

Genda
femenina



**Rita
Pavone
es feliz**

(Amplia entrevista en páginas centrales)



léalo en
el número de Mayo de la Revista

? **COMO CAZA** **?**
LA ESPAÑOLA
SU MARIDO

meridiano

Un refugio para sus cinco años

HOY hemos pensado en ese rincón independiente que ese pequeño suyo empieza a necesitar. Con muchos cálculos, variando un poco la distribución de la casa, usted ha conseguido conquistar una habitación para él. La

verdad es que está contenta y llena de ilusión; aunque también un poco preocupada; ¿cómo decorar ese espacio pequeño, pero bien ventilado —el mejor ventilado de la casa— sin hacer un fuerte desembolso? La verdad es que sus pesqui-

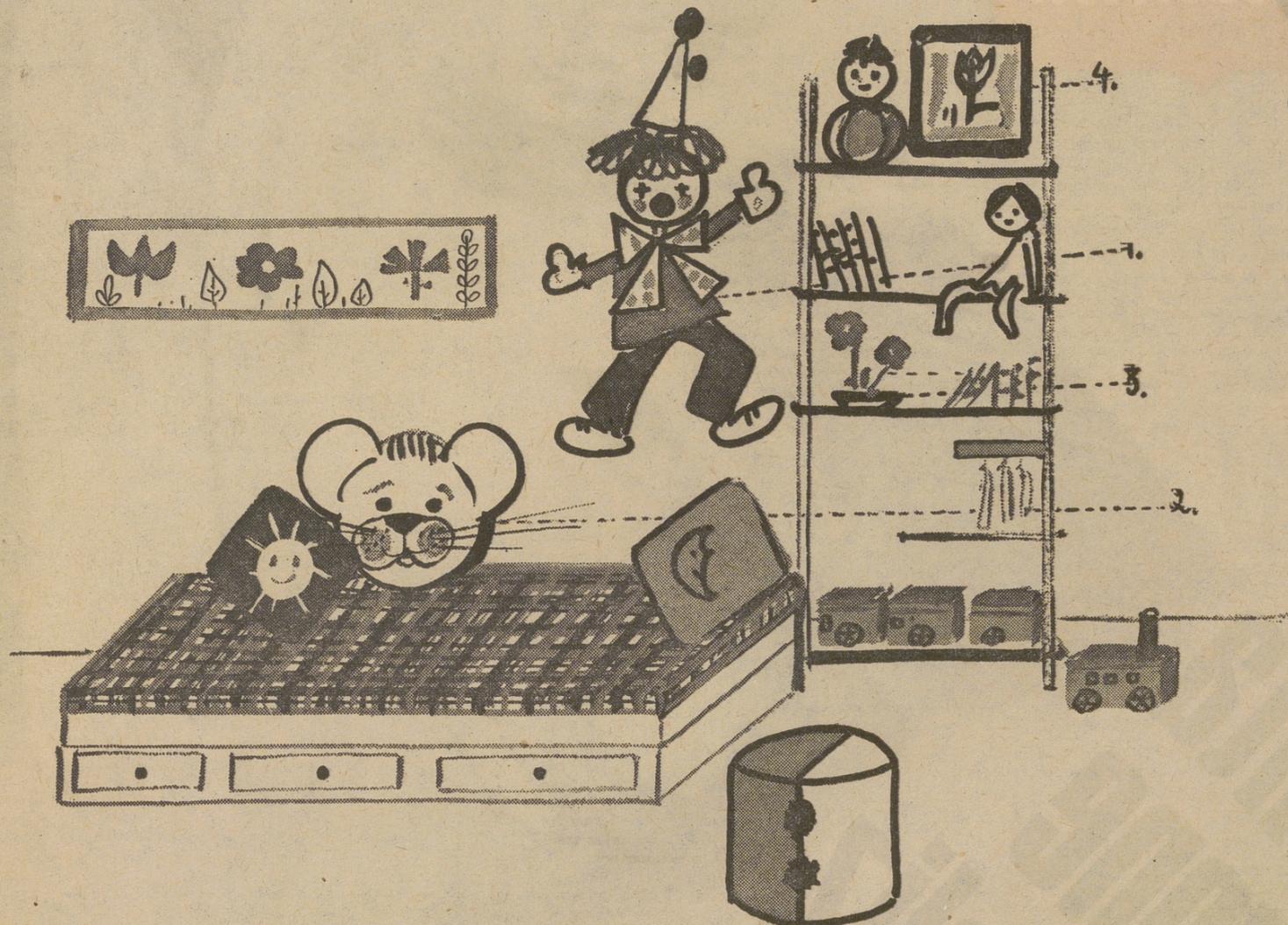
sas han sido francamente deprimentes; cualquier un mínimo de encanto, mueble, una cama con cuéstan una fortuna. Luego vienen las paredes, unas paredes que usted desea decorar con mucho color y alegría, pero sin rápidamente pierde ac-

ese infantilismo que tan tualidad. Un niño de dos o tres años se hace de repente un hombrecito que desprecia los empapelados niños y los grabados de recién nacido. Nosotras hemos pensado despacio en su problema y —con rigurosa

exclusiva— la proponemos un trabajo de cierta envergadura, pero extraordinariamente lucido.

¿DE CUANTAS PIEZAS CONSTA LA HABITACION?

La cama.—No es más que un mueble de made-



ra muy bajo con colchón de muelles. Sobre él, van las piezas necesarias para dormir: colchón, sábanas, mantas... Cubre el pequeño mueble una colchoneta de goma-espuma muy fina, forrada con tapicería escocesa y sobre ella, con el fin de acentuar el efecto de diván, se han colocado tres almohadones: la cabeza de un tigre y las representaciones del Sol y la Luna.

