



**Universidad**  
Zaragoza

# Trabajo de Fin de Grado

La importancia de los concursos en las parrillas de programación de las cadenas de televisión en España

The importance of television contests in the programming grids of television channels in Spain

Autor/es

Blanca Ramos Cordón

Director/es

Natalia Martínez Oliván

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

Año 2023

## Índice

1. Resumen y palabras clave.....	3
2. Introducción .....	4
a) Justificación del tema .....	4
b) Objetivos .....	5
c) Hipótesis .....	5
3. Metodología .....	5
4. Marco teórico .....	6
4.1 Historia de la televisión y del concurso .....	6
a) De 1952- 1975 .....	6
b) De 1990 - 2000 .....	12
c) Desde los 2000 – actualidad .....	17
4.2 Los acuerdos de fusión que dan lugar a Atresmedia y Mediaset .....	20
4.3 Los nuevos servicios de <i>streaming</i> .....	24
4.4 Estrategias de las cadenas de televisión .....	26
a) Franja horaria, prime time y duración.....	26
b) Premio.....	27
c) Interacción con el público.....	28
d) Presentador.....	29
e) Famosos .....	30
5. Análisis de programas .....	31
a) Saber y ganar, TVE .....	31
b) Pasapalabra, Antena 3 .....	38
c) El Grand Prix del Verano, RTVE .....	45
6. Cuestionario y resultados .....	52
7. Conclusiones .....	52
8. Bibliografía.....	55
9. Anexos.....	59
9.1 Anexo 1.....	59

## 1. Resumen y palabras clave

Los concursos son uno de los principales captadores de audiencia de televisión desde sus inicios en la primera mitad del siglo XX. La irrupción de las cadenas privadas y de las primeras televisiones autonómicas en los años 90 dio lugar a una lucha por este tipo de formatos, convirtiéndolos en una estrategia competitiva. *El Grand Prix del Verano*, *Pasapalabra* y *Saber y ganar* son concursos que tienen cabida en todas las cadenas de televisión generalistas. No obstante, también han aparecido otros nuevos formatos como los *reality game*, que también se pueden encontrar en los nuevos servicios de *streaming*. Plataformas que nacieron con la pretensión de ser distintas a la televisión lineal, pero que siguen la misma dinámica.

**Palabras clave:** concurso, televisión lineal, audiencia, *reality game* y servicios de *streaming*

### ABSTRACT

Television contests have been one of the main television audience capturers since their appearance in the first half of the 20th century. The irruption of private channels and the first regional televisions in the 90s led into a fight for this type of format, turning them into a competitive strategy. The *Grand Prix del Verano*, *Pasapalabra* and *Saber y ganar* are contests that have a place in all generalist television channels. However, other new formats have also appeared, such as *reality games*, which can also be found in the new *streaming services*. Platforms that were born with the claim of being different from linear television, but follow the same dynamics.

**Key words:** television contests, linear television, audience, reality game and streaming services

## 2. Introducción

### a) Justificación del tema

Los concursos de televisión, desde el inicio de las emisiones en la primera mitad del siglo XX, son uno de los principales formatos captadores de audiencia. Los espacios informativos de las cadenas generalistas de televisión conforman su columna vertebral y su prestigio se mide en función de la credibilidad que aportan al espectador. Son espacios muy sensibles en las parrillas de programación, pero apenas suponen un 20% en cada 24h de emisión. Por lo tanto, por mucha audiencia que cosechen, los canales generalistas tradicionales, deben ofrecer muchas horas de programación no informativa. En término de audiencia, su objetivo es doble: mantener y mejorar los datos de los informativos y procurarles antes de su emisión un buen colchón de espectadores a la actualidad.

Para conseguir este propósito, los concursos son una de las opciones imprescindibles. No hay cadena generalista que no disponga de ellos. Son grandes captadores de espectadores porque entretienen y en muchas ocasiones poseen la capacidad de hacer que el espectador participe desde su casa.

La vuelta de programas que han tenido éxito como *El Grand Prix* presentado por Ramón García en RTVE, la emisión ininterrumpida de *Saber y ganar* presentada por Jordi Hurtado desde hace 26 años, también en RTVE, y la lucha que hubo entre Antena 3 y Telecinco por *Pasapalabra*, ahora presentado por Roberto Leal en Antena 3, denota el gran éxito de algunos programas y su importancia.

