



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

Patrimonio audiovisual: narrativas, contenidos y formatos

Coords.

Ana Mancho
Joseba Bonaut
Sagrario Bernad
Ana Segura

Dykinson, S.L.

**PATRIMONIO AUDIOVISUAL:
NARRATIVAS, CONTENIDOS Y FORMATOS**



COLECCIÓN CONOCIMIENTO CONTEMPORÁNEO

PATRIMONIO AUDIOVISUAL:
NARRATIVAS, CONTENIDOS Y FORMATOS

Coord.

ANA MANCHO
JOSEBA BONAUT
SAGRARIO BERNAD
ANA SEGURA

Dykinson, S.L.

2024



Grupo de Investigación
en Comunicación
e Información Digital (GICID)
Universidad Zaragoza



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Esta obra se distribuye bajo licencia

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0)



La Editorial Dykinson autoriza a incluir esta obra en repositorios institucionales de acceso abierto para facilitar su difusión. Al tratarse de una obra colectiva, cada autor únicamente podrá incluir el o los capítulos de su autoría.

Este libro ha sido sometido a evaluación por pares académicos con el método de doble ciego, así como parte de nuestro Consejo Editorial. Para más información, véase: https://www.dykinson.com/quienes_somos/

PATRIMONIO AUDIOVISUAL: NARRATIVAS, CONTENIDOS Y FORMATOS

EDITORAS CIENTÍFICAS: Carmen Marta-Lazo y Antonia Nogales Bocio

Diseño de cubierta y maquetación: Francisco Anaya Benítez

© de los textos: los autores

© de la presente edición: Dykinson S.L.

Madrid - 2024

N.º 191 de la colección Conocimiento Contemporáneo

1ª edición, 2024

ISBN: 978-84-1170-765-7

NOTA EDITORIAL: Los puntos de vista, opiniones y contenidos expresados en esta obra son de exclusiva responsabilidad de sus respectivos autores. Dichas posturas y contenidos no reflejan necesariamente los puntos de vista de Dykinson S.L, ni de los editores o coordinadores de la obra. Los autores asumen la responsabilidad total y absoluta de garantizar que todo el contenido que aportan a la obra es original, no ha sido plagiado y no infringe los derechos de autor de terceros. Es responsabilidad de los autores obtener los permisos adecuados para incluir material previamente publicado en otro lugar. Dykinson S.L no asume ninguna responsabilidad por posibles infracciones a los derechos de autor, actos de plagio u otras formas de responsabilidad relacionadas con los contenidos de la obra. En caso de disputas legales que surjan debido a dichas infracciones, los autores serán los únicos responsables.

INDICE

INTRODUCCIÓN	7
ANA MANCHO	
JOSEBA BONAUT	
SAGRARIO BERNAD	
ANA SEGURA	
CAPÍTULO 1. LA APUESTA DIGITAL EN LA DISTRIBUCIÓN DE CONTENIDOS EN LA RADIO. ESTUDIO DE CASO A TRAVÉS DE IVOOX.....	12
AMPARO SUAY MADRID	
CAPÍTULO 2. COMUNICANDO CIENCIA: EL <i>PODCAST</i> COMO HERRAMIENTA DE DIFUSIÓN CIENTÍFICA	26
SAMANTA FLORES-JARAMILLO	
JAVIER TRABADELA-ROBLES	
EDUARDO CARCABOSO-GARCÍA	
CAPÍTULO 3. LA ATENCIÓN Y EL USO DE IMÁGENES EN LA COMUNICACIÓN CIENTÍFICA	45
MIGUEL ÁNGEL MARTÍN-PASCUAL	
CELIA ANDREU-SÁNCHEZ	
CAPÍTULO 4. LAS NUEVAS FÓRMULAS DE EXPLOTACIÓN CINEMATOGRAFICA: DESAFIANDO EL FUTURO DE LA VENTANA TEATRAL	61
BRENDA PÉREZ-ZAPATER	
CAPÍTULO 5. LA INTERTEXTUALIDAD COMO ELEMENTO CLAVE DE LA CONSTRUCCIÓN NARRATIVA EN LA SERIE DE ANIMACIÓN “ESTE MUNDO NO ME HARÁ MALA PERSONA” (NETFLIX, 2023)	82
JAVIER CALVO ANORO	
IGNACIO LASIERRA PINTO	
CAPÍTULO 6. DELIMITACIÓN Y DEFINICIÓN DEL CINE DE CULTO, Y APLICACIÓN ACTUAL	101
MARCOS JIMÉNEZ LOBERA	
CAPÍTULO 7. LOS ICONOS TELEVISIVOS INANIMADOS: DE LA CREATIVIDAD MANUAL A LA REALIDAD AUMENTADA EN DIRECTO	120
PATRICIA GASCÓN-VERA	
CAPÍTULO 8. ¿DÓNDE QUEDÓ LA ARTESANÍA? CREACIÓN DE CONTENIDOS CORPORATIVOS Y PUBLICITARIOS CON IA	146
MARÍA PATRICIA SOROA DE CARLOS	
MARÍA DEL MAR HERNÁNDEZ SUÁREZ	

LOS ICONOS TELEVISIVOS INANIMADOS: DE LA CREATIVIDAD MANUAL A LA REALIDAD AUMENTADA EN DIRECTO

PATRICIA GASCÓN-VERA
Universidad de Zaragoza

“Inanimado, da”. Según el diccionario RAE, es aquel elemento que no tiene alma, que no da señales de vida. De ahí que los muñecos, puppets, títeres, marionetas, teleñecos... sean eso, trapos inanimados que se deben a los guionistas, creadores/as, atrecistas, directores/as, dobladores/as, intérpretes físicos y verbales; incluidos los ventrículos/as que le dan voz y movimiento; hasta llegar a los informáticos/as o desarrolladores de inteligencia artificial. Una destreza dirigida con la que, además, se puede educar, entretener, informar o su mix.

Seguro que nos aparecen en la mente ciertos inanimados representativos del mundo de la televisión, esto es porque una de sus múltiples facetas es que son una expresión visual de la identidad cultural. Reproducen gestos sociales y provocan reflejos culturales desde estereotipos como la persona cotilla, molesta o preguntona que se asocian desde las marionetas; las cuales, además, pueden ser caricaturas de personas reales, donde la exageración se une a la identificación.

Por estas primeras premisas, el cometido del presente estudio es efectuar un análisis detallado de una decena de iconos televisivos concentrados en función de la autoría y proyectos audiovisuales históricos en la programación televisiva española como Herta Frankel, Alejandro Milán, *La bola de cristal*, los ventrílocuos de variedades, *Barrio Sésamo*, los primeros muñecos satíricos, así como los vigentes en antena, “Trancas y Barrancas”, o las primeras representaciones virtuales en directo, como el personaje “Mapi” de La 1.