Sobre la cama. — Un cuadro realizado con telas de fieltro y enmarcado con sencillos listones de madera rústica.

La librería.—Cuatro tablas colocadas en unas barras de hierro forjado; ésta es la sencilla librería de la habitación de su pequeño; usted puede adquirirla en cualquier almacén o establecimiento de muebles sencillos y por muy poco dinero. Estas estanterías se pueden adornar con algunos de sus más decorativos juguetes y con otros objetos que nosotras proponemos como labor de estos días. Veamos.

Primavera: MODA-SPORT



Traje pantalón de estilo militar, en lana de cuadros muy clásicos. El cuello, las tapetas y los botones son de cuero negro. El chaleco, de lana roja, es cruzado, con cuello muy militar. Sombrero de charol negro y zapato-bota blanco.

LAS salidas al campo, huyendo del antipático asfalto, de los Metros y autobuses abarrotados y de los paseos inhabilitados por el aparcamiento de coches, nos son necesarias a todos. Por otra parte, inauguramos un tiempo realmente tentador para la práctica del excursionismo, donde los paseos largos tienen una importancia decisiva para la eficacia de estas salidas.

Los horizontes despejados, sin humos ni chimeneas y sin ruido de máquinas, son una necesidad para los nervios del hombre moderno y conviene mucho aprovecharlos y disfrutarlos cuanto sea posible.

IR A LA MODA, UN ATRACTIVO MAS

No es que consideremos que lo más importante en estas excursiones, o "week ends", como dicen los ingleses, consista en vestir

los "últimos gritos" de la moda del sport; pero sí hay que reconocer que pueden ser un estímulo más. Sería buena cosa, además, convencerse de que no resulta inasequible ni siquiera ca-



Conjunto muy confortable y cómodo para esos paseos por el campo que nos brinda la primavera.

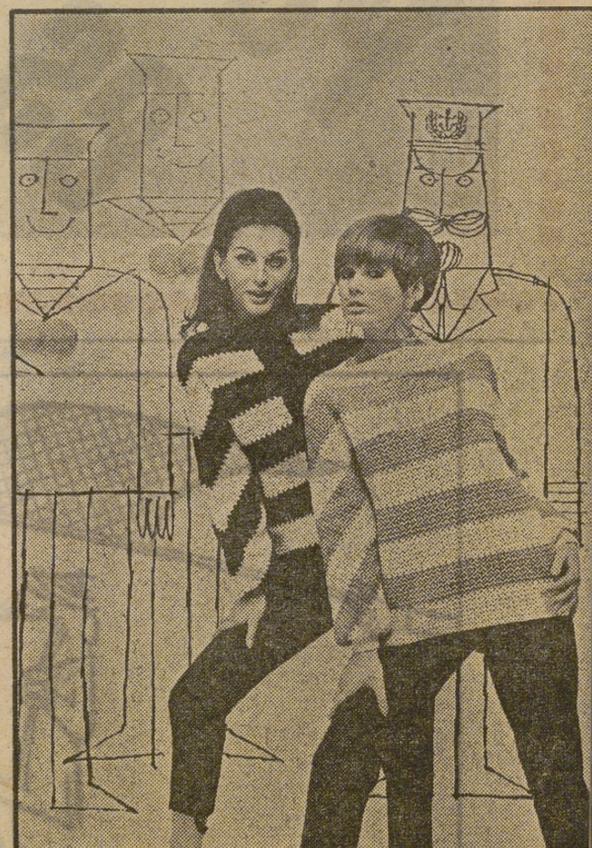
ro ir a la moda. En realidad para vestir a la moda lo único necesario es conocerla bien. Entonces sí es posible sacar un nuevo partido a cosas menos nuevas y conseguir un éxito de cada prenda que se estrena.

CONJUNTOS DE PRIMAVERA

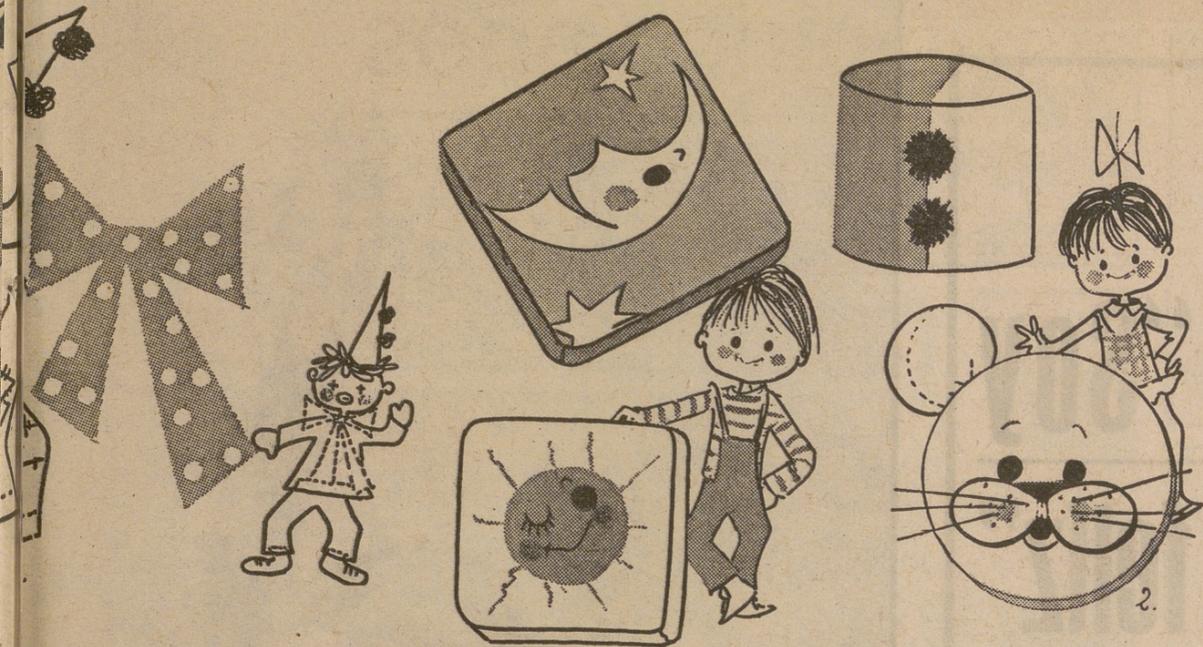
— Siguen en pie los trajes pantalón. Las lanas de esta primavera son muy alegres, aunque clásicas, sobre todo en estas prendas de excursión.