Incluso plataformas de servicios de *streaming* sucumben a buenos concursos. Nacieron para distinguirse de las emisiones lineales a base de atesorar audiencia a través del *video on demand* de ficción internacional. Sin embargo, muchas de ellas han incorporado juegos y concursos que atraen a nuevos públicos.

Esta investigación de final de grado profundiza en tres formatos de concurso, diferentes entre sí, que emite cualquier televisión generalista en España. A través de su análisis y estudio, planteamos una serie de preguntas e hipótesis que trataremos de responder.

## **b) Objetivos**

- Investigar la evolución de los concursos desde el inicio de la televisión hasta la actualidad en cadenas nacionales públicas y privadas.
- Analizar cuál es la contribución de los concursos para tener una mayor audiencia en la cadena.
- Analizar cómo han influido las nuevas tecnologías en el formato de los concursos más allá de la emisión lineal.
- Comparar concursos de diferente índole y analizar sus audiencias.
- Examinar las características de los presentadores de concursos y cómo influyen en la audiencia.
- Analizar cómo se reparten los concursos en las franjas horarias.

## **c) Hipótesis**

- La existencia de los concursos es útil para conseguir una mayor audiencia.
- La aparición de las tecnologías ha influido en el formato de los nuevos concursos televisivos.
- Los concursos que tienen algún aspecto de *reality* tienen mayor audiencia y se emiten en *prime time*.
- La personalidad del presentador influye en la audiencia de los concursos.

## **3. Metodología**

Para poder llevar a cabo los objetivos de este trabajo, se ha dividido el mismo en cuatro partes. Por un lado, la historia del concurso en España que comienza con los inicios de la televisión. Este apartado está dividido en tres periodos y recoge los concursos más destacados de cada uno de ellos.

A continuación, se presentan los acuerdos de fusión que hubo entre diferentes cadenas y que dieron lugar a Atresmedia y a Mediaset como cadenas líderes en España, explicando la importancia que le ha dado cada cadena a los concursos y la lucha que han tenido por ellos.

Posteriormente, se analiza el impacto de los nuevos servicios de *streaming* en la televisión lineal y se termina por explicar las estrategias que utilizan las cadenas de televisión para que sus concursos tengan éxito: franja horaria, prime time y duración; premio; interacción con el público; presentador y famosos.

A continuación, se ha realizado un análisis cualitativo de los concursos más exitosos de la televisión española cuya emisión se sigue realizando o comienza en verano de 2023. Por ello, se ha analizado *Pasapalabra*, emitido en Antena 3 de lunes a viernes a las 20h y presentado por Roberto Leal; *Saber y ganar*, emitido en RTVE de lunes a domingo de 15.45h-16.30h y presentado por Jordi Hurtado; y *El Gran Prix del Verano*, emitido en RTVE los lunes de 22.35- 00.20h y presentado por Ramón García.

El motivo por el que cada concurso se emite en un horario distinto es su diferente formato. Esto hace que su análisis sea interesante.

Para llevar a cabo este análisis, se han visualizado cuatro programas de cada concurso emitidos durante el mes de agosto y se ha investigado su historia. Para *Saber y ganar*, se han visualizado los programas del 5 y 6 de agosto, que corresponden a la edición de fin de semana, y los programas del 7 y 8 de agosto que corresponden a la edición de entresemana. Para *Pasapalabra*, se han analizado los programas del 7 al 10 de agosto. Por último, para *El Grand Prix del Verano*, se han analizado los 4 programas emitidos el 7, 14, 22 y 28 de agosto. El programa del 22 de agosto es el único programa emitido un martes en vez de un lunes, debido a que se canceló su emisión con motivo de la celebración del Mundial femenino 2023.

Una vez vistos y analizados los programas, se ha llevado a cabo una comparativa entre los distintos concursos teniendo en cuenta una serie de ítems: el formato del programa, presentador y copresentador, plató, elementos identificativos, pruebas, premios, horarios y audiencia.

El presente trabajo busca ofrecer la importancia de los concursos en la programación de las parrillas de televisión.

