

«La bola de cristal»: cómo un espacio infantil de la televisión pública se convirtió en un programa de culto

*«La bola de cristal»: nola telebista publikoetako haur-saio bat
kultuzko programa bihurtu zen*

«La bola de cristal»: how a children's show on the public television
became a cult programme

Itziar Bernaola Serrano*, José Antonio Fontán Allén
Universidad Carlos III de Madrid

RESUMEN: El programa de TVE «La bola de cristal» (1984-1988) fue un espacio transgresor aún recordado por varias generaciones de espectadores. Mediante un estudio de audiencias, un análisis de contenido y la realización de entrevistas, se observa cómo un programa semanal emitido en una franja de bajo consumo televisivo consiguió llegar más allá del público infantil al que inicialmente iba dirigido. Ello se explica por el contexto histórico y político de España a mediados de los 80, la evolución del formato, su línea ideológica, su vinculación con la corriente cultural del momento, y una estructura de contenedor basada en la fragmentación.

PALABRAS CLAVE: televisión; televisión en España; historia de la televisión; programas infantiles y juveniles; TVE.

ABSTRACT: TVE's show «La bola de cristal» (1984-1988) was a transgressor programme still remembered by several generations of viewers. Through an audience study, a content analysis and several interviews, it is observed how a weekly television show, broadcast in a low consumption time slot, reached beyond the children's audience to which it was initially targeted. This is explained by the historical and political context of Spain in the mid-80s, the evolution of the format, its ideology, its connection with the cultural current of the moment, and a container structure based on fragmentation.

KEYWORDS: television; television in Spain; history of television; children and youth television shows; TVE.

* **Correspondencia a / Corresponding author:** Itziar Bernaola Serrano. Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Facultad de Humanidades, Comunicación y Documentación. Universidad Carlos III de Madrid, 28903 Getafe, España — iberaol@hum.uc3m.es — <https://orcid.org/0000-0002-1607-2661>

Cómo citar / How to cite: Bernaola Serrano, Itziar; Fontán Allén, José Antonio (2025). «La bola de cristal»: cómo un espacio infantil de la televisión pública se convirtió en un programa de culto; *Zer*, 58, 141-155. (<https://doi.org/10.1387/zer.26918>).

Recibido: 31 de enero, 2025; aceptado: 24 de marzo, 2025.

ISSN 1137-1102 - eISSN 1989-631X / © 2025 UPV/EHU Press



Esta obra está bajo una Licencia
Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional

Introducción, objeto de estudio y metodología

«La bola de cristal» se estrenó en la primera cadena de TVE el 6 de octubre de 1984 y estuvo en antena hasta el 10 de septiembre de 1988. Su emisión coincidió con un contexto histórico y político muy concreto: los dos primeros ejecutivos socialistas presididos por Felipe González. Era la época de la transición, que supuso una gran transformación de España a nivel político, económico y social.

El programa se enmarca en la primera etapa de la historia de la televisión en España (1956-1990), según Guerrero (2010), que constituye la «verdadera edad de oro del servicio público televisivo» (Palacio, 2006:316). Esa época está marcada por la hegemonía de TVE, si bien ya coincidió con los primeros años de emisión de televisiones públicas autonómicas como TV3, ETB y TVG. La década de los 80 supuso una ruptura con la programación infantil y juvenil, caracterizada hasta entonces por el adoctrinamiento patriótico y religioso, la difusión de la cultura popular, y un tono serio y dirigista (Paz y Martínez, 2014). Se produjo una profunda transformación en el sector y, en concreto, en las televisiones públicas europeas (Contreras y Palacio, 2001, Bourdon, 2011).

En España, desde la segunda mitad de los años 60, la televisión se había convertido en «la primera industria cultural del país, superando en influencia social y, desde luego, en capacidad económica a otros medios como el cine, la radio o la prensa» (Palacio, 2006:316). RTVE vivió años muy convulsos, y entre 1975 y 1982 hubo siete directores del ente.

Los 80 aportaron un contexto de vanguardia social, cultural y formal, y se caracterizaron por una programación televisiva renovadora. Fue una etapa de «sorprendente libertad en la televisión pública», muy ligada a la denominada Movida «que representó la ruptura definitiva con las variadas formas de censura y represión del franquismo, y supuso un paso innovador en el encuentro con los telespectadores más jóvenes» (García Matilla y Molina Cañabate, 2008). Como recoge Munsó (2001:189), en 1982 entró José María Calviño como «abanderado de la televisión del cambio» y bajo su mandato, que finalizó en 1986, se pusieron en marcha «un amplio abanico de programas notables, lo mismo de producción propia que ajena» (Munsó, 2001:208). En esta época se produjeron algunos de los espacios más comprometidos y modernos de toda Europa, como «La edad de oro», «La caja de ritmos» o «Metrópolis».

Asimismo, hubo un aumento de la programación de espacios importados, fundamentalmente películas, formatos de entretenimiento, deportivos e infantiles. Más de una tercera parte de los programas infantiles se compraban en el extranjero y casi la mitad provenían de Estados Unidos (Garitaonandia, 1986). «La bola de cristal» incluyó contenidos producidos fuera de España, pero fue fundamentalmente un programa de producción propia de TVE, reconocido como moderno y transgresor, y que ha pasado a la historia.

A pesar de emitirse en una franja horaria de escasa audiencia (sábados por la mañana), logró llegar a millones de espectadores y, aún hoy, cuatro décadas después de su creación, es recordado con nostalgia por muchos espectadores y sigue considerándose un programa de referencia¹. A pesar de este reconocimiento, apenas se han realizado estudios académicos específicos sobre este espacio. Esto podría explicarse por las dificultades de acceso a los archivos y a los propios programas como fuentes primarias (Jost, 2005, y Palacio y Ciller, 2014). Sin embargo, en el caso de TVE, en los últimos años se ha mejorado mucho el acceso a su archivo de programas. La plataforma RTVE Play permite actualmente el visionado de todos los capítulos de «La bola de cristal», facilitando su estudio. Además, todos los episodios fueron editados en DVD en 2003.