— Los suéters de lana gruesa están especialmente indicados para una época del año que se caracteriza por los cambios bruscos de temperatura. La actual moda-sport lo ha tenido en cuenta, y propone unos jerseys muy alegres y favorecedores.

— Con el pantalón alternan las faldas-pantalón. Son cortas y de formas muy graciosas y femeninas, dentro de la comodidad que lógicamente debe regir estas faldas.



Suéters cómodos, amplios y muy confortables. Las rayas blancas y rojas en uno, y blancas y azul marino en otro. Llamamos la atención sobre las mangas: en los dos jerseys presentados las rayas al bies.



1 EL PAYASO.—Como puede observar-se, este muñeco de fieltro —no excesivamente relleno, pero sí de un grosor de cuatro o cinco centímetros, la altura no debe exceder el metro— consta de: cabeza, cuerpo y dos manos, pantalón y dos pies y se remata con un pomposo lazo y el típico sombrero de cucurucho. En el dibujo puede comprobarse lo fácil que puede resultar su realización:

- Hacer una cara plana, rellenarla y moldearla con unas puntadas, las mismas que señalan las cejas y los ojos. Con un pequeño trozo de fieltro rojo se forma la boca. Por fin, se colorea, se pintan unas pecas y, con gruesa lana negra o rubia y una aguja, se forma el pelo.

- Las demás piezas del payaso son muy fáciles y no presentan mayores dificultades.

2 LOS ALMOHADONES.—Creemos que la cabeza del tigre es quizá la más graciosa pieza de esta decoración.

- Hacer dos círculos de fieltro del tamaño que se desee y unirlos entre sí con una tira del grosor del círculo de goma-espuma. Después de forrar con ella la goma-espuma, ir aplicando las distintas piezas que forman la nariz, boca, etc., del animal, cada una del color más idóneo.

3y4

- El almohadón que representa el sol, lo mismo que el que representa la luna, es cuadrado y de un solo color. Sobre ellos se van aplicando las piezas recortadas como indica el dibujo. Con lanas de distintas tonalidades se van bordando y realzando los perfiles de los dibujos.

EL CENTRO DE FLORES Y EL CUADRO.—Estos adornos pueden hacerse también con fieltro o con madera, aunque esto último exige el conocimiento de una técnica. También podrían intentarse con cartones gruesos y duros, a los que es necesario cortar con alguna navaja fuerte y muy afilada. Después se pinta el cartón con pintura al temple.

EL TREN.—Capítulo aparte merecería la estupenda idea de decorar la habitación de un niño con un tren formado por cajas de zapatos forradas de fieltro. Las chimeneas, ventanas, etcétera, se forman aplicando fieltros negros, marrones, etc. Lo realmente bueno de esta idea es que las cajas pueden servir para guardar los zapatos del niño. Si la aplicación de las cajas quiere variar de objetos, pueden encargarse de madera y del tamaño necesario. De esta forma se puede conseguir una segunda utilidad, ya que el niño, o los niños, pueden sentarse sobre los vagones del tren.

LO QUE LE INTERESA

¿COMO CAZA LA ESPAÑOLA SU MARIDO?

EL SISTEMA DE JURADOS: DOCE HOMBRES BUENOS

TRES JUGADORES DE CROQUET

Por TENNESSEE WILLIAMS

EL MONO, ESE DESCONOCIDO

LA VIDA EN EL ESPACIO

Por WERNHER VON BRAUN

LOS OTROS HOMBRES DE UNA MUJER

LA TIERRA INVADIDA: 4.000 MILLONES DE HABITANTES

¿DONDE?

En el número de mayo de la revista

meridiano

"Toilettes" Intermedias entre primavera y verano

Hay que prever y pensar en alguna "toilette" de trabajo, oficina, Universidad, que favorezca poder ir vestidas con alguna comodidad durante las semanas de tránsito entre la primavera y el verano, que en algunas ciudades de España resultan desconcertantes. Los abrigos y trajes de verano, aunque ligeros, calientes, y el vestido en sí resulta sofocante o insuficiente por las tardes y los atardeceres si las telas son decididamente veraniegas.

Los dos conjuntos pueden ayudar a decidir a las chicas. Los dos son creaciones de Kiki Blom y están fotografiados por Gun-Larsson.



Falda de lana muy fina en un tono naranja y chaqueta de pana de algodón del mismo color, algo más oscuro. Se cierra la chaqueta por medio de una cremallera diagonal, que permite desbocar el cuello en las horas de sol y subirlo, de forma que resulte mucho más abrigada y confortable, por las noches. La misma idea ha regido el dos piezas de gruesa gabardina estampada en amarillo.