## **4. Marco teórico**

### **4.1 Historia de la televisión y del concurso**

#### **a) De 1952- 1975**

La historia de la producción televisiva de programas comenzó el 28 de octubre de 1956, habiendo llevado a cabo previamente una serie de emisiones experimentales, las cuales podemos considerar los antecedentes de este

fenómeno. A pesar de que las primeras experiencias de televisión datan en la década de los treinta, no es hasta 1949 cuando comienzan con reconocimiento oficial (Guerrero, 2010).

La primera transmisión experimental se realizó en 1949, a cargo de la Radio Nacional Española (RNE). Consistía en un plano del tráfico de la Gran Vía en Madrid que se emitió exclusivamente en un número limitado de televisores localizados en Madrid. En este momento, no existía una planificación de la programación, sino meras demostraciones aisladas lideradas por Luis Guijarro, director técnico de radiodifusión y general de Infantería de Marina (Guerrero, 2010).

La televisión se consideraba un invento técnico novedoso con imágenes. Sus primeras pruebas se pusieron en marcha por interés exclusivo de Guijarro, con un equipo mínimo no profesional, sin apenas apoyo estatal y realizadas desde un chalé del Paseo de la Habana. El equipamiento técnico del que disponían se reducía al *Teledam*, recibido en 1950. En 1951, el equipo se completó con una segunda cámara -un *Telecine*-, y una mesa de mezcla de señales de imágenes. Además, se acondicionó un nuevo plató más amplio que se utilizó hasta 1955 (Guerrero, 2010; Moreno-Díaz, 2014).

Este nuevo equipamiento permitió un aumento de la complejidad y creatividad de la televisión que se enriqueció con la participación de artistas conocidos procedentes de la música y del humor dotando a la televisión de estas características que provenían de la radio. Asimismo, empezaron a tener colaboraciones con marcas comerciales y los programas consiguieron mayor duración y valor. Por ello, podemos decir que la radio influyó notablemente en la creación de los primeros formatos dentro del género televisivo (Gordillo, 2010; Guerrero, 2010).

En 1956, la inauguración de TVE terminó con la etapa de la televisión experimental caracterizada por la poca profesionalidad. El gobierno de la dictadura de Francisco Franco aprobó un decreto, publicado en febrero de 1956, que ordenaba a la Dirección General de Radiodifusión que organizara el servicio de televisión. Es en este momento cuando la televisión pasa de ser considerada un servicio técnico a ser considerada un nuevo medio de entretenimiento. En

este año, la duración de los programas emitidos oscilaba entre una hora en su etapa inicial y tres y cuatro horas en fechas cercanas a la apertura y pasó de emitirse una vez a la semana a dos por semana (Guerrero, 2010).

Por ello, se distinguieron dos equipos en las instalaciones de Televisión Española del Paseo de la Habana. Por un lado, los técnicos, grupo liderado por el ingeniero en telecomunicaciones Joaquín Sánchez Cordovés y, por otro lado, el de los programadores liderado por Alfonso Peña, primer responsable de producción. Ambos procedían de la radio pública y se necesitaba su colaboración para conseguir que la televisión saliese adelante (Guerrero, 2010).

José Luis Colina apostó por la televisión espectacular y de entretenimiento para conseguir la mayor audiencia posible. Así es como encontraron en el espectáculo una gran oportunidad para aumentar su popularidad. Los programas eran de bajo coste y su objetivo principal era entretener al público. La programación experimental recurría a números musicales interpretados por grandes figuras de la música. Estas figuras musicales actuaban en la televisión gratuitamente a cambio de aparecer en RNE donde los artistas se daban a conocer (Guerrero, 2010; Moreno-Díaz, 2014).

“La carta de ajuste” es considerada de las primeras “imágenes televisivas” que consiguió mucha popularidad, a pesar de ser una simple imagen sobre la que sonaban canciones que la gente podía escoger llamando. A veces, la música incluso se trataba de un pitido que obligaba a bajar el volumen. Esta imagen se mantuvo en La 1 hasta 1995 y en La 2 hasta 2001, cuando las emisiones de ambas cadenas pasaron a ser de 24 horas. Hasta que no fue así, este plano era lo que se veía cuando no se emitían programas. Tenía como título: *Sintonice con música* y le hacía competencia un programa que combinaba actuaciones en directo con entrevistas cuyo título era *Diálogos con la música*. En este momento, no había continuidad en cuanto a la emisión y el término “programa” era entendido como emisión diaria (Guerrero, 2010).



