
Julio Moreno Díaz e Elena Medina de la Viña

La espectacularización de los concursos en España (1956-2000): evolución y procesos de producción

La espectacularización de los concursos en España (1956-2000): evolución y procesos de producción

The spectacularization of game and quiz shows in Spain (1956-2000): evolution and production processes

Julio Moreno Díaz (Universidad Rey Juan Carlos)

julio.moreno@urjc.es

Elena Medina de la Viña (Universidad Rey Juan Carlos)

elena.medina.delavina@urjc.es

Resumen

El espectáculo y el entretenimiento en televisión han determinado la propia historia del medio en España. En sus inicios, tanto las televisiones públicas como privadas, idearon una programación basada en espacios lúdicos como parte del atractivo de su oferta donde el concurso se alza como su representante. Formatos cuya evolución responde a la consolidación mediática y tecnológica del medio, la aparición de nuevas fórmulas de producción y la transformación del mercado audiovisual en España con la aparición de nuevos operadores y productoras independientes. El desarrollo del concurso como formato autónomo y su constante versatilidad que le sirvió para abanderar el espectáculo televisivo es el punto de partida de este artículo. Concursos como *Un, Dos, Tres... responde otra vez*, *El precio justo*, *El gran juego de la Oca* o *¿Quién quiere ser millonario?* amenizaron durante décadas a diferentes generaciones constituyéndose como paradigmas del entretenimiento audiovisual. Así, el objetivo de esta investigación es analizar su protagonismo en la televisión nacional generalista española entre los años 1956 y 2000, desde el nacimiento de Televisión Española hasta el fortalecimiento de las televisiones privadas. Para ello se han estudiado las parrillas de programación, a través de un análisis cuantitativo de los diferentes formatos que configuran al concurso como género, con el fin de establecer en qué forma evolucionó desde su producción, cuál fue la intención de las cadenas en la captación de audiencia potencial y qué elementos espectaculares definieron su singularidad.

Palabras clave: Concurso; television; espectáculo; producción audiovisual; entretenimiento

Abstract

The show and the entertainment on television have determined their own history in Spain. In its beginnings, public and private televisions, devised a programming based on entertainment as part of the appeal of their offer where the game show is their representative. Formats whose evolution responds to the media and technological consolidation of the mass media, the appearance of new forms of production and the transformation of the audiovisual market in Spain with the appearance of new operators and medium television producers. The development of the game show as an autonomous format and its constant versatility that served to support the entertainment television is the starting point of this article. Game shows like *Un, Dos, Tres... responde otra vez*, *El precio justo*, *El gran juego de la Oca* or *¿Quién quiere ser millonario?* amused for decades to different generations as audiovisual entertainment paradigms. In this way, the objective of this research is to analyse its importance in Spanish national television between 1956 and 2000, from the beginning of Televisión Española to the strengthening of private television. For this, the programming has been studied through a quantitative analysis of the different formats that configure the game show as a genre in order to establish how it evolved from its production, what was the intention of the channels regarding the potential audiences and what spectacular elements defined its uniqueness.

Key-words: Game show; television; show; audiovisual production; entertainment.

Introducción y metodología

Desde sus inicios, el entretenimiento televisivo obtuvo un papel destacado en la puesta en marcha de la programación de la televisión pública y privada en España. En el caso de TVE, incluso antes de sus primeras emisiones oficiales, en su etapa más experimental, ya había probado su señal con un espacio de variedades (Rodríguez y Martínez, 1992: 165) reconociendo el interés por este tipo de contenidos. La participación de artistas, música, baile y juegos se convirtieron en contenidos habituales con los que atraer al mayor público posible. Así y previamente a la conformación del concurso como género, fueron los programas de variedades los que se convirtieron en los representantes del espectáculo audiovisual (Barroso, 2002: 65) incluyendo pluralidad de reclamos: desde música ligera, humor, actuaciones artísticas, juegos y demás elementos establecidos bajo una estructura formal categorizando su organización hasta nuestros días (secciones, bloques, emisión semanal, amplia duración, producción en estudio, presentador estrella, público presente...). Contenedores de entretenimiento referenciados como "formato-ómnibus" (Imbert, 2003: 84) donde tenía cabida todo tipo de contenidos.

Este hecho confirma que la televisión en España nació como un medio por y para el entretenimiento popular perpetuando la estrategia de programación del referente modelo radiofónico desde donde se heredaron fórmulas de contenido y un consumo ritual de los programas. Sin embargo, y a pesar de la heterogeneidad de su oferta, fueron los juegos y los concursos los que adquirieron paulatinamente un mayor protagonismo hasta obtener la condición de programas autónomos. Esta característica supone el punto de partida de esta investigación que tiene como objetivo analizar la evolución del entretenimiento y su conformación como referente del espectáculo audiovisual y su adaptación al medio y, en consecuencia, a la producción audiovisual de entretenimiento. En este sentido, la investigación pretende demostrar, como hipótesis principal, que la evolución del entretenimiento obedece al perfeccionamiento del concurso en relación a factores determinantes relacionados con su carácter popular y audiencia masiva, el crecimiento formal del medio televisivo, los avances tecnológicos y logísticos, la transformación intrínseca de su amplia gama de formatos, las estrategias de programación y las fórmulas de producción.

La consolidación del concurso fue más allá con la puesta en marcha de cadenas comerciales privadas, las cuales, también optaron por el mismo modelo inicial empleado por TVE ideando parrillas de programación basadas casi exclusivamente en espectáculo. La disputa por el liderazgo en audiencias fomentó la rivalidad entre ellas y, especialmente, con la televisión pública. Este hecho supone el punto de partida para el planteamiento de una segunda hipótesis: la fuerte tendencia de los nuevos operadores por aumentar la oferta a través de la espectacularización sirvió para un mayor fortalecimiento del concurso como género (con especial atención a nuevos factores como el tratamiento espectacular de la realidad o el erotismo). Esta hibridación potenció que muchos de los formatos bajo la categoría de concurso pasaran a independizarse como nuevos géneros.