Un repaso cronológico de este recurso, como parte del patrimonio audiovisual, que se efectúa desde un enfoque que defiende la utilización de las marionetas como forma de expresión visual y creativa. Aquellas que, como particularidades, se convierten en vehículos eficaces para la transmisión de mensajes, agrupan la atención del público infantil y permiten la representación de la realidad española, bajo el prisma del humor y su caricatura.

1. INTRODUCCIÓN

Los títeres y marionetas en la programación española han evolucionado a lo largo de las décadas que se han plasmado en programas, pasando de la censura y sus límites, a la libertad creativa y, ahora, a la incorporación de técnicas virtuales y la, cada vez más presente, inteligencia artificial. Estas fórmulas (Román Reyes, 2021; Agut i Clausell, 2008), derivadas de la antigua Grecia y que han pasado por el teatro, el ocio y la crítica de todas las sociedades y épocas, siguen siendo una forma única y efectiva de abordar temas de humor y también del periodismo, adaptándose, por sus cualidades propias (representatividad, llamada de atención, broma redirigida, animus iocandi), a las necesidades y preferencias cambiantes de la audiencia a lo largo del tiempo. La cual ha ido fluctuando su importancia en antena, pero siempre dejando un espacio, de mayor o menor influencia temporal, a sus personajes.

Desde formar parte de las primeras emisiones en TVE (Gascón-Vera, 2023 b), a ser un recurso competitivo, en los años noventa, con la llegada de la privatización al mercado audiovisual español (Gascón-Vera, 2022 a), o conformarse como un recurso puntual en formatos de periodismo de humor (Gascón-Vera, 2022 b). Por lo que, su prolongación programática responde al éxito social de una serie de formatos representativos.

Por ello, esta compilación histórica se basa en estos artículos y seminarios (Gascón-Vera, 2023 a) citados, así como en un artículo futuro, más extenso, sobre su origen histórico y su comparativa con la aplicación en la historia del títere y la programación televisiva francesa.

Por lo tanto, esta investigación ofrece de forma compiladora cómo ha sido la programación televisiva en torno a las marionetas inanimadas, sintetizando las claves de una investigación longitudinal, desde el escándalo y desde lo audiovisual. Concretamente, desde las primeras emisiones hasta la actualidad, a través de una decena de casos representativos, a modo de estudio ejemplificante, que se traslada desde los diferentes usos de estos recursos de humor, tanto en la educación, la información y el entretenimiento (Antona, 2017).

Un proyecto descriptivo-comparativo, enmarcado en los estudios de programación televisiva (Gómez-Escalonilla, 2002; Palacio, 2006; Montero-Díaz, 2014; Izquierdo-Castillo y Latorre-Lázaro, 2022; Montero-Díaz et al., 2022), que sirve para dar cuenta de la amplitud de elementos audiovisuales que son patrimonio de la historia de la televisión y del recuerdo de la audiencia, en concreto, desde los contenidos de infoentretenimiento, un término que consigna Krüger (1988), desde el término anglosajón infotainment, en su obra *Infos-Infotainment-Entertainment* para designar a determinados programas que combinan la información con el entretenimiento.

Un macrogénero que tiene sus orígenes en la evolución de los medios de comunicación y en la adaptación de las demandas cambiantes de la audiencia, siendo plasmado en programas de variedades (López Domínguez, 2020), *talk shows* y *late night shows*, internacionales (Salgado, 2006; Niven et al., 2003) y/o españoles (Sangro y Salgado, 2008).

Asimismo, el infoentretenimiento ha sido estudiado en programas de entretenimiento con contenido informativo (Gordillo et al., 2011), en su aspecto ético (Redondo-García y Campos-Domínguez, 2015), así como desde el uso de sus redes sociales (Zamora-Martínez et al., 2022) y contenidos virales en televisiones de pago (Gascón-Vera, 2020). Por lo tanto, el infoentretenimiento televisivo evolucionó en respuesta a los cambios en la tecnología, la cultura y las expectativas de la audiencia (Aguilera-García, 2019), hasta hoy en día, donde la fusión de información y entretenimiento es una característica distintiva de gran cantidad de programas televisivos que buscan mantener a la audiencia informada y comprometida en un mundo mediático en constante evolución.

Unos programas que se han consolidado (Ortells-Badenes, 2011; Ferré Pavia, 2014) y desde los que estos personajes inanimados, a menudo, son utilizados para transmitir información o entretenimiento de manera innovadora e incluso desde la sátira (del Río, 2022) o la sátira televisiva (Valhondo-Creco, 2011). Por tanto, son y se sirven de recursos humorísticos como la caricatura, una deformación de un personaje sobre el que se exageran sus rasgos, pero en la que se mantiene la intención de ser reconocible y que da testimonio del momento histórico de su política (Carpio, 2007) y de su sociedad; aquella que expone la hipocresía y las desigualdades, las que, desde nuestro punto de partida, los títeres y las marionetas representan en sus relatos conformando la caricatura televisiva (Burgos-Ramírez, 2010).

En esta línea, el periodismo (Carpio, 2008) también ha encontrado su lugar en la programación de títeres y marionetas en España. Algunos espacios han abordado cuestiones de actualidad y noticias mediante la presentación de noticias o la simulación de entrevistas con personajes famosos. Estos programas han demostrado ser una forma efectiva de educar a los jóvenes sobre temas importantes de una manera accesible y atractiva. En la actualidad, con el avance de la inteligencia artificial, los títeres y marionetas han experimentado una nueva transformación en la programación española, dado que la tecnología permite la creación de personajes virtuales y la interacción en tiempo real con la audiencia.

2. MARCO TEÓRICO, METODOLOGÍA Y OBJETIVOS

2.1. INVESTIGACIONES SOBRE MARIONETAS EN LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA

Los títeres en la televisión tienen sus raíces en las tradiciones teatrales y las formas de entretenimiento que existían mucho antes del surgimiento del medio televisivo. El origen de los títeres se remonta a tiempos antiguos, con evidencias de su existencia en culturas como la china, romana y griega, donde se utilizaban como herramientas de narración y entretenimiento en festivales y representaciones. También por un éxito de público mantenido por un sinfín de compañías de títeres y cachiporra.

En cuanto a su relación con el público, el teatro de marionetas siempre fue un espectáculo para todas las edades, porque la idea de un arte especialmente para niños no existía. Y menos aún, en el espacio compartido de la plaza pública. De hecho, es a mediados del siglo XIX cuando comienzan a establecerse las categorías de público adulto e infantil (Ortega Cerpa, 2015, p. 7).

Nuevas imágenes y componentes que junto con la gomaespuma y el látex se han empleado frecuentemente en el títere televisivo para realizar caricaturas de políticos, artistas y todo tipo de personajes públicos, continúa relatando esta autora y que ligamos al contexto de la televisión.