Imagen de “La carta de ajuste”. Fuente: Xataka, 2020

El único plató del que disponía TVE era insuficiente para soportar la carga de producción que implicaba la programación diaria de contenidos en directo. Por ello, Televisión Española optó por un modelo comercial basado en la publicidad como fuente principal de ingresos. En este caso, los patrocinadores eran los propios fabricantes de televisores y patrocinaban sus programas de variedad como el magacín *La hora Philips* o el musical *Aeropuerto Telefunken* (Guerrero, 2010).

En los inicios, los espacios de entretenimiento eran los preferidos por los espectadores, debido a que estaban alejados de las entrevistas políticas e informativos marcados por el régimen dictatorial del momento. Así el entretenimiento y especialmente los concursos se convirtieron en una forma de invertir el tiempo libre: el juego y el carácter familiar estimulaban al espectador (Moreno-Díaz, 2014).

El concurso fue evolucionando hasta adquirir un carácter más autónomo y con mayor protagonismo, debido a los nuevos contenidos y a las mejoras del lenguaje audiovisual derivadas de la evolución de las tecnologías. Fue TVE quien se alzó primero como medio principal en la difusión del entretenimiento. De esta forma, nació el concurso: de carácter popular que se ha ido transformando hasta la actualidad (Moreno-Díaz, 2014).

Para el concurso y para la televisión en general, fue fundamental la adaptación de la mecánica de los juegos de éxito, sobre todo los de preguntas y respuestas. De este modo, la televisión heredó el público de la radio a medida que se asentaban las bases del lenguaje audiovisual. Así, el concurso cobró mayor protagonismo debido a las dos características que más llamaban la atención de la audiencia: la competición y la suerte.

*Telemímica* fue el primer concurso que realmente adaptó su mecánica a la televisión. Estaba presentado por Ángel Echenique y consistía en un juego de preguntas que debían contestarse a través de gestos. Sin embargo, el primer concurso autónomo fue *El Enigma* (1958) que consistía en un juego de preguntas donde había que resolver un misterio policiaco propuesto por el productor de la cadena, Alfonso Lapeña. Este programa pasó desapercibido por la falta de criterios claros y definidos para su organización (Moreno-Díaz, 2014).

Junto con la aparición de los concursos surgieron los *talent show* como *Hacia la Fama* (1958) o *Caras Nuevas* (1958) (Gordillo, 2010; Moreno-Díaz, 2014).

Los *talent show* sirven para que el concursante demuestre su talento artístico compitiendo por un premio. En estos formatos, el público puede participar eligiendo al ganador. En el caso de *Hacia la Fama* y *Caras Nuevas*, los programas tenían un aplausómetro que medía la intensidad de los aplausos para así saber el ganador. Este tipo de innovaciones influyó en los programas futuros. Un ejemplo muy popular es *Operación Triunfo* (TVE) (Gordillo, 2010; Moreno-Díaz, 2014).

Por aquel entonces, los concursos tenían muchos fallos debido a la falta de profesionalización de los sistemas de producción de TVE. Así, surgió la figura del productor (Moreno-Díaz, 2014).

Para los productores, los programas eran una apuesta segura por el bajo presupuesto que se necesitaba, la puesta en escena y la escasez de recursos técnicos y humanos. Además, se inspiraban en los programas estadounidenses. Los Estados Unidos eran los pioneros de la exportación mundial de formatos de entretenimiento. Las adaptaciones que se hicieron de esos programas en España se pudieron llevar a cabo debido a los patrocinadores: *Marconi*, *Philips*, *Telefunken*, *Avecrem*, *Nescafé*... quienes enviaban equipos de producción extranjeros a España (Moreno-Díaz, 2014).

Con el tiempo, la mayoría de las producciones respondían generalmente a los tres tipos básicos de concurso: el *quiz show* -basado en el conocimiento-, el *chance show* -basado en la habilidad- y los psicológicos -basados en el azar-. Además, nos encontramos otros juegos como los juegos de palabras, juegos en grupo, adivinanzas... A pesar de las variaciones, los concursos siempre han presentado una serie de elementos parecidos provenientes de los programas estadounidenses. Esos elementos fueron complementados por una puesta en escena atractiva y una ubicación en la franja horaria nocturna (*prime time*) donde se convertían en los programas estrella dominando la televisión (Moreno-Díaz, 2014).

