

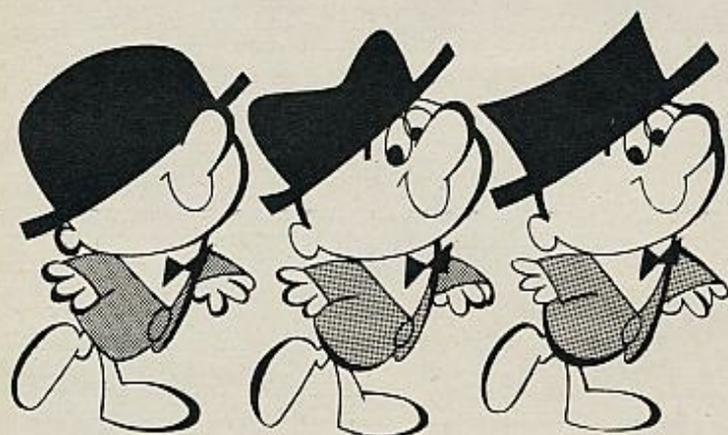


triumfo

PRESENTA

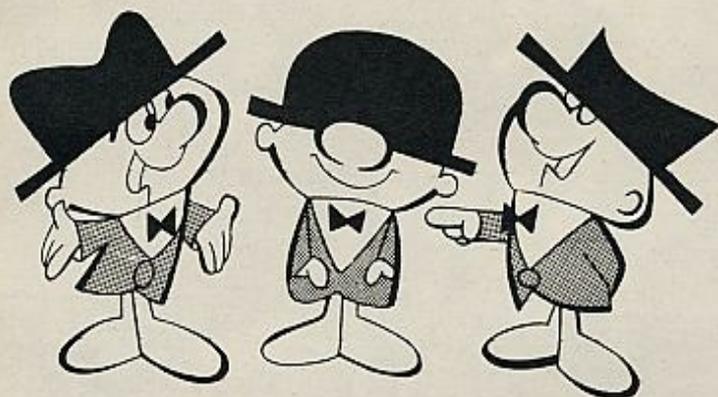
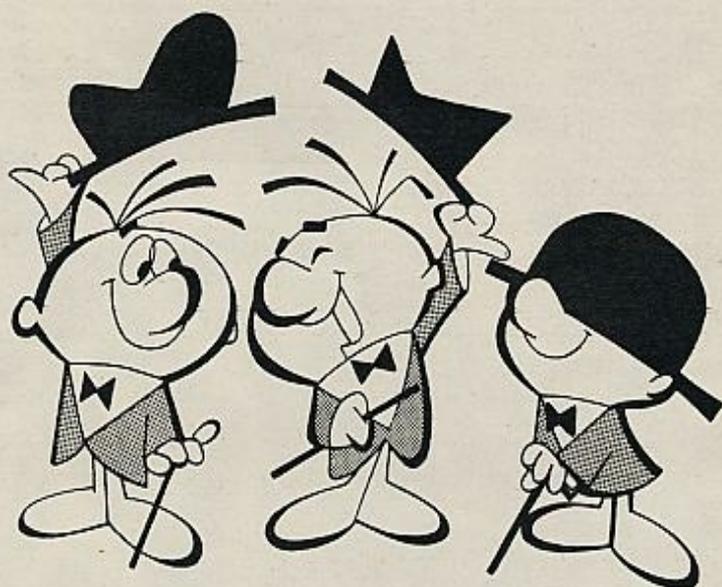
TVE 64

UN RESONANTE EXITO EN LAS PANTALLAS DE TVE



Una de las series de "spots" que más han llamado la atención en la temporada 1963 ha sido la titulada "Fulano, Zutano, Mengano" que para la firma CINZANO, S. A., y concretamente para su Vermouth realizó Movierecord-Moro

Dicha serie de "spots" ha merecido grandes elogios de la crítica cinematográfica publicitaria e incluso obtuvo un premio en los Festivales de Cine Publicitario de Barcelona. Asimismo innumerables telespectadores se han dirigido espontáneamente a CINZANO, S. A., para testimoniarle su simpatía



Celebramos sinceramente este resonante éxito de CINZANO, S. A., conseguido en la "pequeña pantalla", éxito paralelo al logrado por sus excelentes productos

CINZANO
VERMOUTH

Laurita Valenzuela y Blanca Alvarez, en alguno de los programas que presentaron tras la etapa experimental de nuestra TV. Se hacía y se veía entonces la televisión como en familia. Un mundo entrañable que está ahí, todavía, muy cerca.



Aquel 28 de octubre de 1956 la Televisión era un juguete. Jugaban a ver la TV un centenar de familias madrileñas, tan bien avenidas que, a veces, se intercambiaban por teléfono sus opiniones sobre los incipientes programas. No se exagera ni tanto así. Presentadores había que merendaban los jueves por la tarde en casa de los señores de tal, en torno a una mesa camilla, reunidos con papá, mamá, la abuelita, la tata y los pequeños. Los presentadores o locutores de la TVE de entonces eran los «Broncos» de 1963, pero a la española. Aquel 28 de octubre de 1956 estaban así las cosas: un pequeño plató, un racimo de técnicos con mucho genio para incorporarse en seguida, en cuanto se lo pidieran, al concierto mundial de la TV, unos adelantados que, a fuerza de sacrificios, estaban cimentando el espectáculo más popular de España. Y unos pocos —muy pocos— telespectadores, unos cuantos privilegiados de una época en que todavía se iba en «scooter». Si la fiebre del «seiscientos» no había hecho su aparición, también es verdad que estaba aún un poco lejos la del televisor a plazos. Y llegó el 28 de octubre de 1956. Tras unas pruebas, tras una etapa experimental, empezaba la TVE a ofrecer al público una programación, más o menos vacilante. El ratoncito, empujado a mano, ya tenía un mecanismo. Había crecido un poco y empezaban a producir asombro sus movimientos. ¿No han visto en la calle esos tenderetes donde un vendedor ofrece los juguetes mecánicos que hacen los más graciosos movimientos? Primero se para un señor. Luego, dos. Al rato hay un corro de curiosos que no se mueven de allí en un par de horas. Pues así ocurría. El ratoncito televisivo, el juguete de las cien familias de la primera hora, citaba a los curiosos. «Pero si esto se mueve.» «Pero si es maravilloso.» «¿Has visto a Laurita, a Jesús, a Blanquita, a...?» Magia de la televisión. Perdían, los pobres, sus apellidos. La televisión es el espectáculo de los nombres propios. Los primeros suscriptores de «Telediario» hablaban del ingeniero «Don Joaquín» —don Joaquín Sánchez Cordovés— como si se tratara de su tío. Siete años desde entonces. El ratoncito ha crecido tanto que vive por cuenta propia. Es ya un señor al que unos y otros tratamos de encarrilar en la vida. Nos preocupa de tal modo su salud, que ya criticamos sus pasos muy en serio desde los periódicos. Los telespectadores le escriben cartas, furiosos unas veces, enternecidos, otras. Somos veinte millones de españoles o así, los que caemos diariamente sobre la pantalla pequeña. Los otros diez acabarán cayendo. Vivir para ver.



En 1956, cuando se dio fin a la etapa experimental, la TVE contaba solamente con el pequeño estudio madrileño del Paseo de La Habana. Muchos programas se hacen todavía allí y pasan a través del control que vemos en la foto de arriba. Se ampliaron las instalaciones: los Estudios de Miramar y el estudio número 3 de Madrid —fotografía en color— fueron las etapas siguientes. Hace unos días ha entrado en servicio el estudio número 5 que, como el 3, es uno de los grandes platós de Sevilla Films, escenario de rodaje de tantas películas que pasaron ya a la historia del cine español.

sesenta y cinco horas semanales



LA Televisión Española acaba de estrenar programación. No creemos que esta nueva estructura tenga algo que ver con el séptimo aniversario. Los programas se gastan. Las buenas ideas, traducidas en imágenes, se van quemando y llega un momento —suele ser casi siempre por octubre— en que se imponen otras orientaciones. Como el teatro, el cine, la escuela y el fútbol, la Televisión abre también su temporada. Suele empezar con la fresca del otoño. Pues bien, ahí está el organigrama de la nueva programación. Sesenta y cinco horas semanales de pantalla encendida, que se llenan con espacios nuevos y con los tradicionales que resisten al tiempo y parecen tener cuerda para rato. A primera vista se descubre en seguida que se ha ordenado el complicado cuadro televisivo. Que a partir de ahora sabremos a qué atenernos. Que si queremos ver un telefilm tendremos que dedicarle esa última hora de la tarde en que apetece el cine. Que los programas en vivo aparecen con las primeras horas de la noche. Que mediada la tarde hay un margen para la cultura, y etcétera, etcétera. Variará el contenido de cada espacio a lo largo del nuevo ciclo, pero esta estructura se mantendrá de tal forma que el espectador pueda montar también su propio esquema

televisivo. De una vez para siempre se acabará aquello de encontrarse a un amigo en la calle y preguntarle: «Chico, qué dan esta noche en la tele...». Y recibir esa respuesta de «Puff, cualquiera sabe...». ¿Viajamos un poco por esa selva de horarios, títulos y días, que van a saberse pronto de memoria unos cuantos millones de españoles?

un periódico en imágenes

Allá vamos. Por los caminitos de la información, que es con lo que se abre y se cierra el día del espectador. Allá vamos por la noticia, a la que nuestra TV dedica doce horas y cincuenta minutos cada semana. No está nada mal. El periódico en imágenes de la TVE tiene muchas secciones. Con el «Telediario», en el que se quiere reducir la información hablada para dar, como es lógico, una mayor atención a la imagen, están dos nuevos espacios como «Primera Página» y «Páginas especiales». Viene a ser el primero la refundición de «Panorama» y «Plaza de España». Barcelona y Madrid se intercambian la actualidad en una serie de reportajes que constituyen un buen aperitivo. Conviene prestar mucha atención a las «Páginas especiales». Tiene un doble inte-

SIGUE



HI-FI HIT FARADE

105	T	BRUNO AMER
ELVIS PRESLEY	AMOR	CONTI
SPENCER DANIELS	DE LLEN	
TITO PUERTO	LA NOVA	
PETTY	DIOSI MONTANA	
GILBERT SANCHEZ	HASTA SIEMPRE	
EYDIA GONZALEZ	GILBERT SANCHEZ	
BOB HOPE	DALE	
FRANK SINATRA	TODOLCHES GREG	
ENRIQUE JIMENEZ	LAKE FELICIDAD	

ESCALA



TVE
61

rés: temas apasionantes, tratados por auténticos especialistas. Y ello en una de las mejores horas, porque es el momento en que todos los espectadores se sitúan ante el televisor. Comiendo o en la sobremesa, pocas personas tienen apagado a esa hora el receptor. Es curioso observar cómo los espacios informativos de la TVE parecen agruparse en una especie de periódico en imágenes. Esa denominación de las «Páginas» es todo un símbolo. Ese periódico directo, vivo, que debe entrar por los ojos, no se queda sólo en el pequeño reportaje de interés general o en la noticia de los actos cotidianos, o en el comentario sereno o apasionado de los acontecimientos del momento. Tiene también como los otros periódicos —como éstos que se leen— unas secciones especializadas. El tiempo, los toros, el deporte, la cultura. Si desglosamos de la programación las horas que se dedican al espectáculo o a la ficción —telecomedias, telenovelas, telefilms— nos encontramos con que nuestra TV es en el fondo un gran diario de noticias, en el que se trata de ofrecer con imágenes el pulso de todos los días. El mundo en el cuarto de estar.

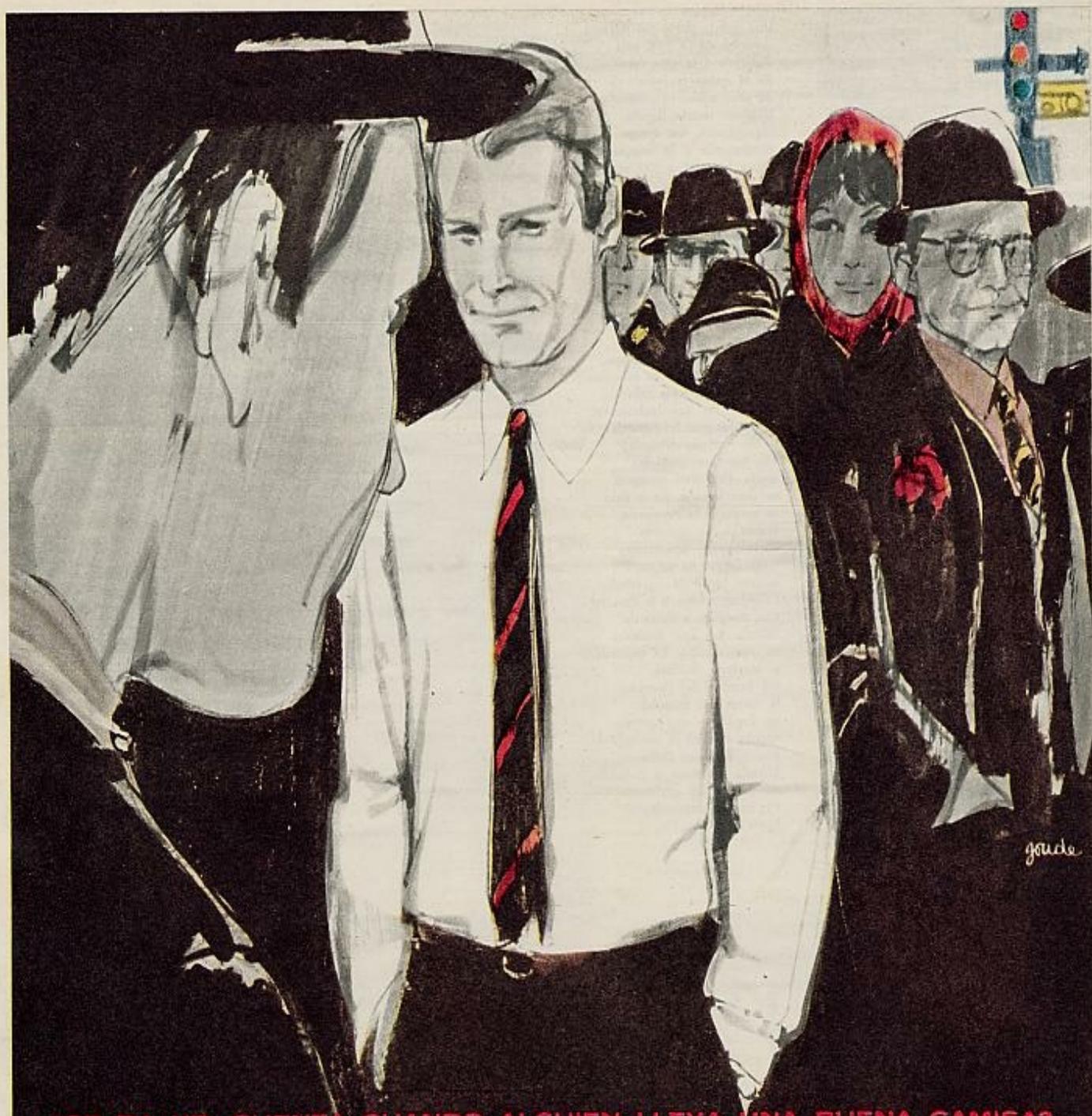
la eurovisión: un "corresponsal de lujo"