La relación entre el humor, la televisión y las marionetas ha sido objeto de atención en la investigación académica en España, destacando la singularidad de esta combinación en el ámbito televisivo. Estudios como los de Herrero (2018), de forma cronológica y multitemática, y Martínez (1997), sobre el caso de *Los Guñoles*, han explorado cómo estos elementos convergen para crear contenidos audiovisuales únicos, tanto en términos de entretenimiento como de expresión cultural. Estos estudios no solo aportan conocimientos sobre la producción y recepción de programas, sino que también contribuyen a una comprensión más profunda de cómo la televisión y las marionetas se convierten en medios para expresar la identidad cultural y la creatividad en el contexto español.

Por tanto, este presente artículo se centra en la evolución del uso de marionetas en programas cómicos de televisión en España, los cuales pueden ser divididos en varios grupos y, sobre ellos, se pueden analizar diversos aspectos en las diferentes épocas de su emisión.

- 1. Marionetas en el entretenimiento infantil.
- 2. Programas de humor con marionetas/muñecos.
- 3. Espectáculos de variedades.

Se trata pues de un proceso creativo que queda plasmado en una decena de formatos representativos, emitidos desde los primeros meses de Televisión Española, hasta la temporada 2023-2024, en las cadenas en abierto. Tras ello, se examina cómo la introducción de nuevas tecnologías y cambios en las preferencias del público han influido en la forma en que las marionetas se utilizan para transmitir mensajes humorísticos.

La tecnología permite la creación de personajes virtuales y la interacción en tiempo real con la audiencia, aunque estos muñecos, a menudo, siguen las mismas pautas de creación que siglos antes. Cuerdas y espuma les permiten transmitir información y entretenimiento (Gascón Vera 2023 b).

De tal modo que este análisis longitudinal ofrece una visión histórica de la intersección entre las marionetas y el humor en la televisión española.

2.2.1. Su traslación a la televisión internacional

El inicio de los títeres como parte integral de la programación se ubica en las primeras décadas del siglo XXI. A medida que la televisión se convirtió en un medio de comunicación masivo (McLuhan, 2015), los productores y creadores comenzaron a experimentar con diferentes formas de contenido para atraer a las audiencias.

Para hablar de primeros exponentes en la televisión podemos remitirnos a *Kukla, Fran and Ollie*, en 1947, en Estados Unidos, en la NBC; el que utilizó las marionetas a través de un espectáculo de títeres que efectuaba en vivo y que conseguía captar la atención tanto de niños como de adultos. Posteriormente, más conocido por introducir los títeres en la televisión fue Jim Henson, creador de los famosos Muppets. Henson comenzó su carrera con marionetas en la década de 1950, pero fue desde 1960 cuando sus creaciones, como “Kermit” la Rana, “Miss Piggy” y “Elmo”, encontraron un recurrente espacio en programas de televisión.

El formato más emblemático fue *Sesame Street* que se estrenó en 1969. Esta producción educativa para niños incorporó títeres de manera innovadora, utilizando personajes entrañables para enseñar conceptos educativos y sociales de manera amena. Otro hito importante fue *The Muppet Show*, creado por Henson y transmitido entre 1976 y 1981. Este programa de variedades no solo destacó por su combinación única de humor y música, sino que también demostró que las marionetas podían ser el foco central de un espectáculo televisivo dirigido a un público de todas las edades. En estas imágenes podemos ver lo rudimentario del proceso, vemos cómo la técnica del títere es manual y qué efectos consigue.

En diferentes partes del mundo, especialmente en Europa, también se desarrollaron programas que incorporaban títeres en la televisión. Por

ejemplo, en Alemania, *Augsburger Puppenkiste* apareció, por primera vez en televisión, hace 70 años. Durante mucho tiempo formó parte de la vida cotidiana de muchos niños y niñas, adaptando cuentos clásicos y creando historias originales utilizando marionetas.

Urmel el de los helados o Jim Knopf y Lukas el maquinista, se convirtieron en las estrellas de la televisión desde sus hilos (Eichinger y Herz, 2023). Ya en el plano satírico y de mano de la actualidad, el referente por excelencia fue *Spitting Image* que emitió su primer episodio, en 1984, en la cadena ITV. Consigió llegar hasta las 18 temporadas, en las que fue capaz de narrar la actualidad política y social de la mano de caricaturas de látex de las personalidades más acuciantes del momento. Por su parte, en 2020, sus creadores reeditaron el proyecto con un centenar de marionetas de látex entre las que se encontraban, por ejemplo, Donald Trump, el príncipe Enrique o su esposa Meghan.

De tal forma que, a lo largo de la programación, las marionetas con esta formulación se desarrollan en otros proyectos porque derivó en sucesivos proyectos como *Les guignols de l'Info*, en Francia, que llegó a emitir treinta temporadas y llegó a ofrecerse como fórmula internacional en diferentes países, entre ellos, España -tal y como se detallará-. Por tanto, el origen de los títeres en la televisión puede atribuirse a la creatividad de visionarios como Jim Henson, quienes vieron el potencial de estas formas de entretenimiento en el medio emergente de la televisión. En la que, a lo largo de las décadas, los títeres han evolucionado y se han adaptado a diferentes géneros y estilos de programación, demostrando su versatilidad y su capacidad para cautivar a audiencias de todas las edades, en todo el mundo.

2.2.2. Cambios en España: historia y televisión

Los programas de títeres de humor en la programación española han sido una parte importante de la televisión a lo largo de los años. Desde la época de la censura hasta la era de la inteligencia artificial, estos programas han evolucionado en su estilo y contenido, adaptándose a las circunstancias históricas y tecnológicas.

A continuación, se presentan algunas etapas clave en esta evolución que parten de la primera transmisión televisiva en España que fue el 28 de octubre de 1956. Televisión Española (TVE) se estableció como un servicio público de control estatal, donde las variedades se sumaron a lo educativo, lo cultural y el humor, entre el que se introducen marionetas y títeres. Como repasa Carreras-Lario (2008), se trataba de formatos que heredan la evasión de la radio y que, por su popularidad, han sido desde el inicio “uno de los pilares de la programación” (p. 16). Entre ellos, en su tesis, se expone títulos como *Teatro de marionetas* en 1959, mismo año que *Las Marionetas de Maese Villarejo* y *Lo que cuenta la tía Cristina*.

Mención aparte merecen los títeres y las marionetas, estos necesitan un plató especial que se adaptase a las necesidades de la cámara, una plataforma que girase para proyectar decorados (...) y saber conjugar con maestría los distintos efectos especiales: nubes, humos, agua etc. Pero sobre todo necesitaban un buen guión (p. 121).

En este momento, la dictadura de Franco, desde la censura, ejercía un control estricto sobre los medios de comunicación, lo que incluía programas de títeres. A pesar de las restricciones, algunos titiriteros lograron transmitir críticas políticas y sociales de manera disfrazada a través del humor, utilizando marionetas para burlarse de las autoridades de una manera sutil. Los titiriteros se esforzaban por expresar opiniones críticas de una manera “disfrazada”, menos directa, para evitar la censura gubernamental, lo cual dio lugar a espectáculos ingeniosos y creativos que hacían reír a la audiencia mientras, a su vez, de forma velada, se transmitían mensajes subversivos.

