

# 4° Simposium Anual sobre Nueva Investigación en Cultura Material “Stuff and Things”

Junio 2009, Centre for Research and Development  
University of Brighton, Inglaterra.

Ponencia:

## **Viendo el mundo con nuevos ‘lentes’ de colores: los televisores en las propagandas de los años sesenta en Gran Bretaña.**

Autor:

*Rafael Ignacio Lacruz Rengel*  
Universidad de Los Andes, Venezuela.

Disponible en:

[http://webdelprofesor.ula.ve/arquitectura/rlacruz/ponencias\\_recientes\\_archivos/televisores\\_resumen.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/arquitectura/rlacruz/ponencias_recientes_archivos/televisores_resumen.pdf)

*Resumen:*

La televisión británica se ha caracterizado históricamente por ser distinta de las del resto del mundo. En un intento por describirla una vez se comentó que se encontraba entre la poco regulada televisión norteamericana y el muy controlado sistema que existió en la desaparecida Unión Soviética (Cain, 1992: 10). De hecho, todo el sistema de televisión británico se mantuvo como un servicio público monopólico del Estado hasta 1955 cuando la televisión comercial fue finalmente conquistada. Si la década de 1950 giró en torno a la idea de “democratizar” la televisión británica, la década de los sesenta se concentró en la creación de nuevas opciones para los televidentes y la exploración de maneras de poner en práctica desarrollos tecnológicos que ya habían sido vistos en otras partes como las transmisiones a color. Estas circunstancias trajeron consigo nuevas preocupaciones para el panorama televisivo británico desde el punto de vista tanto del diseño/producción como del consumo de artefactos de televisión. Las preocupaciones del público, en particular, fueron curiosamente abordadas por las propagandas de la época en una industria que desde sus orígenes había sido una mezcla de fabricantes nacionales y transnacionales de televisores. Este trabajo ofrece una breve aproximación a la manera como las propagandas impresas del *Sunday Times Magazine*, publicadas durante la década de los sesenta, abordaban tales preocupaciones y reflejaban las circunstancias históricas.

*Palabras clave:* Diseño de televisores, propaganda, nueva tecnología, 1960, Reino Unido.