La presente investigación se enmarca en el campo de los análisis de espacios televisivos, que contribuyen al estudio de la historia de la propia televisión, a los que se refiere Bignell (2004). Con el fin de detectar las claves del éxito del programa objeto de estudio, se plantean tres objetivos:

¹ https://www.eldiario.es/vertele/videos/actualidad/hombre-tierra-mejores-programas-milenio_1_7795191.html

1. Analizar las audiencias de «La bola de cristal», utilizando los datos que obtenía el Estudio General de Medios (EGM), con el fin de observar qué programas y en qué épocas obtuvieron mejores datos y poder obtener conclusiones al respecto.
2. Realizar un análisis de contenido, observando las características y peculiaridades de un espacio televisivo muy singular, para explicar de qué forma los contenidos y la manera en que estos se presentaban contribuyeron a captar la atención del público.
3. Identificar los factores externos que contribuyeron también al éxito del programa, relativos al contexto histórico, político, social y cultural en el que se emitió.

Para ello se ha llevado a cabo una triple investigación, que aporta un estudio completo para la obtención de conclusiones. En primer lugar, se han estudiado, por oleadas, los índices de audiencia que obtuvo el programa en los cuatro años de emisión. En segundo lugar, se ha realizado un análisis de contenido, consistente en examinar los 187 capítulos del programa disponibles en la plataforma RTVE Play². Y, en tercero, se han llevado a cabo catorce entrevistas en profundidad no estructuradas a miembros del equipo del programa, así como expertos en la materia, que han permitido extraer información relevante sobre la producción de este espacio televisivo (Corner, 1999).

En cuanto al estudio de las audiencias, este se ha llevado a cabo gracias a una visita a las instalaciones de la AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación) en la calle Basílica 19 de Madrid. Como explica Ibáñez (2002):

El EGM se crea en 1968, por parte de agencias de publicidad, anunciantes y algún medio de comunicación (un total de 22 empresas) con el apoyo de la Asociación Española de Anunciantes. El EGM realizaba entonces cuatro oleadas de encuestas al año de 4000 entrevistas cada una. Este método de análisis no ha variado en lo sustancial a lo largo de los más de treinta años de ininterrumpida existencia de este estudio multimedia (prensa, radio, cine, televisión e Internet), actualmente a cargo de la AIMC, creada en 1988. Constituyó el principal punto de referencia para estimar la audiencia televisiva hasta la implantación de la audimetría.

Ha sido posible acceder a los informes que en aquellos años elaboraba el EGM, lo que permite llegar a conclusiones bastante fiables sobre el consumo de televisión en las horas en las que se emitía el programa.

Respecto al análisis de contenido, esta técnica es susceptible de ser aplicada «a muy distintos tipos de texto, independientemente de su formato, escritos o audiovisuales, entre los que es posible examinar desde grabaciones radiofónicas a planos y secuencias de programas y películas» (Eiroa y Barranquero, 2017:108). En este caso, el corpus está formado por el conjunto de programas emitidos ya que, dada la continua evolución del formato y los cambios de secciones, presentadores y colaboradores, el análisis tiene que abarcar la totalidad.

En esos cuatro años de emisión, se han identificado tres etapas en el desarrollo del formato: inicios, éxito y decadencia. Cada fase estuvo marcada por una serie de particularidades que se analizan de forma genérica. Paralelamente, se estudia pormenorizadamente un episodio de la época de mayor seguimiento con la intención de descubrir algunas de las claves de su éxito.

Finalmente, las entrevistas en profundidad constituyen un método de investigación cualitativo, que se utiliza con frecuencia en el campo de la Comunicación. Se trata de entrevistas abiertas, no estructuradas ni dirigidas, que se plantean habitualmente cuando se entrevista a perfiles diferentes, que pueden ser especialistas en la materia o profesionales que conozcan con detalle y exhaustividad una determinada cuestión (Eiroa y Barranquero, 2017:67). En este caso, los catorce entrevistados se consideran suficientes, tanto por número como por

² <https://www.rtve.es/play/videos/la-bola-de-cristal/>

sus perfiles, para alcanzar conclusiones relevantes. Todas las entrevistas fueron grabadas, transcritas y utilizadas en la investigación, ordenando las respuestas por temáticas para posteriormente interpretar los resultados.

TABLA 1
Entrevistas realizadas

| Tipo de fuente | Nombre y cargo |
|--|---|
| Fuentes expertas | Manuel Palacio (Catedrático Comunicación Audiovisual y Publicidad, Departamento Comunicación, UC3M) Emiliano de Pedraza (Productor de TV) Miguel Ángel Arenas (Productor musical) |
| Equipo técnico y de contenidos de «La bola de cristal» | Santiago Alba Rico (Guionista) Isabel Alba Rico (Guionista) Matilde Fernández Jarrín (Realizadora) Paco Quintanar (Documentalista) Marga Íñiguez (Asesora pedagógica) Miguel Ángel Pacheco (Diseñador de los Electroduendes) |
| Equipo artístico de «La bola de cristal» | Javier Gurruchaga Anabel Alonso Kiko Veneno Loquillo Pablo Carbonell |

Fuente: elaboración propia.

1. Análisis de audiencias del programa

Durante la presente investigación se han encontrado declaraciones de personas implicadas en el programa que aseguraban que «La bola de cristal» empezó con 100.000 espectadores y acabó con 5.000.000. Ese dato no ha sido fácil de cotejar porque en los años de emisión no existían los audímetros y solo es posible analizar los datos que recopiló el EGM. Los resultados eran muy globales, por oleadas, y no diarios. No se conservan todos los documentos y solo se han digitalizado los que se pudieron rescatar.

La muestra era variable según el año y la oleada, pero oscilaba entre 13.000 y 30.000 entrevistas sobre un universo de población que veía la televisión estimado de 28 millones de individuos de 14 años en adelante. Además, se realizaban unas 4.000 entrevistas a niños y niñas de entre 4 y 13 años sobre un universo de unos 7 millones de población infantil. Eso constituye un total de 35 millones de españoles potenciales consumidores de televisión. En 1984, existía la VHF (TVE 1 actual), UHF (La 2 actual) y dos canales autonómicos, ETB y TV3.