Por tanto, este estudio tiene como referente dos periodos diferenciados. Por un lado, el que comienza con el nacimiento de la televisión en 1956 (que desarrolla diferentes etapas donde la evolución del concurso está condicionada por el contexto político y sociocultural del momento (dictadura, transición, democracia) así como por los lógicos medios de producción) hasta el comienzo de la ruptura del monopolio de la televisión pública con la aparición de los operadores autonómicos durante los años ochenta. Por otro, un segundo periodo, en los años noventa, desde la llegada de los canales privados (Antena 3, Telecinco, Canal+), la participación de las productoras audiovisuales independientes y la ruptura definitiva de la exclusividad de TVE hasta la consolidación del cambio real en el panorama y mercado televisivo nacional. Para ello, se ha analizado la presencia de los concursos en las diferentes parrillas de las televisiones españolas entre 1956 y 2000 realizando un análisis del contenido y contextual de las producciones desde el estudio del diseño y producción de los formatos. Este análisis aporta no sólo una visión sobre las características de los concursos y, por defecto, del género de entretenimiento sino sobre las estrategias televisivas y los factores de producción que éstas conllevan en pro de la espectacularización de sus formas.

En cuanto a la metodología empleada, la obtención de los datos responde al periodo de estudio comprendido en los años citados. Esta disposición temporal se divide a la vez en varias fases donde las fuentes de información varían según el aumento del número de publicaciones relacionadas directamente con la progresiva importancia de la televisión como fenómeno. Además de su factor predominante en la sociedad de consumo como una de la principales actividades de tiempo de ocio de los españoles (Fiske, 2003: 265).

Las fuentes principales han sido las revistas de televisión *Tele Radio*, publicación semanal y oficial de RTVE de las que se consultaron un total de 1152 ejemplares; *Teleprograma*, referente en reportajes y parrillas de programación (clara competencia de la anterior que sirvió para contrastar informaciones) a partir del año 1966 compuesto por 1632 revistas analizadas; *Teleindiscreta*, con información relevante en los años ochenta y noventa con un total de 720 ejemplares; y *Supertele*, a partir de 1992, con especial atención a los concursos y la actualidad con un estudio de 384 unidades. Junto a estas revistas y, a lo largo de todo el periodo, también se emplearon las ediciones de los periódicos ABC y *La Vanguardia* así como *El País*, a finales de los setenta, y *Diario Ya*, en los ochenta, con los correspondientes suplementos temáticos televisivos. Todos los medios han sido consultados en la Biblioteca Nacional, Instituto de Radiotelevisión Española, Hemeroteca Municipal de Madrid y los departamentos de documentación de RTVE, Hearst Magazines España y Kantar Media. Igualmente, se han consultado documentos en red (especialmente material iconográfico y piezas audiovisuales) que han servido de complemento a la información obtenida. En todas las publicaciones se realizó un estudio de las programaciones de todas las cadenas de televisión en España por temporadas y año para identificar los diferentes concursos que se emitieron en las parrillas de programación para su posterior análisis de contenido. Todos los datos obtenidos fueron volcados en una base de datos en las que se señalan informaciones relacionadas con el título, año de producción, subgénero, día, hora, duración, tipo de producción y otros aspectos relacionadas con las mecánicas de los formatos (desarrollo de secciones, dinámicas, estándares, procesos, narrativa). En todo este proceso se ha recogido información de más de 4000 ejemplares lo que hace una base de datos completa para su análisis.

Posteriormente se procedió al visionado de los fondos documentales de RTVE para un análisis formal y textual con el fin de obtener una mayor precisión. Para ello, se facilitaron los concursos conservados con información complementaria que ha permitido tener una mayor perspectiva histórica de la programación y de los estándares de producción. Especial relevancia adquirieron los visionados en la última etapa de estudio cuando el género comienza a dividirse en diferentes subgéneros.

Una vez identificados los formatos, se procede a una clasificación terminológica de los diferentes conceptos que se tratan en la investigación para una mayor comprensión a través de los periodos estudiados.

MACROGÉNERO	Grupo de programas relacionados entre sí bajo una temática genérica.	Entretenimiento (junto a otros dos macrogéneros puros en televisión: ficción e información).
GÉNERO	Categoría o clase de un conjunto de programas con una misma raíz común en su forma y contenido.	Concursos
SUBGÉNERO	Grupos dentro del género con particularidades que los caracterizan y diferencian.	En esta investigación se identificaron 4 tipos: -Quiz show (clásicos, preguntas y respuestas y juegos) -Game show (espectacularidad en sus formas) -Talent show (demostración talento) -Dating show (relaciones personales) Puede existir hibridación entre ellos.
FORMATO	Contenedores que presentan variables en su producción (temática, puesta en escena, estándar, narrativa, mecánica, dinámica...) con identidad suficiente para distinguirlo de los demás programas de su mismo subgénero.	<i>El precio justo</i> y <i>Un, dos, tres... responde otra vez</i> son games show pero, a la vez, formatos diferentes.

Tabla 1 – Fuente: elaboración propia.

Por tanto, esta investigación se centra en los estudios sobre televisión y el entretenimiento audiovisual como complemento a los estudios históricos de la pequeña pantalla. Así, se enmarca dentro de dos líneas de investigación: *Televisión y cultura popular durante el franquismo: programación, audiencias y consumo televisivo (1956-1975)* e *Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico (1990-2010)*, con apoyo del Ministerio de Educación.

Inicios y consolidación de los concursos (1956-1975)

Durante esta etapa inicial protagonizada por las primeras emisiones y la limitación tecnológica y narrativa de las propuestas de la televisión pública, el entretenimiento ocupa el 65,5% del

total de emisiones (Antona, 2017: 34). Junto al resto de géneros, los concursos adquieren un protagonismo progresivo a partir de 1958-1959 cuando tras su gran popularidad como sección en programas de variedades, TVE decide considerarlos como programas autónomos. Los primeros concursos fueron, sin más, versiones de formatos radiofónicos alejados de un lenguaje audiovisual y limitados tecnológicamente pero que sirvieron como pauta para los estándares organizativos. A este modelo le siguió el estadounidense que ya había cosechado gran éxito en Europa y que TVE adaptó para la puesta en marcha de nuevos formatos. Este modelo condicionó especialmente la concepción del espectáculo como base del atractivo de los concursos ya que muchas de las fórmulas y dinámicas testadas perfeccionaron la producción al adaptar o versionar formatos americanos de éxito. También para su financiación ya que la cadena contó con marcas comerciales que asumían parte del coste de producción a cambio de publicidad en la emisión. La contribución económica dependía de la franja horaria lo que hizo fomentar programas más espectaculares para aquellas en las que se concentraba mayor audiencia, como la nocturna, e incluso cierta competición entre los estudios de Madrid (Paseo de la Habana) y Barcelona (Miramar) por el programa más espectacular (Baget, 1987: 25) lo que consolidó la razón comercial del *prime time* hasta nuestros días.

