

El sueño audiovisual

Cristina Carreras, Carlos Colón, Celia Crespo
Manuel J. Lombardo, Javier Rodríguez

HIMMA. Historia de la Imagen en Movimiento y la Música Audiovisiva.
Universidad de Sevilla.

Edita:

HIMMA, Grupo de Investigación en Historia de la Imagen en movimiento y la Música Audiovisiva. Universidad de Sevilla.

Coordinación de la edición:

Celia Crespo Gámez.

ISBN:

84 - 688 - 2871 - 8

Depósito legal:

SE - 2775 - 04



Índice

PRESENTACIÓN	5
Carlos Colón.	
GÉNEROS CLÁSICOS HOLLYWOODIENSES. Una aproximación desde el ámbito actual del cine y la nueva sensibilidad espectral	7
Celia Crespo.	
LO QUE EL FUTURO Y LOS SUEÑOS ESCONDEN. Arquitecturas y ciudades para una pantalla en blanco	25
Javier Rodríguez.	
APUNTES SOBRE EL INICIO DE LA TELEVISIÓN ESPAÑOLA ...	45
Cristina Carreras.	
EL BAJEL DEL DESIERTO. Una lectura "Conradiana" de Lawrence de Arabia.	61
Carlos Colón.	
LOS RESCOLDOS DE LA MODERNIDAD. De la "Nouvelle Vague" al "Dogma95".	83
Manuel J. Lombardo.	



APUNTES SOBRE LOS INICIOS DE LA TELEVISIÓN ESPAÑOLA

Cristina Carreras

La infraestructura.

"No dio tiempo a especular sobre lo televisivo. La presión de la infraestructura rompió a velocidad de vértigo las incipientes cuadrículas de la filosofía frenando cualquier iniciativa". (BAGET, 1965: *Historia de la TV en España*. pág.225).

Este fenómeno parece ser connatural al medio televisivo, ya que en la actualidad el desarrollo tecnológico -y sus dimensiones económicas y comerciales- van muy por delante del desarrollo conceptual de la nueva herramienta social.

Cuando el 28 de octubre de 1956 Televisión Española empezaba a emitir oficialmente, solo contaba como centro de producción con un pequeño chalet reformado en el número 77 del paseo de La Habana. El garaje del chalet era utilizado como plató, no tenía ningún tipo de aislamiento acústico, incluso a veces se dejaban las ventanas abiertas para paliar el calor. Los ruidos de fondo, unidos a los producidos por el cambio de decorados o las órdenes dadas por el regidor, que a veces se colaban por el micrófono, hacían muy difícil la realización de los programas en el paseo de La Habana que, para hacerlo todo aún más complicado, se emitían en directo. El tamaño del plató era reducido, de apenas 12 por 18 metros, y hasta se colaban en él los olores de la pequeña cafetería que había en el edificio. El chalet contaba también con otra habitación para ensayos y montaje de decorados, albergaba las oficinas del personal administrativo, de dirección y los talleres para los técnicos. Más tarde se empezó a utilizar un local para ensayar situado en Castellana 40. Cuando se necesitaba más espacio, se recurría al alquiler de teatros que eran convertidos en platós. Para los programas de variedades y, en general todos aquellos que no cabían en el plató, ya desde mediados de 1957 se utilizó el teatro del Instituto Ramiro de Maeztu⁴⁹. Más tarde, los musicales de gran formato, como la gala Philips o Gran Parada, se emitían desde el teatro de Fomento de las Artes. La insuficiencia de estas medidas obligó, en breve plazo, a alquilar los estudios cinematográficos de Sevilla Films.

En 1959 se puso en marcha el segundo centro de producciones de Televisión Española, en el palacio de Miramar en Montjuich, un restaurante de lujo

⁴⁹-. Los programas que se hacían en el teatro era los denominados "cara al público" y son herederos del mismo tipo de programas puestos de moda por la radio: variedades, concursos etc..

durante la Exposición Internacional de 1929 cuya sala de espectáculos tenía 240 metros cuadrados. Este centro fue cedido a finales de 1958 por el Ayuntamiento de Barcelona, que estaba muy bien dispuesto para que la televisión tuviera un centro de producciones en la ciudad condal. Se empezó a emitir desde Miramar el 14 de julio de ese año. El plató era todavía más reducido que el del paseo de La Habana; consistía en una habitación de cinco metros de largo por cuatro de ancho, con poca altura de techos, un pequeño control de realización y una tercera habitación con dos telecines. En verano se aprovechaba el exterior del edificio con sus jardines como plató. Fue el primer y único paso hacia la descentralización de la producción⁵⁰.