A los encuestados se les realizaban numerosas preguntas, pero las que afectan a la presente investigación son las siguientes: «De cada cuatro sábados de un mes, ¿cuántos ve usted este programa?» y «¿A cuáles de las siguientes horas vio usted la televisión en ese día?». Sobre las entrevistas personales a domicilio, Casetti y Di Chio (1997:51) afirman que se pide a los individuos que reconstruyan la jornada o jornadas anteriores y eso requiere un esfuerzo de memoria que puede deformar el dato, por lo que el entrevistador recurre a métodos que fomenten los recuerdos.

«La bola de cristal» se emitió los sábados por la mañana en un horario que fue variando ligeramente entre las 10 y las 13h durante sus cuatro años de emisión. Entre mayo y junio de 1985, se emitía los sábados

dos de 11 a 13h. Los datos obtenidos del EGM revelan que el programa en mayo de 1985 hizo audiencias diarias de casi 5 millones de personas.

TABLA 2
Datos de audiencia de «La bola de cristal» en 1985

| PÚBLICO | ESPECTADORES |
|-----------------------|--------------|
| 4 -13 años | 3.129.000 |
| +14 años | 1.551.000 |
| 4 -13 años (Canarias) | 77.000 |
| +14 años (Canarias) | 75.000 |
| TOTAL | 4.832.000 |

Fuente: EGM.

El dato es muy significativo y más si se compara con los niños que veían la televisión en el mismo horario del día siguiente: 825.000. Bien es cierto, que a esa hora el domingo no había programación infantil como tal sino el programa «Pueblo de Dios». Si lo comparamos con años anteriores, en mayo de 1983, ese mismo día y a esa misma hora, los niños eran 1.153.000 espectadores, muy inferior a la audiencia de 1985. Los adultos eran 820.000. Por tanto, los datos de audiencia de «La bola de cristal» en 1985 fueron muy positivos. De hecho, en términos absolutos, el 45,2% de los niños veía el programa, casi uno de cada dos.

Otra prueba de que el programa estaba siendo un éxito fue que durante el último cuatrimestre de 1985 se programó la sección de «Los electroduendes» los martes de 18:30 a 19h después de «Barrio Sésamo», obteniendo también muy buenos resultados de audiencia en esa franja con 3.289.000 niños, un 47,8%, y 2.187.000 adultos mayores de 14 años.

Un año después, en mayo de 1986, los datos globales fueron todavía mejores.

TABLA 3
Datos de audiencia de «La bola de cristal» en 1986

| PÚBLICO | ESPECTADORES |
|-----------------------|--------------|
| 4 -13 años | 2.687.000 |
| +14 años | 2.002.000 |
| 4 -13 años (Canarias) | 163.000 |
| +14 años (Canarias) | 113.000 |
| TOTAL | 4.965.000 |

Fuente: EGM.

Es muy revelador el dato de individuos de más de 14 años que veían «La bola de cristal», en teoría un programa para niños. Aunque los estudios del EGM no permiten analizar con detalle las franjas de edad que veían cada programa, como ocurre actualmente, es importante tener en cuenta el amplio espectro de público que decía ver el espacio.

Retomando esa idea preconcebida del equipo, podemos afirmar que el programa estuvo al borde de conseguir esos 5 millones, pero no al final de su etapa sino antes, porque en 1987 y sobre todo en 1988, se apreciaba una disminución de audiencia al observar los datos de mayo de ese año.

TABLA 4
Datos de audiencia de «La bola de cristal» en 1988

| PÚBLICO | ESPECTADORES |
|-----------------------|--------------|
| 4 -13 años | 1.252.000 |
| +14 años | 1.668.000 |
| 4 -13 años (Canarias) | 101.000 |
| +14 años (Canarias) | 32.000 |
| TOTAL | 3.053.000 |

Fuente: EGM.

Preguntados miembros del equipo del programa si eran conscientes del éxito del mismo mientras participaron en él, sus respuestas confirman que el espacio llegaba, además de a los más pequeños, al público juvenil y adulto. El documentalista, Paco Quintanar, afirma que el espacio tenía una especial incidencia entre los padres de los niños a los que supuestamente iba dirigido. El diseñador de «Los electroduendes», Miguel Ángel Pacheco, asegura que en los locales nocturnos asociados a la llamada Movida madrileña como RockOla eran muy reconocidos. Loquillo, músico y participante en «La bola de cristal», confirma que su banda adquirió mucha más relevancia desde que aparecieron en el programa. Y el filósofo Santiago Alba, guionista de «Los electroduendes», dice experimentar el legado que el programa ha dejado en varias generaciones cuando aún hoy al terminar de dar una conferencia o presentar un libro, numerosos asistentes, generalmente mucho más jóvenes que él, le preguntan por «La bola de cristal».

2. Contenidos innovadores para un público más allá del infantil

«La bola de cristal» nació cuando TVE contactó con Lolo Rico para poner en marcha un nuevo espacio infantil los sábados por la mañana, que a lo largo de hora y media debía abarcar tres públicos: preescolar, infantil y adolescente. Así lo recuerda la propia Rico: «Me llamaron, me ofrecieron un programa en una hora que no lo veía nadie. Un día que no lo veía nadie, nadie de niños, me refiero, ni de mayores. Y la proposición en principio me pareció magnífica. Hora y media de televisión para hacer con ella lo que quisiera» (ATV, 2011).

El programa empezó a grabarse el 17 de septiembre de 1984 en los Estudios Roma, aunque más tarde se realizaría en Prado del Rey. La nota de prensa que emitió TVE entonces señalaba que el nuevo espacio iba dirigido «a los niños con edad comprendida entre los 3 y los 10 años». Pocos meses después, «La bola de cristal» se prolongó media hora más, extendiéndose a lo largo dos horas, y los contenidos se dirigían a un público que iba mucho más allá del infantil previsto inicialmente.

Todos los entrevistados coinciden en señalar que era un espacio teóricamente infantil, pero que en la práctica se dirigía a un público más amplio, así como que trataba a los más pequeños de forma diferente a los programas infantiles de la época. «A los niños hay que hablarles como a las personas mayores. A los niños no les gustan los programas para niños porque están mal hechos. No están hechos como los programas de adultos, con el mismo cuidado, con los mismos medios, con el mismo esfuerzo, con los mismos contenidos», asegura Lolo Rico en el documental «Lolo Rico: la mirada no inventada» (2015).