Un año después de la visita

de EL ALCAZAR a Villa Pavone

Rita Pavone: "Soy completamente feliz"



- "Creo haber alcanzado un lugar que me permitirá mantenerme"
- "Mi aire de niña es, al tiempo, una ventaja y un inconveniente"



Un año después de su última visita ha vuelto Rita Pavone. La muchacha de la que hace cinco años se decía que era "flor de un día" continúa siendo figura de primerísima línea. Rita ha vuelto como siempre: con su alegría, con su juventud, su fama, su estilo personalísimo... y con Teddy Reno.

No puedo ni quiero negarlo: Rita Pavone es una de mis debilidades en el terreno artístico, sobre todo desde que tuve la oportunidad de visitarla en su casa de Ariccia como enviado especial de EL ALCAZAR. Desde entonces creció mi admiración por ella y se inició una amistad que me llevó a Prado del Rey para presenciar su ensayo para "Gran Premio".

—Mira quién está aquí.

Así me recibió, al tiempo que se dirigía a su madre y me señalaba. Junto a ambas, Teddy Reno, el hombre que la lanzó a la fama, su "manager" de siempre, con el que parecía haber habido ciertas divergencias.

—Teddy, ¿qué pasó?

—Nada; fue sólo un malentendido que duró dos meses. Pero ya está todo arreglado.

—Y ahora, ¿como siempre?

—Sí, con la cordialidad y amistad de costumbre.

Feliz

Para el público, Rita Pavone será siempre la misma: la muchacha de aire infantil, cargada de ritmo, tremendamente juvenil. Y así es en realidad. Apenas hay diferencia entre la chiquilla de diecisiete años que conquistara el triunfo el 1 de septiembre de 1962 en la Fiesta de los Desconocidos de Ariccia y la estrella de veintidós años que ahora nos ha visitado nuevamente.

—¿Qué diferencia hay entre la Rita de hace cinco años y la de ahora?

—Muy poca. Quizá hoy esté más madura como artista

y me siento más alegre —¿Eres feliz?

—Sí, completamente. No tengo motivos para no serlo.

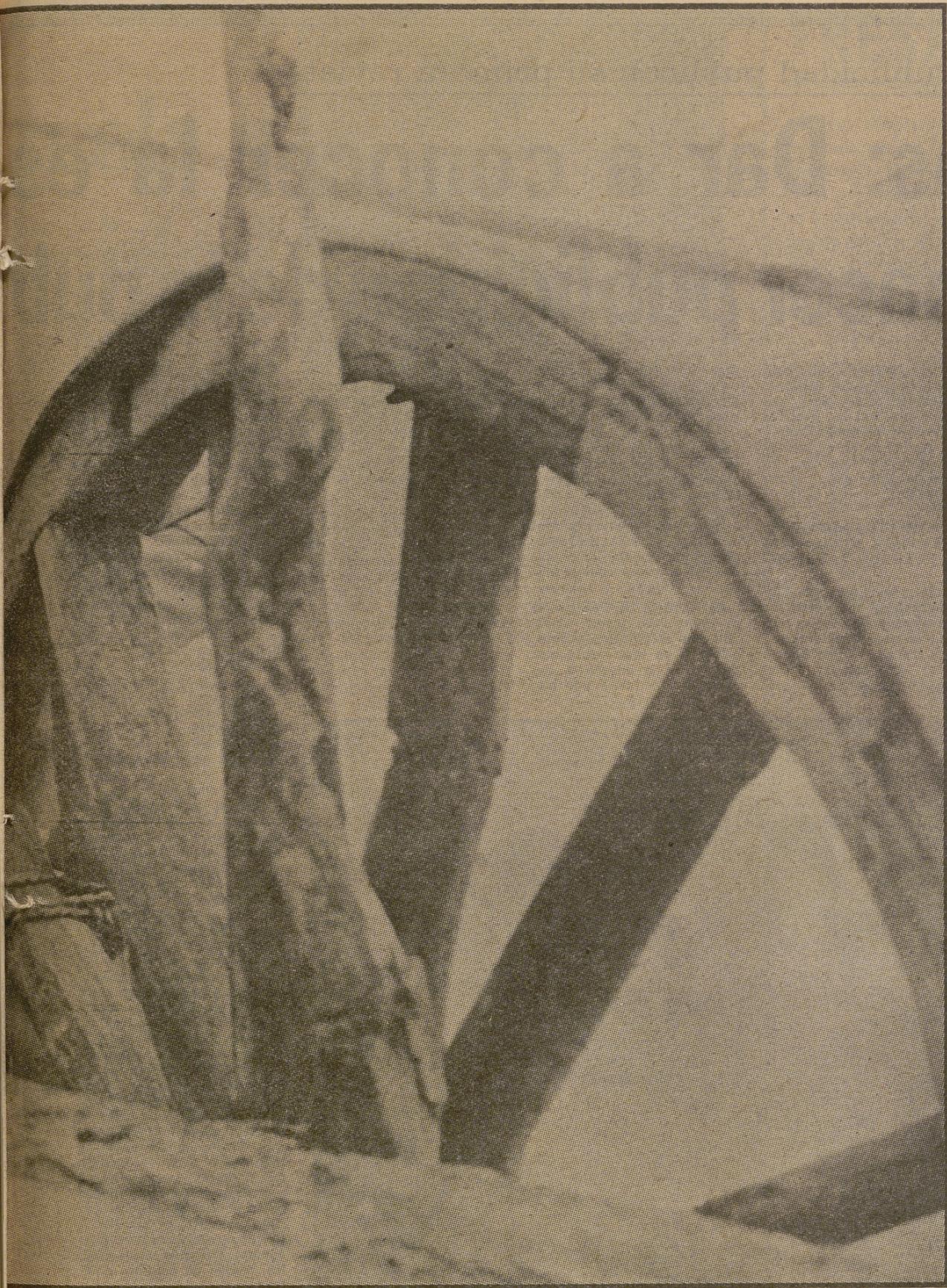
Rita, en realidad, es la misma de siempre: optimista, alegre, dinámica al máximo, nerviosa en extremo sin parar un momento en sus gestos. Sus grandes ojos se mueven constantemente. Quizá hay en ella algo nuevo: un aire de mujer formada. Su conversación resulta más profunda, su forma de ver las cosas, más seria. Pero permanece en el aire infantil.