En los cuatro años siguientes se produce un crecimiento en progresión geométrica. Al iniciar la década de los sesenta se alquilan nuevos plató en los estudios de Sevilla Films; se acondiciona un nuevo estudio en Miramar, con una superficie superior a 200 metros, y el 18 de julio de 1964 se inauguran las instalaciones del centro de producción de programas de Televisión Española en Prado del Rey, en un acto presidido por el Jefe del Estado. El complejo, con 69.081 metros cuadrados, tiene nueve estudios frente a los dos del paseo de La Habana, con una extensión total de 3.046 metros, de los cuales 1.200 pertenecen al mayor estudio de televisión de Europa: el famoso Estudio 1. El 2 de agosto se realiza la primera grabación en estos estudios de Prado del Rey.

El equipamiento.

Televisión Española inició su andadura con un equipamiento muy reducido: dos cámaras, una de ellas sobre grúa, con torreta de objetivos, dos jirafas de brazo no extensible, que utilizaban sacos de arena colocados en su base como contrapeso, y un proyector. Las cámaras tenían tubos "supericonoscopios" de fabricación alemana en las que se ven las imágenes invertidas en el visor. Eran muy inestables y necesitaban ser enchufadas dos horas antes del programa para que se "calentasen"; también había que realizar paradas periódicas durante las grabaciones para corregir ajustes de niveles de señal y errores geométricos de imagen. Más tarde se compró una tercera cámara. El plató disponía de un pequeño control de realización en el piso superior, desde donde el realizador emitía el programa en directo. Un travelling circular recorría el plató, los decorados eran "en forma de cebolla", es decir unos sobre otros para ir quitándolos sobre la marcha. Para iluminar solo contaban con proyectores frontales sobre trípode, lo que les obligaba a iluminar sin contraluces.

⁵⁰. Hasta el 10 de febrero de 1964 no contará TVE con un tercer centro de producción en Las Palmas, pero este se creó por necesidades técnicas, ante las dificultades y el retraso que suponía llevar la señal desde Madrid.



Cada retransmisión en directo era una odisea. Desmontaban dos cámaras del estudio, con mezclador de imagen, generador de sincronismos y equipos complementarios que -junto a dos enlaces móviles, una mesa de mezclas portátil y dos radioteléfonos- eran cargados en una furgoneta, improvisando a pie de acontecimiento (con elementos "fijos") una unidad móvil. En 1957 llegó la primera unidad móvil, de fabricación inglesa y marca PYE, retransmitiendo en directo por primera vez el encuentro de fútbol Real Madrid-Atlético de Madrid. Constaba de tres cámaras de orticón, controles de imagen, mesas de sonido, mezcla y realización.

Las imágenes se emitían filmadas, en directo o kinescopadas. Gran parte de las emisiones eran filmadas. El telecine (equipo de reproducción) era del tipo "punto volante" de la marca Fernseh alemana. Los programas se retransmitían en directo. Para ello se utilizaban las cámaras de tubos y el electronicam: cámaras de cine usadas como telecámaras, con realización en control y ante monitores. El problema mayor era que tenía un volumen engorroso. Para kinescopar la imagen captada por la cámara se utilizaba el kinescopio, que filma directamente en 16mm. las imágenes televisadas, y para ello se halla acoplado a un monitor de salida justamente sincronizado con la frecuencia de imagen de la televisión. Ello obliga a revelar la película y proyectarla por medio del telecine, utilizándola conjuntamente con las imágenes en directo.

En 1959, y siendo utilizado en la retransmisión de la inauguración del Valle de los Caídos, aparece el zoom, que facilita el cambio de escala de plano de sin tener que cambiar de objetivo.

Una de las necesidades prioritarias de todas las televisiones era disponer de un grabador de la señal de vídeo. Fue la marca Ampex la primera que en 1956 comercializó un magnetoscopio. Una máquina de 500 kilos de peso, a válvulas y con una tecnología muy compleja, que usaba una cinta de 2 pulgadas y un tambor rotatorio de cuatro cabezas de vídeo. El Ampex permitía la grabación de la imagen electrónica sobre una película o banda magnética de características semejantes a la cinta magnetofónica. Al colocar posteriormente la cinta en el proyector de vídeo, las imágenes y el sonido aparecen simultáneamente. A España llegó uno de los primeros Ampex, también conocido como video-tape, en septiembre de 1960. El antecedente del Ampex es el kinescopio. Se utilizó por primera vez en una actuación de Xavier Cugat y Abbe Lane. Enseguida se adquirieron otros, tanto de la marca Ampex como de RCA. Su utilización habitual era para grabar aquellos espacios que por alguna causa no podían emitirse en directo. Pronto se utilizó de forma rutinaria para espacios en diferido y para poder

ampliar la capacidad de producción. Se realizaba sin interrupciones, salvo algún fallo grave. Se carecía de técnicos en corte y en edición. La edición "a cuchilla" perduró a lo largo de la década de 1960. Si había que repetir se hacía desde el último fundido en negro, y se continuaba hasta el siguiente. Liberó a los dramáticos del orden secuencial impuesto por el guión.