El espacio estaba impregnado de la filosofía de Rico en torno al consumo de televisión y sus efectos en el público más joven (Rico, 1994, 1996, 2003 y 2008). Si bien diversos estudios señalan que el consumo de televisión era en esos años menor entre los niños que en los adultos (Pérez Ornia y Nuñez Ladeveze, 2006), tal como advierte Vilches (1996), la llegada de la televisión supuso para los niños pasar mucho tiempo delante de una pantalla, acostarse tarde y cambiar las formas de pasar el tiempo libre, dejando de leer y de ir al cine. Precisamente estos peligros para los más pequeños, que son recogidos en diversas investigaciones como García Vega y Torres Martín (2009), fueron denunciados recurrentemente por Rico y se ven reflejados en algunas de las frases-cortinillas del programa, que resumen la filosofía de «La bola de cristal»: el fomento de la lectura («Este sí lee, este no lee... Si no quieres ser como ellos lee»), la defensa de la imaginación («Tienes 15 segundos para imaginar... Si no se te ha ocurrido nada, a lo mejor deberías ver menos la tele») o el espíritu crítico («Dile al coco que piense un poco»), muy en la línea de las ideas pedagógicas que siempre defendió Rico, en contra del consumo pasivo de la televisión.

3. Evolución del programa: inicios, éxito y decadencia

Atendiendo a las audiencias registradas por el programa y a las entrevistas realizadas, se han diferenciado tres etapas del programa —inicios (1984-1985), éxito (1985-1987) y decadencia (1988)— que reflejan una clara evolución de los contenidos.

3.1. INICIOS (1984-1985)

En estos primeros programas se observa una estructura en tres bloques de unos 30 minutos cada uno: «Los electroduendes», «El librovisor» y «La banda magnética». Una duración total de 90 minutos sin ningún anuncio, por la falta de reclamos en esa franja debido a las bajas audiencias que solían cosechar los programas anteriores (Rico, 2003: 24).

Los comienzos fueron titubeantes, marcados por las probaturas que los programas suelen experimentar al principio de sus emisiones y por los peajes que con frecuencia imponen las cadenas. Fue el caso de los presentadores iniciales, Isabel Bauzá y Gerardo Amechazurra. Según Paco Quintanar y Matilde Fernández Jarrín, Lolo Rico quiso prescindir de ellos desde el principio. Eran dos figuras clásicas de la televisión de los 70 que no encajaban con la idea rompedora que ella tenía en mente.

La primera parte, «Los electroduendes», estaba protagonizada por varias marionetas diseñadas por Miguel Ángel Pacheco: la bruja Avería, el hada Truca, maese Sonoro, maese Cámara y el hada Vídeo, y dirigida a los más pequeños. Incluía elementos asociados al público infantil (Vilches, 1996), como la fantasía, la diversión y la formación, y sus personajes han sido utilizados en actividades pedagógicas de enseñanza-aprendizaje en Educación Primaria (Lolumo, 2022). En esta fase inicial fueron concebidos como duendes de la televisión que trataban de boicotear el funcionamiento del programa y hacían la vida imposible a los presentadores.

Los guiones de esta primera etapa nada tienen que ver con los textos de meses posteriores, como explica el guionista que les dio vida: «Surgieron como duendes de la modernidad tecnológica, pero poco a poco se fueron convirtiendo en una suerte de fábulas de marxismo satírico para niños... De su proyecto original sólo conservaban la jerga electrónica y el formato infantil que encubría su carácter» (Alba, 1992:11).

La segunda parte, «El Librovisor», se dirigía a niños algo mayores y estaba presentado por la cantante Olvido Gara, Alaska, en el papel de una bruja «posmoderna», y un detective joven llamado «Mantequilla», protagonizado por Miguel Ángel Valero. Ambos se veían envueltos en diversas aventuras acompañados de personajes sacados de los cuentos tradicionales. Los guiones de esta sección pretendían fomentar la lectura entre los más pequeños y para ello se basaban en cuentos antiguos, literatura clásica, o incluso telenovelas y cine fantástico y de terror.

La tercera media hora del programa se denominaba «La banda magnética» y estaba dedicada en gran parte al cine y la música. Incluía la serie norteamericana «La Pandilla» y, después de cada episodio, se emitía la mini sección «Los monográficos de Truca» que recogía la vida de actores y actrices clásicos.

Estos primeros meses fueron frustrantes para la dirección del programa, que no estaba satisfecha con los contenidos ni con la realización (Rico, 2003:114). Tras 20 programas, Rico llamó a una nueva realizadora, Matilde Fernández Jarrín. «Quería que «La bola» fuera mucho más moderna, divertida y atrevida», recuerda Jarrín, y entendía que ella, realizadora de formatos de éxito como «La edad de oro», podía darle ese plus de modernidad. Lo primero que comenzaron a desarrollar fue una nueva cabecera.

El resumen más categórico de estos inicios lo hace la propia Rico: «Los veinticuatro primeros programas no tuvieron nada que ver con los ciento y pico restantes» y lo achaca, en gran parte, a los cambios que hizo en el equipo (Rico, 2003: 114).

3.2. ÉXITO (1985-1987)

Esta etapa comienza a partir del programa veintiuno, en marzo de 1985, cuando, desde la dirección de programas infantiles de RTVE le comunican a Rico que el programa debe durar media hora más. «La bola de cristal» incorporó una nueva sección: «La cuarta parte», de la mano del artista Javier Gurruchaga, quien presentó un divertido Noticiario sobre todo tipo de temas sociales y culturales, fundamentalmente relacionados con el cine y la música, a la vez que protagonizó sketches sobre su familia ficticia en un tono satírico, irónico y burlón. Gurruchaga, un auténtico *showman*, capaz de actuar, cantar e improvisar con gran soltura, hacía un gran tándem con el documentalista Paco Quintanar, encargado de la búsqueda de imágenes en el archivo de RTVE y del NO-DO. Esa acertada elección de recursos audiovisuales fue clave para hacer atractiva la sección (Rico, 2003:114).