Por entonces, la mayoría de los concursos se producían en directo aunque cada vez era más usual el empleo de magnetoscopios para la grabación de insertos, bloques o falsos directos. También fue muy frecuente la variabilidad de las funciones de los profesionales implicados asumiendo labores de producción, dirección y realización a la vez debido a las dilatadas jornadas de trabajo y a las limitaciones técnicas. No obstante, los concursos se alejaban progresivamente de las dinámicas radiofónicas para ser más espectaculares y televisivos tras una mayor profesionalización y logística, especialmente, para los estrenos de temporada. De hecho, la inauguración de los estudios de Prado del Rey (Madrid), en 1964, con el plató más grande de Europa por entonces, fue un claro ejemplo de la apuesta por concursos espectaculares. La primera gran producción fue *La unión hace la fuerza* (1964). Basado en diferentes juegos de preguntas y de habilidad participados por grupos de intelectuales y deportistas, el concurso empleó, por primera vez, una unidad móvil para la realización de pruebas en exteriores generando una mayor sensación de espectáculo al romper con la formal puesta en escena de otros (Guerrero, 2010: 69). De esta manera, la espectacularización de los estándares de producción confirmó las facultades del género para seducir a la audiencia la cual seguía ubicando en las primeras posiciones de los paneles de aceptación a los programas de variedades y concursos acorde a su extraordinaria popularidad (Teleradio, 1964). A la par el número de espectadores y horas de emisión aumentaban.

En general, la mayoría de los concursos ofrecían dinámicas parecidas entre sí que obedecían a los dos subgéneros predominantes, *quizzes* y *talents show*, en relación a los tres grandes y básicos grupos genéricos (Matelski, 1992: 42): preguntas y respuestas, habilidad y de azar entre los que se encontraban juegos como crucigramas; comunicación de palabras por gestos; frases y personajes misteriosos; puzzles o rompecabezas en paneles; adivinanzas; juegos de cartas; y demostración de aptitudes (especialmente por noveles en diferentes disciplinas y

competición entre provincias). La totalidad ya empleaban mecanismos y dinámicas cuyo uso se hizo característico del género como el concursante continuo, botones para contestar las preguntas, paneles y pantallas, participación de personajes famosos, llamadas telefónicas de los espectadores, asistencia de público en plató, premios atractivos...en sencillas puestas en escena y fáciles de producir debido a la estandarización de sus técnicas de producción (Lacalle, 2001: 38) en relación al desarrollo de un sistema de producción seriada. Destaca, a la vez, la figura del presentador como anfitrión e interventor entre la puesta en escena, el concursante y el espectador, tal y como ocurría en la referente producción estadounidense. La incorporación de afamados locutores de radio como presentadores fue una estrategia comercial imprescindible para promocionar los programas que, junto a la popularidad de algunos concursantes, generaron un *star system* que potenció la espectacularización de los concursos. Claro ejemplo es el espacio *Un millón para el mejor* (1968), el programa con mayor número de seguidores de la década de los sesenta (Teleradio, 1970). Emitido en horario estelar, presentaba una mecánica basada en la superación de todo tipo de pruebas para conseguir un millón de pesetas, exagerada cantidad para la época que supuso uno de sus principales atractivos, patrón empleado en futuros formatos.

La consolidación del espectáculo continuaría en la década de los setenta con la constante apuesta por lo *talents show* como, por ejemplo, *Pasaporte a Dublín* (1970) donde elegir al representante español del *Festival de la canción de Eurovisión* (otro de los formatos más icónicos del entretenimiento televisivo). Su aportación fue fundamental para entender la narrativa actual de algunos *realities*. Sobre todo en relación al desarrollo de una estructura basada en la espectacularización de sus tramas: gestas de los aspirantes, reacciones del jurado o polémicas suscitadas entre unos y otros. No obstante, el mayor referente fue el primer *game show* español: *Un, Dos, Tres... responde otra vez* (1972) que no sólo revolucionó al género sino también a la historia del entretenimiento en España. El concurso combinaba juego con espectáculo en un universo de variedades repleto de atractivos, temática semanal, humor, actuaciones musicales, grandes premios... pasando a formar parte de la pequeña historia individual de una gran mayoría de espectadores (Moreno Díaz, 2009: 258).

Durante esta etapa, se han contabilizado más de 115 formatos autónomos que sumados a los juegos de los programas de variedades y a la continuación de la mayoría de los estrenados al menos durante dos temporadas más supone una elevada presencia del entretenimiento lúdico en televisión. Se observa, además, determinados años donde el incremento es notable: 1958 y 1960, años en lo que TVE experimenta con nuevos programas; 1964 con la inauguración de Prado del Rey y nueva logística para grandes producciones como el citado *La unión hace la fuerza*; 1969 con el éxito de *Un millón para el mejor* y 1972, con el referente *Un, Dos, Tres... responde otra vez* (éxitos de referencia que alrededor de su emisión potenció la producción de más formatos). En general, los concursos presentaron evidentes desigualdades de producción, especialmente según franjas horarias. Fue a finales de los años sesenta cuando todos los formatos, independientemente de su horario, alcanzaron un mínimo estándar de calidad

racional al margen del presupuesto asignado. Aun sí, los concursos no dejaron de producirse ni como programas autónomos ni como secciones dentro de los programas de variedades tanto para la primera cadena como la segunda, UHF (a partir de 1966), y tanto para los adultos como para los niños.

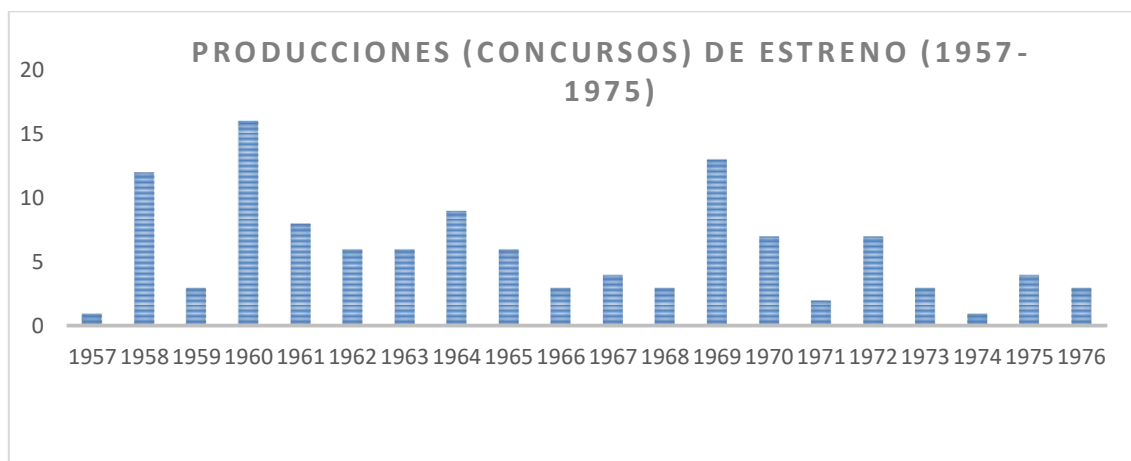


Gráfico 1 – Fuente: elaboración propia según datos extraídos de Teleradio, La Vanguardia y Teleprograma.