A comienzos de los sesenta aparece el transistor como sustituto de las "lámparas". Su menor tamaño y bajo consumo de energía le convirtieron en el elemento básico de toda la electrónica profesional y de consumo. Se iniciaba la era del semiconductor. Esto produjo efectos muy beneficiosos: menor peso, volumen y consumo de energía, además de mayor estabilidad. Se iniciaban los tiempos de los equipos ENG y de periodismo electrónico. En 1964 televisión española dispone de dos unidades ligeras de retransmisión dotadas de dos cámaras y por tanto de dos unidades de radiofrecuencia y cinco equipos móviles que podríamos llamar móviles o pesados, cada uno de los cuales tiene cuatro canales de videofrecuencia completos con sus cuatro cámaras, sus amplificadores de imagen y sus correspondientes monitores, más un monitor de salida, otro monitor de salida para el locutor una consola de sonido y un mezclador de imagen, junto con los micrófonos correspondientes. El equipo móvil dispone de una antena de microondas desde donde se envía la señal a la emisora central.

La creación de la red de emisión.

La televisión se transmite en frecuencias muy elevadas e incluso ultra elevadas, de propiedades semejantes a las ondas luminosas. Por su naturaleza de propagación en línea recta solo se transmiten dentro de los límites del horizonte visible. De aquí deriva la necesidad de colocar las antenas emisoras en lugares muy elevados y montar gran cantidad de repetidores. España utiliza el tipo *standar europeo* de transmisión mediante 625 líneas. Como el resto de emisoras de Europa, TVE pretendía crear una televisión estatal de cobertura nacional frente al tipo de televisión local dominante en EEUU. Este planteamiento se apoyaba en el desarrollo alcanzado por los enlaces de microondas. Esto supuso la creación de los grandes organismos europeos de Radiodifusión y Televisión.

Las distintas fases del Plan Nacional de Televisión daban prioridad a la llegada de la televisión a la España urbana, dejando en segundo plano los núcleos rurales. Cuando comienzan las emisiones de TVE, se emite en 70 km de radio y por todo personal había cincuenta empleados. En la primavera de 1958

comienzan los trabajos de creación de la red; en octubre del mismo año el primer uso práctico, la retransmisión desde Zaragoza. La red llegó a Barcelona y a Zaragoza en febrero de 1959, a las dos Castillas en octubre de ese año, a Valencia en febrero de 1960, a Bilbao en diciembre de 1960, a Galicia y Sevilla entre septiembre y octubre de 1961, y -cerrando la red- a Canarias en febrero de 1964. Su configuración y diseño es muy similar a la red de carreteras de 1855.

El 17 de Julio de 1959 se empezó a emitir desde los estudios de Miramar en Barcelona. Según el informe de TVE comienzan a emitir el 14 de julio de 1959 con un programa llamado Balcón del Mediterráneo.

La red de Eurovisión o red europea de televisión nace en 1950 y se constituye por una voluntad de intercambio de información audiovisual entre los distintos países europeos. Hasta 1960 TVE no se integra plenamente en la red europea, consecuencia entre otras cosas del aislamiento político al que nos tenía sometidos el régimen de Franco. El 13 de marzo de 1958 se juega en París el encuentro de fútbol España-Francia, retransmitido por la televisión francesa. TVE obtiene la versión en Kinescopio, así se establece el primer contacto con la televisión francesa (RTF). Fue la primera conexión internacional de nuestra televisión. Con Francia existe el problema de que no utiliza el tipo standar europeo de transmisión de 625 líneas, sino que trasmite sobre la base de 819 líneas, por lo que es preciso utilizar un convertidor⁵¹. España siempre tiene como nexa a Francia para conectar con Eurovisión. También Gran Bretaña presenta un tipo de transmisión especial de 405 líneas, de tal forma que la conexión es compleja. El 21 de diciembre de 1959 se inicia el camino hacia Eurovisión con la retransmisión de la visita a España del Presidente Eisenhower. Con gran despliegue de medios como reseña la revista "Tele-Diario": "Las cámaras captarán para toda España la llegada de Eisenhower a la base hispanoamericana de Torrejón de Ardoz. Al mismo tiempo los equipos de kinescopio impresionarán en cinta cinematográfica las escenas de la recepción. Un avión, desde Barcelona, trasladará luego la película kinescopiada a Marsella, para ser distribuida a la red de Eurovisión. Simultáneamente doce operadores cinematográficos situados a lo largo del itinerario que seguirá la comitiva -dos de ellos desde helicóptero- captarán un completo reportaje desde Torrejón hasta el palacete de la Moncloa, residencia del presidente norteamericano durante su estancia en Madrid. Los receptores de TVE recibirán inmediatamente las películas en el hotel Hilton, donde serán instaladas las oficinas de la prensa nacional y extranjera. Algunas de las películas saldrán con destino a la televisión portuguesa, mientras que otras