En 1959, TVE descentralizó su producción de los estudios de Paseo de la Habana en Madrid e inauguró los estudios Miramar en Barcelona centrados en la producción de entretenimiento (Moreno-Díaz, 2014).

En este momento, la parrilla aumentó el número de horas, se empezó a popularizar la figura del concursante, que podía incluso aparecer en sucesivas emisiones. Se instauró también la conocida llamada telefónica que proporcionaba suspense al juego y la figura del presentador cobró más importancia (Moreno-Díaz, 2014).

Un ejemplo es *Ayer noticia, hoy dinero* (1960), con Mario Beut. Se trataba de un juego de preguntas y respuestas sobre noticias y acontecimientos publicados en la prensa mundial, que se convirtió en uno de los concursos más llamativos de la década de los sesenta (Moreno-Díaz, 2014).

Así, los concursos televisivos en España adquirieron entidad propia como formato distinguiéndose de espacios similares que se incluían dentro de otros programas. Ambos se complementaron y el público entendió la diferencia entre el contenido de variedades, como *Carrusel* (1960) y los concursos como *Sí o no* (1962) (Moreno-Díaz, 2014).

Para 1963, se había aumentado el número de emisiones televisivas a 75 horas semanales de emisión, 8 de ellas para concursos. Así, en 1964, se inauguran los estudios de Prado del Rey en Madrid con el plató más grande de Europa, en aquel entonces. Un nuevo espacio que permitió mejorar el desarrollo de los programas. Esta novedad supuso un antes y un después en la espectacularización de los concursos gracias a las mejoras tecnológicas y logísticas de las rutinas de producción (Moreno-Díaz, 2014).

El primer gran concurso realizado en este plató fue *La unión hace la fuerza* (1964) donde intelectuales y deportistas debían complementarse en diferentes pruebas representando a una provincia española. La realización en interiores y exteriores generó una mayor sensación de espectáculo (Moreno-Díaz, 2014).

En 1965, se estrenó *Cesta y Puntos* de la mano de Daniel Vindel. Un concurso juvenil muy parecido al que él mismo hacía en la radio. Estaba basado en un partido de baloncesto en el que competían dos grupos de estudiantes de

diferentes centros educativos respondiendo a las preguntas que un tribunal daba o no como correctas. Los patrocinadores aportaban regalos y financiaban el programa (Moreno-Díaz, 2014).

Un año después, en 1966, nació UFH, la segunda cadena en España. Esta cadena ofrecía espacios más alternativos y culturales. Su oferta estaba basada en lo dramático y además tenía en cuenta los programas que el público quería ver. Un ejemplo es *El Juego de la Oca* (1966), presentado por Joaquín Soler. Estaba basado en el juego de mesa donde los concursantes debían de superar las pruebas que había en las casillas del tablero (Moreno-Díaz, 2014).

TVE siguió produciendo concursos basados en los formatos anteriores que habían tenido éxito y, sobre todo, diferenciando entre las producciones *prime time* y los que se ubicaban en franjas menos atractivas. La cadena sabía que para conseguir el éxito tenía que seguir emitiendo los programas espectaculares en esta franja. Así fue como nació el programa *Un millón para el mejor* en 1968 (Moreno-Díaz, 2014).

Durante la década de los 70, la televisión se convirtió en un bien indispensable en los hogares de la clase media y programas como *Un dos tres...responda otra vez* llegaron a ser un auténtico fenómeno de masas. Este concurso estaba basado en la unión de tres juegos: preguntas, habilidad y psicológico, y su estructura estaba dividida en una ronda de preguntas, la eliminatoria y la subasta. Estaba presentado por Kiko Ledgard y le acompañaban un grupo de secretarías que se convirtieron en los iconos del programa. Con el tiempo se convirtió en el programa de referencia de los años 80 (Moreno-Díaz, 2014).