«La cuarta parte» estaba dirigida al público adolescente, y contenía gran variedad de piezas, algunas con un alto componente de crítica y parodia, como ‘Las entrevistas del patito’ que realizaba la propia Lolo Rico acompañada de un pato a personajes relevantes de la época como políticos, periodistas o diseñadores. La presencia del patito en esas entrevistas le servía a Rico a modo de parapeto para hacer preguntas más incisivas. A su vez, le confería una supuesta inocencia que le permitía cuestionar cosas que el patito desconocía. Como cuando a Pedro J. Ramírez le espetó que «cómo se podía mentir tanto y salir siempre tan airoso» o al filósofo Fernando Savater que «cómo se podía escribir tan bien siendo tan feo».

Además, la música —que desde el principio había estado presente a través de artistas como la propia Alaska, Santiago Auserón, Kiko Veneno o Loquillo— fue cobrando mayor protagonismo y el programa grabó algunos de los primeros videoclips de los grupos que empezaban a despuntar, así como numerosos conciertos en directo. «La bola de cristal» supo adoptar la música y la estética de la Movida madrileña.

Esto fue, sin duda, un foco de atracción para el público adolescente. Autores como Montero (2006) analizan la importancia del consumo televisivo durante esta etapa vital del desarrollo, y varios entrevistados relatan cómo el programa influyó en los jóvenes de la época, que incluso se autodefinen como «hijos de La Bola». García Matilla y Molina Cañabate (2008) citan a «La edad de oro» y «La bola de cristal» como ejemplos de programas que alcanzaron el éxito en los 80 entre los espectadores más jóvenes, consiguiendo «dar en la diana de la sensibilidad de una generación» que aún recuerda esa etapa.

Los contenidos de «La cuarta parte» nada tenían de infantiles, eran más bien juveniles y, de hecho, en las revistas de programación televisiva de la época dicha sección aparecía como programa independiente de 12:15h a 13:00h. Tenía cabecera propia con Gurruchaga disfrazado de James Bond acompañado de una sintonía que recordaba a las películas del espía británico.

Tras el programa número veintinueve, los presentadores Isabel Bauza y Gerardo Amechazurra fueron destituidos. Fue un punto de inflexión. A partir de entonces el programa pasa a ser presentado por Alaska,

cuya sola presencia física y estética dotaba de una identidad muy diferente al espacio. Como destaca Loquillo, «Alaska fue un emblema» porque rompió moldes con su aspecto y se convirtió en un referente para muchas chicas de la época. Alaska fue ganando presencia y participando en muchas de las actuaciones musicales que van apareciendo en «La bola de cristal».

Por otro lado, «Los electroduendes» pasaron de ser unos duendes traviesos, pero bastante pacatos, a lanzar mensajes de mucho calado político. Sus guiones tenían un contenido ideológico evidente, con un discurso de izquierda marxista envuelto siempre bajo un tono satírico. Alba Rico lo describe así: «Bajo la cobertura de un programa infantil, con unos muñecos muy feos, yo contaba sinceramente el capítulo de la acumulación originaria de *El Capital* de Marx».

Se observan una serie de temas recurrentes: explotación capitalista, hegemonía de EE.UU., políticas liberales, feminismo... El personaje principal era la bruja Avería, defensora a ultranza del sistema capitalista y cuya frase emblemática fue «¡Viva el mal! ¡Viva el capital!». En la realización de «Los electroduendes» también se produjeron cambios importantes. Matilde Fernández Jarrín recuerda que hasta entonces siempre se habían rodado en un espacio que escenificaba «los sótanos de Televisión Española para ver cómo eran las tripas de una tele. No salían nunca al exterior. Decidimos que los íbamos a sacar al exterior e iban a participar en nuestra sociedad».

La combinación de la vertiente política con la vanguardia cultural se demostró un acierto. Alba Rico explica que el éxito tuvo que ver con la confluencia de «dos corrientes que estaban luego destinadas a separarse, que eran los restos de la militancia antifranquista de la izquierda, y por otro lado, la movida, que era un movimiento de renovación cultural, sexual y musical».

En «El librovisor», tras el programa número trece, Mantequilla deja de ser el colaborador de Alaska y llegan los cómicos Pablo Carbonell y Pedro Reyes. La sección dio un giro gracias a ellos: se abandonan los sketches sobre los cuentos tradicionales y se introducen las obras clásicas, mitología griega o personajes conocidos de la literatura de aventuras. Son representaciones con guiones menos elaborados, pero con la chispa e improvisación de Carbonell y Reyes. Ese tono disparatado y surrealista que aportaron fue esencial para dotar de mucha más frescura a esa sección.

En estos sketches se observa también cómo se abordan temas muy adelantados a su época como la diversidad, el feminismo o el ecologismo. Más adelante, homenajearon a figuras del mundo del terror bajo el título de «Tengo miedo» y se incorpora otro personaje a cargo de la actriz Fedra Lorente, que interpretaba a la novia de Carbonell.

En cuanto a «La banda magnética», se incluyeron las series norteamericanas «La familia Monster» y «Embrujada», así como dos secciones nuevas: el concurso «La chica de la bola» y los «Monográficos» de actores y actrices míticos del cine.

Esta época de éxito fue la de mayor fragmentación y diversidad de los contenidos. Quintanar destaca que la dirección estaba siempre abierta a ideas nuevas y se probaban constantemente pequeñas secciones, incluso sin haber sido testadas antes, con lo que había novedades casi todos los sábados. También Miguel Ángel Pacheco lo recuerda como la fase más transgresora y genial, «con un aire loco y anarquista y producido como por azar, con toques geniales y cosas tontas mezcladas de tal manera que no sabías dónde terminaba la tontería y dónde empezaba la genialidad». En esta etapa el programa recibió el Premio Ondas por su «novedosa y particular puesta en escena».

3.3. DECADENCIA (1988)

La directora del programa, cuerpo y alma del formato, comenzó en esta última etapa a sentir cansancio «de poner en marcha siempre los mismos mecanismos, de mover y manejar eternamente a los personajes, de tratar con las mismas personas» (Rico, 2003: 204), y ello se manifiesta en los contenidos, el

ritmo, la creatividad de los guiones y los personajes. Algunos de los colaboradores comienzan a sentir lo mismo que la directora y abandonan el programa por diferentes motivos.

Al finalizar 1987, Gurruchaga deja «La bola de cristal» y acaba la sección «El cuarto hombre». Es una pérdida muy notable. Es sustituida por varias secciones nuevas que no alcanzan su nivel: «El asombroso Show de Pedro Reyes», «The Traka» (sketches tipo cine mudo en los que participaba la actriz Anabel Alonso), «TVE presenta...» o unos sketches con marionetas similares a las del programa satírico británico «Spitting Image».

