

Divagaciones Sobre la Televisión

Por Jorge Luis Martí

CON justificado alborozo, los periodistas habaneros concurren ayer al Palacio Presidencial para contemplar la ceremonia de la inauguración oficial de la primera planta cubana de televisión. En el resto de la urbe, el público con creciente curiosidad, se ha venido aglomerando, durante los últimos días, en torno a las pantallas receptoras instaladas en sus vidrieras por las agencias vendedoras.



JORGE LUIS MARTÍ

La televisión merece, en verdad, esa atención, tanto por los profesionales de la noticia como por la ciudadanía en general; y la merece, porque es un medio de comunicación masiva que viene a conjugar, en gran parte, los recursos de los otros dos grandes procedimientos de información hasta ahora conocidos: la prensa y el radio.

La prensa, que, hasta hace alrededor de un cuarto de siglo, campeaba sola en el interesante campo de la información de los sucesos, del juicio sobre los asuntos públicos y accesoriamente, del entretenimiento colectivo, en virtud de su apelación directa al sentido de la vista, gracias al cual llegaba a la imaginación de sus lectores, se encontró súbitamente con un competidor temible.

Esa competencia vino del radio, que, aunque no es en lo fundamental un medio de información, como la prensa, sino un pasatiempo, aprovechó sus ventajas de rapidez en la comunicación para dar a conocer, con mayor celeridad que el periódico impreso, los hechos del día. El radio, también, se convirtió en importante vehículo de orientación pública, al servir de tribuna y de cátedra.

Por su utilización de la palabra hablada, el radio llega a sectores sociales de menor preparación, incluso hasta el analfabeto; pero, por ello mismo, tiene la limitación del tiempo, ya que la palabra es alada e intangible, en tanto que lo escrito queda, puede consultársele en el momento deseado y permite la reiterada revisión de los conceptos hasta que éstos queden bien fijados en la mente.

La televisión tiene, sobre los otros dos sistemas, la ventaja de apelar a dos sentidos: al de la vista, como los diarios impresos; y el oído, como el radio. Pero la televisión, como este último, es ante todo un medio de entretenimiento y, sólo por accidente o en la menor parte de los casos, un sistema de información.

Las imágenes proyectadas en los receptores, como las palabras dichas, son también fugaces. Quien distraiga la atención, pierde total o parcialmente la noticia; quien no esté ante la pantalla en el instante de su transmisión, no puede contar con ella.

La televisión, a lo menos por ahora, no es capaz de reportar todos los sucesos. El transporte de equipos, los problemas de instalación, de luces, etc., la limitan, como medio informativo, a sólo aquéllos que, por su prolongada duración o por conocerse de antemano que han de ocurrir, permiten hacer los preparativos indispensables.

Este nuevo periodismo, pues, nos ofrecerá, como ocurre en los Estados Unidos, vistas de congresos o convenciones de im-

portancia, reuniones deportivas, exhibiciones de modas, etc.; pero, a lo menos por algún tiempo, seguirá siendo, como hasta ahora, un medio de entretenimiento más que de información.

Estas consideraciones, sin embargo, no son suficientes para que quienes vivimos del periodismo impreso dejemos de reconocerle sus repercusiones en el futuro de la prensa, y por eso, cuando Unión Radio, gentilmente, me pidió que opinara sobre la importancia de la inauguración de la televisión en Cuba, dije que ésta constituía un reto para quienes laboramos en los diarios impresos.

Hay un punto en que la competencia es incuestionable: la lucha por ocupar el tiempo libre del potencial lector, radioescucha o "televidente". En este duelo, los periódicos impresos y el radio compitieron durante varios años, con profundos recelos, hasta que se comprobó que ambos podían convivir perfectamente.

En los Estados Unidos la experiencia de la televisión es que la rivalidad mayor se ha produci-



PATRIMONIO DOCUMENTAL

OFICINA DEL HISTORIADOR DE LA HABANA

2)

do entre ésta y el radio, pues, siendo ambos de modo principal, un espectáculo, los dos se dirigen al mismo tipo de público; o sea, no a aquél que quiere enterarse, sino al que desea descansar. La ansiedad de ganarse al público es, desde luego, parte del combate sustancial por llevarse la mejor porción de los presupuestos de publicidad de los anunciantes.

Pero los periodistas "de tierra", como decimos en Cuba, necesitamos tener presente que la televisión está todavía en su infancia, y que no está lejano el día en que se televisen las noticias del momento, tales como fuegos, manifestaciones, tormentas, motines, etc., con lo cual los hombres de la letra de molde tendrán que idear nuevas técnicas, buscar la fórmula de explotar distintos aspectos de los sucesos, para mantener la atención de un público que, en gran parte, estará tan bien informado como el periodista, porque habrá visto lo que éste le relata.

La televisión, como todo progreso técnico, es un noble reto al ingenio, a la aptitud inventiva y a la capacidad de superación de los métodos tradicionalmente establecidos; así hay que enjuiciarla, valientemente, para estar en aptitud de medirse con ella.

M, oct 26/50



PATRIMONIO
DOCUMENTAL

OFICINA DEL HISTORIADOR
DE LA HABANA