La TVE tiene sus corresponsales, sus medios propios de información y los ajenos que son las grandes agencias internacionales de noticias. Pero disfruta de un corresponsal de lujo, como todas las televisiones del continente. Es la Eurovisión. Que no, que la Eurovisión no es una entidad comercial. Que no vende televisión. Que no es esa especie de magnate particular que algunos imaginan. Nace y muere con cada programa, y no tiene redes propias. Se nutre de dos vallosos cerebros: la Oficina Administrativa, con sede en Ginebra, que planifica y coordina cada programa en sus aspectos financieros y artísticos, y el «Centro Técnico», que radica en Bruselas, y cuya misión es la de preparar la red que conectará en cada caso a los organismos de TV participantes en una emisión determinada. El problema más grave que tuvo la «Euro» en sus comienzos, allá por el 1954, fue la necesidad de acoplar sistemas técnicos tan dispares como el inglés, el francés y el del resto del continente. Cada uno **SIGUE**



Una quinta parte del horario semanal de la TVE está dedicada a la información. En el nuevo reajuste de programas se pretende eliminar lastres dando, lógicamente, un mayor predominio a la imagen sobre la palabra. Ese espacio dedicado a la noticia es en realidad un periódico que se abre cada día con unos comentarios y unos reportajes de actualidad —«Páginas especiales» y «Primera Página»— y continúa con la información general que es, a fin de cuentas, el «Telediario». Barcelona y Madrid, desde sus estudios o con las unidades móviles, ofrecen los acontecimientos de las dos grandes capitales y las noticias filmadas que los corresponsales de la TVE han recogido en toda España. En la foto de arriba, a la izquierda, vemos a las cámaras barcelonesas televisando la actuación de un coro infantil ante la catedral. La primera foto de la derecha nos muestra a Eduardo Sancho en una emisión de «Telediario». La segunda, a Mariano Medina, «el hombre del tiempo», la mano más popular de España —su rostro apenas sale en la pantalla—. Abajo, Federico Gallo, Alfredo Martínez y Zubeldia entrevistan en «Primera Página» a conocidas figuras del deporte.





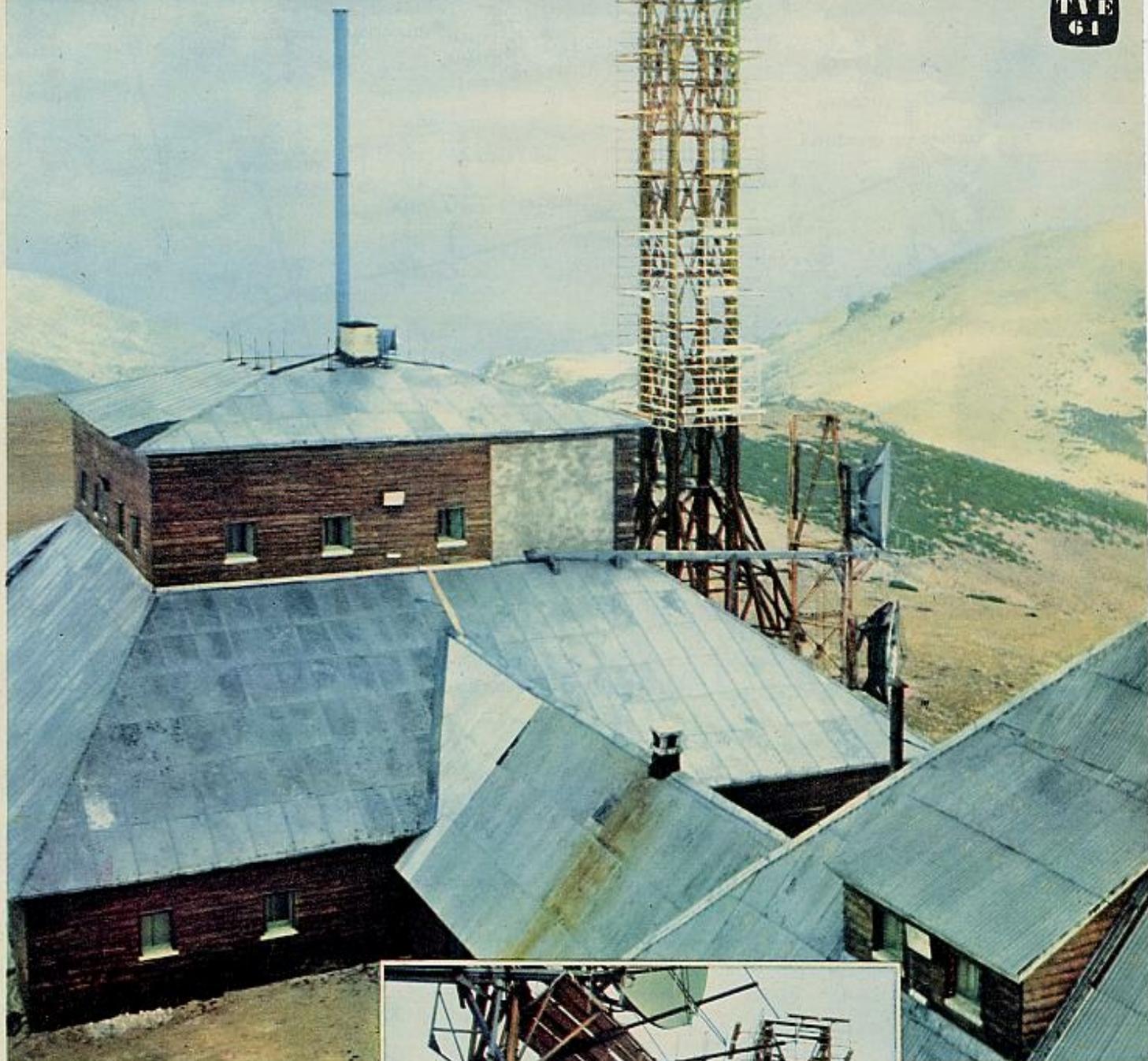
¿SE DA VD. CUENTA CUANDO ALGUIEN LLEVA UNA BUENA CAMISA?

Piense que los demás también se fijan en la de Vd.;

Confíe en Terwillor

CAMISA DE
Terwillor[®]



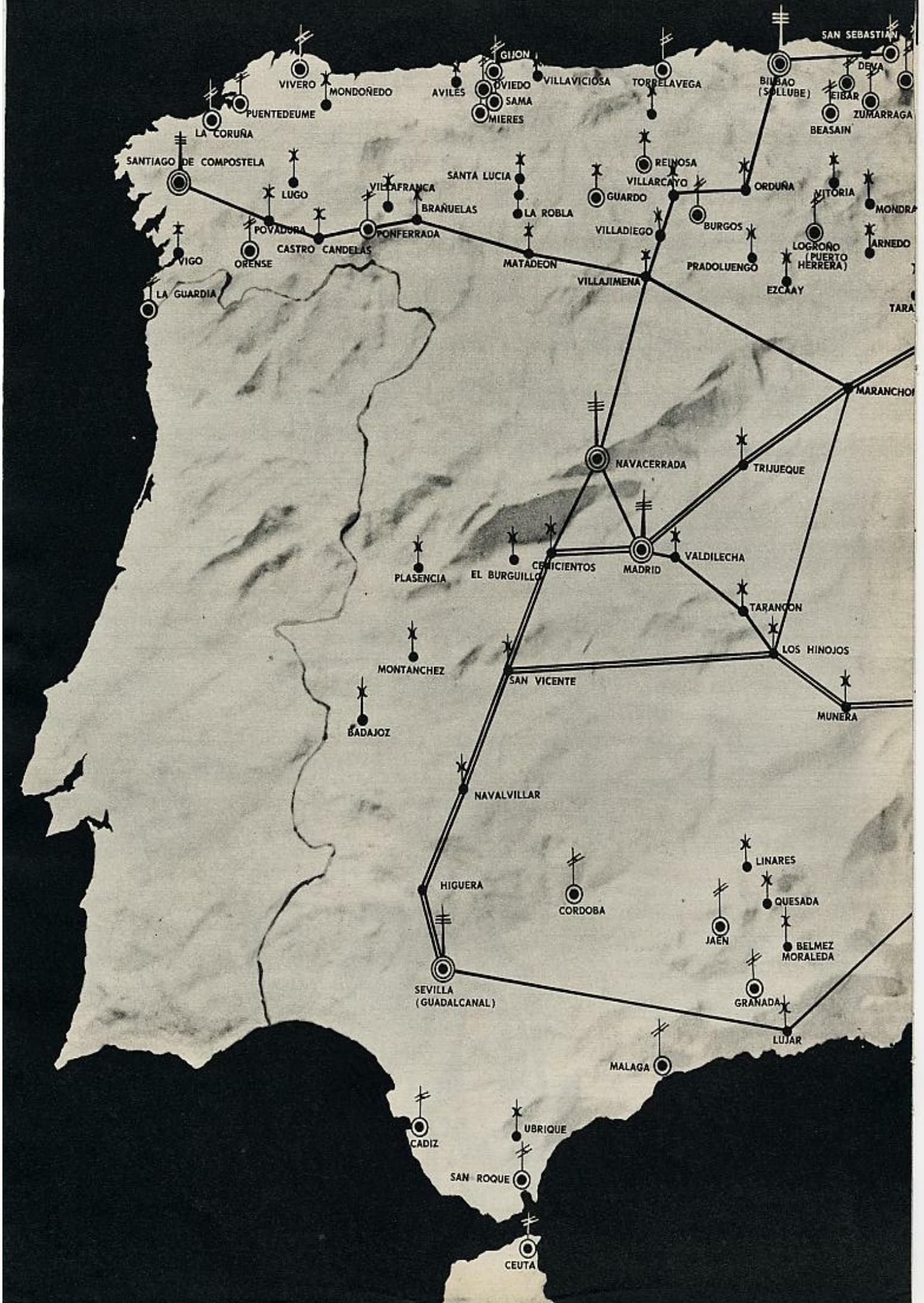


de ellos tiene un número de líneas distinto para la definición de la imagen: 405 líneas, Inglaterra; Francia, 819 y los demás países europeos, 625. Este último sistema es el más moderno y equilibrado de todos. Para que un programa, realizado y transmitido en uno de los tres sistemas, pueda ser recogido por los receptores de un país con definición distinta, es necesario «convertir» la imagen primitiva, amoldándola al sistema de la red que recibe.

El ingreso definitivo de España en la Eurovisión —después de la retransmisión como prueba, de un partido de fútbol celebrado en Madrid— se llevó a cabo el 15 de diciembre de 1960 para transmitir la ceremonia de la boda de Balduino de Bélgica con Fabiola de Mora y Aragón. La conexión fue establecida por un enlace de microondas que unía —y continúa uniendo— el emisor francés de Fontfrede, en los Pirineos Orientales, con el de Barcelona, a través de la torre de San Grau, entre San Felú de Guixòls y Tossa de Mar. Desde entonces, la TVE **SIGUE**



Con la entrada en funcionamiento —el 12 de octubre de 1959— de la emisora de las Dos Castillas, en el Puerto de Navacerrada, la TVE dio un paso trascendental hacia su total desarrollo. La tercera parte del territorio nacional quedaría cubierta. Las crestas del Guadarrama no eran ya un obstáculo. La «Bola del Mundo», un pico de difícil acceso, acogía las grandes instalaciones de la emisora, con esa antena que exigía una sólida estructura para resistir los rigores del tiempo. Hoy, con las emisoras construidas posteriormente, la televisión llega casi al noventa por ciento del país



(RED FRANCESA)