51-. El convertidor es un traductor a cada frecuencia de líneas nacionales.

quedarán a disposición de TVE para ser emitidas en los telediarios"⁵². Se instalaron las dos estaciones móviles una en Torrejón y otra en la plaza de Castelar, para retransmitir la llegada del presidente y la entrega de las llaves de la ciudad; la RAI italiana cedió un aparato de Ampex para registrar las imágenes que iban de Madrid a Barcelona. Un avión especial trasladó las imágenes a Marsella, y desde allí se retransmitieron a París, desde donde se emitieron a toda Europa. Se estima que tuvo una audiencia de cincuenta millones de espectadores.

El enlace hertziano de Barcelona es la vía para conectar con Eurovisión. Sánchez-Cordovés, como jefe de los servicios técnicos de televisión, instala un enlace con Eurovisión en la sierra gerundense de Sant Grau. España ingresa oficialmente en esta red en 1960. El 2 de marzo de 1960 se ven por primera vez los programas de TVE a través de Eurovisión con motivo de la retransmisión del partido Real Madrid -Olimpique de Niza desde el estadio Bernabeu. Lo vieron unos cincuenta millones de personas. El 18 de Mayo de ese mismo año se retransmitió por primera vez un acontecimiento celebrado fuera de España, la segunda parte del partido Real Madrid-Eintracht de Francfort, en el que el equipo español consiguió su V Copa de Europa. El 15 de diciembre de 1960 fue la primera recepción oficial de Eurovisión para España a través del enlace de Sant Grau. Se trata de la boda del Rey Balduino con Fabiola de Mora y Aragón, enviado desde Bélgica, que dura 266 minutos, sin interrupciones. La transmisión que exige un notable esfuerzo técnico, tuvo un enorme éxito. La segunda retransmisión eurovisiva fue la Misa del Año Nuevo oficiada en al Basílica de San Pedro por el Papa Juan XXIII. TVE estaba conectada directamente con el Vaticano a través de los servicios técnicos de la RAI-TV Italiana.

Como país miembro de pleno derecho España ya podía participar en el prestigioso Festival de Eurovisión. Participa por vez primera en 1961 con la canción "Estando contigo" interpretada por Conchita Bautista, y compuesta por Augusto Algueró y Guijarro. Se obtiene un octavo lugar.

La mayor parte de los programas que se emiten por vía de Eurovisión son deportivos o informativos. España utiliza desde 1960 el material informativo de la red de Eurovisión.

En 1957 los soviéticos lanzaron el Sputnik I. El primer satélite utilizado por la televisión fue el Echo I, un satélite pasivo que solo servía de rebote de las

⁵²-. Revista "TeleDiario", diciembre de 1959.



ondas. El primer satélite activo fue lanzado en 1962, el Telstar I, que se utilizó en transmisiones entre Europa y América. Con una órbita elíptica, sólo tenía un tiempo útil de 20 a 30 minutos diarios. El 23 de julio de 1962 se establece la primera conexión entre los dos continentes. El 19 de diciembre de 1962 se inaugura el satélite Relay con el programa "Navidades en Europa" con participación de TVE desde Barcelona.

Publicidad y financiación.

El inicio oficial de TVE obedece a motivos políticos y presenta una gran precipitación, una gran penuria económica, medios muy limitados y condiciones muy precarias. Pero lo peor era que carecía de un plan de financiación. Se conseguían los recursos como se podía, y la forma más sencilla era a través de la publicidad. No se estudió el equilibrio presupuestario entre la financiación pública y la privada. Esto le obliga a depender de las empresas que contrataban la publicidad. Desde el principio se hace patente la contradicción entre el carácter de televisión pública y el estar programada en buena medida por los patrocinadores, que detentan la titularidad jurídica sobre los programas que patrocinan y producen. La figura del patrocinador es cada vez más importante, porque decide sobre los contenidos del programa y sobre la forma de producción. Televisión le vende el espacio y todo lo demás corre por su cuenta. Esta fórmula está tomada de la televisión de EEUU, y la única diferencia con ella es que el patrocinio no escapa a la censura.