Transición del espectáculo (1976-1981)

La transición política experimentada en el país determinó la producción de entretenimiento en TVE que no ayudó a consolidar a una parrilla de programación ya de por sí inestable. Se trata de una etapa donde la producción de concursos decrece considerablemente con sólo 13 estrenos y, en general, sin un gran respaldo del público (Teleprograma, 1980). Televisión Española apostó más por espacios clásicos y estancos a pesar de que la hibridación de contenidos aportados por *Un, Dos, Tres... responde otra vez* se convirtiera en el eje organizador de todo formato espectacular como un elemento indispensable para atraer a la audiencia. El problema fue que, tras su finalización, la mayoría de las nuevas producciones imitaban dinámicas muy parecidas que hicieron que la audiencia las concibiera como copias del original disminuyendo el interés por la falta de creatividad en los nuevos formatos. Al mismo tiempo, TVE comenzaría a adaptarse tecnológicamente a la emisión en color lo que determinaría los cambios pertinentes en el diseño de la puesta en escena e iluminación de los programas así como el perfeccionamiento de la calidad técnica, debido a la preparación de las emisiones del Mundial de Fútbol de 1982. Además, la estigmatización de los formatos como uno de los contenidos “más bajos de la televisión” (Lacalle, 2001: 56), en comparación con otros géneros, hizo que los concursos asumieran su propia transición. Así, el referente de este periodo vuelve a ser *Un, Dos, Tres... responde otra vez* (1976) que estrena su segunda etapa con un poder de convocatoria aun mayor con respecto a su temporada anterior. Con una marcada vocación continuista, el concurso volvió a presentar una estructura basada en tres juegos con todos aquellos ingredientes espectaculares que le caracterizaron y asentaron su marca de autor. La televisión en color favoreció su puesta en escena, la cual, fue potenciada

con nuevos y llamativos decorados que incrementaron la sensación de espectáculo junto al aumento de coreografías, actuaciones y sorpresas. El programa se convirtió en una nueva fuente de ingreso para la cadena pública tras la venta de gran cantidad de productos de *merchandising*. Lo mismo ocurrió con sus adaptaciones en Holanda y Reino Unido en concepto de *royalties* (a finales de los años setenta, TVE obtuvo un total de 90 millones de pesetas (más de 540.000 euros) por cesión de derechos de imagen y comercialización de productos de varios de sus programas; Anuario TVE, 1983-1984). Por entonces, las producciones delegadas, relación comercial entre la cadena y una productora independiente (Medina de la Viña y Moreno Díaz, 2017: 73) cada vez eran más comunes. De hecho, *Un, Dos, Tres...* fue uno de los primeros programas en externalizar su producción a través de Prointel, la empresa del mismo Ibáñez Serrador. Este tipo de relación advertiría el modelo de negocio que asumirían los nuevos e inminentes canales autonómicos y, más adelante, los privados. *Un, Dos, Tres...* consagró el *prime time* de los viernes como el horario ideal para *games shows* familiares (con guiño a los pequeños de la casa y antesala al fin de semana como parte de la oferta de ocio de la audiencia que en cuantiosas ocasiones se repetían los domingos).

Ya en los años ochenta, el género intenta reconquistar al público fortaleciendo la esencia espectacular que les caracterizó aunque las críticas por los altos costes, mecánicas similares o copias de anteriores formatos así como las incesantes críticas que defendían a una televisión pública de calidad (y moralista) hizo que TVE decidiera prescindir de nuevas y grandiosas producciones de entretenimiento. No obstante, la cadena pública estrenaría próximamente una gran transformación donde el espectáculo televisivo volvería a ser el género por excelencia y el concurso el gran protagonista.

Esplendor y auge del entretenimiento (1982-1990)

La ampliación de los horarios de emisión, la progresiva ruptura del monopolio de TVE con la aparición de las televisiones autonómicas, la revolución de la postproducción digital o el dinamismo espectacular en el estilo de la realización audiovisual de la casi totalidad de las producciones fueron algunas de las particularidades que caracterizaron a esta etapa. Con respecto al anterior periodo, el número de estrenos aumenta considerablemente. Es verdad que el concurso siempre ha estado presente en las parrillas pero con cierta variabilidad.

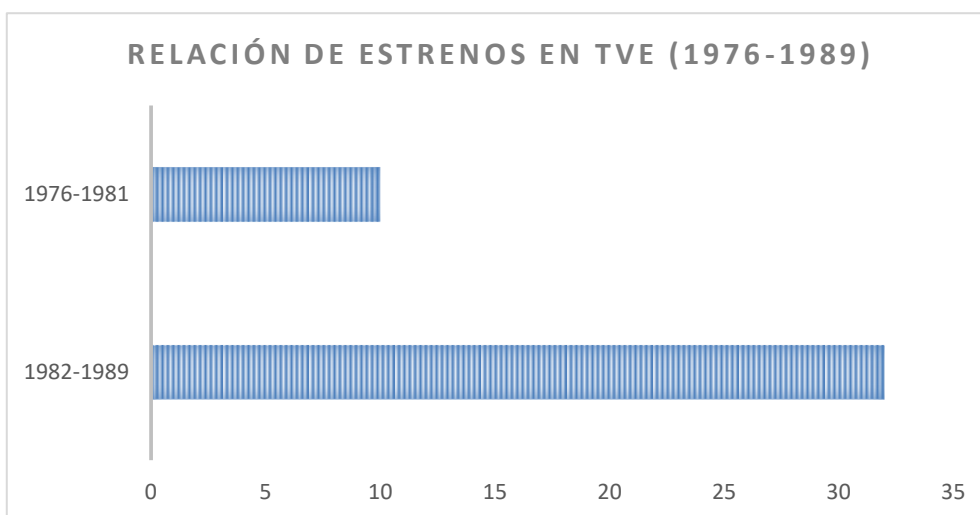


Gráfico 2 – Fuente: elaboración propia según datos extraídos de La Vanguardia y Teleprograma.

