturali, tecnologica: è quindi necessario avere un'informazione meteorologica specifica, non più soltanto rappresentata in una forma semplicistica da “cartone animato”, ma un'informazione prodotta e comunicata in maniera tale che possa



essere fruibile per quello specifico settore. Ci sono aziende che, avendo dei costi importanti, per realizzare attività all'aperto hanno bisogno di una previsione meteo con l'indicazione di una probabilità anche minima di pioggia. Nelle attività come quelle di produzione del mondo agricolo, con una probabilità bassa di eventi negativi, in alcuni casi è necessario rischiare e, nell'ottica di un'ottimizzazione delle risorse e dell'attenzione ambientale, non fare determinate attività perché la probabilità di pioggia è bassissima. La probabilità di accadimento va dunque correlata al settore di attività e al tipo di azienda, perché l'effetto del clima negativo sulla vite può impattare in maniera completamente diversa rispetto alla zootecnia



o alla frutticoltura, e va correlata anche all'arco temporale dell'annata, perché le criticità del periodo estivo non sono uguali a quelle del periodo primaverile o del periodo invernale. **Occorre allora sviluppare sempre più un rapporto fra il fornitore e l'utilizzatore del servizio, all'interno del quale il fornitore deve individuare i bisogni dell'utilizzatore e riuscire a produrre una previsione idonea, tarata con la professionalità di un esperto meteorologo e fondata su una profonda conoscenza del territorio.** Di questo ha bisogno oggi un'attività economica attenta alla sostenibilità ambientale, al risparmio di acqua e di energie rinnovabili e all'efficientamento della produzione. In particolar modo per i territori montani che producono qualità, il fattore determinante di



un prodotto di eccellenza non è più connesso alla quantità o al minor costo di produzione, ma alla capacità di valorizzarlo e nel prodotto c'è una componente sempre più riconosciuta dal consumatore di attenzione ai metodi di produzione, alla sostenibilità ambientale e a tutte le logiche collegate con la previsione meteo.

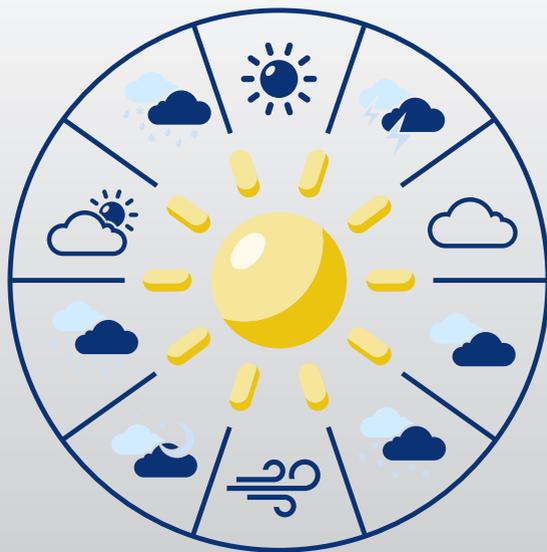
Paolo Corazzon interviene a questo proposito affermando come si possa richiedere alla meteorologia di essere in alcuni settori precisa ed attenta, con un meteorologo dedicato. Con il tempo, molti siti che non saranno in grado di adeguarsi spariranno, già oggi rispetto al decennio scorso le cose sono migliorate ed esistono centri pubblici e privati che sono ormai in grado di offrire un importante servizio.

L'invito di Andrea Berti è quello di cercare di facilitare il sistema di comunicazione e di organizzazione della fornitura dei servizi personalizzati. Nel nostro territorio siamo ben attrezzati, conclude, abbiamo il supporto di Meteotrentino e il consorzio sta lavorando allo sviluppo di nuove frontiere di informazione, ad esempio con la partecipazione al progetto PEI (Partenariato Europeo per l'Innovazione): questa collaborazione tra mondo agricolo e mondo della ricerca (Università di Trento, Fondazione Bruno Kessler, Fondazione Edmund Mach) ha l'obiettivo di creare delle mappe climatiche di criticità dei vari territori, in modo da poter offrire delle informazioni preventive basate sul dato storico delle caratteristiche del territorio, da utilizzare nella gestione dell'impianto produttivo. **Un risultato importante sarà quello di trovare forme di comunicazione semplici per informare l'agricoltore dal punto di vista previsionale in funzione delle tecniche da utilizzare.** Il Trentino ha un vantaggio rispetto ad altri territori: un fattore critico tipico dell'agricoltura locale è quello di avere una dimensione aziendale limitata e difficilmente gestibile da un punto di vista imprenditoriale sotto i vari aspetti che competono all'impresa. Questa caratteristica ha rafforzato il comune senso di operare dal punto di vista associativo e organizzativo e ha incentivato lo sforzo comune di cercare di strutturare azioni di sistema, in sinergia con i partner tecnici che hanno questa disponibilità.