Muchos de ellos, de crítica contra la propia represión política y social. Tales como la diversidad ideológica que no quedaba patente en los diferentes partidos políticos legalizados y los ilegalizados, así como las fórmulas sociales alejadas de la idealizada familia. Posteriormente, con la llegada de la democracia en España en la década de 1970, la televisión se abrió a una mayor diversidad de voces y enfoques. Los programas de títeres de humor comenzaron a florecer, ofreciendo una crítica social más abierta y satírica.

Algunos programas, como *La bola de cristal*, presentaban marionetas que se burlaban de la política y la cultura popular de la época. En las décadas de 1980 y 1990, los títeres y marionetas ganaron popularidad en programas infantiles ofrecían entretenimiento familiar con humor y canciones para niños, manteniendo al público cautivo. Con la llegada de la democracia y la libertad de expresión en España, estos programas se diversificaron y se convirtieron en un medio de entretenimiento más amplio.

Hasta la actualidad, cuando los programas de títeres y marionetas de humor siguen siendo populares en España. Algunos de ellos abordan temas de actualidad y sátira política, adaptándose a las preocupaciones y preferencias de la audiencia actual, sumándose al avance de la tecnología, la inteligencia artificial y la animación digital.

3. FORMATOS CON MUÑECOS INANIMADOS EN LA TELEVISIÓN EN ESPAÑA: UNA EXPLORACIÓN DE SUS ICONOS

La presencia de marionetas en la televisión española ha sido una constante a lo largo de las décadas, y su versatilidad ha permitido la creación de diversos formatos que van desde el entretenimiento infantil hasta programas humorísticos dirigidos a un público más amplio.

Esta exploración de esta tipología de formatos en la televisión en España revela la riqueza y diversidad de estas producciones, que han dejado una huella significativa en la cultura televisiva del país. La televisión, como medio de comunicación masiva, ha sido testigo del surgimiento y la consolidación de numerosos programas que han dejado una marca indeleble en la memoria colectiva de la audiencia. Este análisis busca explorar la trayectoria, características y datos de audiencia de estos elementos destacados en la historia de la televisión.

3.1. LA PIONERA DE LA TELEVISIÓN INFANTIL EN ESPAÑA

Herta Frankel, nacida en Viena en 1920, se convirtió en una figura pionera en la televisión infantil en España. Su legado se construyó en la década de 1950 cuando llegó a España, y su contribución más significativa fue la introducción de títeres en la pantalla española.

FIGURA 1 y 2. Herta en uno de sus formatos y en la visita a Locos por la tele con su perrita Marilín 21/03/1991



Fuente: RTVE²

La ventrílocua Frankel fue una pieza fundamental en la primera programación desde *Los Vieneses*, protagonistas de las variedades de TVE, gracias, también a la participación en sus números junto con la reconocida “Perrita Marilín”, creada por Elvira de Loyzaga. Además se complementaba con otros como “La ratita Violeta” y “El loro Quique”. Trabajó en la creación de marionetas y programas, siendo una de las primeras en comprender el potencial educativo y de entretenimiento de esta forma de arte.

Su carrera en televisión se destacó por su participación en programas dirigidos a un público infantil, convirtiéndose en un referente en este ámbito, especialmente en los primeros años, desde los que estableció las bases para futuros proyectos. Una primera audiencia infanto-juvenil para la cual, según el estudio de Paz-Rebollo y Martínez Valerio (2014, p. 45), se creó una programación infantil, pero esta “no fue ni amplia ni exclusiva” pese a estar dirigida a la familia. Por ello consideran que esa televisión intentaba entretener y que es desde 1964, cuando los contenidos intentan “adaptarse algo más a los gustos y a las diferentes edades de los niños”. Así, con su enfoque innovador y su contribución al desarrollo de contenidos educativos para niños, sus inanimados dejaron una huella duradera en la televisión española.

² Disponible en <https://goo.su/Jny16U>

3.2. MILÁN: UN PRIMER REFERENTE EN LA CREACIÓN DEL HUMOR TELEVISIVO

Alejandro Milán, nacido en 1956, se erigió como un referente en el ámbito del humor televisivo en España por diferentes hitos. Entre ellos, participó de forma activa, en la televisión escolar, que buscaba llegar a la población más joven.

FIGURA 3 y 4. El “Oso Osobuco”, marioneta del espacio Zoo Loco, y “Horacio Pinchadiscos” en Sabadabada (1981-1984)



Fuente ABC y RTVE³

Una muestra de ello fueron sus creaciones como el muñeco “Don Propicio” que también estaba manipulado por el mismo y que simulaba un profesor de escuela de la época. Junto con su primera creación “Oso-buco”, un enorme oso de peluche que aparecía en *Zoo loco*, dentro del programa de entretenimiento *Tarde para todos* del año 19974, así como en *Antena infantil* de *Los chiripitifláuticos* (1966-1974), junto con “Locomotoro” o “Valentina” que se emitieron en la ya etapa tardo-franquista. Además, después, completó su vida televisiva en *El gran circo de TVE*, *La cometa blanca*, *Un globo, dos globos, tres globos*, *Sababadabada* y *Dabadabadá*, otros de los espacios en los que Milán aportó su talento (Vertele, 2019).

³ Puede consultarse en <https://goo.su/eTzbYZ> y en <https://www.rtve.es/play/videos/sabadabada/>

3.3. *LA BOLA DE CRISTAL*: EL FENÓMENO JUVENIL DE LOS 80

Durante su tiempo en antena, *La bola de cristal* (1984-1988) se ganó el afecto de la audiencia juvenil. La combinación de entretenimiento y conciencia social lo convirtió en un programa único que trascendió las expectativas convencionales de la televisión para jóvenes.

Su influencia en la cultura pop española perdura y sus personajes han dejado una marca indeleble en la memoria colectiva. Su formato innovador y su capacidad para abordar temas de actualidad y cultura popular lo convirtieron en un fenómeno televisivo

Creado por Lolo Rico, este programa juvenil destacó por su enfoque fresco y original. Incorporó elementos musicales, secciones de humor y personajes inolvidables como “La Bruja Avería”. Se grabó en el Plató 3 de Prado del Rey, y contó con “Los Electroduendes”, a los que Alejandro Milán también les dio vida. Estos muñecos hablaban desde el *Libro Primero de El Capital* que contenía “un marxismo satírico para niños”, según Santiago Alba Rico (2003). Hasta que los directores de TVE Pilar Miró y Luis Solana aludieron a la no adecuación de sus contenidos y promulgaron cambios hasta su cancelación, tal y como refleja en una entrevista⁴ Matilde Fernández Jarrín, realizadora y subdirectora:

Lo que hizo Pilar Miró fue censura pura y dura. Nos decía: no hay que meterse con Reagan, no hay que meterse con Thatcher, no hay que meterse con Felipe González. Pero, oye, ¿y entonces con quién nos metemos? [risas] ... Era un programa de humor que trataba a los niños como adultos, no había por qué ponerse tan nerviosos.

