

## Ventas con regalo

He aquí una nueva modalidad en el arte de vender: regalar a los compradores objetos o utensilios que nada tienen que ver con el artículo comprado. Por ejemplo, si usted es asiduo consumidor de una tal marca de chocolate puede que con el tiempo posea los vales suficientes para poder canjearlos por una máquina de afeitar o unas medias de «nylon». O bien, si el importe de sus compras asciende a un mínimo fijado por unos almacenes de géneros de punto, quizá le sea entregado un número con el cual, si la suerte le favorece, puede verse dueño de una «Vespa» o un «Renault», como si tal cosa.

Este sistema de cebo para atraer a los compradores se entiende tanto, que nada de extraño tiene que antes de comprar cualquier cosa en la tienda preguntamos al tendero ¿qué se regala con ésto? Y también: ¿Se necesitan muchos vales de esta casa para poder adquirir un aparato de radio o una lavadora eléctrica?

Antes eso no ocurría. Lo que incitaba a decidirse por tal o cual producto era su mejor calidad o su más bajo precio. Las amas de casa comparaban ambas cosas de entre las diferentes marcas que se les ofrecían y optaban por la que a su juicio les resultaba más conveniente.

Esto no quiere decir que ahora se comercie con materiales de inferior calidad, ni tampoco quiere decir que no es posible que así sea. Pero sí demuestra que los viejos sistemas de com-

petencia están en desuso y que, más que por la bondad de un artículo o por su economía hay una parte de público que se le gana con promesas y dando pábulo a sus ilusiones.

Este proceder nos recuerda aquellos tiempos en que se publicaban aquellas interminables novelas por entregas, al final de las cuales el suscriptor recibía como recompensa un cuadro o un reloj de consola de estilo tan anacrónico como la misma novela y el lector que la seguía.

Por otra parte, nada hay que objetar si hay un público que requiere ser tratado así y ello no reperente con menoscabo de los intereses de los consumidores en general. Pero ante tanto regalo como se nos ofrece, uno se pregunta: ¿No sería mejor que en vez de obsesquiarnos con lo que no solicitamos se nos mejorara la calidad y el precio de los artículos que compramos y por los cuales nos hacen el obsequio?

Xavier

(Viene de la página 1)

— Esté segura de que ese es también nuestro deseo.

Doña Araceli Márquez me acompaña hasta el coche. Antes me ha enseñado unos poemas muy expresivos, dedicados a doña Purificación Sainz de Goya por famosos vates de la época. Lástima que la escasez de espacio no nos permita transcribirlos.

Y lástima también que no seamos poetas para volverla a cantar.

Florencia M.<sup>a</sup> Ortiz

## MISCELANEA

Los asiduos concurrentes a nuestras salas de cine habrán visto colmado su afán de variedad en el espectáculo. En menos de tres semanas se han dado cita en nuestras pantallas el refrito histórico, la película de acción, el melodrama italiano, la comedia inglesa...

La gente se agolpa para ver una especie de Cinemascope instalado en nuestro feudo, Cinemascope desenfocado, monstruoso, e incómodo. Sobre todo a mí, que no lo he visto hasta ahora, me ha dado la impresión de un lamentable quiero y no puedo... aunque si pueden aumentar las butacas a precios desproporcionados a la comodidad que procuran. Posiblemente un sillín de bicicleta de carreras sea más cómodo que las butacas, — malas sillas de tortura — de nuestros locales.

Así, sentados en dichas malditas sillas hemos podido ver deambular por la pantalla un «ATILA» fabricado en Hollywood, y precisamente por torturados guionistas, que pretenden hacernos creer que el «azote de Dios» tenía un alma poco menos que neoplatónica. Ciertamente que Atila, al final de su vida, en la realidad histórica, destruyó un tanto su leyenda de crueldad y su monstruosa grandeza: cierto que se volvió un aprendiz de político, pero en la versión que nos dan los fabricantes yanquis poco falta para que cree un asilo de pájaros reumáticos y perros abandonados. Jack Palance tiene el rostro de Atila, pero no convence lo más mínimo. La entrevista con el Papa León es de lo más risible que hemos presenciado en Cinemascope y en cine a secas... ¡Vaya por Atila!

También hemos visto «MAÑANA SERA OTRO DIA», en la que Leonide Moguy intenta reverdecer el éxito conseguido por «Mañana será tarde». Lo que apuntamos al hacer la revisión del film últimamente citado

vale ahora; sin Vittorio de Sica, «Mañana será otro día» es una película sin nervio, bastante desagradable en la que el mismísimo Arnoldo Foa parece un personaje de cartón, y conste que hablamos de un gran actor italiano. Pier Angeli está tan mal doblada como siempre, y Anna María Ferrero, que entonces era una niña, lucha con bravura en un papel que es lo único destacado de la película. Quiero decir que, como la comparación surge involuntariamente, nos quedamos con «Mañana será tarde».

Finalmente, aun cuando cronológicamente es la más alejada de las películas de que hoy hablamos, hemos de mencionar «Trágica información», un estupendo film de acción, cuya íntima estructura recuerda poderosamente «Brigada 21», y que no cede a dicha agobiante producción en muchos puntos Broderick Crawford demuestra una vez más que es un actor de fuerte personalidad. Aparte de ello John Dereck, fué saludado en la sala por una ovación del concurso femenino. Hay toda una teoría a desarrollar sobre los «baby faces» del cine: recuerden el caso Ty Power. Los pillines se llevan a las mujeres de calle. La película es un brillante ejemplo de «suspense», sin el agobio de las limitaciones de espacio, aun cuando de habérselo propuesto, el director hubiera podido realizarla con un solo decorado, el interior de la redacción. Los que quieran aprender a hacer guiones, que se fijen en la escasez de paja de una película como «Trágica información», de la que únicamente no nos gusta el final, apañado e innecesario.

Y esto es todo por hoy señores, como dice Lasplazas. Mañana será otro día.

J. Vallverdú. A.