Alberto Trenti conferma come a livello locale sia più facile il lavoro della meteorologia per la possibilità di avere un contatto diretto con gli utenti, a partire proprio dal comparto agricolo, con quello turistico, con quello del settore dei trasporti e così via ed è possibile in questo modo stabilire dei canali di scambio di informazioni



e di accordo sulle esigenze specifiche, creando dei prodotti previsionali quasi riservati. Meteotrentino ne sta sviluppando diversi in via sperimentale, la maggior parte dei quali non sono ancora pubblici, ma il lavoro continua. La meteorologia ha raggiunto da anni livelli di qualità e di affidabilità scientifica tali da poter non essere più utilizzata soltanto in maniera generica. L'informazione di massima va bene per il pubblico che ha bisogno di pianificare una vacanza, com'è stato detto, ma ha più un valore di suggestione che di informazione. **È innegabile che anche questo tipo di informazione abbia ricadute economiche, ma a questo livello non si può fare comunicazione al grado in cui la meteorologia consentirebbe.** Comunicare bene quello che la modellistica dell'elaborazione meteorologica ci permette di vedere ogni giorno richiede del tempo per poterlo fare in maniera corretta, e questo tempo lo si può dedicare in maniera mirata ad utenti specifici. Il meteorologo, conclude Trenti, deve quindi saper fare il lavoro generico, per dare l'informazione a tutti (e questa purtroppo non può che soffrire di approssimazione), ma non può sfuggire all'assunzione di un nuovo ruolo, cominciando anche a dedicare sempre più del suo tempo all'analisi e alla predisposizione di informazioni mirate, con un linguaggio, una grafica, una sequenza temporale concordata preventivamente con gli utenti.



4. La comunicazione del rischio di eventi meteo avversi

Luca Calzolari introduce la questione delicata dell'allerta meteo. Il lavoro dei previsori della meteorologia ha certamente un impatto sulla quotidianità delle persone e sull'economia del territorio, ma c'è un tema ancora più serio, perché in un paese fragile come il nostro e con tutto quello che sta avvenendo ci troviamo di fronte a dover essere sempre ben organizzati e a capire come si può fare un'ottima comunicazione del rischio. Quali sono le difficoltà e le resistenze che si incontrano nel rapporto con i media?

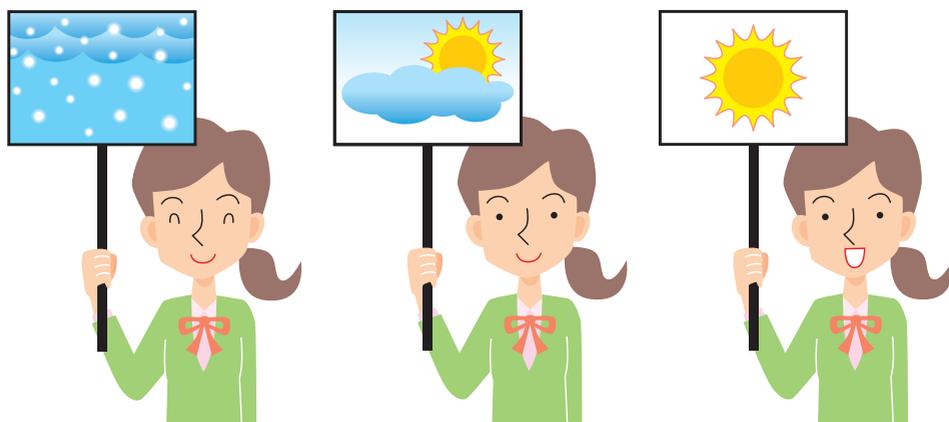
Da parte del pubblico c'è grande attenzione al tema e negli interventi in sede di dibattito si invitano gli esperti ad offrire, oltre alla previsione, un'informazione successiva all'allarme. **La popolazione ha bisogno di sapere come agire e come mitigare la situazione e questo è possibile solo grazie ad un'attenta comunicazione del rischio.** Carlo Cacciamani, riguardo alle fasi di allertamento, descrive ciò che è previsto dalla legge. Il sistema di protezione civile ha delle responsabilità ai vari livelli: a livello locale è in carico alla municipalità e il sindaco ha l'obbligo di avere il piano di protezione civile, un documento snello dove vengono descritte le azioni che devono essere svolte in relazione a certe situazioni di criticità. Ci sono scenari in termini di comportamenti che devono essere eseguiti per diminuire i danni possibili. L'applicazione effettiva delle norme è però un altro aspetto: molto lavoro ancora ci aspetta per portare gli amministratori a comprendere qual è l'importanza di mettere in atto queste procedure. Spesso ci sono anche problemi di risorse o di mancanza di personale e si percepisce una certa fatica: i comuni in Italia sono tanti e questo è un lungo processo che ci attende nel prossimo futuro.