Un nuevo periodo donde la producción de concursos fue tan prolífera que atisbó el auge y esplendor del entretenimiento de los años noventa. La ampliación de nuevos estudios de emisión y producción como Torrespaña (Madrid, 1982) o Sant Cugat del Vallès (Barcelona, 1983) y la continua nacionalización de fórmulas internacionales desembocarían en la producción de indudables referentes televisivos gracias al estimulante creativo y estética de esta década. Esto propició el aumento de *games shows* frente al *talent* o al *quiz*, aunque este último sigue copando el primer puesto en los estrenos de esta década.

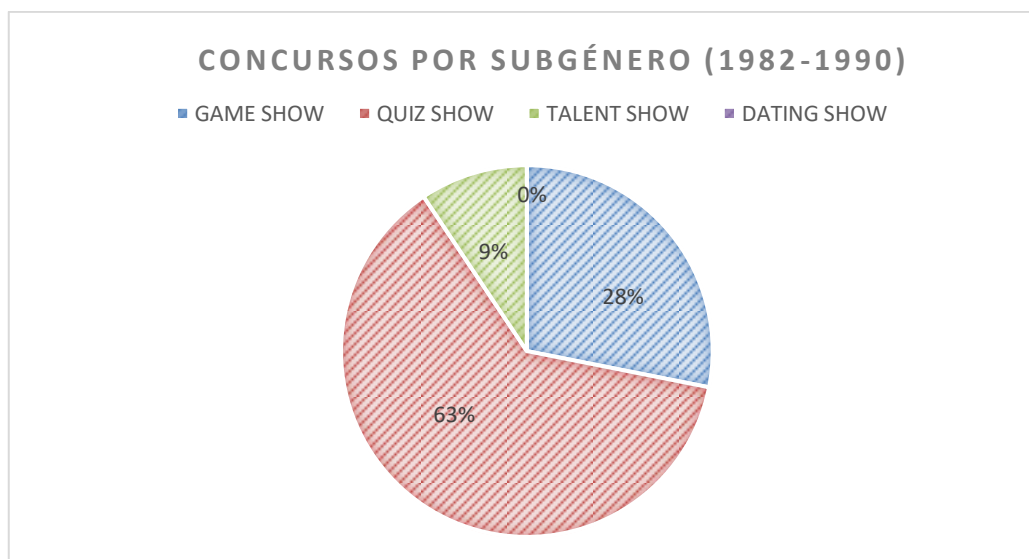


Gráfico 3 – Fuente: elaboración propia según datos extraídos de La Vanguardia y Teleprograma.

Al igual que en periodos anteriores, *Un, Dos, Tres... responde otra vez* (1982-1988) fue el mayor representante y referente del género con la puesta en marcha de cuatro temporadas más. "El concurso de los concursos" (Teleradio, 1982) presentó muchas novedades como la incorporación de Mayra Gómez Kemp como presentadora (la primera mujer en Europa que

asumía la conducción de un gran *game show* en *prime time*). El formato se despidió en 1988 con una audiencia estimada de 22 millones de espectadores (Anuario RTVE, 1988) y, sin perder el sentido ni el espíritu de su originalidad, supo asentar las bases para el gran show espectacular en el que se convirtió a principio de la década de los noventa que tanto influyó en el resto de programas espectaculares. Además del programa de Ibáñez Serrador, TVE programó otros formatos que también fueron el estímulo para la creación de nuevos espacios. Principalmente aquellos donde la tecnología determinaba parte de sus dinámicas como en *A la caza del tesoro* (1984), coproducción internacional consistente en descubrir tres objetos escondidos en diferentes partes del mundo de la mano de Miguel de la Cuadra Salcedo que seguía, en directo, las indicaciones de los concursantes en plató. El programa demostró un alarde de medios debido a la complejidad tecnológica de la producción asentando las bases de los *realities* de supervivencia, especialmente de su narrativa, de la década siguiente. También el empleo del grafismo informático, *videowalls* e infografía de videojuego cobraron especial protagonismo como respuesta a la citada revolución tecnológica del momento en TVE. Una cadena que asumió tres nuevos mandatos bajo la dirección de José María Calviño, Pilar Miró y Luis Solana consolidando una parrilla de programación con alto contenido de entretenimiento. Para ello, los concursos alcanzan el estatus de producto estrella donde la combinación de preguntas y respuestas y habilidad (con la cuota de variedades/espectáculo oportuna) es concebida como la estructura estándar en todo nuevo formato; independientemente de la franja horaria. Se globalizan los grandes premios, las dinámicas festivas y entretenidas, presentadores estrellas, azafatas... y sobre todo, nada que recuerde al pasado clásico del género. Todos con gran respaldo por parte de la audiencia, sin olvidar los infantiles y los incorporados en la reciente programación matinal en los magazines.

No obstante, son dos los formatos que destacan durante esta década en relación al estudio de la evolución de la producción de concursos. En primer lugar, *Todo queda en casa* (1986), el primer programa adaptado realmente en España en sentido estricto (con imposiciones de la productora origen bajo contrato y supervisión en disposición de actantes, montaje, narrativa, musicalidad, puesta en escena... etc.). Se trata de la adaptación del juego de preguntas con familias americano *Family Feud* (1976), uno de los formatos más vendidos a nivel mundial creado por Mark Goodson producido en España por Interalia junto a Televisión Española en asociación con Mark Goodson Productions. De esta manera, la producción externa se consolida como la fórmula más rentable para la realización de este tipo de programas. Esta fórmula de producción se convertirá en una de las más comunes hasta nuestros días.

El siguiente formato es *El precio justo*. Éste fue una fidedigna adaptación del originario americano *The Price is right*, creado en 1956 por Mark Goodson y Bill Todman. Producido por Videomedia en colaboración con Televisión Española, el programa elegía aleatoriamente a un grupo de concursantes que debían estimar el precio justo de los objetos mostrados hasta que dos de los finalistas se enfrentaban al escaparate final donde ganar grandes premios. El programa ponía en juego en cada emisión más de 30 millones de pesetas (más de 180.000 euros) batiendo el récord con un escaparate valorado en 36 millones (más de 215.000 euros)

(Teleprograma, 1988). Tales atractivos, que obedecían a la esencia del carácter lúdico de todo *game show*, se tradujo en una audiencia estimada de más de 21 millones de espectadores y en cuantiosas críticas por el supuesto despilfarro y ostentación de las marcas patrocinadoras que potenciaban el consumismo y la publicidad encubierta. Característica de una de las décadas más prolíferas que concibió al concurso como el mejor instrumento en la captación de seguidores y fomento de la espectacularidad televisiva.