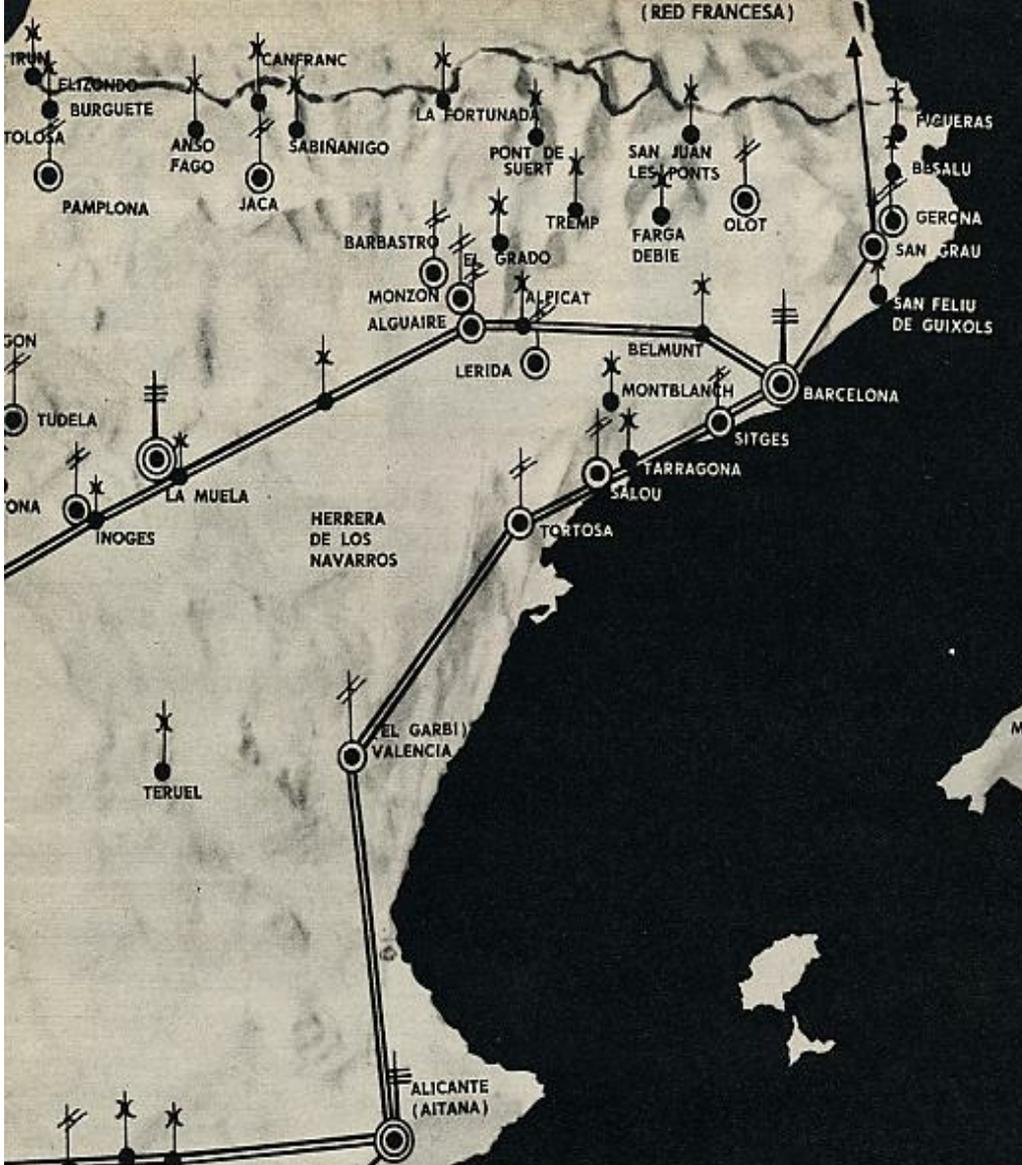
AUMENTO DE CAPACIDAD DE LA RED

CIRCUITOS DOBLES

ESTACION DE ENLACE HERTZIANO

REPETIDOR DE TVE

EMISORA DE TVE



CATORCE FECHAS EN LA HISTORIA DE LA TVE

1956

28 DE OCTUBRE.—Tras una fase experimental, la TVE inicia su programación para el público.

1958

12 DE OCTUBRE.—Entra en funcionamiento la emisora de Zaragoza (transmite actualmente por el canal 3) y la primera unidad móvil. Se hacen las primeras retransmisiones exteriores, desde El Escorial y Zaragoza.

1959

FEBRERO.—Comienza a funcionar la emisora de Barcelona (canal 4).

14 DE JULIO.—Barcelona entra en el circuito nacional. Los Estudios de Miramar transmiten su primer programa.

12 DE OCTUBRE.—Con la inauguración de la Emisora de las Dos Castillas (canal 2), en Navacerrada, llega la TV a un tercio de la superficie nacional.

21 DE OCTUBRE.—La llegada de Eisenhower a Madrid es tomada en Kinescopio para la Eurovisión. Cincuenta millones de personas verían después esta grabación.

1960

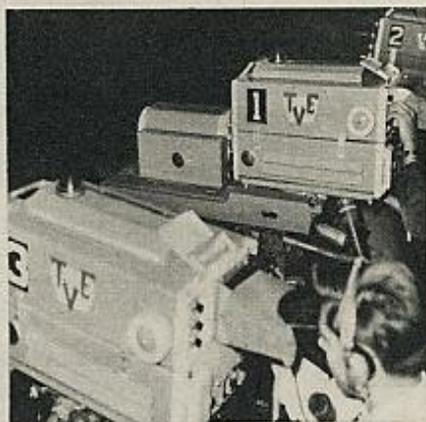
2 DE MARZO.—TVE se incorpora en pruebas a la Eurovisión. El partido Real Madrid-Niza se retransmite a Francia, Luxemburgo, Mónaco, Bélgica, Alemania occidental, Austria, Dinamarca, Suecia, Suiza e Italia.

16 DE NOVIEMBRE.—Entra en funcionamiento la emisora bilbaína del Sollube (canal 4).

15 DE DICIEMBRE.—Ingreso definitivo de España en la Eurovisión: Se retransmite desde Bruselas la boda de Fabiola de Mora y Aragón con Balduino de Bélgica.

1961

1 DE SEPTIEMBRE.—Inauguración de la emisora de Santiago (canal 4).



1 DE OCTUBRE.—Comienza a funcionar la emisora de Guadalcanal, Sevilla (canal 4).

1962

1 DE FEBRERO.—Inauguración del Estudio número 3 en Madrid.

25 DE JULIO.—Se incorpora a la red la emisora de Aitana, Alicante (canal 3).

1963

OCTUBRE.—Inauguración en Madrid del Estudio número 5. Las emisoras de Granada, Oviedo y Canarias, empezarán a transmitir en 1964.

En la actualidad la Televisión Española cubre ya el 89 por ciento de la superficie del territorio nacional.

en
catavinos



en
copa
en
su
calidad
se
nota



que
llevan
el
sello



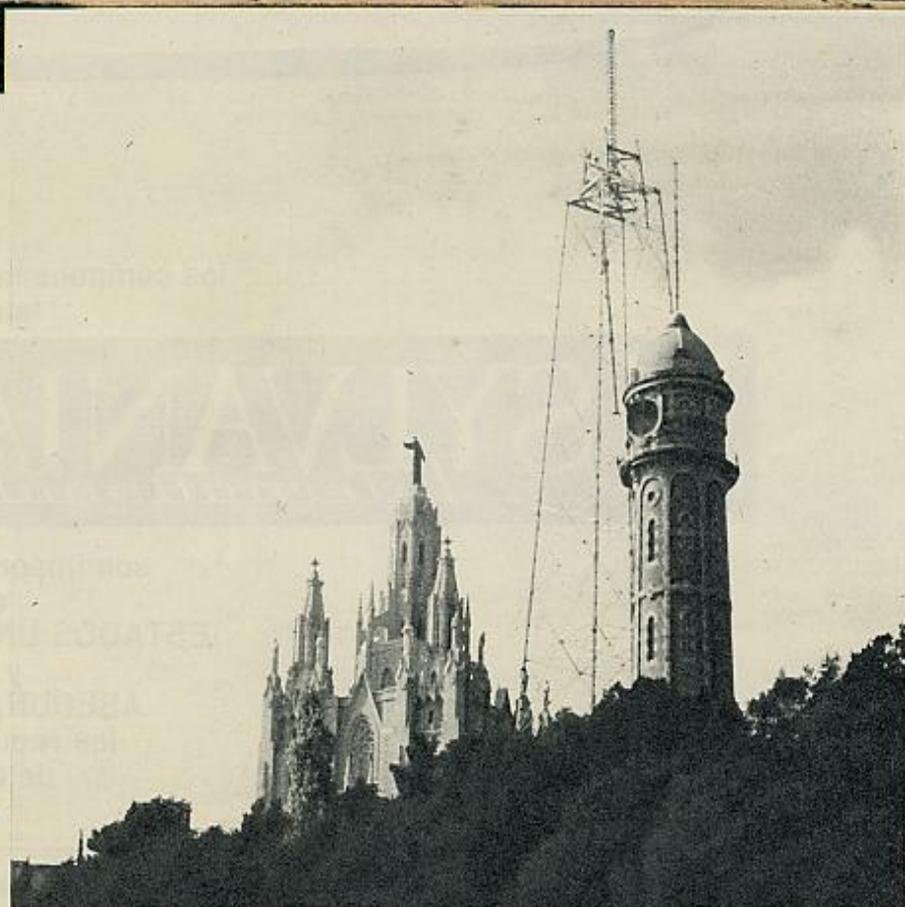
OSBORNE

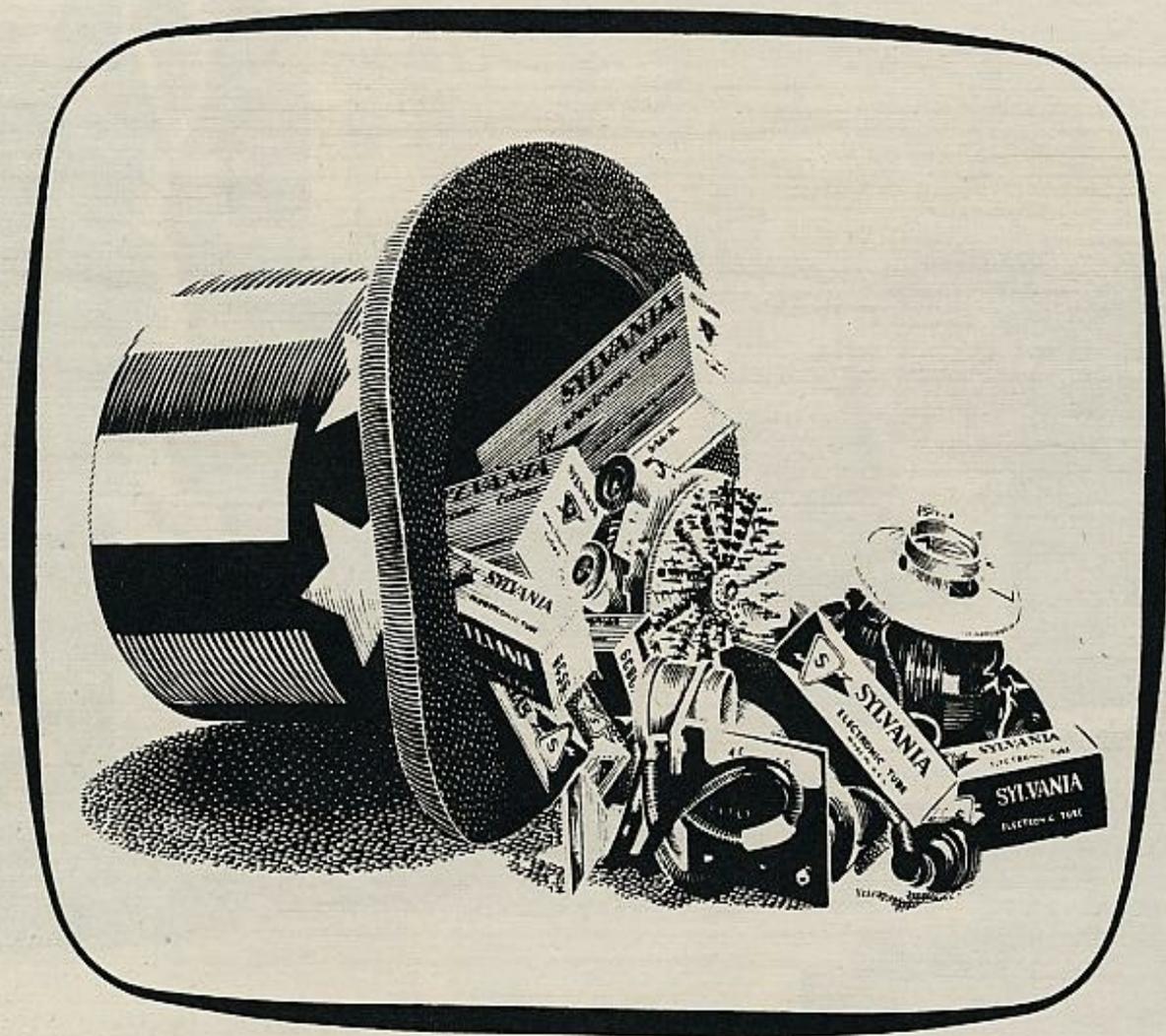


En el paisaje de Montjuich se alzan los estudios barceloneses de Miramar, donde se realiza gran parte de la producción televisiva nacional. La nueva antena del Tibidabo —fotografía inferior—, instalada hace unos días junto a la antigua de la Torre de las Aguas, es el último logro técnico de la TVE, al que muy pronto se añadirán otros, como las emisoras de Canarias, Granada y Oviedo.

ha contado en numerosas ocasiones con los servicios de ese «corresponsal» de lujo. Ni uno sólo de los grandes programas transmitidos se ha escapado para el telespectador de nuestro país. La mayoría de espectáculos deportivos o folklóricos es abrumadora, pero eso se debe a una razón económica: los artistas prefieren diecisiete actuaciones, en cada uno de los países miembros de la Eurovisión, que actuar una sola vez para diecisiete organismos. Para evitar grandes costes los países miembros suelen transmitir sólo los programas recogidos en el país vecino. Es más fácil y económico dar en España un programa tomado por la RTF o la RAI-TV que no aquellos a los que estos dos países —Francia e Italia— renuncian por cualquier circunstancia. Pero en determinados acontecimientos, el precio es lo de menos. Lo importante es su interés público y el hecho de que, en general, un programa de la Eurovisión alcanza una audiencia de 150 millones de

SIGUE





Todos
los componentes del
televisor


SYLVANIA
International

son importados
 de los
ESTADOS UNIDOS
 y están
ASEGURADOS
 los repuestos
 de origen