#### **b) De 1990 - 2000**

En la década de 1990-2000 se produjeron muchos cambios en la televisión en España, fundamentalmente por la llegada de las televisiones autonómicas y privadas y, con ellas, el fin del monopolio de la televisión pública (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Como la televisión europea era un servicio público, se había establecido que la televisión iba a tener la función de informar, formar y entretener. No obstante, el entretenimiento se fue consolidando en la televisión como medio de lucha para

conseguir audiencia. Así, en los años 80 se produjo un aumento de los programas de entretenimiento en TVE (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

La aparición de las televisiones autonómicas en la década de los 80-90 gracias a la Ley del Tercer Canal de 1983, que permitía a las comunidades autónomas tener su propia cadena, trajo consigo la fragmentación de la audiencia. Con el paso de los años, esta ley integró once cadenas: Canal Sur, Telemadrid, ETB, TV3, TVG, TV Canaria, IB3, CMM TV, Aragón TV, TPA7 y 7RM. Además, la aparición en 1988 de la Ley de Televisión Privada supuso también una gran competencia para TVE con la aparición de Antena 3, Telecinco y Canal+ (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022; Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Las televisiones privadas supusieron una auténtica revolución en la oferta programática de la televisión en España. Eran los tiempos de la neotelevisión, que promovía una oferta plural y la relación con el espectador a través de la oferta, en la que la audiencia se convierte en una pieza clave ya que marca las diferencias y las posibilidades de captar ingresos (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022).

En los años 90, los programas de concursos se convirtieron en los formatos más utilizados por las cadenas de televisión para competir por la audiencia. Podemos decir que los dos elementos que definieron a los programas de esta década son la espectacularidad y la erotización (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

En esta época los concursos ocupaban los primeros puestos en el ranking de audiencias en parte porque su horario de emisión coincidía con el *prime time*, momento en el que congrega la mayor parte de la audiencia. Durante esta década, se contabilizaron un total de 81 programas de concursos: el 35,8% fueron formatos emitidos por TVE (La 1), el 9,8% en el segundo canal público (La 2), el 24,6% en Antena 3 y el 29,6% en Telecinco (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Generalmente, los programas de televisión están catalogados según el género, subgénero y formato. No obstante, la renovación de la programación televisiva y la hibridación han provocado que el género se haya convertido en macrogénero. Siendo el macrogénero quien define los aspectos más generales que caracterizan a los programas que tienen relación entre sí. Hay diferentes

macrogéneros: el entretenimiento, la ficción y la información. Dentro del macrogénero del entretenimiento está el subgénero del concurso que agrupa 4 tipos de concursos: el *game show*, *talent show*, *dating show* y *quiz show*. (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

El *game show* se caracteriza por su contenido espectacular y todas las variedades dentro del juego, como *El Gran Prix*. El *talent show* está definido por dinámicas donde los concursantes deben demostrar su talento sobre diferentes disciplinas y pruebas basadas exclusivamente en la demostración de habilidad física como, por ejemplo, *El Desafío* (2021). Tanto el *game show* como el *talent show* están concebidos como los abanderados de la espectacularidad. El *dating show* responde a programas basados en la seducción, citas, erotismo y, en definitiva, a las relaciones personales entre los concursantes. Un ejemplo de esto sería *First Dates*. Finalmente, el *quiz show* hace referencia a los espacios de preguntas y respuestas y pruebas similares de corte clásico cuyas mecánicas no están basadas en la espectacularidad o variedades, al menos, en su origen, como *Pasapalabra* y *Saber y ganar*. Este tipo de concursos se mantienen en la actualidad con la hibridación de otras modalidades de concursos (Gordillo, 2010; Moreno-Díaz y Medina, 2017).

La espectacularización, que es como se define a los concursos, es un fenómeno significativo que ha contribuido a que el concurso se haya convertido en un programa autónomo. Este aumento de este fenómeno se debe a la evolución de la tecnología y del lenguaje audiovisual. De esta forma, el concurso recibió protagonismo comercial al tiempo que las cadenas comprobaban como la falta de entretenimiento podía provocar la pérdida de audiencia y la disminución de publicidad. Así TVE empezó a incluir concursos como *El Precio Justo* o *3x4* en su programación (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

En los 90, las cadenas privadas apostaron inicialmente por el concurso como abanderado de la producción propia frente a la producción ajena. Así se arriesgaron con el entretenimiento, sobre todo, con los *game shows*. Una elección que gozó de gran popularidad al mezclar juego con espectáculo junto con una audiencia participativa (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