La etapa dorada (1990-2000)

En la década de los años noventa, el concurso sigue en alza, especialmente en la primera mitad, y más con los estrenos de la televisión privada, los cuales, basaron prácticamente la totalidad de su programación en espacios de entretenimiento. La ruptura total del monopolio de TVE y la entrada de Antena 3, Telecinco y Canal+, tras la aprobación de la ley de Televisión Privada (1988), modificó el panorama audiovisual en España consolidando al género como parte de la identidad de los nuevos operadores. Este fenómeno se debió a tres factores determinantes: la competencia (estipulada por la medición de audiencias y la ampliación de horarios), la liberalización de la oferta (centrada en la adaptación de producción de catálogos internacionales) y la participación de productoras independientes (externalización en detrimento de la producción propia interna) (Moreno Díaz y Medina de la Viña, 2017:65). TVE emitía 25 concursos a la semana, la mayoría con éxito, potenciando los patrones que los caracterizaron incrementando aún más su carácter espectacular que las privadas emularon. En otras palabras, todos los operadores, públicos o privados, luchaban por la mayor inversión de cuota publicitaria. Es sabido que TVE siempre se caracterizó por su comercialidad intercambiando incluso programas estrella entre sus cadenas con el fin de ser aún más competitiva. Así, el *game show* fue el subgénero de referencia: desde las nuevas etapas de *Un, Dos, Tres... responde otra vez* (cuya marca de autor estableció un antes y un después en las dinámicas y mecánicas de futuros proyectos hasta nuestros días) o de *El precio justo*, ambos de TVE, hasta los cuantiosos estrenos como *La ruleta de la fortuna* (Antena 3), *VIP* (Telecinco), *El gordo* (Antena 3) o *El gran juego de la Oca* (Antena 3), entre muchos y variados. Todos asumieron una gran producción basada en el uso de grandes medios (desde estudios hasta material técnico; por ejemplo, el uso de la *steadycam*) junto a la digitalización de imágenes y grafismo que evidenciaron una nueva narrativa en la postproducción de los concursos (sobre todo, en la creación de intriga y emoción ante el devenir del concursante). No hay que olvidar que la espectacularización del género siempre dependió de la evolución misma de los medios de producción. Por ello, en esta etapa se produjeron programas como *La noche de los castillos* (La1, 1995), siendo el formato con mayor complejidad del momento por el gran despliegue que supuso (rallye nocturno de nueve kilómetros lleno de pruebas, diez unidades móviles, escenografía semanal...).

Como antecedente principal se encuentra la inauguración en 1987 de los estudios Buñuel, en Madrid, con el plató más grande de Europa (2.300 metros cuadrados) que aupó los programas espectaculares y grandes producciones. Modelo que fortaleció y consolidó el carácter lúdico de

los formatos de esta etapa adquiriendo un mayor estatus gracias al incremento de la espectacularización de sus dinámicas o mecánicas, tal y como se ha señalado. Seducción complementada por premios más grandes y espectaculares produciéndose una auténtica revolución en el incremento del valor de lo ofertado (desde coches, apartamentos, cifras millonarias...). Éstos fueron el hilo conductor de todos los programas, independientemente de su franja horaria o producción (aunque más evidentes en *prime time*).

El nexo de unión premio-puesta en escena forjó la imagen más representativa de los concursos y de la consecuente sensación espectacular televisiva que sirvió para posicionar al género en la competición entre canales. Por ejemplo, *El precio justo* llegó a entregar 42 millones de pesetas (250.000 euros aprox.) a un concursante y *El Primijuego* (La1) hizo ganar a otro 100 millones de pesetas (600.000 euros aprox.). Elevadas cifras que igualaban a la rentabilidad de los formatos (*El precio justo* recaudó 20.000 millones de pesetas (120 millones de euros aprox.) con tarifas de 8.1 millones de pesetas (48.000 euros aprox.) por anuncio (Teleprograma, 1994). Todo ello aderezado por fórmulas de variedades y presentadores estrella (muchos de ellos actores) los cuales asumieron un gran protagonismo revalorizando su caché con contratos millonarios y cheques en blanco ante la puja de los nuevos operadores. Éstos sabían que la personalidad del anfitrión no sólo les determinaba la esencia del formato sino que les aseguraba audiencias elevadas. Sobre estas estrategias y otras ya conocidas por la producción internacional, se basaban las productoras independientes que promovieron un nuevo proceder en la producción de concursos como parte de la evolutiva profesionalización de los procesos de trabajo y estándares de producción. La experiencia con la que contaban tales productoras moldearon la manera de hacer los programas, cual franquicia, con costes rentabilizados y con especial protección de la marca pero siempre siendo conscientes de la realidad de la televisión en España (cuyas productoras actuaron en consecuencia para la internacionalización de sus productos).

El auge consumista característico en esta etapa no sólo favoreció el juego en televisión y la figura del concursante consumidor. También la del concursante protagonista. Desde siempre, los concursos se han valido de estrategias para popularizar a sus jugadores con el fin de narrar su gesta en continuidad (*carry-over contestant*, Matelsky, 1992: 36) ensalzando su narrativa cual ficción. De ahí que la producción de subgéneros como el *talent* y el *dating show* tuvieran ahora un pronunciado número de formatos. La obsesión por salir/participar en televisión tanto en plató como desde casa desató un papel activo del espectador en cualquier programa, desde en un magazine con un simple juego a los grandes formatos espectaculares. Así lo demuestra la documentación estudiada donde la publicidad sobre cómo participar es continua e incluso desmesurada.

La televisión en España ya había contado con concursos de talentos relacionados con diversas habilidades, especialmente musicales. El longevo *Gente Joven* (TVE), por ejemplo, emitido desde 1975 hasta finales de los ochenta fue uno de tantos precursores. Sin embargo, la condición espectacular les hizo asumir progresivamente mecánicas del *game show* como base de los formatos que hoy en día copan las parillas (*La Voz*, *XFactor*, *Got Talent*...). Muchos con

versiones infantiles y otros donde la comicidad fue el protagonista, aquellos donde la sátira y el vilipendio formaban parte de su contenido. Muchos dieron protagonismo a personajes caracterizados por sus extravagancias o peculiaridades especiales, fuera de toda norma. Dinámicas que se forjaron y que hoy en día son la base de los actuales *talents*. También los determinados por el humor con mezcla de *game* y *quiz* propios de la hibridación característica del momento. Por supuesto, muchos de ellos contaron con la ayuda de famosos o celebridades que dignificaban los formatos y aumentaban la sensación de espectáculo.