GISBERT

Garantía TOTAL de UN AÑO, incluidos tubo de imagen, válvulas y mano de obra

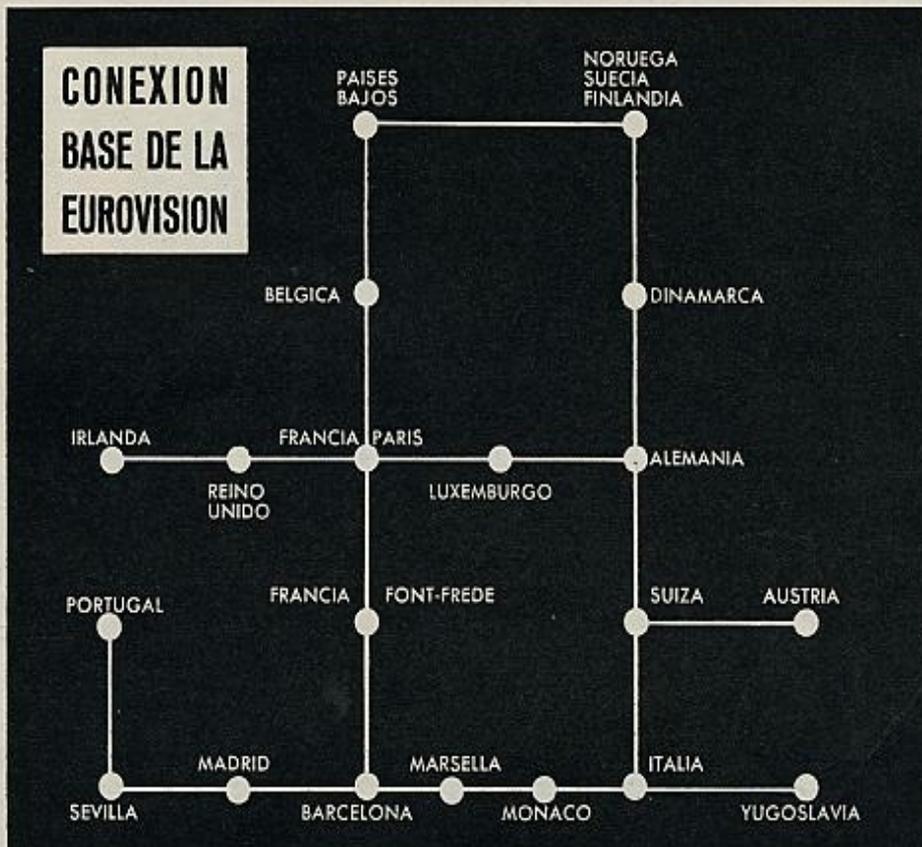


Una fotografía histórica. Da fe de la puesta en marcha de la instalación provisional de Fontfrede (Francia) para el primer programa transmitido a España por la Eurovisión: la boda de los reyes de Bélgica. Después, esta instalación se convirtió en definitiva. En el dibujo puede verse el esquema de las redes de la Eurovisión que, aunque parece muy simple, exige un complejo desarrollo. Además de esas líneas-base existen ramales de interconexión como el que enlaza el Reino Unido (BBC-ITV) con Bélgica y desde Finlandia, Alemania, Austria y Yugoslavia con la red de la Europa oriental, conocida con el nombre de la Intervisión. En Inglaterra —Goonhilly Down— y en Francia —Pleumeur Bodou— existen estaciones receptoras transmisoras de programas a través de satélites. España ha recibido, por Eurovisión, los acontecimientos más importantes de los últimos tres años.

España tiene un programa fijo de Eurovisión los domingos, que es «Edición Extra». En directo o en diferido, recoge los acontecimientos más destacados que transmite la red continental. El futuro ofrece posibilidades inmensas: el enlace con la Intervisión, creada por los países orientales europeos, las transmisiones por satélites entre Europa y América...

popularidad de las retransmisiones deportivas

En ese gran periódico televisivo hay conquistas que han elevado la «tirada» de la TVE. Las retransmisiones taurinas y **SIGUE**



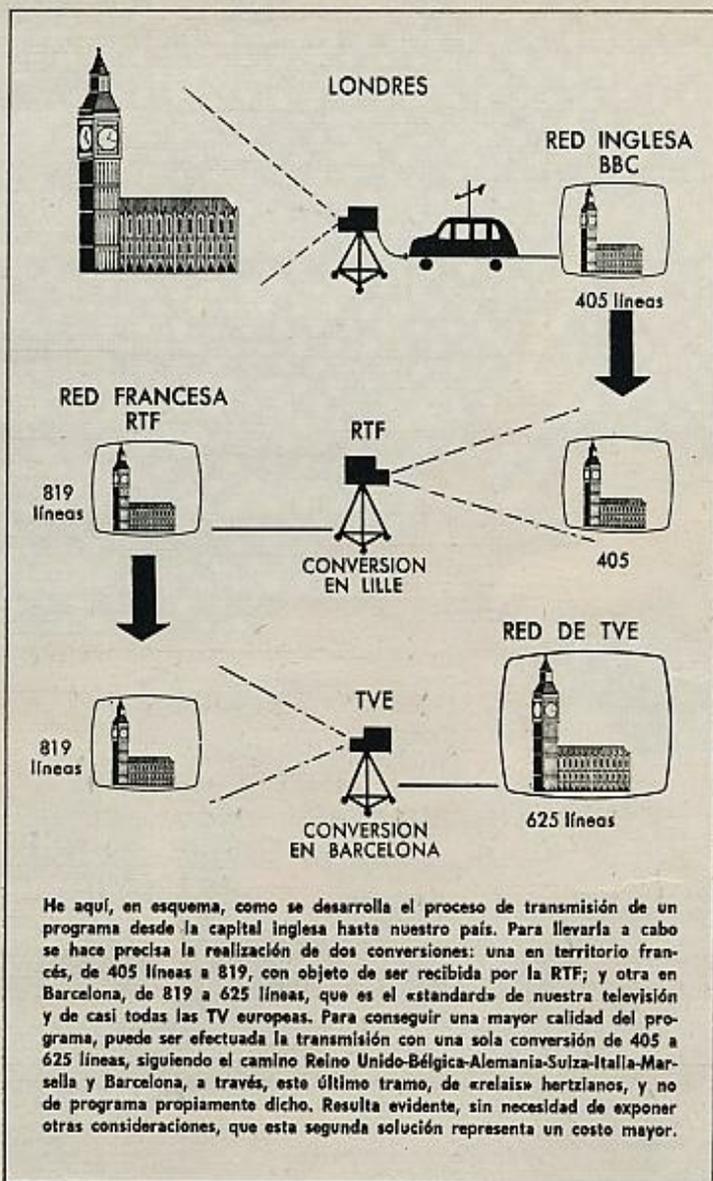
triumfo

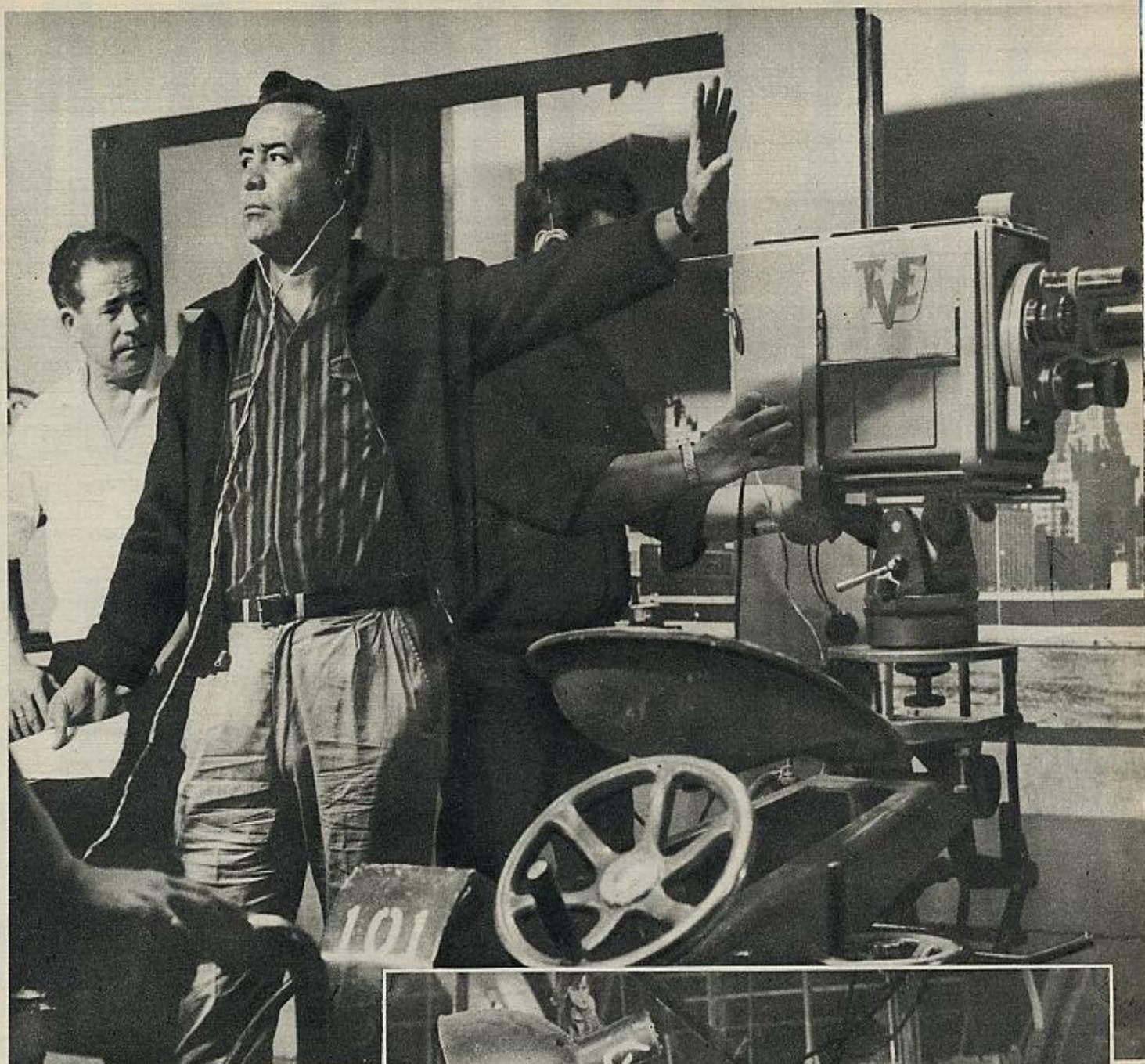




ANA MARIA
SOLSONA

Fotocolor COMPTE

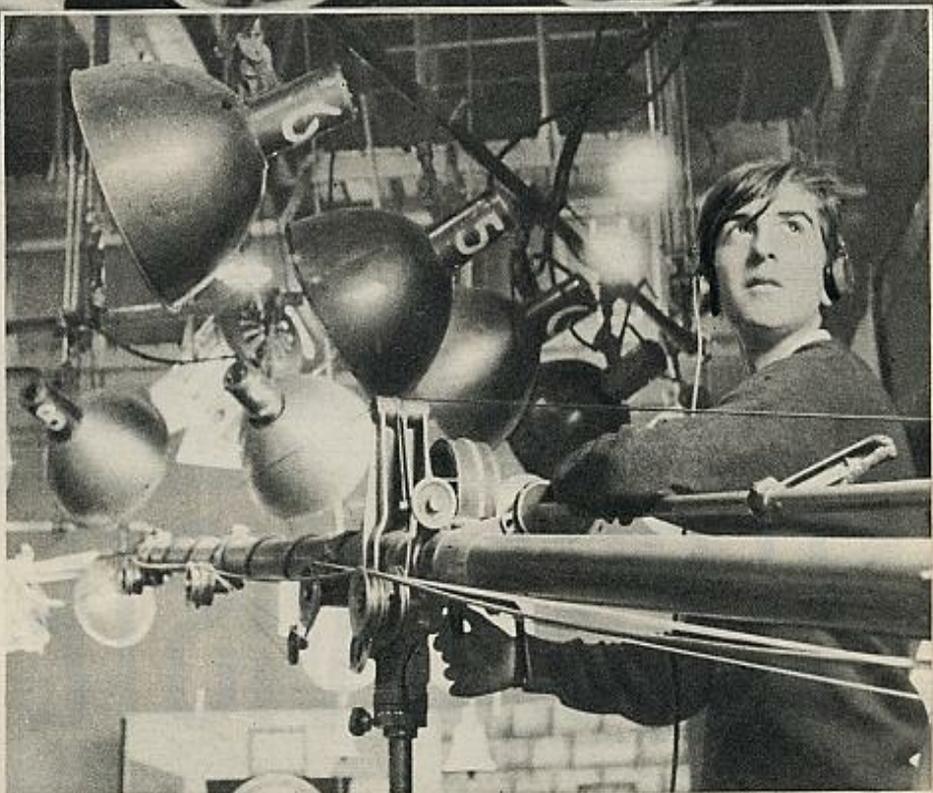




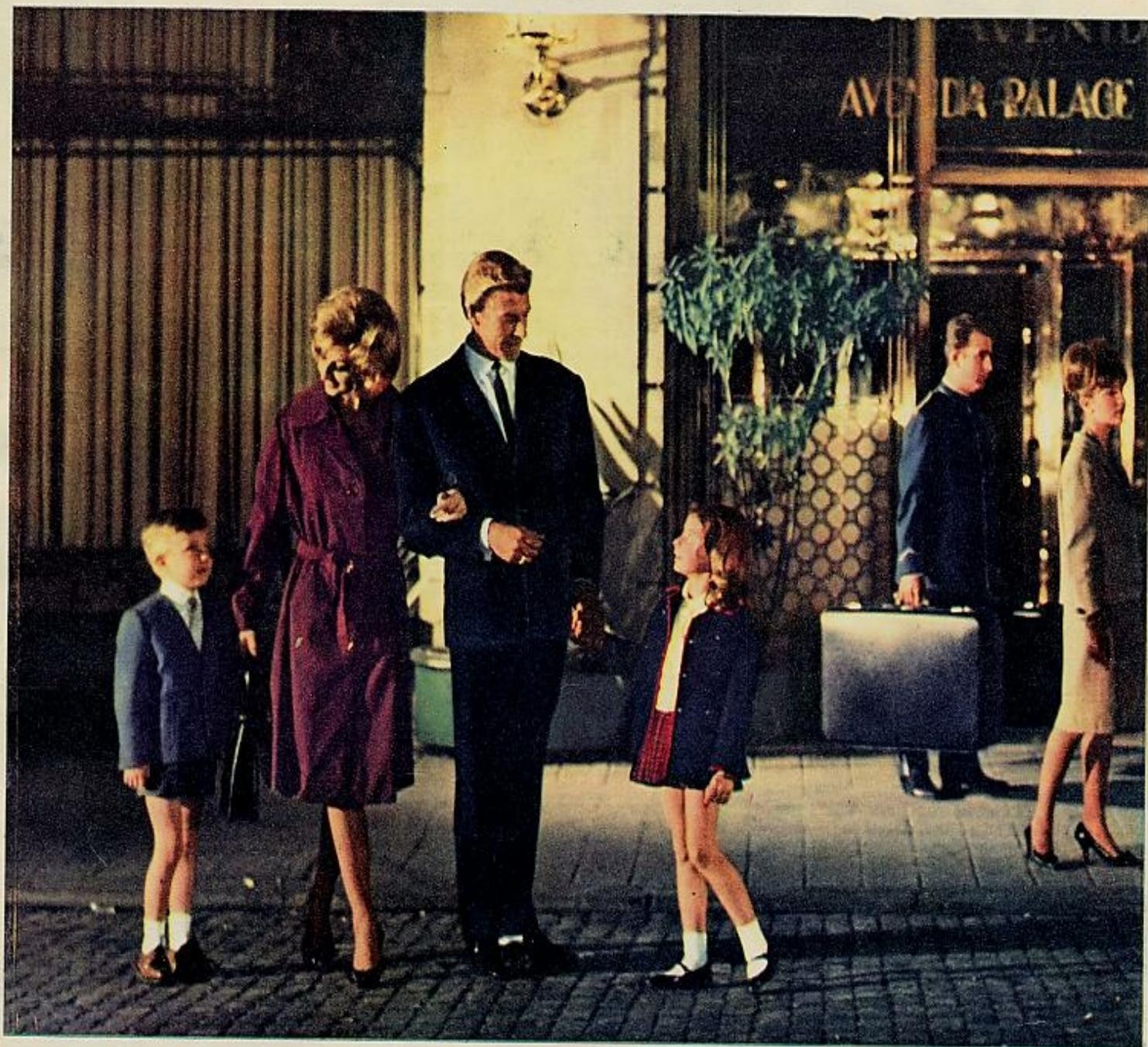
Los técnicos. Su trabajo, anónimo siempre, hace posible que millones de españoles vean a diario la televisión. El montador del telecine, el regidor, que hace cumplir las instrucciones recibidas del realizador, el «jirafista», que tiene a su cargo el micrófono volante... Tres aspectos de una complicada teoría que termina los espacios transmitidos por las gigantescas antenas a todo el país.