3.4. VENTRÍLOCOS: “DOÑA ROGELIA” Y “MACARIO”

Durante este proceso televisivo, se desarrolló el fenómeno de los ventrílocuos a través, fundamentalmente, de dos figuras mediáticas: el empresario y productor José Luis Moreno con “Monchito”, “Macario” y “Rockefeller” y la artista Mari Carmen Martínez-Villaseñor con “Doña Rogelia”, la niña “Daisy”, el león “Rodolfo” y el pato “Nicol”. Moreno se hizo famoso por sus habilidades en el manejo de marionetas, a lo

⁴ Disponible en El Confidencial <https://goo.su/mn5eUpU>

largo de los años fue convirtiéndose en una figura destacada en la televisión española donde también ha ejercido un papel de productor.

FIGURA 5 y 6. Fragmento del formato *Directísimo* del 7 de febrero de 1976 con la entrevista a la ventrílocua Maricarmen y una aparición en *Ay, vida mía*



Fuente RTVE.es⁵

Además, ambas figuras mediáticas protagonizaban escándalos del mundo del corazón, en las décadas que, como en los orígenes americanos, usaban la apariencia de animales. Ideario que se unía a la imagen de señora mayor cotilla y entrometida de “Doña Rogelia” o infantiles de “Monchito” y “Daisy” que sin duda se configuran como personajes de la cultura popular. De este modo, ambos fraguaron una carrera televisiva a lo largo de décadas, en la que, además, entre sus aparentes diálogos humorísticos, vertían mensajes satíricos.

3.5. LA EDUCACIÓN DIVERTIDA

Barrio Sésamo es un programa educativo para niños que se ha emitido en diferentes países, adaptando la fórmula original estadounidense *Sesame Street*, con su primer episodio el 10 de noviembre de 1969. En España, se transmitió desde 1979 hasta el año 2000. Con personajes icónicos como “Epi” y “Blas” o “Espinete”. Se centró en la enseñanza de habilidades académicas y sociales a través de la diversión y la interacción con títeres y actores. Su enfoque educativo, combinado con la creatividad de los títeres y la interacción entre personajes, lo hizo único

⁵ Puede visionarse ambos formatos en <https://goo.su/K0PPohY> y <https://goo.su/1zmL75z>

y efectivo en su misión de enseñar mientras entretenía. Posteriormente, *Los Lunnis* han sido uno de los ejemplos de títeres más icónicos en España, apareciendo en varios espacios, desde los que han entretenido a niños con canciones y actividades didácticas.

3.6. EL PRIMER HUMOR SATÍRICO LLEGA EN LOS NOVENTA

TVE estrenó *Los muñegotes* dentro del espacio, *Pero... ¿esto qué es?* (1989-1991), un formato de variedades con momentos de humor, entrevistas y actuaciones musicales (Gascón-Vera, 2022 b, p. 272).

En un contexto político y social crucial en España, se caracterizó por su valentía al abordar temas a través de la sátira de un peculiar hotel donde los políticos intentaban sobrellevar situaciones dramáticas y cómicas. Su impacto y recepción en la audiencia reflejaron la necesidad de una expresión crítica en la televisión española de la época.

Destacó como un programa de sátira política y crítica que utilizaba títeres para representar a personajes políticos y sociales de la época. Su enfoque mordaz y su capacidad para abordar temas políticos de manera humorística lo convirtieron en un referente en el panorama televisivo español, llegando a ser el elemento escogido para presentar la nueva programación de la televisión pública en los 90, como se muestra en la siguiente imagen.

FIGURA 7. *Los Muñegotes son los encargados de presentar la programación de TVE*



Fuente: Imágenes RTVE archivo⁶

⁶ Disponibles en <https://goo.su/uxUpf>

Además, de ser reseñables por ser los artífices de la inauguración del humor de títeres en España, hay un detalle que los hace especiales y es que supusieron el inicio de la competencia en la televisión, ya que Telecinco emitió *Los guguqús* en el formato de variedades *Tutti Frutti*.

FIGURA 8. Fotografías originales de la grabación de un sketch de *Los guguqús* con Lola Flores y Julio Iglesias



Fuente: Archivo personal de Félix Zapatero

Una treintena de caracteres entre los que se encontraban Isabel Preysler y Julio Iglesias, Felipe González, Adolfo Suárez o Manuel Fraga...

Ejecutadas por la productora Videocuarzo Corporación de Zaragoza, llegaron a fraguarse bajo la batuta del creador televisivo aragonés Félix Zapatero, diseñadas por Carlos Ochoa y dobladas, en Madrid, por los actores de *Cruz y Raya*. Un gran proyecto personal que Zapatero vendió a la recién llegada Mediaset y para el que fueron necesarios años de trabajo, un equipo de 40 personas y una gran inversión a través de una fórmula que el mismo creador fraguó tras el análisis de los propios *Spitting Image*, por la cual combinaba flexibilidad y electrónica (Gascón-Vera 2022 a, p. 815).

3.7. LA RADIO QUE SE HIZO TELEVISIÓN

Gomaespuma es conocido por su origen en la radio, hasta dar su salto a la televisión. El dúo formado por Juan Luis Cano y Guillermo Fesser llevó su estilo humorístico y desenfadado a la pequeña pantalla. Como refleja Filmaffinity⁷, su serie se emitió en Telecinco en 1994. El programa estaba formado por *sketches* protagonizados por marionetas a modo de teleñecos y cuyos personajes eran más de sesenta; a los de la radio se sumaron otros nuevos como: “Alba Didas”, “Aitor Tilla”, “Benito Camela”, “Borja Món de York”, “Chema Pamundi”, el gitano “Peláez” o el “Padre Palomino”.

Personajes propios que efectuaban historias de cinco o diez minutos⁸, en un formato televisivo que se mantuvo en antena muy poco tiempo, únicamente trece entregas. Pese a ello, su transición de la radio a la televisión marcó un capítulo significativo en la historia del entretenimiento en España debido a enfoque innovador y su capacidad para adaptarse a diferentes medios consolidaron su posición como referentes del humor en el panorama mediático español, gracias a personajes de goma, color, cabezas redondas y gafas carismáticas.

3.8. *LOS GUIÑOLES*, SÁTIRA IRREVERENTE Y SOCIAL

Las noticias del guiñol conocido popularmente como *Los Guiñoles* (1995-2011) fue un programa de sátira periodística (Carpio, 2008) gracias a su crónica política y social emitido en Canal+ España desde 1995 hasta 2011. Utilizando títeres y muñecos, destacó por su enfoque irreverente y su capacidad para abordar temas de actualidad con agudeza y humor. Durante su tiempo en antena, se convirtieron en un fenómeno en la televisión española. Su estilo provocador y su habilidad para satirizar eventos políticos y sociales generaron debates y controversias que le consolidaron su lugar como uno de los programas más influyentes de la época. Así, se publicó una portada en el ABC en la que se cuestionaba

⁷ Puede consultarse en <https://goo.su/Oqy6l>

⁸ Más información en <https://goo.su/MUTaCR>

su vinculación ideológica, siendo respondida, al día siguiente, con en la portada de *El País* donde el propio Guiñol era el protagonista.