—En cierto modo, tienes sus ventajas y sus inconvenientes. Ante la gente sigues siempre joven. La desventaja nace en el mismo punto, pues siempre me ves como una niña.

Evolución

Cinco años de triunfos "superventas" de discos, cuatro películas en su haber, Rita ha conquistado el lugar de los privilegiados.

—Es mucho más difícil mantenerse que "saltar"



**"LOS
OTROS
HOMBRES
DE
UNA
MUJER"**

**Léalo en el
número de Mayo
de la Revista
meridiano**

un disco inicial, se pue-
vender millón y medio
copias. Para mí, lo inte-
nte es haber conseguido
cada disco mío venda
cientos u ochocientos
ejemplares, sin que im-
e ya el momento.

Rita, tu eres una can-
estadamente juvenil, ¿y
ambia la moda?
creo que sabré ir de
rdo con cada momen-
como he hecho hasta

dentro de cinco
cuando ya no puedas
entarte como una chi-
a?

¿a veremos. De mo-
o, eso no me preocupa.
l cine, por ejemplo, ya
tan ofrecido papeles se-
dramáticos.

Y si el público te reti-
a afecto?

creo que sabré retirar-
antes de que eso suceda.

Sería ese el único mo-
para dejar de cantar?

o. Podría serlo cual-
a auténticamente se-
Por ejemplo, el matri-
o.

unque yo pienso
el verdaderamente hu-
por medio un gran

mi marido no me pe-
me abandonase algo
constituye toda mi vida.

—¿Has pensado en el
amor?

—Sí, como todas las mu-
chachas. Pero sin prisas.
Ya llegará.

—¿No te cansa la vida de
artista?

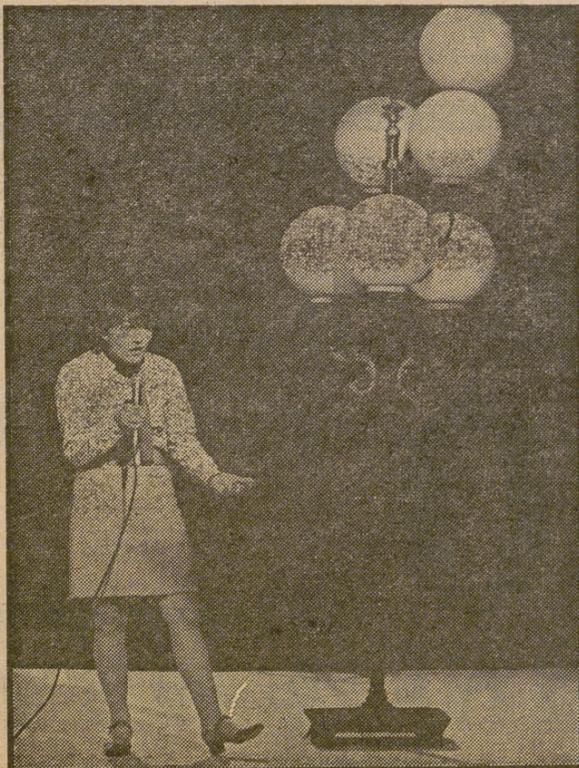
—A veces, sí. Pero, ge-
neralmente, me divierte.
Aunque me gusta también
poder pasar algunos días
en Ariccia, o en Fregene,
donde me he hecho una ca-
sa junto al mar.

—¿Cómo ves tu porvenir?

—Con optimismo. No pien-
so en lo que puede pasar
dentro de cinco años, aun-
que sé que se me puede
plantear el problema de to-
das las figuras jóvenes.
Porque a mí, estoy segura,
la gente seguirá viéndome
siempre como una niña. Y
me casaré y tendré hijos,
y mis amigos seguirán atu-
sándome el pelo y dicién-
do: "qué mona".

En efecto, ésta es la im-
presión que produce siem-
pre: la de la niña revoltosa.
A sus veintiún años, Ri-
ta Pavone es todavía un
estallido de juventud, uno
de los grandes fenómenos
del mundo del disco.

Jesús G. MOLPECERES
(Fotos CALIZ)



Los alumnos de la E. O. de Publicidad publican su primera revista

Los objetivos: Dar a conocer la escuela y hacer publicidad de la publicidad

La palabra inglesa "marketing" tiene un poder casi mágico para estos diez alumnos de la Escuela Oficial de Publicidad que me rodean. Su sentido, quizá demasiado amplio, no puede contenerse en una rápida explicación, y pido una documentación mayor. Verdaderamente esto del "estudio del mercado" o mejor conocimiento del mercado debe ser la piedra angular de toda su formación profesional, y ellos lo saben.

Hay tanta inquietud sana por saber en estos chicos, que me alegro haberlos conocido. Tienen cariño a la escuela, a la que han titulado como "modelo" en el mundo de las enseñanzas publicitarias. "Con este título fue proclamado nuestro plan de estudios el año pasado en el Congreso Internacional de Méjico."

—Bien, pero... no me diréis que los Estados Unidos, por ejemplo, no tienen nada que enseñarnos.