En 1957 ya empieza a aparecer la publicidad. Aunque en televisión no existe la "guía comercial", como en la radio, por influencia directa de ésta se anuncian en ella algunas firmas comerciales a las cuales se les conoce como "firmas patrocinadoras". No existe todavía el spot publicitario filmado, ni tampoco los cartones publicitarios que se utilizan en cine; los presentadores y locutores tienen que anunciar directamente a las firmas que contratan publicidad. Esto se conoce como "cuñas vivas". Las casas anunciadoras y la propia televisión les pagaban un suplemento por realizar estos anuncios. Los programas patrocinados o cubiertos publicitariamente por firmas comerciales son los que caracterizan la primera etapa de televisión. En este sistema, a los patrocinadores les correspondía abonar además de un importe discreto por "ocupación de antena", la totalidad de los gastos de producción del programa, incluyendo la contratación de artistas. Las más interesadas en anunciarse son las firmas de aparatos receptores: Philips (que patrocina "La hora Philips"), Marconi ("Festival Marconi"), Telefunken, etc.

En este año se aprueban las normas jurídicas que fijaban los impuestos sobre posesión, uso o tenencia de aparatos receptores: el canon. Este fue autorizado por el Ministerio de Hacienda a través de la Dirección General del Impuesto de usos y consumos. Sin embargo, se desconocía el número real de españoles propietarios de un aparato receptor, ya que la Dirección General de Aduanas no facilitaba el nombre de los importadores (carecíamos de producción nacional) y los interesados lo ocultaban para no pagar. El canon no funcionó como sistema de financiación, ni entre los usuarios ni entre los analistas críticos. El consenso social, como apunta Manuel Palacio⁵³, ha negado la utilidad del canon para financiar TVE. Por otra parte, el Estado no tenía disponibilidad económica en unos tiempos de recesión en los que España, junto a Portugal, era el país más pobre de Europa. El control del gasto público que se propuso a través de Plan de Estabilización de 1959 impedía cualquier implicación directa en los gastos de la televisión. Ésta, sin ningún sistema de financiación, tuvo –como se ha dicho– que recurrir a la publicidad. Solo se incluyen en los presupuestos generales del Estado partidas destinadas a hacer frente a los proyectos inmediatos del Plan Nacional de Televisión, unos sesenta y seis millones de pesetas destinados a las emisoras de Valencia, Zaragoza y Guadarrama.

En 1958 se comienza a plantear la financiación. Se empiezan a hacer programas como soporte de campañas publicitarias, siendo uno de los primeros Diego Valor, personaje de ficción que se hizo famoso en la radio, con el que se ensaya un género desconocido hasta entonces: la ciencia ficción. El serial, que se realiza en el plató del paseo de La Habana, está patrocinado por una firma de plásticos que acaba de lanzar al mercado dos juguetes relacionados con la ciencia-ficción: un radar acústico y un arma o fusil secreto. El mensaje publicitario se introduce así en el contexto del guión.

Desde este año se fijará la política económica e, indirectamente, las inversiones publicitarias. Podemos leer en la revista "TeleDiario": "Imagínese lo que se puede conseguir introduciendo un escaparate en cada hogar, al servicio de las empresas"⁵⁴. En febrero se crea el departamento de publicidad de televisión, en él se formaliza su utilización publicitaria y se establecen las primeras tarifas para las distintas modalidades de cartones o diapositivas, cuñas vivas y secuencias o trailers cinematográficos, así como de los programas patrocinados. En marzo se inicia la emisión de publicidad mediante el sistema de órdenes remitidas a aquel departamento por las agencias anunciantes, un sistema que se mantendrá hasta el final de 1962, cuando televisión entra en una

53-. Palacio, M.: *Historia de la televisión en España*. Gedisa . Barcelona. 2001.

54-. Revista "TeleDiario" 26 de Mayo de 1958.

nueva fase de desarrollo y comercialización. Al mismo tiempo se relanza el canon, fijándolo en 300 ptas. anuales para receptores de hasta 17 pulgadas, y 500 para los superiores a esas dimensiones.

Por estos conceptos, TVE en 1957 podría haber conseguido unos diez millones de pesetas. Al año siguiente registra, según datos oficiales, unos ingresos globales por publicidad de 4.440.203 pesetas, aunque solo se veía la televisión en Madrid y sus alrededores. A finales de 1959 la financiación se sigue haciendo con cargo a los presupuestos de Estado y a los ingresos publicitarios, que van aumentando, sumando 16.340.974 de pesetas. El importante incremento se debe a que ha llegado la cobertura a Barcelona y Zaragoza. Fuentes oficiales hablan de dos millones de espectadores en este año. Al final de 1960, los ingresos por publicidad ascenderán a 33.830.856 pesetas. Estas cifras se incrementan a medida que aumenta el número de receptores en funcionamiento; pero no se puede saber el número de aparatos, ya que muchos propietarios no los declaran para no pagar el impuesto de lujo. Se calcula que, a finales de 1959, podía haber unos 70.000 televisores en funcionamiento.

