


¿Llega ya la TELEVISIÓN?



(Condensado de «The Saturday Evening Post»)

Por Alva Johnston

LOS ENTUSIASTAS de la televisión profetizan que este nuevo invento pondrá en cada casa un teatro, un circo, un parque con lugares de diversión, una universidad y mil cosas más. Pintan las casas del porvenir como viviendas construídas alrededor del salón de televisión. Los amuebladores ya han proyectado muebles apropiados para que las familias y sus amigos puedan agruparse cómodamente enfrente de la pantalla de televisión. Las fincas raíces subirán de valor donde haya buena televisión, y bajarán donde haya colinas o edificios que la estorben. Uno de los directores de una empresa de televisión predice que esta nueva industria traerá consigo empleo para millones de personas.

Pero todo profeta tiene su antiprofeta. Varios peritos inteligentes afirman que de aquí a diez años la televisión estará todavía tambaleando, poco más o menos en el mismo estado de imperfección e incertidumbre en que se encuentra hoy.

La televisión transmitida por alambres se presentó por primera vez al público en Londres, en el bazar de Selfridge, el año de 1912. En 1920 se probaron algunos sistemas de transmisión inalámbrica de fotografías. En 1926 la agencia de William Morris, de los Estados Unidos, introdujo una escena sensacional de televisión en las funciones de variedades,

pero tuvo que abandonar la empresa cuando el escenario de un teatro de Baltimore se hundió bajo el peso enorme de la maquinaria que se necesitaba. En 1928 la General Electric hizo la primera transmisión telefotográfica de una de las grandes noticias del día: el discurso en que Al Smith aceptaba el nombramiento de candidato para la presidencia de la república. Las fotografías resultaron malas, y no se transmitieron sino a dos estaciones receptoras.

Un gran progreso ocurrió entre 1930 y 1940, cuando Vladimir Zworykin y Philo T. Farnsworth descartaron las máquinas gigantescas rotatorias que hasta entonces se habían usado y establecieron el sistema de tubos pequeños de rayos catódicos. Zworykin, que entonces estaba asociado, como todavía lo está, con la RCA, sometió su aparato, aún tosco, a la consideración de David Sarnoff, presidente de la compañía.

—¿Cuánto costará perfeccionarlo?—le preguntó Sarnoff.

—Cien mil dólares—contestó el inventor.

Sarnoff dijo hace poco tiempo que la RCA había gastado más de 10.000.000 de dólares en investigaciones relativas a este asunto.

Para 1935, el sistema de televisión por tubos de rayos catódicos había hecho ya

suficientes progresos para despertar entusiasmo y esperanzas; pero aún adolecía de varios defectos, algunos de los cuales no dejaban de ser pintorescos. A veces la fotografía proyectada en la pantalla se desvanecía gradualmente y parecía perderse de vista en un torbellino de nieve. Con frecuencia un actor aparecía doble, y aun triple, o, al levantarse de una silla y andar, avanzaba estirándose hacia adelante como un acordeón, con la espalda pegada a la silla.

LA TELEVISIÓN dista todavía mucho de ser perfecta. La cámara puede seguir continuamente una pelota en un juego de fútbol o beisbol; pero en juegos en que el aparato debe estar muy cerca de los jugadores, no ha podido aún impedirse por completo que las imágenes aparezcan dobles o triples en la pantalla del televisor. En los estudios de televisión se hace que las personas a quienes se fotografía se muevan muy lentamente, pues, de lo contrario, sus movimientos aparecen en la pantalla como convulsiones o crispaturas. También es preciso que no se alejen mucho del centro del escenario, porque las pantallas de algunos televisores no son planas cerca de los bordes y deforman las imágenes, dándoles un aspecto grotesco.