—Muchos de nuestros profesores se han formado, o, mejor dicho, han cimentado sus propias ideas sobre la publicidad en España en distintas escuelas americanas. Por supuesto, son ellos los reyes de la publicidad; pero esto no quiere decir que lo suyo no sea incluso superable. Por ejemplo, ninguna escuela americana tiene, como nosotros, cuatro agencias experimentales en la estructura de enseñanzas. Por fortuna, nuestra forma-

ción es fundamentalmente pragmática, sobre todo el segundo y tercer año. Los americanos son los grandes teóricos de la publicidad, y está contenida en el primer año de la carrera, que, en cierto sentido, es el curso más difícil.

"CREATIVIDAD", UNA REVISTA HECHA POR FUTUROS TECNICOS

Aunque considero muy interesante dar a conocer las profesiones nuevas a los muchos lectores y lectoras jóvenes de EL ALCAZAR no es hoy esta nuestra intención; por lo menos la pri-

mera intención. Los alumnos de la Escuela Oficial de Publicidad van a lanzar al mercado el primer número de una revista que sea, en los medios publicitarios, portavoz de la escuela. Y esto sí es noticia. Hasta llegar a la fase de inminente realidad en que se encuentra lo que durante muchos meses ha sido sólo proyecto, ha habido que dar demasiados pasos y esto merece elogiarse y darse a conocer.

La Escuela de Publicidad es demasiado joven —este año sale la primera promoción— y es importante que se tenga en cuenta a los alumnos. La lucha por im-

poner una cualificación titulada en estas nuevas profesiones viene dando mucho que hacer. Usted misma lo habrá experimentado en el periodismo. Este de la revista puede ser un órgano eficazísimo y por él hemos luchado seriamente.

Francisco Miguel áñez, alumno de segundo curso, es el promotor y director de la revista. Le secunda Ramón Osete, como subdirector, y un cuadro de cuatro redactores: Adoración Arranz, Javier Suso, Adolfo Llamas y Clemente de Diego. El departamento de distribución y venta está formado por May Blanco, Juan

Velón y Fernando María Molero. Hay, ¡cómo no!, una secretaria de redacción, Guadalupe Alba, alumna de primero y pieza clave, imprescindible en toda revista, y ella está muy contenta con su cometido.

Ante mí, una maqueta perfectamente cuidada, hecha con verdadero sentido de la publicidad.

—El Ministerio ha exigido para la subvención de nuestra revista que no lleve publicidad; pero esto no es un contrasentido. La nuestra es la publicidad de la publicidad.

—¿Tirada?

—De dos a tres mil en principio.

—¿Periodicidad?

—Mensual.

—¿Precio?

—Unas cuarenta y cinco pesetas.

—¿La comprarán?

—Sí; si funciona el departamento de distribución y venta, que cuenta con un estupendo elemento en Juan Velón. De este primer compromiso son ellos los únicos responsables. Después, la venta y el aumento de tirada se mantendrá por el interés de la revista.

—¿A quién va dirigida?

—A las agencias publicitarias y a los departamentos de publicidad de las empresas. Ahí están nuestros futuros puestos de trabajo y queremos darnos a conocer.

—¿Es éste el objetivo de la revista?

—Es uno de los objetivos. ¿Por que no? Pero ni es el único ni el primero. Deseamos dar a conocer nuestras inquietudes y en la medida de nuestras posibilidades contribuir al mejoramiento de la publicidad en España. Esto siempre es posible a través de nuestras investigaciones, trabajos trimestrales, viajes de estudio, etcétera.

—¿Queréis citar alguna sección de la revista?

—Se abre con un editorial, no faltarán estadísticas y trabajos de investigación de mercados; por supuesto, una serie de temas libres... Ten-



En primer término dos redactores de la revista: Adolfo Llamas y nuestra entrevistada, Adoración Arranz. El departamento de distribución y ventas aparece completo: Fernando María Molero, May Blanco y Juan Velón. Ante la máquina, María Guadalupe Alvaro, secretaria de redacción. El ambiente de unidad, de compañerismo y de trabajo no es algo solamente preparado para la fotografía. Estos chicos prometen.

MUNDO

INTERNACIONAL

15 pts

REVISTA GRAFICA SEMANAL
DE INFORMACION MUNDIAL

Escuela y Publicidad

drá dos secciones críticas comentando algún fallo y la campaña publicitaria mejor hecha dentro de los distintos medios.

ADORACION ARRANZ HABLA A LAS LECTORAS DE "AGENDA FEMENINA"

—Cuando se tropieza con estudiantes como estos de la Escuela de Publicidad, entran ganas de estudiar lo que ellos estudian y trabajar en lo que ellos tanto desean trabajar; verdaderamente el entusiasmo es comunicativo. Adoración Arranz, alumna de segundo, se somete a mis preguntas.

—¿Tiene la mujer gran porvenir como publicitaria? —Yo creo que tanto como el hombre; para unas cosas ellos están más dotados, pero para otras muchas lo estamos más nosotras.

—Por ejemplo. —Bien; en este momento todas las campañas de publicidad están realizadas por hombres y yo creo que es notoria la falta de elegancia y sensibilidad de algunas de ellas.

—¿A qué se debe esto? —La cosa es compleja; puede ser sencillamente porque el hombre, de manera general, es más burdo —y no quisiera ofenderles—. En otros casos se deberá a que se buscan motivaciones demasiado primarias, y ya no estamos en la época de las cavernas; creo que esto podría espiritualizarse e intelectualizarse un poco más. Claro que en este criterio fácil de la profesión podemos caer nosotras lo mismo que ellos.

—¿Crees que la búsqueda de motivaciones lo haremos mejor nosotras?

—No es exactamente eso, ya que depende sobre todo del sano criterio que cada uno tenga de la psicología humana y de la dignidad que quiera dar a sus campañas.

—¿No estás conforme entonces con el criterio actual en este sentido?