deportivas, por ejemplo, hicieron subir la venta de receptores a porcentajes astronómicos. El gran tirón de nuestra industria de TV, le debe mucho a los partidos de fútbol y a las corridas de toros. Los encuentros de las copas de Europa, y los torneos nacionales, han elevado la expectación del público de tal forma que, a la hora de reestructurar la programación, ha sido necesario tener en cuenta esta preferencia popular. En los espectáculos trascendentales se han llenado los recintos igualmente, se dieran o no por la televisión. Millones de espectadores los han seguido desde todos los rincones del país. Y no sólo el fútbol, sino los otros deportes mi-

SIGUE



PANORAM



TERGAL[®] VISTE ACTUAL

A TERGAL®



En el vestir de cada día, un sello de elegancia práctica: TERGAL®. Comodidad y distinción en prendas para todos.

TERGAL® SOLO ES TERGAL® SI LLEVA LA ETIQUETA TERGAL® NUMERADA

SOCIEDAD ANONIMA DE FIBRAS ARTIFICIALES S.A.F.A. - MADRID - BARCELONA - BLANES

TERGAL
MARCA REGISTRADA

vision s. a. - torre de madrid

LA NUEVA PROGRAMACION DE LA TV ESPAÑOLA

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
14'00	CARTA DE AJUSTE	CARTA DE AJUSTE	CARTA DE AJUSTE				
14'30	PRIMERA PAGINA	PRIMERA PAGINA					
15'00	PAGINAS ESPECIALES DE TELEDIARIO	PAGINAS ESPECIALES DE TELEDIARIO	SINFONIA				
15'30	TELEDIARIO I	TELEDIARIO I	TELEDIARIO I				
	PARA VOSOTRAS	PARA VOSOTRAS	¡AL FUTBO!				
16'00	NOVELA I	NOVELA II	NOVELA III	NOVELA IV	NOVELA V	LA RUEDA GIRA	4 POR 4
				DIBUJOS ANIMADOS		DIBUJOS ANIMADOS	DIBUJOS ANIMADOS
16'30				TELEFILM DE AVENTURAS		SESION DE TARDE	DISNEYLANDIA
17'00				RECREO		WALTER Y LOS CORCHEA	FIESTA CON NOSOTROS
17'30							
18'00	CARTA DE AJUSTE	CARTA DE AJUSTE	CARTA DE AJUSTE	CARTA DE AJUSTE		CINE COMICO	LA VIDA Y EL JUEGO
18'30	ACADEMIA TV	SOLO PARA MENORES	RELATOS				
19'00	UNIVERSIDAD TV	UNIVERSIDAD TV	UNIVERSIDAD TV	UNIVERSIDAD TV	UNIVERSIDAD TV ALTERNA CON CAMPOS Y PAISAJES	NUESTRO MUNDO	TELEFILM
19'30						VISADO PARA EL FUTURO	EL DIA DEL SEÑOR

20'00	TELEFILM ESTILO	TELEFILM FORO TV	TELEFILM BIOGRAFIA DEL RECUERDO	TELEFILM DESTINO TV	TELEFILM LOS VIERNES CONCIERTO	TELEFILM TIEMPO ALEGRE	EDICION EXTRA
20'30	EL PAJARO LOCO	EL CONEJO DE LA SUERTE Y SUS AMIGOS	POPEYE	EL CONEJO DE LA SUERTE Y SUS AMIGOS	MICKEY MOUSE	EL CONEJO DE LA SUERTE Y SUS AMIGOS	VIAJE SIN PASAPORTE
21'00	LA AVENTURA DE LA MUSICA ALTERNATIVA CON LA AVENTURA DE LA POESIA	SECUENCIA	FIESTA BRAVA	LA FAMILIA POR DENTRO	CAMPEONES	LA ESPAÑA DE LOS ESPAÑOLES	TELE- DOMINGO
21'30	MUNDO LIGERO	MUNDO LIGERO	MUNDO LIGERO	MUNDO LIGERO	MUNDO LIGERO	MUNDO LIGERO	
22'00	ESTUDIO 3	TENGO UN LIBRO EN LAS MANOS ALTERNATIVA CON EL TEATRO DE LA FAMILIA	ROSI Y LOS DEMAS	ENIGMAS	CONFIDENCIAS	ESCUELA DE LOS MARIDOS	PROGRAMA VIVO
22'30	TELEDIARIO II	TELEDIARIO II	TELEDIARIO II	TELEDIARIO II	TELEDIARIO II	TELEDIARIO II	
23'00	EL TIEMPO	EL TIEMPO	EL TIEMPO	EL TIEMPO	EL TIEMPO	EL TIEMPO	INSTANTANEA
23'30	MICROGRAMA	MICROGRAMA	MICROGRAMA	MICROGRAMA	MICROGRAMA	MICROGRAMA	
24'00	MARCANDO EL COMPAS	MARCANDO EL COMPAS	MARCANDO EL COMPAS	MARCANDO EL COMPAS	MARCANDO EL COMPAS	MARCANDO EL COMPAS	PROGRAMA VIVO
00'30	TELEFILM LOS DEFENSORES	TELEFILM ALFRED HITCHCOCK	TELEFILM ROMPEOLAS	TELEFILM PERRY MASON	TELEFILM EL MAYOR ESPECTACULO DEL MUNDO	ESTA ES SU VIDA	
1'00	AMIGOS DEL LUNES	SALTO A LA FAMA 4.ª SEMANA RONDA DE ESPAÑA	PRIMERA FILA	CONCERTINO	LA NOCHE AL HABLA ALTERNATIVA CON SOSPECHA	¿QUIEN TIENE LA PALABRA?	SESION DE NOCHE 4.ª SEMANA GRAN TEATRO
1'30	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III	TELEDIARIO III

La televisión española acaba de estrenar programación. En este cuadro puede observarse claramente cómo se han sistematizado los espacios. El espectador conoce de antemano qué tipo de programa podrá ver a una hora determinada cualquier día. Estas son las sesenta y cinco horas semanales de TV de los españoles.



Estos pullovers

no se deforman nunca

Por mucho que lave usted un pullover de 'Dralon', nunca se deforman las fibras. Después de cada lavado conservan el mismo buen aspecto del principio. Y es tan fácil lavar prendas de punto de 'Dralon': se ponen sencillamente en la lavadora, y antes de pocas horas, incluso los pullovers de invierno más gruesos, están dispuestos para llevarlos de nuevo. Díganos, ¿no es éste el género de punto ideal que usted deseaba?

dralon[®]

LA FIBRA DEL MERCADO COMUN



noritarios. ¿Quién pensaba antes en el baloncesto, excepto una minoría especializada? ¿Quién seguía el hockey sobre patines? ¿Y la natación? La TV ha llevado a todos los hogares la fascinación que produce el esfuerzo de unos deportistas hasta hace poco desconocidos y cuyos nombres corren en boca de las gentes menos aficionadas al deporte. Es el caso de Emiliano, el extraordinario encestador del Real Madrid. De Torres, la gran figura de la natación. De Areta, el atleta que tan bien ha dejado a España en los Juegos Mediterráneos. Y otros. Seguirán esas retransmisiones en la nueva temporada. Los espectáculos antes minoritarios y el fútbol. Grandes acontecimientos se anuncian que consolidarán el prestigio de estos programas directos.

la tv que divierte

España se informa con la TV. Y también se divierte. España sueña y se solaza con el gran espectáculo, con los espacios dramáticos, con los telefilms. En los espacios de diversión se observan algunas innovaciones a primera vista. La renovación, entrando a fondo, es más sustancial. «Gran Parada» —un título ya clásico, un programa que tiene solera— conserva su título, pero es un espacio nuevo que ya en sus tres primeros «números» nos ha proporcionado agradables sorpresas. Ofrece un hilo temático, que da unidad al programa. Reduce las atracciones menores y presenta, en selección más rigurosa, figuras de primerísima fila internacional. Se llevará adelante la idea de dar entrada a un presentador- invitado, una estrella que por sí sola interesa al público y que con su presencia refuerza el atractivo de este gran «show» de los sábados. No hay duda de que durante muchos años, «G. P.» ha sido el programa-espectáculo base de la TVE, honores que compartió ya más recientemente con «Amigos del lunes», su gran «partenaire» en la carrera de dar lo mejor al espectador español. Pero ahora, de cara a la nueva programación, «Gran Parada» va a ser la «vedette», el escaparate de lujo, la gala semanal de la TVE. Puede serlo, porque los comienzos han sido firmes. Algunas novedades que se anuncian: Comedias musicales, especiales para la TV, y montadas sin escatimar medios. Un cuadro muy amplio de realizadores y directores. Un ballet moderno —las famosas «Blue Bells», del estilo de las célebres «Rockets» del Radio City Music Hall de Nueva York— y otro español.

En este orden del gran espectáculo, aunque en otra dirección, estamos asistiendo al nacimiento de un nuevo espacio, «Teledomingo», que aglutina una serie de programas para la noche última de la semana. «Escala en Hi-Fi» va ahí, con nuevos bríos, con un «hit-parade» del disco. Y va el humor, y van concursos y van informaciones que tienen buena cabida en esas horas dominicales. La Televisión Española se resiste a perder las alegres muchachas de Hi-Fi, aunque éstas de ahora son otras porque el público exige constantemente caras nuevas. «Salto a la fama» es la puerta de la popularidad. Los artistas noveles necesitaban esta atención, que ya en épocas anteriores les ofreció la TVE. **SIGUE**



Para que el gran espectáculo entre en el cuarto de estar es necesario poner en marcha un complicado mecanismo en el que no sólo juega la técnica. El hombre, con su sensibilidad, sigue siendo materia prima en la televisión. Horas de ensayo, con cámaras y sin ellas, hasta dar con el matiz requerido.



Una regadera, un filtro, la luz... La magia de la TV hace el resto: Line Renaud canta tras la ventana, mientras: la lluvia cae suavemente. El ambiente está conseguido. ¿Cabe un truco más sencillo que éste?

DEKOR



...a PE

LAS UNIDADES MOVILES DE T.V.E. SON



EL TELEVISOR PE ES UN PRODUCTO DE
PE LTD. CAMBRIDGE - INGLATERRA
El centro de las Investigaciones
Científicas



Real Madrid, 6 - Glasgow, 0

MEDIO CONTINENTE LO VIO

Su transmisión fué **PERFECTAMENTE** CAPTADA en

Suecia	Inglaterra	Suiza
Escocia	Yugoslavia	Alemania
Italia	Finlandia	Bélgica

Como acusaron los controles que fueron transmitiéndose durante el desarrollo del partido.



Dispositivo
inversor de ruidos
Estabilidad en la ima-
gen Adaptado a
U. H. F.



Nivel de
negro ajustable.
Sonido de mandos
frontales Altavoces de
alta fidelidad con
9000 líneas



Las unidades móviles de T.V. E. son  La calidad de las imágenes transmitidas, es prueba rotunda que garantiza el prestigio de los productos 



Distribuidora Nacional

FIDISA

Velázquez, 121 Madrid (6)

«Biografía del recuerdo» es un «Canciones de su recuerdo» remozado. El espacio de las melodías famosas. Nostalgias de seguro impacto para un sector considerable del público. No hay que olvidar «Los viernes, concierto» y «Sinfonía», los espacios más minoritarios, pero que entran dentro del espectáculo televisivo. En aquél continuarán ofreciéndose recitales a cargo de eminentes figuras de la música internacional. En el otro, que se emite los domingos, encontrará el telespectador interesado por la buena música, conciertos de indiscutible calidad. La TVE quiere lograr un sonido impecable en estas retransmisiones. Es una condición esencial para que no se pierda el elevado carácter cultural de tales espacios.

el "new look" de los espacios dramáticos

Novedades en los espacios dramáticos. Por ejemplo, una «apertura» en los cuadros de realización. A los nombres conocidos de Lombardía, Llosá, García de la Vega, Solanes, Guerrero Zamora, Díez, De las Casas, Garrido, Almendros, Vadorrey, Pedro Amalio López, Pena Leira y otros, se incorporan ayudantes de realización que pasan a realizadores y de directores cinematográficos y teatrales que prueban este medio expresivo. Veremos realizaciones de Gustavo Pérez Puig —que reaparece—, de Federico Ruiz, de Gabriel Ibáñez, de Ricardo Blasco, de Pedro L. Ramírez, Marcos Reyes, de otros cuyos nombres es difícil concretar aún, pero que están a punto de incorporarse a la TV. Lo mismo parece proyectarse en el campo de los guionistas. Se dará acceso a escritores conocidos que aún no han hecho nada para la televisión. Nuevos actores, figuras conocidas de la escena y de los platós cinematográficos, aparecerán este año en la pantalla pequeña. Si todo ello se lleva a cabo, es posible que para enero la TVE presente un aspecto tan nuevo, que va a ser difícil identificarla con la etapa más reciente. La idea de conservar lo mejor de los cuadros tradicionales y de inyectar savia nueva, puede ser un experimento de resultados beneficiosos.