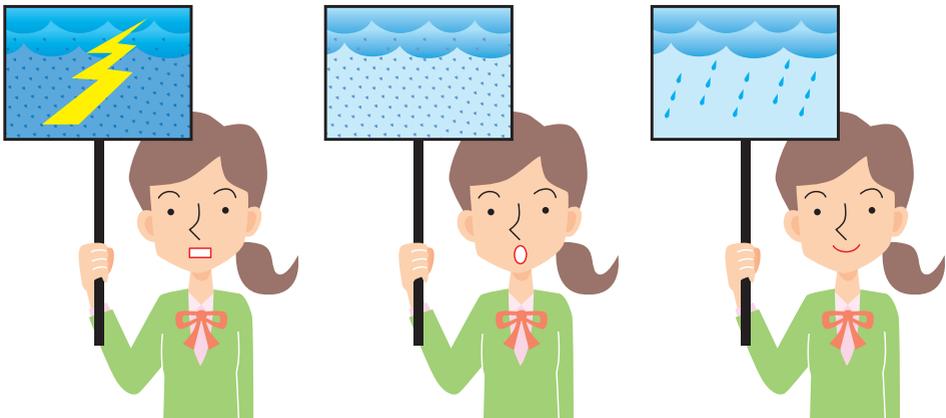
Rispondendo a Guido Caroselli e agli interventi del pubblico, Carlo Cacciamani parla a sostegno della rete radar nazionale. **Dal sito del Dipartimento di Protezione Civile è possibile vedere la rete radar, una rete che opera da diversi anni, certamente migliorabile dal punto di vista comunicativo, ma che esiste e funziona offrendo informazioni ogni quarto d'ora.** È attiva inoltre la rete degli strumenti meteorologici al suolo ed esiste anche un sistema di modellistica meteorologica nazionale. Numerose sono le competenze dentro lo stato, dentro le regioni e dentro le istituzioni private ed è importante che queste risorse vengano riconosciute e sottolineate. Il ritardo, avendo quasi trenta radar nazionali messi in rete, può essere dovuto al tempo di acquisizione e al tempo di trasferimento dei numerosi volumi di dati: chiaramente è un ritardo che va diminuito, ma per diminuire un ritardo, ad esempio nell'acquisizione dei dati, occorre destinare anche determinati investimenti economici, che evidentemente non vengono erogati perché il sistema di prevenzione non è considerato ancora come dovrebbe.

Carlo Cacciamani continua la discussione portando la parola *ostile* “**bomba d'acqua**”. Nel suo lavoro si occupa di eventi che potenzialmente producono problemi per la comunità e questa espressione, spesso usata nella comunicazione meteorologica, evoca delle immagini negative dal punto di vista dell'impatto.



Questo termine, continua, non è soltanto esteticamente inadeguato in quanto non previsto da alcun glossario della meteorologia, ma arreca anche danni da un punto di vista psicologico nei confronti delle persone. **Nel momento in cui si passa da una valutazione meteorologica di possibilità di evento avverso ad una valutazione del danno, le cose si complicano.** Il sistema di allerta in Italia si basa, infatti, sulla valutazione del danno e non soltanto su una valutazione di pericolosità di un fenomeno: in altre parole, non allertiamo le popolazioni perché domani poverà molto ma perché a fronte di quella precipitazione molto importante potranno verificarsi alcuni eventi dannosi, eventualmente anche per l'incolumità delle persone. C'è quindi una valutazione che viene fatta successivamente, oltre alla valutazione meteorologica, e la complicazione aumenta perché, per la legge di propagazione degli errori, oltre all'errore della stima dell'evento meteorologico, si somma anche l'errore della stima della valutazione della vulnerabilità di un territorio o magari anche dell'esposizione di quel territorio. L'insieme di questi tre aspetti determina la valutazione del rischio: **valutare il rischio di un'alluvione piuttosto che di una frana non è come valutare un evento meteorologicamente avverso e richiede delle competenze molto più ampie.**