Durante estos años, el sexo o el erotismo también fue un ingrediente particular en algunos formatos. Esta peculiaridad es interesante para conocer la evolución de los concursos en España, la consolidación del subgénero del *dating show* y el antes y el después que supuso para la producción del género. Telecinco fue la cadena abanderada con programas donde la intimidad o las relaciones de pareja formaban parte del juego. Antecedentes de la telerrealidad con estructura clásica de concurso o juego (*reality game*) en pro del narcisismo y exhibicionismo propio de de la *neotelevisión* (Eco, 1985). Telecinco, además, apoyaba este modelo con grupos de atractivas azafatas o presentadoras como mero atrezzo (las cuales solían estar acompañadas de un hombre-galán como conductor principal) que ahondaba en el carácter erotizado de los formatos y que se asumió y normalizó en la mayoría de los programas espectáculo del resto de cadenas. No obstante, este modelo caducó tras las intensas críticas que replantearon el modelo televisivo a mediados de los noventa con la consecuente disminución de producciones.

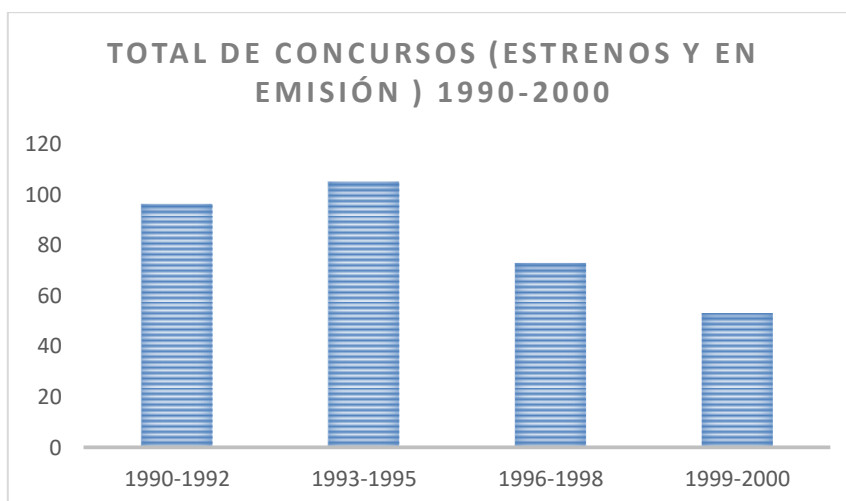


Gráfico 4 – Fuente: elaboración propia según datos extraídos de La Vanguardia, Teleprograma, Teleindiscreta y Supertele.

Como se puede apreciar en la gráfica, el número de concursos disminuye en la última mitad de los años noventa en relación, especialmente, al número de estrenos: en 1990 se registran 18 frente a los 9 de 2000. Entre 1990 y 1995 se producen 201 concursos frente a los 126 desde 1995 hasta 2000. Aunque las cadenas nunca dejaron de producir sí es consecuente la relación del número de producciones con respecto a su reconsideración (como ya le ocurrió entre

finales de los setenta y principios de los ochenta). Sin embargo, el concurso también alcanzó cuotas de popularidad con formatos alejados de la erotización o variedades como los culturales. Todos guardaron también una esencia espectacular transformando los clásicos *quizzes show* de preguntas y respuestas en verdaderos *games show* pero limitándose a la narrativa estricta del juego y creatividad.

Por entonces, la reconsideración de los programas espectáculo establecería las bases de una nueva transformación cíclica que daría lugar al fenómeno televisivo del siglo XXI, el *reality game* donde la realidad se convertiría en el verdadero espectáculo televisivo.

Conclusiones

Desde los orígenes de la pequeña pantalla, el entretenimiento se convirtió en una pieza clave en la promoción de la televisión por su número de producciones y por su nivel de popularidad. En una primera etapa, el concurso forma parte de los programas de variedades hasta convertirse en programa autónomo con protagonismo de los patrocinadores debido al modelo de financiación mixta que TVE impuso para sus producciones.

La desvinculación del modelo radiofónico y las nuevas instalaciones televisivas como las de Prado del Rey en Madrid modifican los estándares de producción en el fomento de formatos más espectaculares donde la tecnología, la calidad técnica, el nuevo lenguaje audiovisual, la profesionalización de técnicos, creativos y artistas es un paso más para la consolidación del género.

Muchos de los concursos son versiones de formatos internacionales. De hecho, TVE insistía en emplear fórmulas de éxito ya testadas con atractivos populares como grandes premios (elevadas cifras de dinero, coches, apartamentos) que incrementaban la espectacularización del contenido; intervención del espectador; el protagonismo de un presentador estrella; y medios audiovisuales (pantallas, paneles, número de cámaras, público presente en plató...).

Inicialmente, la mayoría de las producciones son ubicadas en horario estelar y los fines de semana para ser comunes cualquier día de la semana a medida que se relaciona tiempo de ocio con el televisor. Los estrenos son constantes lo que confirma la apuesta por el género y los cambios determinados por estrategias de programación.

Muchos nacieron alrededor de grandes éxitos como *Un, Dos, Tres...responda otra vez* ensombreciendo a aquellos que empleaban las mismas fórmulas concibiéndose como copias del original. De esta manera, hubo períodos en los que la producción disminuyó considerablemente, especialmente en el periodo comprendido entre 1976-1981.

En esta segunda etapa, el entretenimiento comenzó a reflejar el cambio social y político del país sufriendo una crisis de identidad liderada por la falta de ideas y el continuado fracaso de proyectos. Los años setenta también fueron el inicio de la producción externa con la aparición de las primeras productoras ajenas a Televisión Española que marcaron las líneas de colaboración en los años ochenta. Es en esta década donde la puesta en marcha de los nuevos canales autonómicos, el aumento de horas de emisión y la consecuente demanda de contenidos hace renacer la producción de concursos estrenando un periodo prolífero en cuanto

al número de producciones con especial atención a la espectacularización de los contenidos determinados, de nuevo, por el exitoso *Un, Dos, Tres...* que se alza como el paradigma del entretenimiento en Televisión Española y comódn, en todas las etapas, para revitalizar el género. De esta manera, la evolución del concurso supone también la evolución del género de entretenimiento en España. *Un, Dos, Tres...* forma parte ya de la memoria colectiva de los espectadores gracias a la creación de un universo particular de extraordinaria dimensión comunicativa basada en la exclusividad de su marca de autor.

Así, los concursos asumen la unión de juego con espectáculo en constante perfeccionamiento de su producción, especialmente a finales de los años ochenta con numerosos espacios. También cobran especial relevancia los concursos dirigidos a todos los públicos lo que demuestra la versatilidad del género.