El *game show* mejor acogido fue: *Un, dos, tres... responde otra vez* (1972), que fue perfeccionándose desde sus inicios hasta convertirse en un espectáculo. De hecho, incluyeron partes del juego que solo se encontraban en la subasta a lo largo del programa para aumentar la sensación de espectáculo (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Ofertar grandes regalos era algo indispensable para competir entre los canales. De hecho, programas como *El Gordo*, emitido en Antena 3 en 1990, que estaba basado en *El Bingo*, cambió su nombre a *El Supergordo*, debido a la mejora de los premios. La mayoría de premios se podían permitir debido a los patrocinadores y marcas comerciales (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Esta época estaba basada en la competitividad y en el desarrollo de proyectos con costes inferiores que favorecían la producción propia a la ajena. La mayoría de estas productoras optaron por adaptar formatos de éxito internacionales reproduciendo así las estructuras de contenido de los originales. Por ello, *El Precio Justo* tuvo que ajustarse a las pautas de la productora creadora para que la marca fuese reconocida internacionalmente (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Otro de los juegos más famosos fueron *La Ruleta de la Fortuna* emitido en Antena 3. Es uno de los formatos más clásicos de la televisión que consiste en adivinar un panel cuyos aciertos son multiplicados por la cifra obtenida en la ruleta. En 1993, pasó a formar parte de Telecinco, después de que le quitara los derechos a Antena 3 (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Otro juego era el *Gran Juego de la Oca* basado en la versión italiana: *Il Grande Gioco Dell'Oca* de 1993 emitido primero en Antena 3 y luego en Telecinco. Este concurso se trataba de un gran tablero donde los concursantes paraban en casillas que escondían pruebas de habilidad. Este programa arrasó en audiencia y se convirtió en uno de los formatos con mayor producción (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Los *talent show* cosecharon una gran audiencia y llegaron a convertir a los participantes en personajes del concurso. Entre los más destacables están *Lluvia de Estrellas*, emitido por Antena 3 en 1995; *El Trampolín*, emitido en Telecinco en 1994; y *Bravo, bravísimo*, emitido en Telecinco en 1994 (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

En estos casos, el público tenía un papel importante ya que el público decidía el ganador de los concursos. Un claro ejemplo de esto es *Trato Hecho* (Antena 3, 1999), donde los concursantes eran elegidos por los asistentes. De esta forma, la participación del público se volvió más importante. Además, este tipo de concursos estaban caracterizados por el humor, la parodia y el sarcasmo. Otro factor relevante es que contaban con personajes famosos, incluso conocidos a nivel internacional. Casi la totalidad de estos concursos eran ubicados en el *prime time* convirtiéndose esta en una estrategia comercial (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Las cadenas empezaron a apostar por otros concursos bajo la denominación de *quiz show*. Estos programas consistían en la adaptación televisiva de juegos clásicos como crucigramas, adivinanzas, frases misteriosas, preguntas o respuestas. Algunos ejemplos son: *Cifras y letras* (1991), *Saber y Ganar* (La 1, 1997), y *¿Quién quiere ser millonario?* (1999). Este último siendo el más destacado por los índices de audiencia y rentabilidad (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

El concurso sirvió para transformar los clásicos concursos de *quiz show* en espectáculo, pero sin perder la esencia dramática del juego de preguntas y respuestas la cual se fortaleció gracias al presentador, la narrativa de la realización y, en especial, por la escenografía, iluminación y musicalidad, que aumentaba la tensión entre respuesta y respuesta (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