Se allora, prosegue Cacciamani, in meteorologia è fuori luogo l'utilizzo di termini folcloristici e che attirano *click*, ancor più spiacevole è osservarne un uso applicato





al settore dell'allerta meteo. Non più tardi di ieri è stata diffusa un'allerta rossa per una regione d'Italia, con un'allerta analoga emessa anche da un sito privato. Al di là del tema pubblico o privato, l'aspetto saliente è che queste situazioni hanno delle ripercussioni anche da un punto di vista del codice di procedura penale. **Nel momento in cui dei previsori meteo e dei valutatori di criticità si assumono responsabilità nei confronti della magistratura e prima di tutto nei confronti della vita delle persone, c'è qualcosa di più: non è sufficiente allarmarsi perché viene utilizzato Lucifero piuttosto che Caronte o per l'aspetto del linguaggio nella comunicazione.** Se il cittadino sa che deve utilizzare una previsione per mettersi in sicurezza e poi trova ulteriori informazioni che non è in grado di discernere (e qui potremmo aprire un tema sulla formazione meteorologica e scientifica in generale di questo paese), può trovarsi in condizioni di forte disagio. È necessaria allora una doppia attenzione nel divulgare un'informazione meteorologica nel momento in cui questa va a creare un servizio per l'incolumità delle persone. Sbagliando una previsione meteorologica si possono creare danni economici anche rilevanti, ma se si sbaglia una valutazione che può avere un impatto sulla vita umana questo cambia radicalmente gli aspetti.

Andrea Giugliacci riprende il problema dei siti che lanciano l'allerta senza essere legittimati a farlo: se questa allerta *fake* rimanesse su quel sito, afferma,

probabilmente in pochi ne sarebbero influenzati, mentre il vero problema è nel cortocircuito che si innesca. La notizia si diffonde perché il giornalista la rilancia, senza poter realmente verificare se quella notizia sia vera oppure no. Se la riceve da un esperto, come può sapere se realmente si tratta di un esperto? Giuliacci sottolinea la necessità di distinguere tra il vero e il finto meteorologo, ricordando che il mondo del giornalismo sta cercando di attrezzarsi con il sistema della certificazione: non sarà probabilmente questo sufficiente a far chiudere certi siti, afferma, ma la certificazione può permettere di interrompere questo cortocircuito. Il giornalista, a quel punto, avrebbe uno strumento per verificare se la fonte sia attendibile: questo aspetto è fondamentale, perché se la *fake news* non raggiungesse la grande informazione rimarrebbe senza dubbio una notizia.





Da parte di interventi del pubblico in sala si auspicano azioni repressive nel caso in cui eventuali siti internet non preposti lancino allerte che spettano solo agli enti preposti. Marco Ferrazzoli sottolinea la necessità di distinguere tra i siti di testate non registrate e i canali online dei quotidiani registrati, i quali obbediscono a normative senz'altro più severe. Carlo Cacciamani condivide la necessità di intervenire perseguendo i responsabili, ma pone soprattutto l'attenzione su un aspetto più preoccupante. **Se c'è una legge dello stato che viene continuamente disattesa e i cittadini fruiscono incessantemente di questi servizi, l'elemento più inquietante è la mancanza di una sufficiente considerazione delle disposizioni del legislatore.** Un tempo la deontologia riusciva a contenere certi atteggiamenti e linguaggi: probabilmente oggi siamo andati oltre, continua Cacciamani. Gli interventi repressivi possono essere utili ma non sono sufficienti e non dobbiamo dimenticare che un eccesso di attenzione può prefigurare l'effetto perverso di nutrire certe esasperazioni del mondo mediatico. La magistratura allora non basta, ci vuole una crescita culturale, sia di chi offre questi servizi sia di chi riceve le informazioni, in modo che sia in grado di capire che quel messaggio mandato da un'istituzione non preposta non debba essere considerato.