Por una orden ministerial se crea la junta de publicidad de TVE el 1 de marzo de 1961, "para la regulación de la explotación de este servicio público". En 1961 los ingresos por publicidad ascendían a 84.912.124 ptas., cifra que doblaba la del año anterior. Al aumentar el horario de emisión se incrementaron los espacios publicitarios. También la incorporación de Galicia y Andalucía y la fabricación de más de 50.000 aparatos receptores en 1961 hacían que aumentase el número de receptores, aunque las cifras oficiales eran muy distintas a las reales. Las agencias de publicidad se aferraban a las primeras para evitar el aumento de precio en las tarifas, aunque la fórmula preferida por estas seguía siendo el espacio patrocinado. Una marca de camisas se apuntó un éxito extraordinario con el patrocinio de la marca Perry Mason, y la mayoría de los programas producidos en Barcelona adoptaban este sistema de financiación. La temporada 1961-62 sería la última en la que TVE aceptó la fórmula de los programas patrocinados, que había caído en desuso. El 11 de octubre la Phillips montó una gala espectacular desde el teatro de la FAE.

Cuadro de ingresos por publicidad⁵⁵

1958	4.440.203 pts.
1959	16.340.974 pts.
1960	33.830.856 pts.
1961	84.912.124 pts.
1962	212.899.009 pts.
1963	521.267.954 pts.

⁵⁵-. Gráfico del libro: Vazquez Montalbán, M.: *El libro gris de televisión española*. Ediciones 99, Madrid, 1973. pag.41.

A partir de 1963 se implantarán nuevas fórmulas para la inserción de espacios publicitarios, y desaparecerán del todo los programas patrocinados (salvo en condiciones excepcionales). El volumen publicitario generado por TVE en 1962 fue de 212.899.099 pesetas. Esto aumentó notablemente con los nuevos sistemas de contratación de publicidad.

Las tipologías y tarifas publicitarias se establecían de la siguiente manera:

1.- Programas patrocinados, con dos modalidades:

- a) Programas en vivo: producidos por la empresa patrocinadora; se incluye en el programa un tiempo de publicidad (seis minutos en los programas de una hora y reducciones correspondientes en los de menor duración),⁵⁶ en tarifas que van de 15.000 a 6.000 ptas.; los gastos del programa corren por cuenta del anunciante.
- b) Programas filmados y películas de largometraje: varían las tarifas entre 7000 ptas. para un largometraje, con los mismos derechos del programa en vivo de una hora, 4000 ptas. para un cortometraje (30 minutos) con los mismos derechos del programa vivo de media hora, y 3000 ptas. para un corto metraje de 15 minutos o menos, con los mismos derechos de un programa vivo de esa duración.

2.- Inserciones: pueden ser de tres tipos.

- a) Cuñas vivas: las leen los locutores, sus tarifas oscilan entre 2000pts. las de 10 segundos y 5000pts. las de 30 segundos.
- b) Diapositivas o cartones de 6 segundos, con música de fondo: 1250 ptas⁵⁷.
- c) Películas publicitarias (spots), divididas en:

3.- Filmets mudos de hasta 15 segundos: 2.000 pts.

4.- Sonoras de dos minutos como máximo: 4.000 ptas. los primeros 30 segundos, y 1000 ptas. cada 30 segundos adicionales.

5.- Trailers cinematográficos con cartón final de salida de hasta cuatro minutos: 7500 ptas. TVE podrá intercambiar el importe de la publicidad de este apartado por la cesión para su proyección de un largometraje por cada trailer emitido.

6.- Secuencias de películas de largometraje con cartón final de salida de hasta un minuto de duración: 1500 ptas. Si aumenta el tiempo, los precios serían a convenir.

7.- Retransmisiones: no presentan tarifas fijas, se acuerda el precio según el tipo de retransmisión: deportivas, zarzuelas, ópera, teatro, variedades, circo etc.

⁵⁶-. Excepcionalmente, dentro del programa vivo de una hora, se permitirá que la publicidad vaya insertada en tres bloques de dos minutos, calculando dos minutos antes de empezar el programa, dos minutos en el intermedio y otros dos al final.

⁵⁷-. Esta modalidad solo se emite en horarios concretos, y existen tarifas reducidas al contratar treinta inserciones en un plazo máximo de seis meses.



También se fija de mutuo acuerdo el tiempo de publicidad. Podrán ser patrocinadas por uno o más anunciantes.

Hasta el comienzo de la temporada de 1961-62 el patrocinio es el sistema habitual en TVE. A partir de esta fecha, se normaliza la emisión de filmets y spots publicitarios. Los acuerdos se hacían a partir del concurso-subasta, curioso sistema por el que TVE subastaba los espacios en periodos de quince minutos, los compraban las agencias publicitarias que, a su vez, los vendían a los anunciantes. Movierecord primero, y más tarde Publidís y Telesistemas entre otras, gestionan prácticamente toda la parrilla nocturna.