A comienzos de 1988, los videoclips de grupos de música pop, que tanto éxito habían tenido, son sustituidos por actuaciones de la Crystal Ball Band, una formación de jazz, un contenido mucho menos comercial, para un público determinado, y que no alcanzó la popularidad que la música había tenido en la etapa anterior.

Este año, el de finalización del programa, es además cuando arrecian los problemas con la dirección de la cadena, que ya venían de unos meses atrás. Los directivos comienzan a controlar los contenidos de «La bola de cristal». Según Fernández Jarrín, la por entonces directora de RTVE, Pilar Miró, les envió una persona para supervisar los programas antes de la emisión, algo que nunca había ocurrido.

Quintanar también recuerda que en los últimos años desde la jefatura de TVE les fueron advirtiendo por algunos contenidos del programa. Se realizaban críticas abiertas a Felipe González y su gobierno por su cambio de opinión respecto a la entrada de España en la OTAN. También eran habituales las burlas de los entonces presidentes de EEUU, Ronald Reagan, y Reino Unido, Margaret Thatcher, ambos conservadores. Todos los entrevistados coinciden en señalar un punto de inflexión cuando se produjo la campaña del referéndum sobre la permanencia de España en la OTAN, celebrado el 12 de marzo de 1986. «La bola de cristal» se posicionó abiertamente en contra.

Rico recuerda que el final del programa llegó cuando les censuraron un *sketch* sobre la educación privada y ella decidió plantarse. Para Palacio ese final coincide con la segunda legislatura socialista y una menor permisividad por parte del ejecutivo hacia los contenidos de corte más izquierdista. Años antes ya se habían cancelado programas como «La caja de ritmos» o «La edad de oro».

Todos estos factores exógenos y endógenos hacen que el programa se debilite, pierda ritmo, calidad, sentido del humor y capacidad de sorprender. El día 10 de septiembre de 1988 fue el último día de emisión. El último programa incluyó una autoparodia de los contenidos de todas sus secciones y, al final, Rico guardó la bola de cristal en un arca con un mensaje de despedida.

4. Un formato fragmentado y contenedor

Con el fin de detectar las variables de contenido que contribuyeron a la gran popularidad que tuvo el programa, se ha analizado uno de los capítulos de la época que hemos denominado de éxito y que coincide con la etapa de mayor audiencia. En concreto, el emitido el 6 de diciembre de 1986.

La escaleta del programa y la descripción de sus contenidos nos demuestra la gran fragmentación del espacio, al que se puede calificar como programa contenedor, un formato habitual en la televisión infantil.

La sintonía de la cabecera, de una duración muy considerable, fue compuesta por el músico José María Cano. Un icono de la movida madrileña creó el arranque del formato, lo que supuso una declaración de intenciones y un acierto. Esta canción ha quedado para el recuerdo de varias generaciones. El ritmo pegadizo, su letra rompedora y coherente con la filosofía del programa, son un reclamo desde el principio para el espectador.

TABLA 5
Escaleta del programa

| CONTENIDO | DESCRIPCIÓN | ACTORES/ PERSONAJES | DUR |
|--------------------|---|---|--------|
| CABECERA | Sintonía de «Abracadabra» | | 1:25 |
| LOS ELECTRODUENDES | Sketch de Bobín de los bosques. Telediario satírico Actuación de «Los electroduendes» Videos de frases con mensaje | Los electroduendes Isidoro Fernández | 17:04 |
| EL LIBROVISOR | Sketch de «El imperio radiactivo» Noticia del No-Do sobre el récord de duración al piano Video musical Video texto Schopenhauer. Videos de frase con mensaje. | Alaska, Pedro Reyes, Pablo Carbonell, Fedra Lorente, Ismael Abellán, Pilar Sagaseta Fernando Márquez | 22:16 |
| LA BANDA MAGNÉTICA | Serie «Los Monster» Videos cómicos de cámara oculta. | | 16: 30 |
| LA CUARTA PARTE | Sketch de la familia Gurruchaga Videoclip musical Noticiero Videoclip musical | Javier Gurruchaga Madonna Paul Young | 17:15 |
| DESPEDIDA | Canción de «Abracadabra» | | 15» |

Fuente: elaboración propia.

La primera sección, «Los electroduendes», entra sin rotulación con un sketch titulado «El capital circula mientras Bobín se atribula». Se trata de una parodia de «Robin Hood», interpretado por Maese Cámara, en la que un narrador con voz engolada y solemne contaba la historia de un enamorado Bobín de los bosques. El tipo de texto, con rima y jerga electrónica, era una seña de identidad de todos los guiones, así como las frases recurrentes que se convirtieron en lemas, o las desapariciones de los personajes más inocentes: «fundir a los que no se rebelaban», explica Santiago Alba. Los guiones eran brillantes, ingeniosos, divertidos y conseguían atrapar al espectador.

Los decorados eran semejantes a los de cualquier guiñol básico. Fernández Jarrín los califica de «cutres», por falta de tiempo y recursos económicos. Se combinaban las escenas del guiñol con imágenes de archivo. Aparecen recursos de personajes tan dispares como Reagan, el pato Donald o Almodóvar. Es una sección muy visual, repleta de planos recursos e imágenes diferentes, sin ninguna intervención desde el plató del programa.

En medio del sketch, se introducen declaraciones cómicas dobladas del presentador de informativos Joaquín Arozamena. Algo muy novedoso entonces, y que posteriormente se ha utilizado en muchos programas como «El intermedio». En esta sección aparece también un Telediario satírico presentado por Isidoro Fernández, un locutor de TVE con semblante muy serio, que daba paso a vídeos con mensaje burlesco del capitalismo, el mercado financiero y el liberalismo económico.

Al finalizar el sketch, «Los electroduendes» interpretan su versión de «Elefantes rosas», una canción del grupo Siniestro Total. La letra es más para un público adulto que para niños de preescolar: «Hay algo en mi copa y no sé qué es... algo me han echado seguro. Y vuelvo a ver elefantes rosas alrededor». Para terminar la sección se incluyen dos de las cortinillas-frases míticas del programa: «Viaja con la imaginación, lee libros» y «Crecer es estupendo». Estas piezas también servían para separar secciones.