Otro de los escándalos llegó con una parodia francesa de los deportistas españoles, en la que se manifestaba un dopaje. Lo cual llegó a ser una cuestión de Estado, al sobrepasar el debate popular y ser sobredimensionado desde la política, aquella que a veces, según conviene, da la mano a sus caricaturas: “Los políticos, cada día más, se atreven con el infohumor, fundamentalmente en campaña donde llegan a prestarse a compartir espacio con los humoristas, ante la repercusión social que pueden inferir en los ciudadanos” (Gascón-Vera, 2022 c).

3.9. LA ENTREVISTA LÚDICA

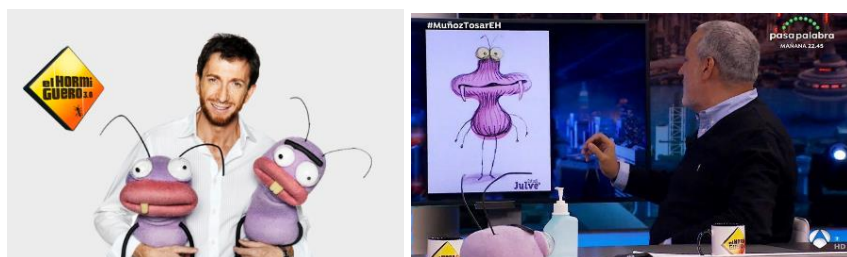
Hilado con la idea anterior, una amplia mayoría de políticos y expolíticos españoles han aceptado ser entrevistados por los siguientes puppets. La más reciente incorporación al mundo de las criaturas televisivas del humor, vuelve a sus orígenes, donde los animales, vuelven a escena lejos de rostros populares. “Trancas y Barrancas” son dos hormigas que actúan como anfitriones de las entrevistas en *El hormiguero*, que se emite desde 2006 hasta la actualidad. Este formato se caracteriza por su enfoque lúdico y su capacidad para combinar entretenimiento con entrevistas a celebridades. La inclusión de puppets en *El hormiguero* ha demostrado ser un elemento clave en el éxito continuo, ya que la pareja de muñecos ha alcanzado una popularidad notable en la cultura televisiva contemporánea en España.

Ambos muñecos y su prima Petancas, una hormiga descarada, egocéntrica y son sobrepeso (Huerta, 2012) se manipulan de forma manual utilizando técnicas de títeres, con un sistema debajo de la mesa, por los humoristas Juan Ibáñez y Damián Mollá, con un escaso espacio de maniobra.

Estas hormigas son resultado (Alfonso, 2015) del español Miguel Montoya, de The Root Puppets, quien también ha sido responsable de las ocho ediciones que *El hormiguero* ha conseguido exportar debido a su gran internacionalización (Gascón-Vera y Marta-Lazo, 2016). De esta forma, en México se llaman “Pichas y Cachas”, en Brasil “Tana y Jura”, en Portugal “Frisnas y Biznagas”... Asimismo, estos creadores son el

origen de otros personajes mediáticos a como la parodia de las propias hormigas, “Troche y Moche” y el muñeco de Franco en *El intermedio*, un formato al que unimos con los nuevos retos por ser uno de los primeros formatos de humor en haber implementado la técnica deepfake para fines humorísticos (Gascón-Vera y Meléndez Malavé, 2021).

FIGURA 9 y 10. Fotografías promocionales de *Trancas y Barrancas* con Pablo Motos y su evolución con Jorge Salvador



Fuente: 7 y acción y Antena3 ⁹

Por su parte, *Polònia* emitido en TV3 (2006.-), un programa de sátira política, también ha incorporado marionetas para representar a figuras públicas, ofreciendo una perspectiva cómica y crítica de la actualidad (Ferré y Gayà, 2009), así como *Muchachada nui* (La 2, 2007-2010), un programa de humor surrealista y original, dirigido por Joaquín Reyes, que presentó segmentos protagonizados por la “La Abuelita Caraváter”, una marioneta con cabeza en forma de váter que daba consejos ante problemas del público.

3.10. TECNOLOGÍA EN DIRECTO

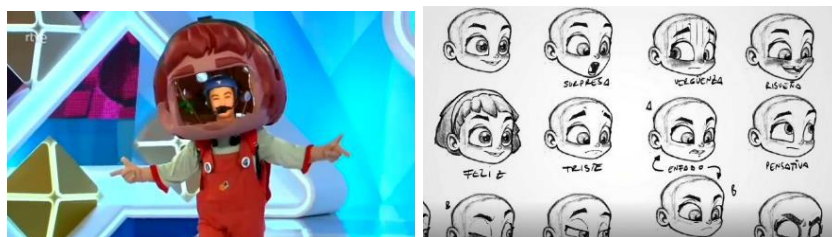
Todo se ha mantenido más o menos igual, con hilos y espuma, hasta “Mapi”, una producción virtual en la que se utilizaba la captura facial y el *tracking* posicional, tal y como explicaba IRALTA VR¹⁰. Los responsables de su creación, asumieron el reto de producir 60 capítulos de

⁹ <https://www.7yaccion.com/> y <https://goo.su/iPHVSKL>

¹⁰ Puede consultarse en <https://www.linkedin.com/company/iralta-vr/>

este concurso en el que este personaje de realidad aumentada actuaba como copresentadora virtual junto a Jandro.

FIGURA 11 y 12. Funcionamiento de “Mapi” y detalle de la creación de sus más de 100 expresiones



Fuente: RTVE y Vertele ¹¹

Una adaptación de la televisión japonesa cuyo personaje virtual se llamaba Chiko y su estilo recordaba al anime, tal y como comentaba su diseñador, Marcos Raya, quien, para España hizo “una imagen muy diferente”, al “españolizar o europizar” este diseño. Raya comenta que se basó en el original, pero con “el estilo de Vanellope, de Rompe Ralph, mezclado con el de “Cleo” de *La familia Telerín*. Todo para conseguir “un personaje que cautivase a todas las edades”, revela su creador (Segovia, 2022).

Como explicaba RTVE (2022), durante la grabación, la actriz que interpreta a Mapi; Carla Pulpón, con experiencia en teatro y televisión y especializada en obras de corte infantil y musicales, lleva puesta una cabeza de referencia y una cámara de captación facial que se sincronizan con la tecnología CGI (Computer Generated Imagery) en directo. Asimismo, en materia de realidad aumentada, siete potentes ordenadores recopilan las distintas señales (vídeo, posición y reconocimiento facial). Todo un despliegue de atrezzo digital para apoyar las emociones y movimientos de “Mapi” a lo largo del programa.