Los propagandistas de la televisión hacen hincapié en la propiedad que ellos llaman «instantaneidad». En la pantalla del televisor, un boxeo no aparece con tanta claridad como en la cinematográfica; pero el cine tiene la desventaja de no despertar la curiosidad de todos los espectadores, pues muchos de ellos saben ya cuál va a ser el desenlace. En la televisión nadie sabe, en un momento dado, lo que va a suceder un segundo después ni cómo va a terminar la pelea.

Lo mismo se aplica a las funciones de

teatro. Éstas se representan como realmente ocurren, y a veces se ven actores que se confunden en sus papeles u olvidan las palabras que deben decir y titubean o salen con algún disparate. En la escena del balcón de *Romeo y Julieta*, la cámara fotográfica de televisión empezó a funcionar demasiado pronto y dejó ver a Julieta bregando con el ceñidor, que no parecía ajustar bien. En el mismo drama, la cámara siguió funcionando después del desenlace y dejó ver a Julieta, que acababa de morir, empujando fuertemente el «cadáver» de Romeo, para alejarlo de ella.

Hay aficionados al fútbol que prefieren ver un juego en el televisor a verlo en la cancha. El televisor da simultáneamente tres vistas del juego, y el espectador lo ve como con tres pares de ojos: una cámara fotografía uno de los equipos y la mitad correspondiente de la cancha; otra cámara, el otro equipo y su mitad de la cancha. Al mismo tiempo, otra cámara, provista de una lente telescópica, saca una fotografía como a quemarropa. En el televisor, el espectador ve el juego como si lo mirara de cerca desde un lugar que dominara toda la cancha. En un juego, el pregonero, que iba describiendo los detalles, dijo a los concurrentes que esperaran un momento, mientras iba a cerciorarse de si la pelota había pasado de la línea de meta y estaba afuera; pues de donde él estaba no podía decidir. Pero en el televisor la pelota aparecía de tamaño mucho mayor que el natural, y se veía claramente que había pasado de la meta.

Las cuentas del negocio de la televisión son sumamente curiosas. Aunque en las investigaciones y experimentos tecnológicos tocantes a él se gastan millones de dólares, los gastos de fotografía y transmisión son casi microscópicos. Turulato se queda uno cuando compara una pelícu-

la de cine, que quizá cueste 2.000.000 de dólares, con una transmisión de televisión que no cuesta sino 200. Esta grande economía de la televisión, comparada con los enormes gastos del cine, es muy alentadora.

ALGUNAS de las transmisiones que hoy se hacen son muy claras y vívidas, aunque no pintan dramas complicados y emocionantes. En una de ellas, la cámara fotográfica se llevó a una escuela, donde fotografió una escena de las tareas diarias; los espectadores de la televisión la declararon excelente, diciendo que los hacía pensar en los felices años de su niñez. En otra, que tuvo grande éxito, se veía a un hombre contándoles un cuento a tres niños. Lo más notable de esta fotografía era la viveza con que se veían en la pantalla los cambios de semblante de los chicos según los episodios del cuento.

En los estudios de la CBS había un director al que se le hacía imposible cambiar rápidamente de una escena a otra, a menos que, mientras se representaba la que veían los espectadores en la pantalla, estuviesen ya trabajando los encargados de preparar la escena siguiente. Sucedió que una vez captase la cámara ambas cosas, es decir, la escena y los preparativos de la siguiente. Tanta gracia le hizo esto al público, que se optó, desde entonces, por dejar que saliesen en la pantalla algunas ocurrencias de entre bastidores.

Los muñecos actores y locutores son muy populares en la televisión. Muchos anunciantes emplean como locutores muñecos manipulados por ventrílocuos. Estos muñecos chillones, de aspecto disipado, que traquean y hablan en un falsete penetrante, son parientes pobres de Charlie McCarthy, y deleitan a los espectadores de televisión, en quienes despiertan

tan mayor interés y entusiasmo que los locutores de carne y hueso. Ya se ha prometido la transmisión de óperas, en que los cantantes estarán reemplazados con primorosos maniqués.