A pesar del descrédito de muchos, los concursos sirvieron para popularizar los contenidos de todas las cadenas, públicas y privadas, con un alto grado de respaldo por parte de sus espectadores. De esta manera, las cadenas optaron por un modelo de televisión comercial lo que influyó en los estándares de producción según la franja de emisión aumentando ampliamente la demanda de producción ajena y externa. Así, las primeras adaptaciones en sentido estricto se realizan durante los últimos años de los ochenta con los programas *Todo queda en casa* (1986) y *El precio justo* (1987). Esta comercialidad estuvo complementada con la participación de marcas comerciales y patrocinios de los que dependían regalos cada vez más valiosos y espectaculares (independientemente de la producción) con el fin de sorprender a la audiencia.

La industria del entretenimiento televisivo se consolida en la década de los noventa con la aparición de las cadenas privadas y la lucha por los ingresos publicitarios. El espectáculo se convierte en el mayor atractivo para la búsqueda de espectadores. Así lo confirman los datos de audiencia y el elevado número de producciones del momento. El macro concurso o *game show* se establece como el subgénero más importante. La mayoría de los catálogos internacionales de productoras independientes desarrollados por nacionales comprenden este tipo de concursos. No obstante, su evolución es creciente durante los primeros años y decreciente en los últimos coincidente con el cambio de modelo que las privadas asumieron a mitad de la década cuando la erotización también suponía un claro reclamo. El espectador cada vez fue más protagonista, especialmente en los *talents show*, determinando un modelo basado por la hibridación de dinámicas que darán lugar al fenómeno de la telerrealidad.

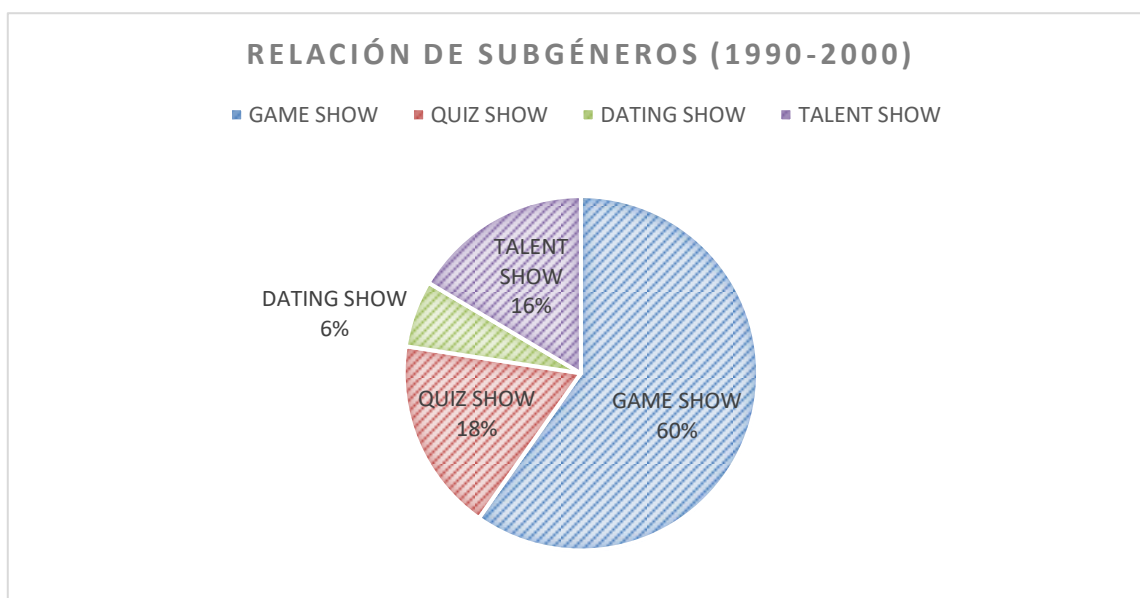


Gráfico 5 – Fuente: elaboración propia según datos de Kantar Media.

Índice bibliográfico

ANTONA JIMENO, T. (2017): El entretenimiento como pilar de la programación televisiva durante el periodo 1958-75. *Communication & Society* vol. 30(2), 31-45.

RTVE (1984): *ANUARIO RTVE 1983-84*, Madrid, RTVE.

RTVE (1989): *ANUARIO RTVE 1988*, Madrid, RTVE.

BAGET HERMS, J. M. (1987): "Historia de TVE". http://www.gestor.rtve.es/files/701484FICHERO/Historia_de_TVE_Coleccionable_diarioYa.pdf. (28/09/2017).

BARROSO GARCÍA, J. (2002): *Realización de los géneros televisivos*, Madrid, Síntesis.

ECO, U. (1985): *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen.

FISKE, J. (1997): *Television culture*, London, Routledge.

GUERRERO PÉREZ, E. (2010): *El entretenimiento en la televisión española*, Barcelona, Ediciones Deusto Planeta.

IMBERT, G. (2003): *El zoo visual: de la televisión espectacular a la televisión especular*, Barcelona, Gedisa.

LACALLE, C. (2001): *El espectador televisivo: los programas de entretenimiento*, Barcelona, Gedisa.

MATELSKI, M. (1992): *Programación diurna de televisión*, Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

MEDINA DE LA VIÑA, E. y MORENO DÍAZ, J. (2017): *La producción en televisión. Contexto, herramientas y proceso*, Madrid, OMM Editorial.

MORENO DÍAZ, J. (2009). *El universo de Un, Dos, Tres... responde otra vez: claves de su éxito*, Tesis doctoral, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos. [Consulta: 30/10/2017].

MORENO DÍAZ, J. (2014). Los concursos en España: percepción histórica y evolución del género (1956-1975). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 20, 27-42.

MORENO DÍAZ, J. y MEDINA DE LA VIÑA, E. (2017). La producción de concursos en las cadenas de TV españolas: los años 90. La espectacularización del formato. *Comunicación y Medios, 0* (35), 64-79.

RODRÍGUEZ MÁRQUEZ, I. y MARTÍNEZ UCEDA, J. (1992): *La televisión: historia y desarrollo (Los pioneros de la televisión)*, Barcelona, Mitre.

Hemeroteca:

Teleradio: parrillas de programación (1960-1983).

Teleprograma: parrillas de programación (1966-2000).

Teleindiscreta: parrillas de programación (1985-2000).

Supertele: parrillas de programación (1992-2000).

ABC: parrillas de programación (1960-1983).

La Vanguardia: parrillas de programación (1960-1983).