5. Formare in ambito meteorologico

Negli interventi da parte del pubblico traspare una preoccupazione condivisa rispetto alla mancanza, in Italia, di cultura meteorologica, e più in generale scientifica, a tutti i livelli. Luca Calzolari chiede ai componenti della tavola rotonda di indicare alcune parole *positive* in meteorologia, per cercare di trasformarle in buone pratiche. Affidabilità, elasticità, conoscenza, attenzione, sviluppo, ricerca scientifica, intelligenza e rispetto per gli utenti, competenza e passione, professionalità: sono questi i concetti emersi dalla discussione, tutti strettamente connessi ad un aspetto formativo.

Molti interventi concordano sulla necessità e la responsabilità del giornalismo, e in questo contesto dei sistemi di comunicazione meteorologica, di raggiungere gli





utenti attraverso messaggi che possano essere compresi, eliminando, come indica Guido Caroselli, tutto ciò che non è utile e tutto quello che non viene capito. **La categoria dei giornalisti, afferma Luca Calzolari, vive oggi una profonda sfiducia da parte della popolazione italiana.** In effetti, siamo costantemente invasi da *fake news* e da foto non reali oppure inviate dai reporter in redazione e commentate poi frettolosamente dai titolisti. Spesso il giornalista, soprattutto nel caso in cui abbia un ruolo di sintesi, è un tuttologo e raramente è un esperto della materia, quindi tende molto spesso a sbagliare o a non essere del tutto informato sul fenomeno che si sta verificando in quel momento. Andrea Giuliacci concorda sulla mancanza di formazione specifica quasi inevitabile: i giornalisti, afferma, preparati nelle materie scientifiche e in particolare sulla meteorologia sono pochissimi. **Correggere questa distorsione non è un'operazione semplice, mette in guardia Calzolari, se non con maggiore formazione e responsabilità rispetto a quello che i giornalisti comunicano.**

Paolo Corazzon condivide la necessità di comunicare in modo più efficace, facilitando l'utente anche nella ricezione della vera informazione. **Oggi c'è la pretesa che la previsione sia azzeccata per forza ed è difficile far capire che non è colpa del meteorologo se al matrimonio piove o se non tutto è andato bene.** Anche Bernacca sbagliava eppure è un mito per tutti, oggi invece gli errori non sono accettati. Ci vorrebbe un po' più di elasticità da parte dell'utenza, che potrebbe essere d'aiuto nel cercare di accantonare chi fa la voce troppo grossa e non ha il diritto di farlo. Naturalmente, continua Corazzon, vorremmo tutti che ci fosse una maggiore conoscenza in ambito meteorologico, ma non possiamo nemmeno pretenderlo soltanto perché è una nostra passione. Tutti noi ci impegniamo in una vera divulgazione meteorologica e 3Bmeteo realizza anche lezioni di meteorologia attraverso live su Facebook: i risultati però non sono quelli sperati, laddove, con migliaia di persone connesse, assistiamo ad un crollo negli ascolti quando si tenta di spiegare qualcosa.

Daniele Mocio, Tenente Colonnello dell'Aeronautica militare e previsore meteo, concorda per molti aspetti sui temi dibattuti. **Il denominatore comune, afferma, è una meteorologia un po' esasperata che ha educato l'utente in un determinato modo.** È necessario riappropriarsi di una meteorologia professionale e di una comunicazione corretta, che lasci trasparire il grosso lavoro

dietro le quinte, sgomberando l'idea che si utilizzino palle di cristallo o il lancio dei dadi. Con la parola “**formazione**” che può avere un'accezione *positiva* ma anche *negativa*, Mocio sostiene che i media hanno una grande responsabilità, poiché il comunicatore deve essere anche formatore. Se la comunicazione meteorologica ha esasperato determinati aspetti occorre intervenire, anche in modo semplice e breve nei vari *talk show*, per far capire il perché un evento si verifica. Nel momento dell'intervista, se viene chiesta al meteorologo la conferma di un evento imminente, è suo dovere spiegare bene e in modo semplice che cosa sta sopraggiungendo. **La formazione è il proposito costruttivo che si deve avere per portare una comunicazione corretta.** La meteorologia aeronautica collabora quotidianamente con la protezione civile: facciamo le distinzioni, continua Mocio, spieghiamo che cos'è un'allerta meteo, un'allerta di protezione civile, un avviso meteorologico e così via, educiamo gli utenti. **Se il sistema è andato verso una direzione sbagliata, i meteorologi sono i primi a dover cercare di ritornare sulla via giusta, facendo comprendere alla popolazione che, per esempio, da noi sicuramente gli uragani non arrivano.** Quando mostriamo un'immagine di qualcosa che è vorticoso come un ciclone mediterraneo, spieghiamo che se non ha determinate caratteristiche non può essere un uragano, né un ciclone tropicale, né una tempesta tropicale: spieghiamo che cos'è questo fenomeno, che si è formato per avvezione di aria polare e che ha trovato la sua ciclogenesi nel Mediterraneo. Questa è la chiarezza del messaggio, che si realizza attraverso la formazione.