En esta parte, que dura 17 minutos, nos encontramos con multitud de mini segmentos que dotan de mucho ritmo al conjunto. Para Santiago Alba, el ritmo fue la base del éxito del programa (Rico, 2003: 48). Por otro lado, se observa gran variedad de imágenes que pretenden ilustrar todo aquello que se verbaliza y se infiere que hay contenidos con varios niveles de lectura dirigidos a distintos tipos de público.

«El librovisor» sí que se anunciaba con una careta y seguía con un pequeño tráiler que cebaba la historia posterior. Se trataba de un capítulo de una serie basada en la inminente llegada del fin del mundo y la presencia del «imperio radiactivo» en la tierra. Alaska interpretaba a la fiel escudera del presidente del imperio y se dirigía a los terrícolas a través del informativo «Telemuerte». Mientras Carbonell, disfrazado de «Súper Verde», y Fedra Lorente trataban de salvar al mundo, Pedro Reyes era el malvado capaz de vender el planeta por unos dólares. Un mensaje apocalíptico y distópico, que finalizaba con un avance del siguiente capítulo para enganchar al espectador.

Como en el caso de «Los electroduendes», los decorados, *atrezzo* y vestuario eran muy básicos. En la edición de esta sección, también se incluyen imágenes de películas como «Rambo» o recursos de archivo para cubrir los textos en off de un locutor que contextualiza el relato. De nuevo se utilizan los doblajes de personajes famosos como Reagan con una intención satírica.

Una vez terminada la pieza, se incluye un vídeo cómico del NO-DO sobre un concurso entre dos pianistas. A continuación, un videoclip de Fernando Márquez «El zurdo», un exponente del vanguardismo y la movida madrileña. Lo siguiente es la lectura de un texto del filósofo Schopenhauer cubierto por una sucesión de imágenes inconexas y una música un tanto estrambótica. En esta sección también aparecen dos vídeos con las famosas frases de «La bola»: «Solo no puedo, con amigos sí» y «Primero pensar y luego actuar».

En esta segunda parte también se detecta una fragmentación de contenidos notable con temáticas y formatos diferentes. Cabe destacar la presencia de cebos y avances para enganchar a la audiencia. La música aparece en formato videoclip y también un segmento de cultura de un nivel excesivamente complejo para el supuesto público al que va dirigido.

«La banda magnética» comienza con una claqueta del capítulo de «Los Monster» (en la web de RTVE no está el capítulo) para luego emitir una sección llamada «Punto de mira» con sucesión de videos curiosos de situaciones cotidianas y un tanto surrealistas y gags de cámara oculta al estilo de «To er mundo é güeno». Es la sección con menos diversidad de contenidos y nada de producción propia. Tanto la serie como las piezas de cámara oculta son contenidos comprados o del archivo de RTVE. Parece concebido como un segmento de puro entretenimiento para desengrasar de la sección anterior, más cultural y didáctica.

La última parte comienza con la cabecera de Gurruchaga haciendo de James Bond, lo que denota que es un bloque casi independiente del programa y con entidad propia. Comienza con el *showman* haciendo de su madre, subida a una bicicleta estática con la intención de perder peso. Este gag está editado con varios cortes. El primero es un videoclip de la canción de Madonna «True blue». El segundo, «El noticiero», locutado por Gurruchaga y en el que se mofa del culto al cuerpo, la gente obesa, las dietas, el deporte... Y el último, el videoclip «Wonderland» de Paul Young. «La cuarta parte» finaliza volviendo al sketch de la madre haciendo un alegato en favor de las gordas y el hartazgo de sufrir para adelgazar.

El éxito de esta parte reside en la figura de Gurruchaga, que funcionaba por su estilo propio, pero también en combinar el humor, la música y la cultura, así como en la edición fragmentada: el gag vertebraba la estructura narrativa pero entrecortado por otro tipo de contenidos como los videoclips y «El noticiero».

5. Conclusiones

El estudio realizado permite concluir que «La bola de cristal» fue un programa de TVE muy innovador tanto formalmente como en sus contenidos. Ocupó la franja de los sábados por la mañana de 1984 a 1988, dirigiéndose a un público preescolar, infantil y adolescente, que fue aumentando poco a poco y

ampliándose al público adulto, logrando índices de audiencias muy notables. Su éxito puede explicarse atendiendo a diversos factores.

En primer lugar, «La bola de cristal» surgió en una época «marcada por la necesidad social de ver cosas nuevas, experimentar y crear en todos los ámbitos de la vida» (Gallego Reguera, 2016). España estaba inmersa en plena transición política de una dictadura de 40 años a un sistema democrático.

Ese contexto histórico y político explica en buena medida lo que fue «La bola de cristal», esencialmente un programa de izquierdas, en la línea de lo que se producía en las televisiones de Francia o Italia. Como señala Palacio: «No hay muchos programas de izquierdas, de la izquierda tradicional del PCE, en la televisión en España y por lo tanto, a la hora de recordar qué programas pueden conectar con un determinado imaginario, es uno de los pocos», y esa singularidad lo ha convertido en un icono para este colectivo.

Como apunta Alba Rico, el programa nació «en un momento que fue un interregno, en ebullición, sin fraguar, como fue la primera legislatura de Felipe González. La democracia todavía no había nacido y ahí no se sabía todavía qué iba a ser de España». Por su parte, Lolo Rico asegura que «había tal ansia de libertad por parte de los que hicimos «La bola» y tal ansia de libertad por parte de los espectadores que fue un momento idóneo» (Suárez, 2015).

Además del contexto político y social, el éxito del programa está ligado en buena parte al carisma y el perfil de su creadora (Ortega Dolz, 2009). El formato y sus contenidos tienen mucho que ver con el pensamiento y la filosofía de Lolo Rico, quien se rodeó de un equipo joven y creativo, tanto en la parte técnica como en la de contenidos, con ganas de innovar y marcadamente progresista. También descubrió nuevos talentos artísticos y musicales, como Alaska, Pablo Carbonell, Pedro Reyes, Javier Gurruchaga, Anabel Alonso o Kiko Veneno, que aportaron al programa un aire moderno, muy en línea con lo que empezaba a despuntar a mediados de los 80.