4. DISCUSIONES: MARIONETAS EN LA ERA DIGITAL IA

Los programas de títeres de humor han sido una parte importante de la cultura televisiva española, ofreciendo entretenimiento y crítica social

¹¹ Información de las imágenes <https://goo.su/iUFv2> y <https://goo.su/NQabO7I>

a lo largo de las décadas. En las que, de momento, no ha llegado la máquina que nos haga reír, aunque puede llegar a existir.

La idea de crear algoritmos que construyan o entiendan chistes es factible, pero para formular humor se requiere un buen procesador semántico y pragmático que permita que la máquina entienda el 100% del significado, y es aquí cuando surgen los problemas. Este caso se ampara bajo el humor computacional, la rama de la inteligencia artificial que nos provoca la risa¹².

Hablando en décadas, ahora todo nos parece caduco por la velocidad tecnológica y es que en este momento la inteligencia artificial nos muestra creaciones satíricas en pocos segundos, tal y como muestran las siguientes imágenes. Cada vez más, los test para saber si somos humanos son más fallidos, mientras que ser capaz de sortear la sátira, el chiste o un doble sentido es un requerimiento humano. Porque, aunque sea factible que los algoritmos construyan o entiendan chistes, comprender todos los significados culturales, sociales o históricos requiere un enorme conocimiento. En un mundo en el que la inteligencia artificial y la creatividad pueden ser la combinación perfecta, no se deben perder de vista los desafíos éticos y sociales de la IA.

FIGURA 13 y 14. Muñeco satírico y puppet político creados por IA



Fuente: Imágenes IA creadas por <https://www.craiyon.com/>

¹² Más información en <https://goo.su/0qlvz>

Por tanto, hasta que los chistes puedan crearse o las marionetas digitalizarse y, con ello, surjan nuevos retos para la televisión, las marionetas todavía deben articularse bajo la batuta del creador humorístico que la mueve, de forma rudimentaria, con hilos y gomas. Con ello, se promulga que los inanimados pueden tomar dos caminos: o que se adopten a los nuevos avances tecnológicos o mantengan lo ya experimentado con los mismos ingredientes que las marionetas de nuestra infancia. Aquellas que han servido para defender nuestra actualidad a través de un mundo apasionante que relaciona la cultura y la creatividad.

5. CONCLUSIONES

Este análisis detallado revela la riqueza cultural y creativa que ha caracterizado a la televisión española a lo largo de los años. Desde programas infantiles que han educado y entretenido a generaciones hasta propuestas satíricas, cada uno ha contribuido de manera única al paisaje mediático de España.

La diversidad de estos formatos ilustra cómo las marionetas han sido utilizadas de manera versátil en la televisión española, desde la educación infantil hasta la sátira política. Su presencia ha añadido un componente artístico y creativo a la programación, contribuyendo a la riqueza cultural y al imaginario colectivo de la audiencia española. A medida que la televisión continúa evolucionando, estos elementos emblemáticos sirven como recordatorio de la capacidad del medio para influir, educar y entretener. Por tanto, se confiere cómo en el tejido de la televisión española, la diversidad de enfoques y la creatividad han sido y seguirán siendo motores clave que mantienen viva la conexión entre los programas y la audiencia.

La televisión española ha sido testigo de una rica diversidad de programas y personalidades a lo largo de las décadas. Desde pioneros como Herta Frankel hasta figuras contemporáneas como “Trancas y Barrancas”, cada uno ha dejado una huella única en la memoria colectiva de la audiencia. La evolución de la televisión en España se refleja en la variedad de formatos, estilos y enfoques que han definido cada época, a través del humor, de hilos a píxeles.

6. AGRADECIMIENTOS/APOYOS

La autora es beneficiaria de las Ayudas para la recualificación del sistema universitario español para 2021-2023 Margarita Salas del Ministerio de Universidades de España financiado por la Unión Europea NextGeneration EU/PRTR.

Esta investigación forma parte de un proyecto desarrollado en una estancia de investigación en la Universidad de Nanterre, Paris, financiado por el Instituto Universitario de Investigación y en Patrimonio y Humanidades, Universidad de Zaragoza. Bajo el auspicio del Grupo de Investigación en Comunicación e Información Digital (GICID) de la Universidad de Zaragoza, reconocido como grupo de referencia, por el Gobierno de Aragón con el código S29_23R (Núm. 62 del Boletín Oficial de Aragón, de fecha 28/04/2023), dentro del área de Ciencias Sociales y financiado por el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional, FEDER “Construyendo Europa desde Aragón.

7. REFERENCIAS

- Aguilera-García, I. C. (2019). La cultura del humor televisivo: El infoentretenimiento español desde su utilidad para las audiencias. ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria, 24(47). <https://doi.org/10.1387/zer.20705>
- Agut i Clausell, F. (2008). Marionetas, historias entre hilos. Universitat Jaume I, Fiestacultura, revista especializada en teatro de calle y fiesta, (34), primavera, pp. 15-17. <https://goo.su/SUQUIUq>
- Alba Rico, S. (2013). ¡Viva la CIA! ¡Viva la Economía! La llevar-virus
- Alfonso, M. A. (2015, 21 de septiembre). El médico de trancas y barrancas. Elcomercio.es. <https://goo.su/NyGSN>
- Antona Jimeno, T. (2017). El entretenimiento como pilar de la programación televisiva durante el periodo 1958-75, Communication & Society, 30(2), pp. 31-45. <https://doi.org/10.15581/003.30.35790>
- Burgos-Ramírez, M. (2010). La caricatura televisiva: un análisis de Bob Esponja y los valores que transmite. (Trabajo de grado, Universidad Javierana). <https://goo.su/eZsx>

- Carpio, J. A. (2007). Los políticos según el humor: análisis de contenido de la caricatura de José María Aznar en Las Noticias del Guñol. *Comunicación y pluralismo*, (4), 139-172. <https://goo.su/sa6as>
- Carpio, J. Á. (2008). El humor en los medios de comunicación: estudio de Los Guñoles y sus efectos en las opiniones políticas. (Tesis doctoral, Universidad Pontificia de Salamanca). <https://goo.su/ckUE6>
- Carreras-Lario, N. C. (2008). Estructura y análisis de la programación de TVE (1958-1962): los años pioneros. (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla). <http://hdl.handle.net/11441/14977>
- del Río, C. M. (2022). Efectos de la sátira política a través de programas de infoentretenimiento televisivo en España. ¿Es humor solo para reír o hay algo más en juego? *Papeles del CEIC, International Journal on Collective Identity Research*, (2), 9.
- Eichinger, P. y Herz, A. (2023). Augsburger Puppenkiste vor 70 Jahren erstmals im Fernsehen. <https://goo.su/ifLZ>
- Ferré Pavia, C. (ed.), (2014). Infoentretenimiento: El formato imparable de la era del espectáculo. UOC.
- Ferré C. y Gayà C. (2009). Infoentreteniment i percepció ciutadana de la política: el cas de Polònia. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <https://goo.su/QM64ZH>
- Gascón-Vera, P. (2020). El infoentretenimiento en la televisión de pago, Movistar+ y el canal# 0. El uso transmedia de sus contenidos de humor. *Ámbitos: Revista internacional de comunicación*, 49, 177-196. <https://doi.org/10.12795/Ambitos.2020.i49.11>
- Gascón-Vera, P. (2022 a). Evolución histórica de las marionetas en televisión: de los ventrílocuos a su primer uso satírico en la desregulación en España. En Corona-León, G. A. y Oliveira, J. (eds.), *La transversalidad de la investigación en comunicación*, Dykinson, pp. 799-827. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=874306>
- Gascón-Vera, P. (2022 b). Periodismo de humor en televisión: análisis histórico, fórmulas y estructuras de formatos de éxito (1990-2015). (Tesis doctoral, Universidad de Zaragoza). Tesis de la Universidad de Zaragoza 2023, nº 243, Servicio de Publicaciones Universidad de Zaragoza, ISSN 2254-7606 <https://zaguan.unizar.es/record/129586>
- Gascón-Vera, P. (2022 c). La imitación en televisión. Caracterizaciones de líderes políticos en El intermedio, El hormiguero y Late motiv. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 9(17), 51-77. <https://doi.org/10.24137/raeic.9.17.3>