Francisco Miguelañez, alumno de la Escuela Oficial de Publicidad. Es el promotor y director de una revista, "Creatividad", que será portavoz de la escuela en las empresas de publicidad y en los medios publicitarios.

—Creo que la publicidad está demasiado erotizada y pienso también que podrían buscarse con más cuidado las motivaciones.

—¿Dime, por ejemplo, en qué estímulos basarías tú la campaña de un cosmético femenino?

—Caramba, esto es todo un examen. Sin descartar el deseo de agrandar creo que la basaría, sobre todo, en el éxito social, profesional que puede proporcionar la belleza. Esta, en nuestro tiempo, puede ser una motivación colosal que sin duda rebajaría el clima erótico en que está sumergido este tipo de publicidad.

—¿Querías decir algo más sobre este importante tema del uso de los estímulos humanos en la publicidad?

—Bueno, no querría caer en moralismo, pero la verdad es que en la intimidad de todo ser humano se produce una doble vertiente; algo que tira hacia abajo, pero también existen tendencias naturales que tiran hacia arriba. Un ejemplo podría ser la estupenda campaña de "Piense en los demás", que está teniendo un éxito asombroso. Y no es más que porque todos nos sentimos estimulados por la generosidad.

—De acuerdo. Dinos ahora ¿cuál es tu cometido en la revista?

—Me ofrecí para lo que me necesitaran y he sido

seleccionada como redactora.

—¿Firmarás algo en este primer número?

—Procuraré tener a punto el trabajo de clase sobre marketing. Es una estadística de la inversión publicitaria en España.

—¿Dentro de la profesión, qué especialidades ves como más idóneas para la mujer?

—En principio todas. Creo que estamos muy dotadas para el grafismo o arte comercial, la redacción de textos publicitarios y, sobre todo, para las relaciones públicas.

—Y tú, ¿en qué piensas especializarte?

—Seguramente en arte comercial. Siempre me ha gustado el dibujo y después de toda la formación recibida creo que podré darle toda la carga publicitaria que necesita.

—¿Cuántos años de carrera?

—Tres para graduarnos como técnicos publicitarios. Es posible que pronto se inicien dos años de especialidad.

—¿Requisitos para matricularse?

—Bachillerato superior y superar un examen de ingreso.

—¿Difícil?

—Yo lo he superado y estoy segura de que sus lectoras lo superarán también.

Anina MOURIZ
Fotografías Luis OLLERO

FRESAS EN CONSERVA

Pocos años se ha presentado el mercado de la fresa y el fresón como este 1967. Y si esto ocurre a las pocas semanas de inaugurarse la temporada, es de esperar que pronto resulte no sólo posible, sino hasta económico el prolongar la temporada con unas conservas del exquisito fruto.



MERMELADA DE FRESAS

INGREDIENTES:

Fresas finas 1 Kg.
Azúcar 1 Kg.

Preparación

Escoger bien las fresas muy pequeñas, ponerlas en un colador, lavarlas y quitarlas los rabillos.

● Después de espolvorearlas de azúcar, se dejan en reposo varias horas. Pasado ese tiempo, se escurre el jugo que suelten y se cuece el tiempo necesario hasta que espese.

● Cuando empiece a espesar, se agregan las fresas y se cuece todo junto durante cinco minutos.

● Para que se enfrien mejor, se deben mover con una cuchara, pero cuidadosamente; con el fin de que las frutas queden enteras.

● Con los nuevos cacharros de plástico, especiales para conservación de alimentos, el envasado de estas mermeladas se simplifica mucho. De todas formas recomendamos lavarlos muy bien previamente y colocar en la boca un papel de barba. Después, asegurarse bien de que el recipiente está perfectamente cerrado.

NOTA: En semanas siguientes daremos nuevas recetas de fresas y fresones.

FRESONES EN AZUCAR

INGREDIENTES:

Fresones... 500 grs.
Azúcar..... 400 grs.
Agua..... Un cuarto de litro
El zumo de un limón no muy grande

Preparación

Disolver en el fuego el azúcar y el agua. Aparte, mezclar los fresones bien lavados y partílos en trozos con el zumo de limón.

● Cuando empiece a cocer el agua con el azúcar añadir los fresones y el limón y dejar cocer durante quince minutos, sin dejar de revolver.

● Retirar del fuego y seguir removiendo durante diez o doce minutos.

● Proceder al envasado como hemos explicado en la primera receta.

LA TIERRA INVADIDA

4.000 millones de habitantes

Léalo en el número de Mayo de la Revista

meridiano

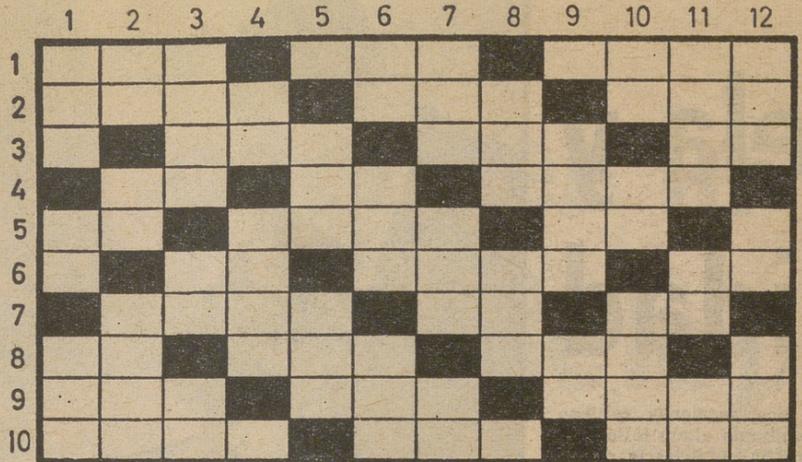
Largo y divertido FIN DE SEMANA

Por Pedro OCON DE ORO



GRAFOGRAMA

Combinense las iniciales de los nombres de las figuras contenidas en el recuadro, de forma que resulte EL APELLIDO DE UN CELEBRE FILOSOFO ALEMAN.