Los jardines zoológicos son la fuente más fecunda de actores no pagados. Cuando un empresario de televisión ve que se le va agotando la blanca, manda fotógrafos con cámaras portátiles a fotografiar bestias, pájaros y reptiles, que ni se oponen a que se saque su estampa ni exigen paga por sus valiosos servicios. Los patos y las culebras figuran hoy entre las estrellas favoritas de televisión. En el estudio de la CBS se escribió un drama popular que se transmite semanalmente, cuyo protagonista es un pato blanco llamado Pierre, al cual no se avergüenzan de servirle de satélites Jimmy Durante y otros cómicos de nota, que con gusto se avienen a brillar como estrellas de segunda magnitud al lado de astro tan esplendente. Cuando el maravilloso pato enfermó de pulmonía en sus viajes entre el jardín zoológico y el estudio, y murió del mal, el tesorero del estudio llevó luto durante varios días.

Las culebras, sobre todo las venenosas, son muy estimadas de los televisionistas, por la viveza con que aparecen en la pantalla. Un empresario de televisión de Filadelfia dice que nunca había visto tanta emoción retratada en la cara de un ser humano como la que vio cuando una serpiente se soltó casualmente en el escenario y empezó a deslizarse hacia los actores. En Los Ángeles, un amigo de las culebras de cascabel exhibía una llamada Amor Mío; colocaba el cascabel a unos 25 milímetros del micrófono y le volvía la cabeza a la culebra hacia la lente de la cámara fotográfica. Los espectadores del televisor le huían el cuerpo, como los del cine solían huírsele a las locomotoras.

MUCHAS grandes agencias de anuncios han establecido departamentos de televisión y están ya presentando al público, por telefotografía y radio, espectáculos varios, con anuncios intercalados. Los gastos son bastante subidos, y las entradas casi nulas. Los anunciantes esperan perder dinero en el negocio durante algún tiempo, pero quieren estar ya establecidos en él por si en el cercano porvenir se hicieren progresos que lo conviertan en negocio lucrativo.

Las personas más optimistas que estudian la televisión creen que ésta se generalizará y se establecerá comercialmente dentro de uno o dos años. Otras, por el contrario, opinan que, por cuanto la mayor parte de los televisores serán para familias, y sobre todo para niños, y las transmisiones deben adaptarse a tales espectadores, no es posible hacerlos suficientemente atractivos para que se generalicen hasta el punto de ser buen negocio. «Los anunciantes», dicen, «no pagarán por programas de transmisión que valgan la pena antes que se vendan al público varios millones de televisores, y esto no es posible sino cuando las transmisiones valgan la pena. No hay modo de salir de este círculo vicioso». También hacen notar que en el hogar doméstico la televisión es casi inútil durante el día, porque la dueña de casa, que puede escuchar la radio mientras trabaja en sus quehaceres, no puede descuidarlos para pasar largos ratos mirando la pantalla del televisor.

Los defensores de la televisión contestan que ésta es tan interesante y tiene tantas ventajas, que la gente la pedirá, siendo por tanto imposible que no se generalice. Sostienen que, para anuncios comerciales, 100.000 aparatos de televisión serán tan eficaces como 1.000.000 de radios. El director de una agencia de

anuncios asevera que por experimentos científicos se ha demostrado que, como medio de publicidad, la televisión es 80 veces más eficaz que la radiodifusión.

Uno de los peores defectos de la televisión, según informa la gente del oficio, es que en la mayor parte de las estaciones transmisoras, o estudios, se produce un calor casi insoportable. La generalidad de las cámaras fotográficas necesitan luz intensa y deslumbradora. A veces el calor derrite las velas que hay en el estudio, y funde y vaporiza el hielo que se emplea en algunas fotografías para dar al aire un aspecto brumoso. En dramas en que se representan escenas de comedor, los platos y vasijas de plata se calientan tanto, que levantan ampollas en las manos de quienes los cogen.