En el espacio de «Telenovela» —que se abre a los títulos populares españoles— veremos guiones originales y adaptaciones de novelas conocidas como «La fuente enterrada» y «Un marido a precio fijo», que realizarán Pedro L. Ramírez y Domingo Almendros, respectivamente. En «Gran teatro», «Don Juan Tenorio», realizado por Pérez Puig, que también prepara «Harvey» y «El proceso de Mary Dugan» para «Primera fila». También para este espacio, «La loca de Chailot», dirigida por Juan Guerrero Zamora y por Marcos Reyes «La guerra empieza en Cuba» y «Todos los hijos de Dios tienen alas».

En el género de comedias especialmente escritas para la TV se encuentran «Rosi y los demás», «Confidencias», «La Escuela de los maridos»..., espacios de creación con personajes que suenan a conocidos, con actores populares, versiones nuevas en realidad de títulos que han pasado felizmente por la Televisión Española. «Tiempo alegre» es el humor actual escenificado, que se **SIGUE**



Los niños... Un público fiel, constante, que sigue con entusiasmo sus programas: «Recreo» los jueves, transmitido desde Madrid; «Fiesta con nosotros» los domingos, desde Barcelona. Los personajes —como esa perrita «Marilyn» que «dialoga» con Herta Frankel y Viñas— son popularísimos en todo el país.



La mujer... Todos los programas de la TV son para la mujer. Pero no viene mal un rincón especial donde tienen su cabida la moda y otros aspectos netamente femeninos. Continúa «Estilo» en la brecha, con sus desfiles de modelos, con sus vistosas presentadoras. Y aparece «Para vosotras», con un tema diario.



El momento perfecto para una foto...
la ocasión perfecta para una cámara Kodak

Los niños son uno de los motivos más atractivos para un buen aficionado a la fotografía y la nueva Retinette IA le proporciona la posibilidad de captarlos con toda fidelidad. Es una cámara KODAK de precisión, más perfecta y más exacta, que Vd. puede obtener

por 2.960 pts. estuche incluido. Con ella y película KODAK EKTACHROME obtendrá transparencias de luminosos colores que le recordarán momentos perfectos.

Infórmese hoy mismo en su proveedor KODAK.

Vd. aprieta el botón... y KODAK hace lo demás

Kodak

* Pida a su proveedor que sus fotos en color sean enviadas para su revelado al Laboratorio Kodak en Madrid



KODAK, S. A. MADRID, BARCELONA



TVE
61

Las cosas han cambiado bastante. De aquella pequeña y familiar popularidad que disfrutaban al final de la década del cincuenta algunas figuras de la TVE, se ha pasado, en un salto casi abismal, a esta explosiva onda de la fama que simbolizan las peticiones de autógrafos. Los espectadores españoles tienen ya sus mitos, aunque en muchos casos —como este de Bronco— sean de importación. Ty Hardin —al que hemos visto actuar personalmente en «Gran Parada»— rueda ahora un film en España. El americano rubio —ese muchacho rápido en el manejo del «colt» en los telefilms— ha podido comprobar aquí la capacidad de penetración popular que tiene el actor de televisión.

SIGUE

complementa con los minutos que se dedican en «Teledomingo».

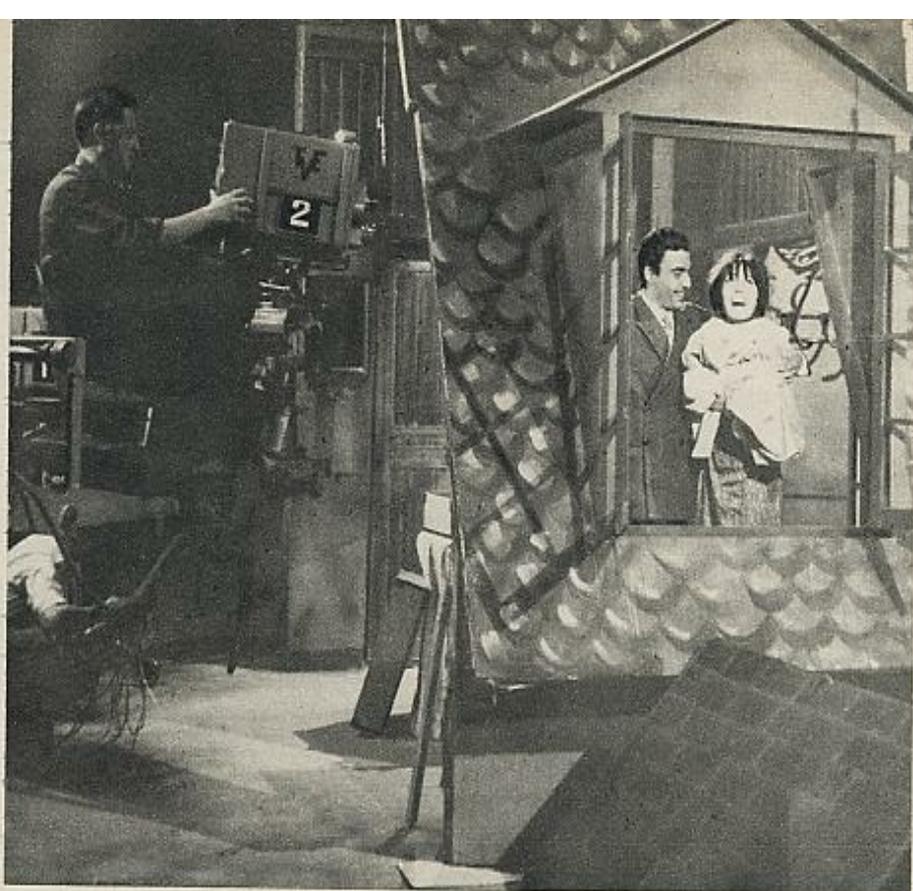
el telefilm, sus personajes, los mitos

—¡Eh, Bronco! Para mis chicos. Firmame aquí en la entrada. Anda, Bronco.

Quién lo iba a decir. Quién iba a imaginarse que aquella pequeña, mágica, familiar popularidad de los que salen en la Televisión, allá por el otoño de 1956, se convertiría en esta explosiva onda de la fama que gozan algunos de los más populares héroes de la pequeña pantalla. El espectador español tiene ya sus mitos. A Bronco —a Ty Hardin— se lo comen cada domingo en los toros, cuando le descubren en cualquier burladero. «¡Eh, tú, Bronco, firmame aquí o no te veo más!» «¡Eh, tú, Bronco, que a mí me parece que tú, fuera de las películas, no matas ni una mosca!» Bronco, Bronco, Bronco, muchacho rubio de asombrosa facilidad en el manejo del «colt». El espectador español tiene ya sus mitos. Están en esas películas de medio metraje que llamamos telefilms para entenderlos. Perrys, Lucys, Sugarsfoots, Flechas Rotas, Broncos y todos los demás, llenan las horas del cine especialmente rodado para la pantalla chiquita. ¿Cuándo habrá telefilms españoles, con héroes españoles e historias al aire español? ¿Cuándo veremos historias al aire europeo, que algunas hay? No nos calentemos los cascos. La estrechez mental de algunos productores cinematográficos, que no ven el filón de los telefilms, es prodigiosa. Entre tanto, Hollywood en sesiones intensivas. Para esta temporada se cuenta con un buen catálogo de películas de medio metraje, procedentes todas ellas de los Estados Unidos. Seguiremos contemplando a Raymond Burr, Henry Fonda, Ty Hardin, Ray Milland y otras estrellas ya habituales. Pero veremos una serie nutrida de Troy Donahue —«Rompeolas»— y otra que protagonizan grandes estrellas del cine, agrupadas bajo Producciones Desilu, que es la marca creada por Lucille Ball y Desi Arnaz, dos viejos amigos de los telespectadores en aquella serie de «Te quiero, Lucy», que ha dado la vuelta al mundo varias veces. Nuevos títulos con argumentos del «far-west» y otros en la línea de la comedia americana tendremos ocasión de presenciar. Y es posible que dentro de esta temporada se lleguen a escuchar diálogos en español de España. Ese «Es por esto que te quiero, Perkins» y tamaños desafueros lingüísticos por el estilo, desaparecerán. Se tiene el proyecto de doblar los telefilms en España. Buena noticia para la Real Academia Española y para los millones de espectadores de la TVE.

persiguiendo la suerte

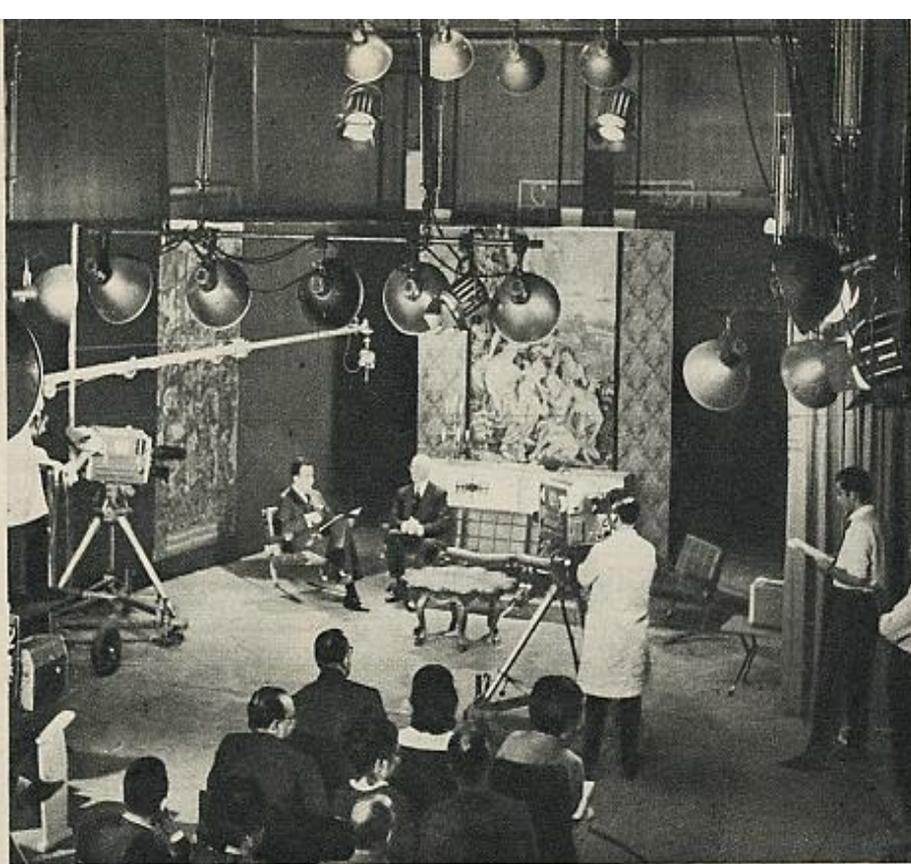
En una programación de la TVE no puede faltar el espacio-concurso. Al español le gusta el juego por naturaleza, la persecución de la suerte, esa emoción extraña que da el buscar algo entrando en las reglas del azar. Cuatro nuevos programas tenemos este año. «Concertino» —del que ya se ofreció una



Uno de los espacios dramáticos a los que se presta mayor atención es la «Telenovela», serie semanal en la que entran obras conocidas de autores españoles y extranjeros. Con «El séptimo cielo» ha obtenido recientemente un buen éxito Nuria Torray. Nuevos realizadores se incorporan a los espacios dramáticos.



Los concursos son espacios de seguro éxito. A poco que pongan los guionistas, cuentan con un buen número de adictos. Nuevos programas de esta clase presenta la TVE: «Concertino», «La rueda gira», «Cuatro por cuatro» y «¿Quién tiene la palabra?». En la foto, un plano de este último, que ha tenido gran aceptación.



«Esta es su vida» permanece en pantalla. El espacio de Gallo, Vila-San Juan, Del Arco y Pena Leira ha arraigado. Seguirán pasando por Miramar conocidas figuras, en cuyas existencias penetraremos con la fórmula eminentemente periodística de este programa. Es otra vertiente de esa parcela informativa de la TVE.



A los espacios culturales ya consolidados —«Foro TV», «Academia TV», «Universidad TV», etc.— se une ahora «Visado para el futuro», fórmula actual del desaparecido «Nueva época». Con datos sobre las conquistas científicas se trata de intuir lo que será la vida en el porvenir. Es la ciencia-ficción verosímil.

versión hace algún tiempo— es la adaptación de un popularísimo espacio italiano que presentó Mario Riva. Es un programa de participación muy directa del público. Cuatro concursantes entran cada semana tratando de adivinar el título de la pieza interpretada. «La rueda gira» es un concurso de rutas turísticas, eminentemente formativo, que interesa además por las estupendas filmaciones que se presentan acerca de las rutas elegidas para el desarrollo. «Cuatro por cuatro» está hecho de cara al espectador. Ese crucigrama, cuya solución se busca mediante las directrices marcadas desde el estudio, trae de cabeza a muchos asiduos de la TVE. Los organizadores de «¿Quién tiene la palabra?» reciben unas mil quinientas cartas diarias en los estudios de Barcelona. Ello prueba el impacto de este espacio, que es, en realidad, un concurso de repentización dedicado especialmente a los estudiantes. Premios en metálico, viajes de estudio, becas, ayudas en libros, son el galardón que buscan los concursantes. «¿Quién tiene la palabra?» es quizá una de las ideas de más seguro éxito en la TV. No falla: búsqueda de la suerte, juventud tras ella, preguntas que a la vez de su interés ofrecen la oportunidad de recordar cosas olvidadas o aprender eso que nunca se consiguió saber.