L'Italia mostra una profonda non conoscenza scientifica generale. Calzolari porta la discussione sul tema della scienza a scuola. Si dice sempre che bisogna partire dai giovani: se si fa poca cultura scientifica nella scuola, interroga i partecipanti, come facciamo poi a recuperarla e a far sì che anche con la migliore capacità divulgativa possibile i concetti scientifici raggiungano la popolazione?

Mario Rusconi, vice presidente dell'Associazione Nazionale Presidi, proviene da una cultura umanistica. La sua parola *ostile* è “**scaricabarile e superficialità**”, poiché quando accade qualcosa, se ad esempio i ragazzi si picchiano, tutti chiedono che cosa fa la scuola. La scuola è lo scaricabarile delle istituzioni, in un clima diffuso di superficialità e demagogia, nel senso che non si approfondiscono mai le cose. Il confronto nella tavola rotonda ha fatto emergere come sia necessaria una maggiore educazione scientifica per evitare che la popolazione creda in Caronte e in cose simili. La meteorologia è un ambito pluridisciplinare, dice Rusconi: nella scuola primaria il programma di geografia tratta di questi argomenti; nella secondaria di primo grado abbiamo geografia, scienze, tecnologia, informatica; nel secondo grado il curriculum è ancora più dettagliato e parla proprio di climatologia, collegandola molto intelligentemente con la storia e con l'antropogeografia. Non appaiono evidenti dunque lacune nell'offerta formativa, quanto piuttosto nella reale pratica: il tema allora è la formazione di dirigenti e di una classe docente ben preparata. **A partire dal 2000, le rilevazioni Ocse-Pisa mostrano che i ragazzini italiani di quindici anni di tutte le scuole hanno un gap dal punto di vista della formazione soprattutto in ambito scientifico.** I dati INVALSI ci dicono che i livelli di apprendimento sono soddisfacenti nella scuola primaria, e questo significa che gli insegnanti riescono a motivare la cultura scientifica nei bambini, ma anche che i risultati crollano a partire dal primo grado della scuola secondaria, il vero problema della scuola. **Questi esiti si riverberano sul secondo grado e in particolar modo sugli istituti tecnici e professionali** e ad eccezione di quello che accade nei licei classici, frequentati da un'esigua quota di popolazione scolastica per lo più proveniente dalla classe sociale più avvantaggiata. **Questa cattiva preparazione a livello di secondaria di primo grado si riverbera poi sulle istituzioni, sui giornali e sulla popolazione nel suo complesso.**

La domanda che ci dobbiamo porre, continua Rusconi, è che cosa fanno le istituzioni per permettere agli insegnanti di formare dei ragazzi che siano capaci di avere una buona educazione scientifica e di essere veramente concorrenziali con i loro partner europei. La Legge n° 107 del 13 luglio 2015, la cosiddetta *Buona Scuola*, presenta certamente molti errori, però alcune cose positive le ha previste, introducendo un primissimo elemento di valutazione degli insegnanti sulla base del lavoro che fanno. In Italia, i presidi, gli insegnanti, i bidelli e in generale il personale della scuola rappresentano l'unico segmento della pubblica amministrazione che non è soggetto a nessun tipo di valutazione. A meno di non compiere atti davvero gravissimi, tutte queste persone sono veramente irresponsabili nel senso etimologico del termine. Questo timido tentativo di allinearci ai paesi europei più avanzati e di valutare gli insegnanti ha scatenato una grave ed estesa opposizione da parte dell'opinione pubblica. L'espressione "bisogna cambiare la scuola" evoca allora, secondo Rusconi, soltanto uno sterile lamento: la superficialità nell'osservazione è diffusa a tal punto che, come ha fatto notare l'ex-Ministro della Pubblica Istruzione Luigi Berlinguer, alcuni dei detrattori della *Buona Scuola* hanno presentato la richiesta di un Referendum inserendo tra le cose da abrogare un articolo non presente nella Legge. L'idealista