La agencia fija unos modelos de géneros y de programas que establecen el primer imaginario televisivo: variedades, telefilms norteamericanos, concursos, programas para la mujer, infantiles y retransmisiones futbolísticas. Estas últimas fueron patrocinadas desde el principio. Los patrocinadores (igual que en otras televisiones comerciales) tomaban decisiones sobre los guiones, (incluyendo los de ficción, como en el caso de Diego Valor), contrataban a los artistas y supervisaban la producción de los programas al margen de lo que desearan los responsables de TVE. Este hecho crea malestar entre algunos profesionales, y entre la audiencia que —ya en tiempos tan tempranos— se queja del exceso de publicidad y de los pocos contenidos de los programas patrocinados.

El gran esfuerzo de expansión de Televisión Española se pudo llevar a cabo, en un primer momento, gracias a las fuertes inversiones del Estado; pero a partir de 1958, fueron las inversiones publicitarias las que permitieron a TVE la consolidación de un horario de emisión y la creación de una red. Agentes de la industria publicitaria cuantifican su aportación entre un 60% y un 80%. También ayudaron a la creación de la red ayuntamientos y diputaciones, así como sectores industriales. El Estado percibía varios impuestos provenientes de la televisión: un impuesto de lujo directo por la venta del aparato, un canon por su utilización, y un impuesto sobre la publicidad televisada.

La publicidad se fue convirtiendo en la primera fuente de financiación, sobre todo a medida que se fue ampliando la red por toda la península, hasta que llega un momento en que no solo se autofinancia a través de la publicidad, sino que presenta superávit. Este aumento de publicidad, como hemos apuntado, suscita en ocasiones las quejas de la audiencia, como la de un espectador que escribe a la revista "TeleDiario" el 15 de diciembre de 1958: "En TVE existe un tipo de programas, que es un poco fraude. Nos parece muy bien que una firma de prestigio lance un programa para dar a conocer sus productos. Nos parece muy

bien la publicidad. Pero lo que ya no nos parece tan bien es que estos programas se anuncien a bombo y platillo como programas de entretenimiento y luego resulte que el entretenimiento entre presentación y demás se limite a cinco minutos de actuación de una orquesta más bien mala. Cinco minutos solamente porque el resto de un programa de media hora se invierte en cantar las excelencias de los productos de las firmas patrocinadoras". Aunque existía una medida reguladora para el tiempo de emisión de los anuncios, en relación con la duración de los programas, parece ser que no se respetaba.

Entre las empresa anunciantes destacan las grandes casas internacionales fabricantes de aparatos receptores: Phillips, Marconi y Telefunken. Adoptan la fórmula del patrocinio, y producen programas de variedades de una hora de duración, emitidos en prime time de jueves a domingo. Rivalizan por presentar las mejores atracciones. Los nombres de los programas adoptan los de sus patrocinadores: Festival Marconi, La Hora Phillips, Aeropuerto Telefunken, etc. Empiezan a emitirse en 1957, y se mantienen las temporadas 1957-58, 1958-59 y 1959-60, para decaer en este último año.

También desde el principio, empresas nacionales o madrileñas se anuncian en televisión. De las cuñas vivas no quedan testimonios, pero es posible establecer el número y el nombre de las empresas patrocinadoras por su inserción en la programación de la revista "TeleDiario".

Los programas infantiles contaban con un patrocinio muy especializado: juguetes Payá patrocina Marianín y Teresita, Industrias Plásticas Madel, Diego Valor. También era sectorial la publicidad insertada o el patrocinio de los programas para la mujer ("A mesa y mantel" era patrocinado por Casa Mariano y Camporritos) y de los programas culturales: "Galería" o "Trastienda de librería" estaban patrocinados por la Librería Paraninfo y Galerías Biosca. En 1959 aumenta el número de anunciantes, ya que se incorporan los espectadores aragoneses y catalanes. Los grandes anunciantes siguen controlando los grandes espacios de variedades: "Hacia la fama" es de Marconi y "Club del sábado" de Phillips. El segundo telefilm que se emite, "Te quiero Lucy", lo patrocina Pedro Domecq (no es lo normal: las marcas de coñacs y vinos empiezan a especializarse en el patrocinio de espacios taurinos y deportivos, especialmente de fútbol). Curioso, en este sentido, es que el popular programa "Así va la liga" lo patrocinara no una marca de bebidas, sino su contrario (o su remedio): Sal de frutas Heno.