En el estudio de televisión que la compañía General Electric tiene en Schenectady, estado de Nueva York, se usa ahora un sistema de alumbrado enfriado por agua, que no cuece a los pobres actores. Ya están fabricándose cámaras que requieren menos luz que las actuales. La RCA exhibió recientemente una cámara de televisión que saca fotografías muy claras sin más luz que la de un fósforo. Esta cámara ha dado buenos resultados para la transmisión de noticias y deportes con luz amortiguada; pero no reproduce detalles tan vívidamente como las cámaras corrientes que funcionan con luz deslumbrante en una atmósfera abrasadora. Los actores de la mayor parte de los estudios de televisión tendrán que esperar algún tiempo antes que los meteorólogos y climatólogos del oficio les den clima templado.

A CAUSA de los rayos invisibles infrarrojos que por lo común forman parte de la luz visible, la televisión no siempre reproduce los objetos con sus verdaderos

colores. Los objetos rojos generalmente parecen blancos en el televisor. En un estudio desde el cual se transmitió la ópera *Carmen*, la protagonista, ataviada con un cinto rojo vivo, bailó enfrente de una pantalla blanca; pero en el televisor el cinto apareció tan blanco como la pantalla, dando a la bailarina la apariencia de una mujer cortada en dos por la mitad.

La CBS ha producido telefotografías experimentales en colores que muchos observadores, incluso varios técnicos de empresas rivales, han declarado «magníficas». Sus propios técnicos dicen que los detalles prácticos pueden perfeccionarse en uno o dos años; pero los directores de los tres laboratorios que más han contribuido al desarrollo de la televisión, opinan que se necesitarán cuatro años o más.

La CBS se sirve de un filtro cromofotográfico que presenta la escena en rojo, luego en azul y luego en amarillo; pero los colores se suceden tan rápidamente, que parecen mezclarse en el ojo y el cerebro del observador, el cual no ve sino un agradable color natural.

Varios laboratorios se ocupan en un sistema de telefotografía en colores exclusivamente electrónico, sin filtros.

Quizá se necesiten entre cinco y doce años para perfeccionarlo. Otros se ocupan en la transmisión de imágenes en tres dimensiones, semejantes a las obtenidas con el estereoscopio.

La televisión de la postguerra es técnicamente mejor que casi todos los cines caseros. Si continúa mejorando, acabará por superar al cine corriente.

La dificultad principal con que tropieza el desarrollo comercial de la televisión es la diferencia entre el negocio del fabricante y el negocio de la empresa difusora. El fabricante que manufactura aparatos de televisión y los vende a precios de entre 100 y 1000 dólares, o más, puede esperar buenas ganancias a poco de hacerlos; pero la empresa difusora tiene que resignarse a funcionar con pérdidas hasta que haya «circulación»; o sea, hasta que el sistema se generalice y haya un número suficiente de televisores, para atraer anunciantes. Esto puede necesitar largo tiempo. Algunos pesimistas dicen que las empresas difusoras no llegarán nunca a ganar nada. Los optimistas opinan que la difusión aumentará y mejorará a medida que aumente el número de buenos aparatos receptores.



El voto de Pablo Antonio

EL primer «voto» depositado en la urna de acero que usa el consejo de seguridad de las Naciones Unidas, fue el del obrero que fabricó la urna. Dice así: «¿Puedo yo, que tuve el privilegio de hacer esta urna, depositar en ella el primer voto? Que Dios proteja e inspire a todos los que forman la organización de las Naciones Unidas, y que su noble esfuerzo traiga paz duradera para todos nosotros en el mundo entero». Estaba firmada: «Pablo Antonio, mecánico». Uno de los funcionarios de la compañía que suministró la urna dice que Pablo Antonio es «un simple hojalatero». Millones de hombres y mujeres querrían votar como votó Pablo Antonio.

Sun de Nueva York