En cuanto a los contenidos, el estudio detecta tres etapas a lo largo de la emisión del programa, que reflejan una clara evolución. En la primera (1984-85) se observa una tímida ruptura respecto a los programas infantiles de los 70 y ya se observan algunos temas recurrentes en el programa como el cine y la literatura. El análisis de contenido realizado confirma ya en esos inicios una de las características más mencionadas sobre «La bola de cristal»: trataba a los niños como adultos, algo no habitual en los programas infantiles de entonces. También se detecta otra peculiaridad que prevalecerá durante todas sus emisiones y contribuye a su éxito: la fragmentación del programa y su formato contenedor.

Pero la propia Rico deseaba ir más allá, y apostar por un programa más vanguardista en fondo y forma. Este cambio es evidente en la segunda etapa (1985-87), la más transgresora e innovadora y durante la cual se lograron los más altos índices de audiencia. Los guiones del programa muestran ya una marcada línea ideológica de izquierdas, casi siempre envuelta en un tono humorístico, irónico y sarcástico. El espacio abordaba temas no habituales en esa época como el feminismo, la defensa del medio ambiente o la diversidad.

En esta etapa de mayor éxito es todavía más evidente la fragmentación del programa, que le confiere un mayor ritmo, y se hace especialmente notoria la vinculación con la corriente estética, cultural y musical de la llamada Movida madrileña. La música estaba muy presente con la producción de videoclips y la emisión de conciertos de grupos del momento, así como el humor y la sátira, con la incorporación de Javier Gurruchaga o las «entrevistas del patito».

Por último, en la etapa final o de decadencia (1988) los contenidos se vuelven menos vanguardistas y el formato muestra síntomas de agotamiento. Asimismo, se acaba la permisividad que había mostrado RTVE hasta entonces y se produce un mayor control por parte de la cadena. El programa era más visto por los adultos que por el público infantil, pero, en total, las audiencias habían descendido considerablemente respecto a los años anteriores.

Referencias bibliográficas

- Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión. (2011). *Tesoros Vivos de la Televisión. Entrevista a Lolo Rico*. Cintas facilitadas por la propia ATV.
- Alba, S. (1992). *¡Viva el mal! ¡Viva el capital!* Madrid: Orates.
- Bignell, J. (2004). *An introduction to television studies*. London/New York: Routledge.
- Bourdon, J. (2011). *Du service public à la télérealité. Une histoire culturelle des télévisions européennes 1950-2010*. Paris: INA.
- Casetti, F., y Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Contreras, J.M., y Palacio, M. (2001). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis.
- Corner, J. (1999). *Critical ideas in television studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Eiroa, M., y Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Madrid: Síntesis.
- Gallego Reguera, M. (2016). Periodistas pioneras e innovadoras en la historia de la televisión en España: Blanca Álvarez y Lolo Rico. *Historia y Comunicación Social*, 21(2), 487-496. doi:10.5209/HICS.54375
- García Matilla, A., y Molina Cañabate, J.P. (2008) Televisión y jóvenes en España. *Comunicar Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 31 (XVI). 83-90. doi:10.3916/c31-2008-01-010
- García Vega, R., y Torres Martín, C. (2009). El vínculo infancia-televisión en la sociedad actual. Análisis de la programación televisiva infantil española. *Enseñanza & Teaching*, 27(2), 103-122. <https://revistas.usal.es/tres/index.php/0212-5374/article/view/7097>
- Garitaonandia, C. (1986). La estructura de la programación y la importación de programas en las televisiones de Europa Occidental. *Analisi: quaderns de comunicació i cultura*, 10/11, 273-282. <https://raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41070>
- Guerrero, E. (2010). *El entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona: Deusto.
- Ibáñez, J.C. (2002). El reto de la audiencia ante la transformación del modelo televisivo en España (1985-1990). *Área Abierta*, 2, marzo. <http://revistas.ucm.es/inf/15788393/articulos/ARAB0202130004A.PDF>
- Jost, F. (2005). *Comprendre la télévision*. Paris: Armand Colin.
- Lolumo, A. (2022). La bola de cristal: Una aproximación a la neuroeducación en la etapa de Educación Primaria. *JONED. Journal of Neuroeducation*, 3(1), 147-155. <https://revistes.ub.edu/index.php/joned/article/view/38321>
- Montero Rivero, Y. (2006). *Televisión, valores y adolescencia*. Barcelona: Gedisa.
- Munsó, J. (2001). *La otra cara de la televisión: 45 años de historia y política audiovisual*. Barcelona: Flor del Viento.
- Ortega Dolz, P. (21 de noviembre de 2009). La mujer de 'La bola de cristal'. *El País*. https://elpais.com/diario/2009/11/21/madrid/1258806265_850215.html
- Palacio, M. (2006). Cincuenta años de televisión en España. *Revista Tendencias*, 6, 315-319.
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Palacio, M. (2012). *La televisión durante la Transición española*. Madrid: Cátedra.
- Palacio, M., y Ciller, C. (2014). La clave de TVE, un programa de debate en la historia de la televisión en España (1976-1985). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 20. doi: 10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45100
- Paz Rebollo M.A., y Martínez Valerio L. (2014). La primera conformación de una audiencia infantil y juvenil para la televisión en España (1958-1968). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 43-58. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45090

- Pérez Ornia, J.R., y Núñez Ladevéze, L. (2006). La audiencia infantil en España: cómo ven los niños la televisión. *Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología)*. 1-13. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero066/como-ven-los-ninos-la-television/>
- Rico Oliver, L. (1994). *Televisión: fábrica de mentiras*. Madrid: Espasa Calpe.
- Rico Oliver, L. (1996). Consumir imágenes. *Comunicar*, 7, 19-21. <https://www.redalyc.org/pdf/158/15800705.pdf>
- Rico Oliver, L. (2003). *El libro de la bola de cristal*. Barcelona: Plaza Janés.
- Rico Oliver, L. (2008). *¿Cómo es posible que el tiempo pase tan deprisa y yo no me dé cuenta?* Barcelona: Plaza Janés.
- Suárez, J. (2015). *Lolo Rico: la mirada no inventada*. La guerrilla comunicacional. Documental disponible en Filmin.
- Vilches, L. (1996). *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós Ibérica.