

Breve historia del periodismo científico

Cuando se aborda la historia del periodismo científico, el periodo comprendido entre las dos guerras mundiales es considerado como el de la emergencia de esta especialidad. En concreto, entre los años 1920 y 1930 aparece la figura profesional del periodista científico en prácticamente todos los grandes rotativos norteamericanos. El profesor George R. Ehrhardt, de la Duke University, cita a Alva Johnston como el primer reportero científico en plantilla en The New York Times que fue galardonado con un premio Pulitzer en 1923 por la cobertura informativa de la reunión de la American Association for the Advancement of Science, en Boston, conferencia que se convierte en la primera que merece una rigurosa y seria atención informativa con un específico esfuerzo por interpretar la importancia que tenía su contenido para el público. La consolidación definitiva del periodismo científico se produce tras la II Guerra Mundial, en plena guerra fría entre los dos grandes bloques y con la carrera espacial como campo de batalla comunicativa entre norteamericanos y soviéticos. John N. Wilford, uno de los periodistas fundadores del Science Times, lo explica con claridad cuando afirma: «Yo soy periodista científico gracias al Sputnik». ¹ El hecho es que tras la repercusión de las bombas atómicas (1945) y la conquista espacial por el primer satélite artificial (1957), hasta la llegada a la Luna (1969), la rivalidad económica y tecnológica de Estados Unidos y la Unión Soviética se dirime en buena parte en el mundo de la comunicación pública de las ciencias y de las tecnologías, consolidándose el periodismo científico como una de las herramientas para explicar al mundo lo que está pasando con la carrera tecnológica por demostrar cuál de los dos modelos político-económicos es el más eficiente.

En este contexto y con estos precedentes surge la primera sección de ciencia de la historia contemporánea. Tal como explica Edwin

Diamond, uno de los biógrafos de The New York Times, ² entre 1970 y 1975 el diario neoyorkino sufrió una severa disminución de su circulación y una notable reducción de sus inserciones publicitarias. La crisis estaba planteada –por múltiples razones, competencia de otros medios escritos y sobre todo de la televisión, entre otras– y la primacía del Times estaba en peligro si no se conseguía reconducir la situación. El editor Arthur Ochs Sulzberger, el director Abraham Michael Rosenthal y el director comercial Walter E. Mattson fueron los artífices de que el Times recuperara 100.000 ejemplares de circulación entre 1976 y 1982, y otra cifra semejante hasta 1986, situándose el diario por encima del millón de ejemplares a partir de ese año, cuando en sólo un semestre de 1971 había llegado a perder 31.000 ejemplares y se había situado en 814.000.

Entre las muchas iniciativas empresariales que se tomaron figuró una decisiva para la consolidación del periodismo científico. Una de las claves del éxito fue la decisión de incorporar suplementos temáticos semanales para aumentar el interés informativo de lectores potenciales, establecer nuevos puentes de fidelización entre el público y también abrir nuevos mercados publicitarios. Entre ellos, todos los martes una sección semanal dedicada a las ciencias, no sin una gran discusión interna entre sus partidarios –muy especialmente del director, personalmente muy interesado por los avances científicos y tecnológicos– y el sector comercial que apostaba por un suplemento de moda, que según su opinión tendría mayor incidencia publicitaria. Finalmente, así nació Science Times el 14 de noviembre de 1978.

La idea de crear secciones temáticas rotatorias a lo largo de la semana no era nueva. Julius Ochs Adler, un sobrino del “fundador” Adolph Ochs Sulzberger, que trabajaba en el departamento comercial, se anticipó a las ideas de los años 1970 en una memoria-propuesta que pre-

¹ Wilford, John N. Homenaje al Science Times en su 25 aniversario. *Quark* 34 - Barcelona, octubre 2004. www.prbb.org/quark/34/default.htm

² Capítulo 5 de *Behind The Times: Inside The New York Times*. Villard Books, Nueva York, 1994.

sentó al editor el 31 de diciembre de... ¡1924! En este documento proponía un suplemento de Economía y Finanzas para los lunes, uno de Técnica y Ciencia para los martes, otro de Mujer, otro de Profesiones (abogados, médicos, etc.), otro de Deportes y finalmente uno de Libros para los sábados. Cincuenta años después, los arquitectos del nuevo Times –como los define Edwin Diamond– utilizaron diferentes rúbricas, pero no muy alejadas de aquella antigua y casi visionaria propuesta, con la única realmente revolucionaria propuesta de un suplemento de Fin de Semana, cuando la cultura del ocio ya estaba instaurada en nuestra sociedad, pero que era impensable en los años veinte. Adler proponía incluso auténticas revistas de 16 páginas que no formaran parte del cuerpo del diario, pero insertas en él (tal como

hizo Milton Glaser muchos años después con la propuesta de Ciencia y Tecnología de La Vanguardia). Rosenthal, en la década de 1970, decidió llamarles “daily magazines”, pero en forma de páginas incorporadas con epígrafe individualizado en el conjunto del diario. Los argumentos que se daban en los años 1920 fueron prácticamente los mismos que los de los 1970: «Los cambios que se producen en la sociedad con un mayor nivel económico e intelectual del público implican una actualización del diario»; «temas que interesan a los ciudadanos o afectan a sus vidas cotidianas»; «oferta diferenciada amena, pero rigurosa, para lectores más preparados»; «la existencia demográfica y social de más jóvenes, más mujeres, más profesionales, más estudiantes y campus universitarios en cada área».