CRUCIGRAMA SILABICO

(Cada casilla está ocupada por una sílaba)

HORIZONTALES.—1: Censo de las fincas de un país. Raíz de una planta americana que se usa en medicina como purgante. Excitación o incitamiento para hacer algo.—2: Cavara una cosa por debajo. Familiarmente, diversión, bulla. Servía de modelo a un pintor.—3: Repetido, canción de cuna. Nombre que se da al vino absorbido por la madera de las cubas. Permanece en un lugar. Espacio de tiempo de corta duración.—4: Entre los antiguos romanos, dioses protectores de la casa u hogar. Lo que se da como fianza de un pago. En plural, nombre que se da a los hoyos que dejan las viruelas en el rostro.—5: Abonar una cantidad. Crecida impetuosa de un río. Parte plana de una piedra preciosa labrada. En sentido figurado, juzgó.—6: Comparativo. Aleó dos metales. Señalaron el valor de una cosa. Unidad de medida de la leña, el carbón, etc.—7: Vino de Jerez muy fino y delicado. Dice juramentos. Río del Paraguay.—8: Domestizada, que no es salvaje. Hierba polygonácea común en España, cuya raíz se usa como laxante. Tela de lana de granillo. Preposición.—9: Municipio de la provincia de Castellón de la Plana. Familiarmente, afluencia grande de una cosa. Repulsivo, repugnante.—10: Moluscos cefalópodos. Nombre propio de mujer. El que vende lotería.

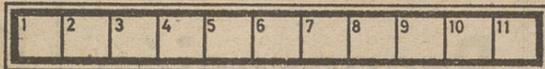
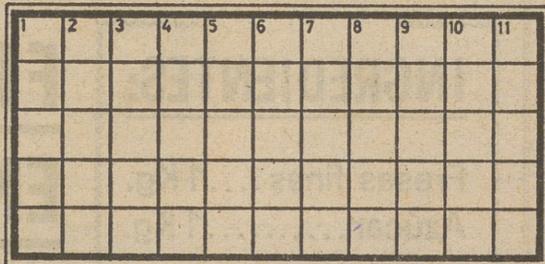
fiol. Familiarmente, campesino, rústico. Sustancia crasa de la leche.—2: Garito, casa de juego. Sitio donde se pisa la uva. Puentecillo ligero.—3: Poetas provenzales de la Edad Media. Pez marino del orden de los escuálidos, de piel áspera. Río de Chile, en la provincia de Tacna.—4: Dícese de la tela que tiene sus fibras muy separadas. Que predije desgracias sin fundamento. Cabeza de ganado.—5: Trompeta china. Título que llevaba el virrey de Egipto. Programa, cuestionario.—6: Piedra lisa. Que contiene una sustancia astringente que se encuentra en algunos vegetales y se emplea para curtir las pieles. Demostración afectada de cariño.—7: Interrumpiré. En las lenguas declinables, caso gramatical que indica la atribución. Fruto de la palmera.—8: En femenino, mono de nariz muy grande propio de Borneo. Balsa de madera que sirve en los ríos para transportar mercancías. Otorgue.—9: Existe. Relato de los acontecimientos sobrevenidos en un periodo de diez días. Arroje.—10: Letra de imprenta. Llano alto y despejado en medio de un monte. Planta ranunculácea venenosa.—11: Nubecillas que se forman ante los ojos. Pez de agua dulce, de carne comestible. Dispositivo electromagnético que reemplaza los cristales ópticos en el microscopio electrónico.—12: Cachorro del lobo. Porción de aceituna que se muele de una vez. Dícese del número que no contiene fracciones de unidad.

VERTICALES.—1: Apellido literario de un famoso comediógrafo espa-

SOPA DE LETRAS

Modo de resolverlo.—Fórmense en la casilla superior, en sentido vertical, las palabras correspondientes a las definiciones. Trasláde n s e después al encasillado inferior la letra que menos se repita en cada palabra y en dicho encasillado quedarán formados LOS APELLIDOS DE UN INSIGNE NOVELISTA ESPAÑOL.

Definiciones. — 1: Moños de pelo atravesados por alfileres de plata u oro que llevan las indias filipinas.—2: Liliputiense (fem.).—3: Llanuras al-



tas y despejadas en medio de los montes.—4: Pertenecientes a los huecos.—5: En sentido figurado, hombre taimado y astuto.—6: Hechiceras.—7: Planta cuyas semillas se usan en medicina.—

8: Condimento de algunos manjares.—9: Aparato de detección por medio de ondas hertzianas.—10: Arbol anonáceo de fruto carnoso y agradable al paladar.—11: Corteza de la encina.



TEST DE MEMORIA

Fijese atentamente en el dibujo durante un minuto y piense en los nombres de los objetos que aparecen en el mismo. Vuelva la página y trate de recordarlos escribiéndolos en un papel. Si los recuerda todos, su memoria es excelente; de 16 a 18 nombres, tiene buena memoria, y si recuerda menos de 11, su memoria vacila.

PROBLEMA ARITMETICO

$$VI - IV = IX$$

He aquí una resta mal hecha. Trate usted de hacerla correctamente (de dos maneras distintas) desplazando solamente un fósforo.

LA EXCLUSIVA PARA LA PROMOCION
PUBLICITARIA DE AGENDA FEMENINA
HA SIDO CONFIADA A



GENERAL MOLA, 39. MADRID 1. T.E.S. 226 51 44 - 276 59 33