En 1959 y 1960 empiezan a intervenir seria y planificadamente las agencias de publicidad (Movierecord, Cid, Pentágono etc..), que alquilan los espacios y los ofrecen a las firmas anunciantes. Un mismo espacio propiedad de una agencia pasa a lo largo del tiempo por varias casas patrocinadoras. Los espacios más patrocinados son los telefilms, las variedades, los deportivos y las series de producción propia, donde la publicidad no tiene relación directa con el producto ofertado (salvo por razón sexista, como en el aludido patrocinio de marcas de bebidas en programas deportivos). Los productos alimenticios suelen relacionarse con los concursos: Nescafé patrocina "X-0 da dinero" y "Ayer noticia - hoy dinero", un detergente "Gane con OMO", Eko "Las letras pagan". La casa Domecq prosigue con su original política de renunciar a los toros y al fútbol para patrocinar telefilms de gran éxito, pasando de "Te quiero Lucy" a la inmensamente popular "Perry Mason". En la delegación de TVE en Cataluña los dos primeros anunciantes fuertes fueron Nescafé y Avecrem. Jorge Garriga Puig, conocedor de la importancia de la televisión, montó, bajo el patrocinio de estas marcas, "Adivine su vida", "Tarjeta de visita", "Ayer noticia hoy dinero", "Esta es su vida" y "Reina por un día", entre otros programas que gozaron de gran popularidad.

Para dar idea del tipo de anunciantes y su vinculación a programas determinados, se adjunta un muestreo extraído de la revista "Teleradio", y ordenado por años de emisión preferencial.

1958

Festival Marconi

La Hora Phillips

Aeropuerto Telefunken

Así es mi barrio (Interpeninsular Films)

Trastienda de librería (Librería Paraninfo)

Galería (Galerías Biosca)

Marianín y Teresita (Juguetes Payá)

Diego Valor (Industrias plásticas Madel)

Te quiero Lucy (Pedro Domecq)

A mesa y mantel (Casa Mariano y Camporritos)

Revista del domingo (Coñac Veterano de Osborne)

Muchachas de Pleximar (Pleximar S.L.)

José Cecilia Tordesillas al piano (Philips)

El personaje de la semana (Philips)

Teatro Real (Philips)

Patrulla de tráfico (Philips Ibérica)

Así va la liga (Sal de fruta Heno)

Historia de una botella (Ginebra M.G. y Whisky M.A.G.)

1959

Hacia la fama (Marconi)
Su equipo fuera de casa (Garvey y Longines)
Investigador submarino (Movierécord)
Hablando con Di Estéfano (Coñac Bobadilla 103)
Identificación criminal (Lámparas A. Fernandez Concejo)
El arte de la fotografía (Gyenes)
Lo inesperado (Movierecord)
Agente X (Movierecord para Marconi: acondicionador de aire York)
Jugando con Madel (Industrias plásticas Madel)
Cisco Kid (Gallina Blanca)
Doctor Chistian (Movierecord para medias Jenny y Perfumes Dana)
Lo inesperado (Movierecord para Punto Blanco y cervezas Dahn)
Mi historia favorita (Movierecord para Gallina Blanca)
Misterios de la ciencia (Movierecord para Nescafé)
Patrulla de trafico (Phillips)
Te quiero Lucy (Domecq)
Terry Tonn (Payá)
Señor fiscal (Movierecord para medias Magsa y Gradulux)
Quite usted el billete (perfumerias Padilla)
Escala en Madrid (Reloj Longines)
Noticario deportivo filmado (Isso Motor Italia y Nogueroles)
Annie Oakley (Publicidad Cid)
Rin-tin-tin (Publicidad Ecos para Nestlé)
X-0 da dinero (Nescafé)
Primera división (Publicidad Gisbert para Centenario Terry)
Fiesta Brava (Publvisión para Schweppes)
Pantalla deportiva (Martini)
Albun musical (Peletería del Carmen)
Gran Parada (Movierecord)

1960

Fiesta brava (Schweppes)
Te quiero Lucy (Cid para Castellblanch)
La aventura de la música (Publicidad Ruescas)
Con el código en la mano (Pentágono para motor mundial)
Galeria de esposas (Pentágono)
Palma y D.Jaime (Omo)



Adivine su vida (Nescafé)
Estrellas de futbol (Bobadilla y Cia.)
Gane con OMO (Omo)
Galería de maridos (crema Pons/Dardo)
Topper (Pentágono/Movierecord)
Gila (Hijos de Valeriano Pérez)
Carrusel (publicidad Cid)
El cine (V-60)
Furia (Meyba)
España en verano (Dyna, radio y televisión)
Legión extranjera (Dana)
Vidas con Pentagrama (C.A.Y.S.A.)
Perry Mason (Domecq)
El circo (Publicidad Llave)
Programa presentación del Gran Visir Felipe (Philips)
Walter y la familia Corchea (publicidad LLave para Calver)
Las letras pagan (Eko)
El personaje y su mundo (Ese)