Max Weber auspicava passione riferendosi al sistema politico: per rinnovare la scuola, conclude Rusconi, ma anche per certi versi la meteorologia, ci vorrebbe senso di responsabilità e lungimiranza. **Chi lavora nella scuola deve essere consapevole che sta facendo un lavoro con quei giovani che diventeranno la cosiddetta futura generazione potenzialmente deposta a migliorare il nostro paese.**

Calzolari congeda i partecipanti alla tavola rotonda concludendo con un richiamo al tema urgente della comunicazione del rischio di emergenze di protezione civile. Il Dipartimento della protezione civile in collaborazione con il quotidiano online indipendente www.ilgiornaledellaprotezionecivile.it ha promosso e sviluppato un percorso con l'obiettivo di rendere riconoscibili le fonti di informazione affidabili dalle fonti non affidabili. Istituzioni, organizzazioni, gruppi di ricerca scientifica, enti e aziende pubblici e privati comunicano quotidianamente utilizzando i *social*. La rete #socialProCiv, una rete partecipata dal basso, nasce allora per stabilire uno standard che, nel rispetto dell'autonomia di ciascun partecipante, possa aiutare a rendere più definita e utile la comunicazione sui social media in ambito di protezione civile agli utenti. L'invito ad aderire è rivolto a tutti media, per mettere in campo professionalità e responsabilità a tutti i livelli a servizio della comunità.

Tavola rotonda **“Comunicare la meteorologia nei** **media, su internet, nella scuola e nella** **società: opportunità e rischi”**

Quaderno a cura di: Anna Ress

1. Introduzione	5
2. Linguaggio e rappresentazioni dell'informazione meteorologica	9
3. I bisogni di informazione meteorologica	17
4. La comunicazione del rischio di eventi meteo avversi	23
5. Formare in ambito meteorologico	29



I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni

- | | | | |
|---------------|---------------|----------------|---|
| Anno 1 | nr. 1 | Aprile 2015 | Rapporto 2014.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 2 | Giugno 2015 | Rappresentanza e rappresentazione di genere nelle TV del Trentino |
| | nr. 3 | Luglio 2015 | La radio locale tra innovazione e cross-medialità |
| | nr. 4 | Novembre 2015 | Premio Porro 2014-15 Giornalismo d'inchiesta: ma esiste ancora? |
| Anno 2 | nr. 5 | Marzo 2016 | Rapporto 2015.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 6 | Giugno 2016 | La tutela dei minori e i media |
| | nr. 7 | Settembre 2016 | Il sistema televisivo nel Trentino: criticità e prospettive |
| Anno 3 | nr. 8 | Dicembre 2016 | Il monitoraggio delle TV locali |
| | nr. 9 | Marzo 2017 | Rapporto 2016.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 10 | Settembre 2017 | L'uso del web e dei social in Trentino |
| | nr. 11 | Ottobre 2017 | Conferenza provinciale dell'informazione 2017 |
| | nr. 12 | Dicembre 2017 | Student Social Workshop: l'uso consapevole dei nuovi media |
| Anno 4 | nr. 13 | Marzo 2018 | Rapporto 2017.
Relazione sulle attività svolte |
| | nr. 14 | Giugno 2018 | Previsioni meteorologiche e media |





CORECOM REPORT

I quaderni del Comitato Provinciale per le Comunicazioni



Consiglio Provincia
autonoma di Trento
**Comitato provinciale
per le comunicazioni**

Corecom Report

Supplemento n.1 al periodico Consiglio provinciale Cronache
Anno XL, nr. 4 - luglio 2018
edito dal Consiglio della Provincia autonoma di Trento.

Comitato provinciale per le Comunicazioni

Via Mancini, 27 - 38121 Trento
accesso diretto da Via Torre Verde, 14, 3° piano
Tel. 0461/213198 - Fax 0461/213155
Email: corecom@consiglio.provincia.tn.it
Pec: corecom@pec.consiglio.provincia.tn.it