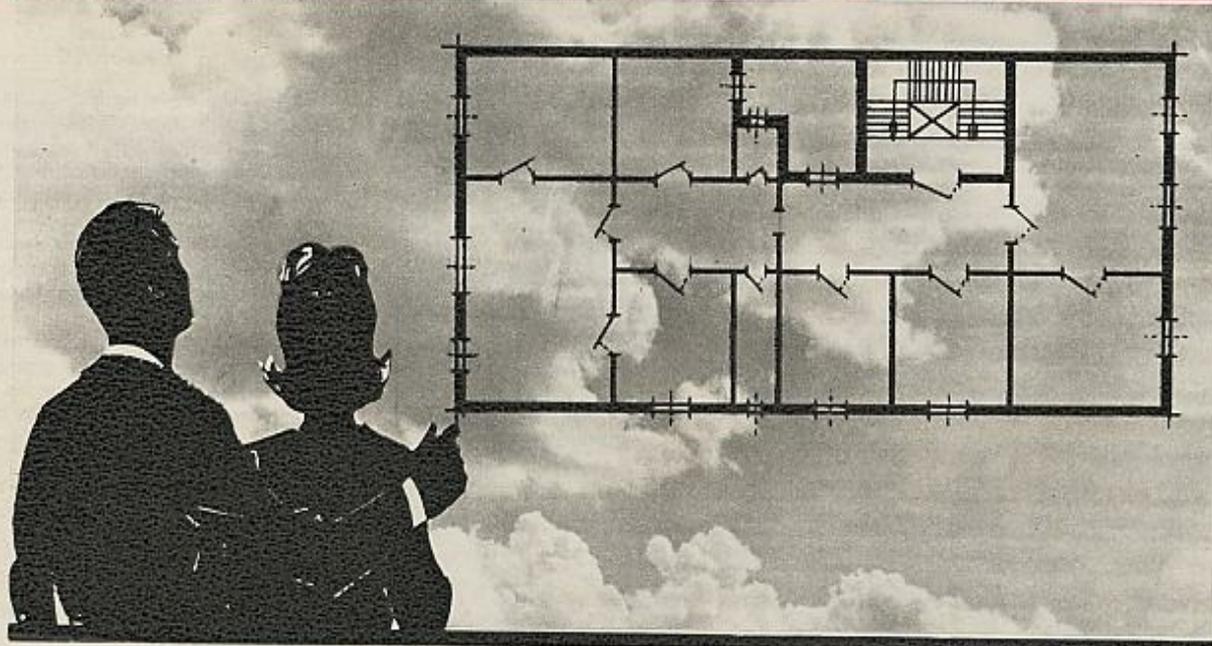
el aula de la tve

Los programas culturales ya conocidos —Academia TV, Universidad TV, Foro TV— siguen en la brecha, pero con renovados bríos. Son imprescindibles. Otros, como «Nueva Época» han dejado paso a fórmulas de mayor eficacia. «Nueva época» ha desaparecido para que entre en la programación «Visado para el futuro», un espacio que basándose en datos auténticos de las actuales conquistas científicas, aventura posibles aspectos de nuestra vida en el porvenir. Es la «science fiction» verosímil. Con esos programas —y con otros, como «La familia por dentro», «El día del Señor», «La aventura de la música», «La aventura de la poesía», «Sólo para menores de dieciséis años», «Secuencia», etcétera, mantiene la Televisión Española su tradición didáctica y formativa y también su preocupación por no dejar desatendida la formación espiritual de los espectadores.

sólo para ellas

¿Cuántos millones de telespectadoras habrá en España? Muchos. La mujer es un cliente de excepción de la TVE. Permanece más horas que el hombre en el hogar y ha logrado además —merced a Dios sabe qué extraño secreto— la fórmula para ver los programas sin dejar de atender sus ocupaciones domésticas. A ver, que levante el dedo el marido que no encuentra las cosas como mandan los cánones hogareños desde que ha adquirido el receptor. Nadie. Sigue «Estilo», el más espectacular entre los espacios femeninos, con sus desfiles de modelos y sus guapas e inteligentes presentadoras. Aparece «Para vosotras», revista diaria realizada con una técnica que no difiere de la empleada con los programas más sencillos. Intimo, entrañable es «Para vosotras», que televisa los **SIGUE**

PIENSAN EN SU FUTURO HOGAR...?



Hoy, apenas se ha levantado unos planos, ya "vemos" nuestro futuro hogar terminado, completo...

"Aquí el dormitorio nuestro, aquí el de los niños, allí la salita, en la cocina..."

...en la cocina, uno de esos medios modernos portadores de vida más grata: una cocina a gas o butano. Una **Corbero**

Una cocina **Corbero** ayuda a la madre a lograr alimentos mejor condimentados, más sanos y merced a sus ventajas de economía, rendimiento, limpieza y rapidez—vea el nuevo modelo 322—proporcionan más tiempo libre a la madre que puede ocuparlo en una educación más recreativa y efectiva para sus hijos.

Una cocina **Corbero** contribuye activamente a que en su hogar se viva cada vez mejor...

Donde hace falta una cocina—en el hogar, en el hotel, el restaurante, el colegio, la institución, la construcción en general—los aparatos y personal técnico **Corbero** están especializados en crear una vida plena de satisfacción para todos

Por eso... EN EL FUTURO DE CADA HOGAR HAY UNA COCINA **Corbero**

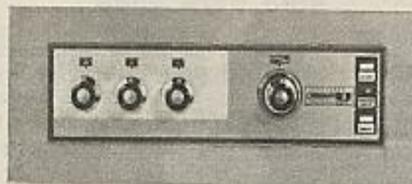


PLACA ESTANCA

Actúa como recoge grasas, siendo abatible para facilitar la limpieza. Los quemadores y arándela de hierro son desmontables.

QUEMADORES AUTO-ESTABILIZADOS

De gran rendimiento por permitir una amplia gama de presiones, así como cualquier tipo de gas. Incorporan también la llama auxiliar piloto.

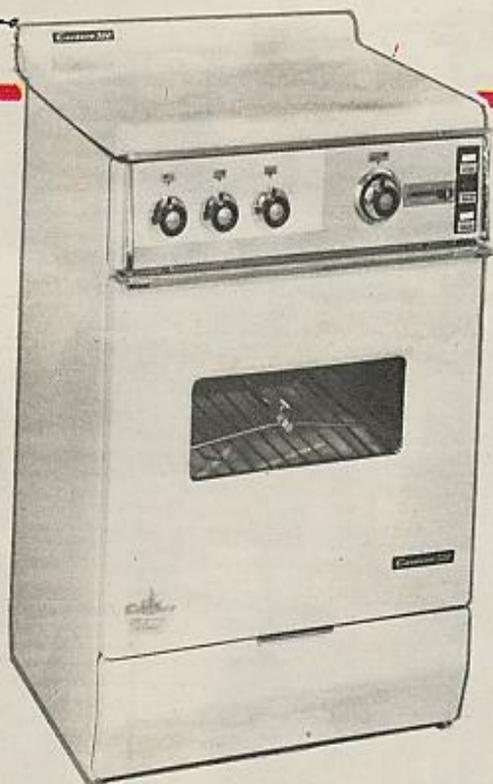


TERMOSTATO AUTOMÁTICO

Regula automática y constantemente la temperatura del quemador "horno". Es de tipo "horizontal" con ocho posiciones.

VALVULAS DE SEGURIDAD

Incorporadas al grifo "Horno-Parrilla" que cierran automáticamente el gas cuando si por cualquier circunstancia se apagan los quemadores del "Horno-Parrilla".



Tu, yo y...
cocina

Corbero

LA MARCA DE PRESTIGIO QUE GARANTIZA SUS FABRICADOS

HISTORIA DE UNA CAMPAÑA DE PUBLICIDAD

LAS "HORAS BAJAS"

HAN ESPERADO TRES AÑOS A SALIR A LA CALLE

El veintiuno de septiembre de 1963, los espectadores de Televisión española vieron llamado su atención por un extraño y excitante mensaje. En la pantalla, una señorita rubia, meciéndose en un sillón «nueva frontera», acababa de dirigirlas una insólita pregunta: «¿Cuáles son sus «horas bajas»?»

Ese mismo día, la misma muchacha apareció en la pequeña pantalla sorprendida en las calles de Madrid mientras preguntaba a distintas personas con un magnetofón portátil: «¿Cuáles son sus «horas bajas»?»

El espectador de Televisión española, lo mismo que los lectores de toda la prensa diaria a lo largo y ancho del país, y los habituales de las emisoras comerciales, leían o escuchaban la misma pregunta al día siguiente. Y al otro.

opiniones

Al cabo de tres días, empezaban a circular los primeros comentarios. La pregunta trataba de publicidad. Estaba claro. Nadie invierte dinero en lanzar una pregunta así, si no es para luego proporcionar una solución comercial. Los comentarios de los telespectadores, casi con aire de agüesta, se centraban, pues, en adivinar lo que habría detrás de todo aquello. Qué producto se anunciaría con las «horas bajas».

Hubo opiniones para todos los gustos.

Durante los cinco primeros días, prevalecieron las de aquellos que «estaban seguros» de que se trataba de la «Campaña contra el cáncer». Después, las opiniones cambiaron de rumbo. Se empezó a pensar en coñacs. Hasta que, el quinto día, un nuevo spot orientó las especulaciones hacia el ramo textil. «Estaba claro» de que tras «las horas bajas» se encontraba una fibra sintética.

El filmlet, en el que aparecían cuatro caballeros cortados por una imaginaria tijera, no dejaba lugar a dudas.

Pero al día siguiente la opinión se centró definitivamente: un nuevo spot, en el que aparecía recuadrado un entrecejo ceñudo, «indicaba con exactitud» que se trataba de un analgésico o un estimulante cerebral.

Durante una semana, parte del tiempo de los españoles

estuvo ocupado por las «horas bajas». Nacieron dos, tres, cuatro chistes con el tema «horas bajas». «En las horas bajas» uno es el de siempre... pero está en una «hora baja».

Cuando la psicosis colectiva estaba empezando a transformarse en irritación porque no se aclaraba el juego, la muchacha rubia desapareció de los espacios comerciales de Televisión española.

una señorita con chistera

Provisionalmente. Porque a los dos días volvía a aparecer. Y volvía a repetir la pregunta. Sólo que esta vez no la dirigía al espectador, sino a un delantero centro que no terminaba de acertar con el camino del gol. Y no sólo le preguntaba. Le aconsejaba también: «Tómese unos instantes. Gúste el sabor de «Monkey». No hay «horas bajas» con «Monkey». El honrado futbolista seguía el pie de la letra el consejo de la señorita-portero. Y convenía con ella, mientras asía el balón sentado en el césped, en que «Monkey» es un auténtico café instantáneo.

Estaba desvelado el secreto. Y la pareja «Monkey» —la gentil señorita rubia, con chistera y frac y el honrado futbolista, más tarde convertido en torero, paracaidista, conductor— se haría popular.

no hay "horas bajas" con caramelos

Hubo opiniones para todos los gustos. Pero, desde luego, se convino en que era una de las mejores campañas publicitarias del año.

Por ejemplo. Un avisado comerciante barcelonés, se presentó en la ventanilla de anuncios por palabras de «La Vanguardia» y ordenó insertar un anuncio en el que se decía que «Con los caramelos de su marca no hay «horas bajas». El anuncio, como muestra de la mejor picaresca, circuló por toda Barcelona. Era evidente que alguien había aprovechado los días de descanso de la campaña publicitaria para hacer su agosto publicitario.

Otra muestra. Ese mismo día, el diario «Pueblo», de Madrid, titulaba la derrota en propio campo del Atlé-

tico de manera muy expresiva: «El equipo rojiblanco, en sus «horas bajas» (afortunadamente para los atléticos, cuando se desveló al misterio, el delantero centro en «hora baja» no vestía la camiseta rellada); y el personal, por buscarle comparación, se parecía a Gento».

Un semanario deportivo zaragozano dejaba también, días más tarde, clara constancia de cómo había pegado el concepto. Titulaba a toda plana: «El equipo estuvo en sus «horas bajas»; y añedía, «y algunos jugadores en las bajísimas».

cuando la publicidad es noticia

El 16 de octubre el periodista A. de la Calle, redactor del «Diario Regional», de Valladolid, publicaba un comentario de glosa del impacto de la campaña, a dos columnas, bajo el título de «Incógnita resuelta».

Decía: «Los que gustamos en fijarnos en estas cosas que parecen insignificantes, tal vez por nuestra inclinación a los crucigramas, a los acertijos, hemos pensado que tal vez ésta sea, sin lugar a dudas, una de las más interesantes maneras de ofrecer al público un producto. Diferentes amigos me han confesado que no sabían cómo llamar a esos momentos en que se encuentran sin ganas de nada, un malestar les embargaba, una depresión les hacía pasar mal unos momentos en su habitual cometido. Luego todo volvía a la normalidad y su actividad se encontraba nuevamente en pleno rendimiento. Es posible que no sean las palabras técnicas adecuadas, pero, desde luego, ahora conoceremos vulgarmente esos ratos como las «horas bajas». Y nunca mejor elegido el slogan para ofrecernos una taza de café, que reanima nuestro organismo devolviéndonos fuerza y confianza».

La nueva campaña de «Monkey» —con muy pocos precedentes en la historia de la publicidad nacional— demostraba que una campaña publicitaria puede convertirse no sólo en material para el léxico popular o periodístico, sino que puede llegar a más: a convertirse en hecho noticioso. Algo así como ese hombre mordiendo a un perro que en las escuelas periodísticas se pone como ejemplo digno de publicarse y comentarse.

esperaron tres años

Tiene cierta lógica pensar que esa previa campaña despistada obedecía a un plan. Un slogan no es hoy trabajo de aficionados, ni siquiera de un hombre ingenioso. Obedece primero a unos objetivos comerciales estratégicos, cuidadosamente estudiados por un equipo en el que se analiza y desmenuza con precisión de «estado mayor» todo un plan del que el slogan es sólo la parte más visible y espectacular.