- Gascón-Vera, P. (2023 a, 13 de octubre). Espectáculo de marionetas y humor en la televisión española. Conferencia internacional. Seminario de Estudios sobre las Televisiones Españolas (AETE), Centre de Recherches Ibériques et Ibéro-américaines (CRIIA – EA 369) Université de Nanterre-Paris.
- Gascón-Vera, P. (2023 b, 29 de noviembre). Puppets de humor en la programación española, desde la censura a la inteligencia artificial. Ponencia. X Congreso Internacional de investigación en Comunicación e Información Digital. <https://goo.su/jPpGqeA>
- Gascón-Vera, P. y Marta-Lazo, C. (2016). Internacionalización de un formato televisivo de éxito: “El Hormiguero”. Revista Observatório, 2(2), 275-300. <https://doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2016v2especialp275>
- Gascón-Vera, P. y Meléndez-Malavé, N. (2021). Tecnología e imitación. El deepfake en el formato televisivo de humor Expediente Pérez. Ponencia, IX Congreso Internacional de investigación en Comunicación e Información Digital Congreso. <https://goo.su/g4wrr>
- Gómez-Escalonilla, G. (2002). Historia de la programación televisiva en España. Telos: Cuadernos de comunicación e innovación, (52), 27-36.
- Gordillo, I., Guarinos, V., Checa, A., Ramírez-Alvarado, M.^a del M., Jiménez-Varea, J., López-Rodríguez, F. J., De los Santos, F. y Pérez-Gómez, M. A. (2011). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. Revista Comunicación, 1(9), 93-106. <http://hdl.handle.net/11441/25517>
- Guarinos, V., Checa, A., Ramírez Alvarado, M. del M., Jiménez-Varea, J., López-Rodríguez, F. J., de los Santos, F., y Pérez-Gómez, M. A. (2022). Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment. Comunicación. Revista Internacional De Comunicación Audiovisual, Publicidad Y Estudios Culturales, 1(9), 93–106. <https://doi.org/10.12795/comunicacion.2011.v01.i09.11>
- Herrero, M. (2018). Telemuñecos. Marionetas y muñegotes de la historia de la televisión. Diábolo Ediciones.
- Huerta, R. (2012). “El hormiguero”, como sardinas en lata. El País. <https://goo.su/jyxjy>
- Izquierdo-Castillo, J., y Latorre-Lázaro, T. (2022). Oferta de contenidos de las plataformas audiovisuales. Hacia una necesaria conceptualización de la programación streaming. Profesional de la información, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.18>
- Krüger, U. M. (1988). Infos- Infotainment- Entertainment? Media Perspektiven, (10), 637-664.

- López Domínguez, C. (2020). La evolución del magacín televisivo en España: desde los programas de variedades de TVE y el infoentretenimiento, hasta el politainment y la tertulia política. (Trabajo Fin de Grado Inédito, Universidad de Sevilla). <https://hdl.handle.net/11441/102456>
- Martínez, A. (1997). España va bien. Los Guñoles. Santillana.
- McLuhan, E. (2015). La teoría de la comunicación de Marshall McLuhan: el butronero. Palabra Clave, 18(4), 979-1007.
- Montero-Díaz, J. (2014). Programación y programas de televisión en España antes de la desregulación (1956-1990). Introducción al monográfico. Estudios sobre el mensaje periodístico, (20), 11-24. <http://dx.doi.org/10.5209/esmp.68688>
- Montero-Díaz, J., Paz-Rebollo, M. A. y Lacalle, C. (2022). La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010). Programas y programaciones. Tirant Humanidades.
- Niven, D., Lichter, S. R., & Amundson, D. (2003). The political content of late night comedy. Harvard International Journal of Press/Politics, 8(3), 118-133.
- Ortega Cerpa, M. D. (2016). Historia crítica y revisada de La Tía Norica de Cádiz. (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla).
- Ortells Badenes, S. (2011). La consolidación de los programas de infoentretenimiento en el panorama televisivo español. Fòrum de recerca, (16), 279-292. <http://hdl.handle.net/10234/77227>
- Palacio M. (2006). Cincuenta años de televisión en España. Revista Tendencias, 6, 315-319.
- 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, núm. Especial. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45090
- Redondo García, M. M. y Campos Domínguez, E. M. (2015). Implicaciones éticas del infoentretenimiento televisivo. Comunicació: revista de recerca i anàlisi, 32(1), 73-89. <https://doi.org/10.2436/20.3008.01.130>
- Román Reyes, P. (2021). Marioneta: escultura en movimiento. (Trabajo Fin de Grado Inédito, Universidad de Sevilla)
- RTVE.es (2022, 1 de agosto). Mapi, la niña virtual que revoluciona la televisión <https://goo.su/ABrRz2>
- Salgado, A. (2006). The Daily Show, el informativo satírico que revoluciona Estados Unidos. Guionactualidad.

- Sangro, P. y Salgado, A. (eds.) (2008). El entretenimiento en televisión: guión y creación de formatos de humor en España. Laertes.
- Segovia, M. (2022, 22 de agosto). Entrevista Todas las Mapi antes de Mapi: así fue el proceso de creación de la estrella de RTVE. Rtv.es
<https://goo.su/iUFv2>
- Valhondo Crego J. L. (2011). Sátira televisiva y democracia en España. La popularización de la información política a través de la sátira. UOC.
- Vertele (2019, 25 de julio). Muere Alejandro Milán, creador de 'Los electroduendes' y otras marionetas míticas de TVE. Eldiario.es.
<https://goo.su/NDyd>
- Zamora-Martínez, Patricia; Berrocal, Salomé & Redondo-García, Marta (2022). Gestión de programas de politainment en Twitter: estrategias y respuesta social. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 28(4), 895-906.
<https://doi.org/10.5209/esmp.82840>