Por lo que respecta a las «horas bajas» no han nacido hace un mes. Ni siquiera al comienzo del pasado verano. Vinieron al mundo hace tres años. En octubre. Y han estado esperando el momento en que deberían aparecer ante los consumidores.

Por razones de estrategia comercial fueron propuestas a un slogan que también se hizo popular: «están hablando de «Monkey».

Y también por razones de la misma estrategia, las «horas bajas» permanecieron secretas para el gran público (sólo unos cuantos técnicos publicitarios y un Consejo de Administración sabían de qué se trataba), intrigando durante diez días al país para convertirse luego en un término que circula tan corriente y rápidamente como las monedas de cinco pesetas.

PUBLIDIFUSION



El pobre está en sus
horas bajas
desde agosto de 1947

TVE
61

«charla poética»; los martes, un test; los miércoles, los problemas del hogar; los jueves, el mundo de los niños, y los viernes, una reválida cultural. Programas sencillos para mujeres que no buscan complicaciones. Un aparte en la programación general que es donde encuentra de verdad la mujer su sitio, como el hombre.

de pantalón corto

La TV para los niños. Televisión de pantalón corto que ven los de pantalón largo con

sospechosa delectación. España ha sido hasta hace poco el país europeo con menor número de horas dedicadas a los programas infantiles. La nueva estructura quiere corregir ese defecto, porque el niño es, con la mujer, otro de los más importantes consumidores. Los días serán los mismos: jueves, sábados y domingos. Pero habrá ampliaciones y vuelven algunos personajes de mucho prestigio en el mundo pequeño. «Recreo» —el jueves— ha logrado ya un asentamiento que pocos espacios nuevos han conseguido. Los chicos responden cuando la mercancía es de calidad. Y allí están, pegados al televisor, la tarde de



«Teledomingo» aglutina pequeños programas que hacen más amable la última velada semanal. Pero su base está en el veterano «Escala on Hi-Fi», que incluye ciertas novedades, como ese «hit parade», ante cuya tabla clasificatoria se sitúa Pablo Sanz, su presentador. Abajo, una pausa de los artistas entre ensayo y ensayo.



la publicidad tiene sus estrellas

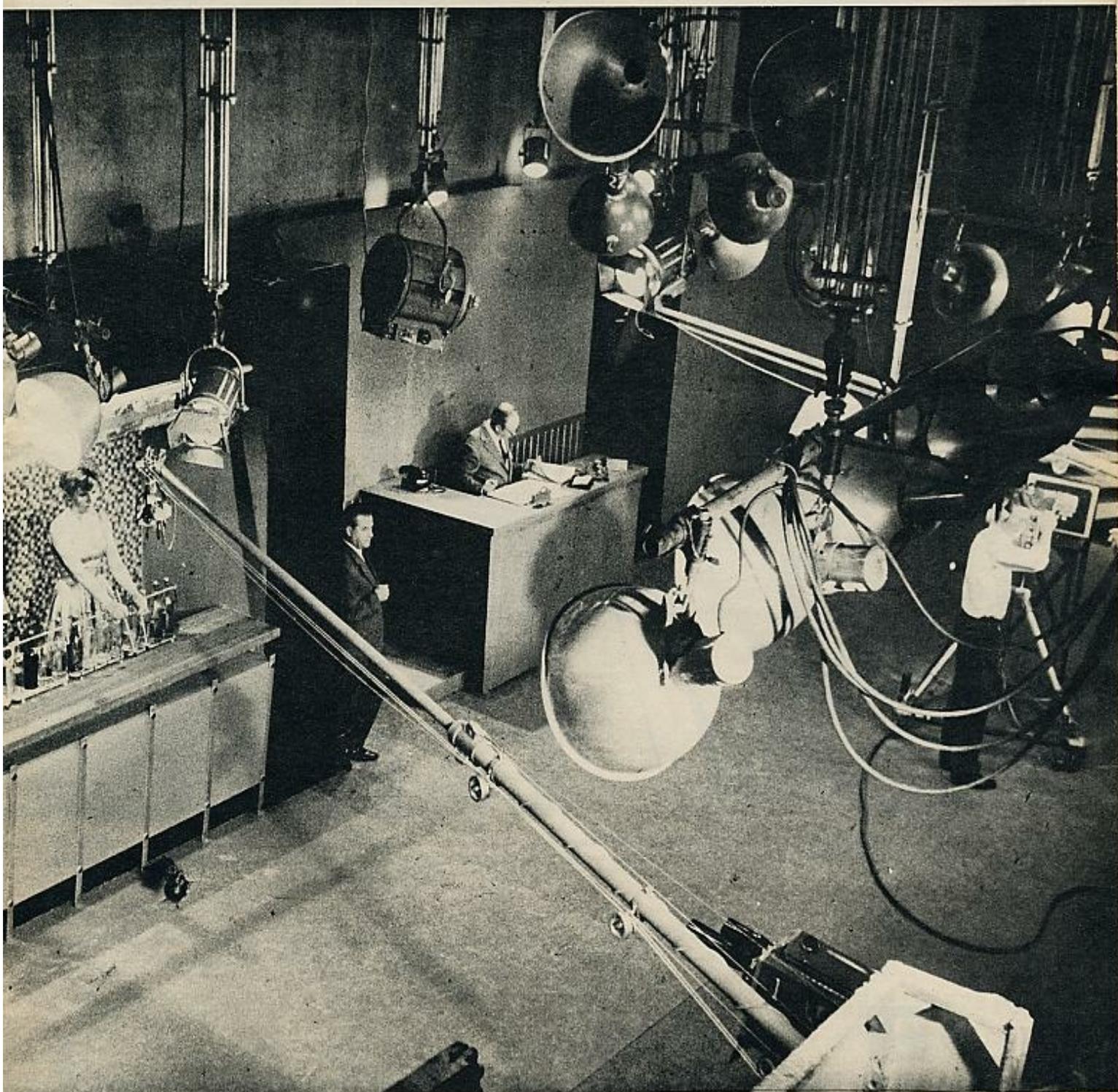
Una publicidad bien hecha, bien dirigida, causa, a veces, tanto impacto en el espectador como un buen espacio. Muchos personajes de los «spots» se han hecho tan populares como los que aparecen en los telefilms o en las telecomedias. Cierta publicidad española tiene eso que los americanos definen con el «it». Tiene gancho, clase. Los muñequitos de los «cortos» que pasan por la pequeña pantalla promocionan algo más que los productos para los que han nacido: venden simpatía. Una corriente de gracia imaginativa sacude a estos seres de ficción que han saltado a nuestro lado desde la TV y las pantallas panorámicas de los cines. La fresca creadora de los dibujantes y los técnicos publicitarios españoles ha dado numerosos y máximos galardones a nuestro país en certámenes tan prestigiosos como los de Cannes, Venecia y Hollywood.

ese día especial en la mitad de la semana, en esa tregua que los deberes escolares les conceden. Han vuelto Boliche y Chapinete, permanece Bugs Bunny, se incrementan los juegos populares. El sábado, con «sesión de tarde», verán cine de largometraje y cortos cómicos. El domingo, desde Barcelona, recibirán «Fiesta con nosotros», que también se ha remozado y que no puede renunciar a Herta Frankel, a Marilyn, a Pepito y los otros personajes de las marionetas. El público menudo lo pide y hay que darle gusto y todos —nosotros, los mayores— tan contentos.

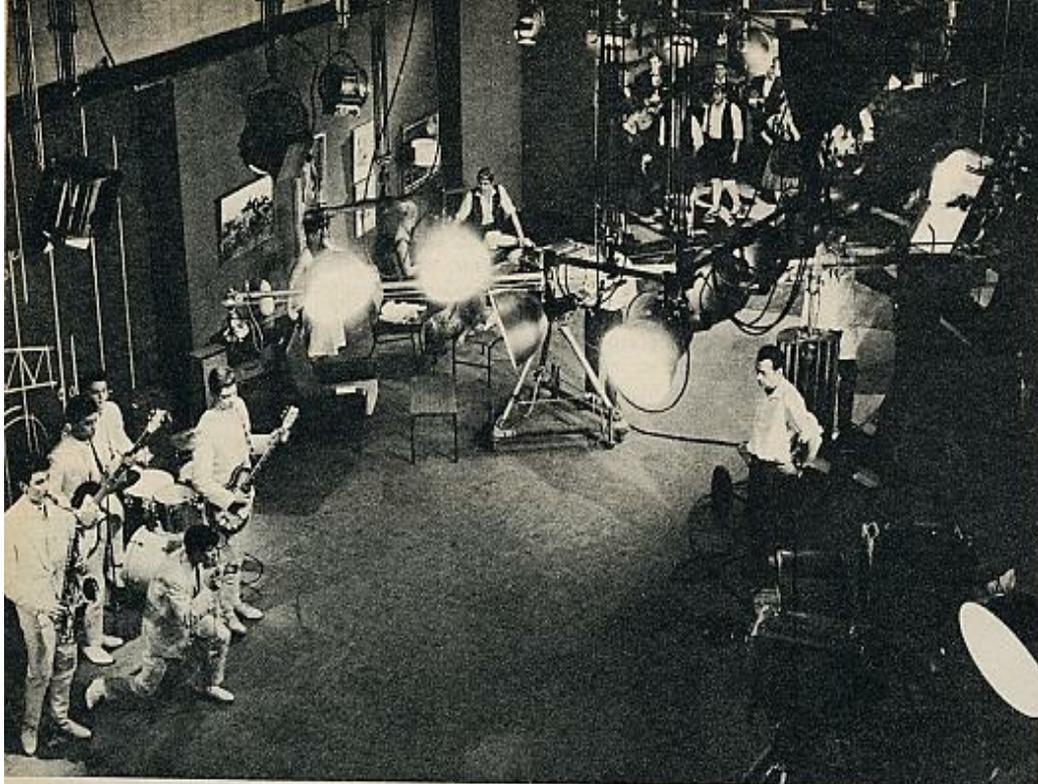
una publicidad inteligente y atractiva

En la hora de la renovación hay que recordar la publicidad. Como telespectadores, no podemos olvidar lo que la TV debe en España al medio publicitario. En pura justicia habría que considerar como auténticos espacios a esos «spots», en los que la imaginación, el buen gusto y la inteligencia de los creadores españoles, ha quedado patentizada en numerosas ocasiones. También la publicidad televisiva tiene sus estrenos y, a veces, de gala. Los premios obtenidos en Venecia y Cannes

y Hollywood por los cortos publicitarios de nuestro país, definen por sí solos la calidad de esas películas que nadie deja de ver cuando está ante el receptor. Con esto ha ocurrido como con los filmets que se proyectan en los cines. ¿Quién se marcha ya de la sala a consumir todo el descanso que generosamente conceden las empresas entre noticiario y película? Pues bien: ¿quién apega el televisor cuando la niña de las trenzas y los dienteitos, por ejemplo, muy conocido, le envuelve a uno en la ternura de su voz y sus movimientos? El espectador comenta igual la actuación de tal actor, el argumento de tal tele- **SIGUE**



«Amigos del lunes» ha roto con ese criterio viejo de que el primer día de la semana se ha hecho para descansar —dormitando— de las fiestas del domingo. Los grandes programas de variedades tienen siempre audiencia, con tal de que su calidad los consolide. El espacio que presenta Franz Johan, que aparece en la foto con Gustavo Re —su compañero en tantos «sketchs»— y otros artistas, se inserta en la nueva programación porque está entre los que mantienen certeramente sus posibilidades.



Se advierte una preocupación en la TVE por mejorar los espacios de variedades en todas sus manifestaciones. «Salto a la fama» —primera foto de la izquierda— aten representación de la revista y la comedia musical televisada. «Gran Parada», con sus logros, con sus proyectos, se presenta como el escaparate de lujo, el programa «ve



film, el desarrollo de tal guión, que uno de los «spots» más felices. No toda la publicidad es buena, pero el nivel medio es de una calidad que han reconocido sin ambages los jurados internacionales.

nuestros amigos de todos los días

La Televisión Española de 1963 tiene sus mitos «sui generis». Muy distintos, mucho, a aquellos de la primera hora, cuando este

complicado mecanismo que exige la dedicación de centenares de personas, era una cosa pequeña, familiar, en la que casi, casi, se podía dar la circunstancia de que un espectador se bajara de su coche a la puerta del Paseo de la Habana, 77, en Madrid, y dijera: «¿Por qué no dan ustedes un poco más de esto? ¿Por qué no sacan un poco más a esa cara que a mí me gusta tanto o a ese locutor que pronuncia como yo creo que debe pronunciar un locutor?». Cosas de la pionera época de la TVE, que hoy resultan impo-



derá la demanda de los artistas que aún no han logrado su consagración. Las otras dos imágenes que cierran este reportaje pertenecen a «Gran Parada», genuina «dette» de la temporada que se inicia. La ya tradicional cita con este programa, los sábados por la noche, nos dará ocasión de admirar a figuras de auténtica categoría.

sibles. Tiene sus mitos «sui generis» este 1963, sí, pero también es verdad que no ha perdido la afición por algo que es consustancial con el fenómeno televisivo, aquí, en Nueva York, en Tokio, en Roma y en Nigeria, que también tiene TV. La afición de mirar con simpatía, con cariño, con un «algo» especial —que es muy distinto a ese «algo» que los espectadores de cine guardan para sus favoritos— a los que dan la cara en la pantalla, a los que dan su voz. Ana María Solsona, Carmina Alonso, Isabel Bauzá, Mon-

serrat Cierco, María Amparo Soto, Maruja Fernández, Nieves Ivana, Pilar Cañada, Maruja Callaved... Federico Gallo, Jesús Alvarez, José Luis Barcelona, José Luis Uribarri, Jorge Arandes, Santiago Vázquez, David Cubedo, Eduardo Sancho, Luis Pruneda, Soriano, Rubio, Viñas... Los que dan la cara, los que dan su voz, los presentadores y locutores de la TVE, amigos de todos los días, seres «especiales» en nuestra casa, invitados de honor a los que por la calle saludamos con un «hasta luego». ■

Texto:

J. L. MARTINEZ REDONDO

Encuesta e Información:

JAVIER CERMEÑO, JESUS G. DUEÑAS, J. R. MARRA-LOPEZ, EDUARDO RICO Y CESAR SANTOS

Fotos:

RUBIO, CAMPAÑA Y NUÑO