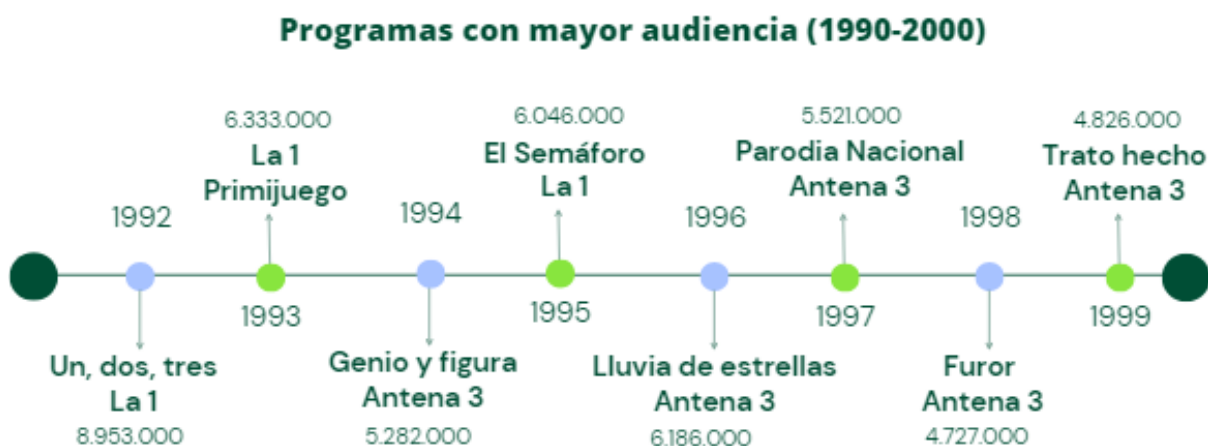
Con el paso del tiempo, para aumentar la espectacularización, empezaron a utilizar el erotismo como ingrediente fundamental de los concursos. Esto sucedió especialmente en Telecinco donde se crearon los *dating shows*. Esta tipología estaba basada en juegos de seducción, la compatibilidad y las citas. Uno de los pioneros es *Su Media Naranja*, emitido en Telecinco en 1990: una adaptación del programa americano *The Newlywed Game* de la ABC. Este programa consistía en que tres parejas contaran sus intimidades con ironía (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

El concurso que más destacó por su erotismo es *¡Ay... qué calor!*, emitido en Telecinco en 1990. El concurso tenía el propósito de que los participantes

realizaran striptease, especialmente la mujer. Esto se aprecia en el elenco de azafatas que se presentaban semidesnudas (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

Así es como la primera etapa de los 90 es recordada por su carácter sexual y sensual. La puesta en marcha de formatos basados en citas y juegos de seducción hizo que se empezara a comercializar la intimidad de los concursantes (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

De esta forma, se concibieron dos tipos de concursos: los espectaculares, con mayor producción; y el resto, con menores medios. Esto últimos son los *quiz shows*, los cuales estaban basados en la personalidad del presentador con una narrativa sencilla y eficaz y cuyo éxito se mantiene en la actualidad (Moreno-Díaz y Medina, 2017).



Fuente: La Vanguardia (2017). Elaboración propia.

### c) Desde los 2000 – actualidad

La década de los 2000 comenzó con un aspecto importante en la historia de la televisión: la implantación del TDT (Televisión Digital Terrestre) en España. La promoción del TDT se debe al desarrollo de la tecnología de la televisión de pantallas planas, la panificación técnica y secuencial y las ayudas autonómicas, entre otras cosas (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022).

No obstante, no fue hasta el año 2005 cuando se aprobó la Ley de Medidas Urgentes para el impulso de la Televisión Digital Terrestre que liberalizaba la televisión por cable. Esta ley se impulsó por la desaparición en 2003 de la plataforma Quiero TDT y eliminó la restricción de que hubiese únicamente tres

televisiones privadas. Este mismo año se impulsó la TDT gratuita y se produjo un fenómeno importante, la aparición de dos cadenas más: La Sexta y Cuatro (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022).

El déficit presupuestario de TVE, junto con los cambios que habían realizado las televisiones privadas sobre su plantilla, supusieron para TVE una difícil situación de competencia que tuvieron que paliar con el uso de la publicidad. No obstante, el hecho de que RTVE pudiese usar la publicidad y al mismo tiempo recibir dinero del Estado, supuso una desventaja para las cadenas privadas (Guerrero, 2010; RTVE, 2009).

De esta forma, se decidió, en virtud de la Ley 8/2009, de 28 de agosto, de financiación de la Corporación de Radio y Televisión Española, la supresión de publicidad en TVE. Esta ley, aprobada en 2009 y llevada a cabo en 2010, provocaba que solo se emitiese en esta cadena autopromociones, comunicación institucional, campañas electorales y campañas divulgativas de carácter social, sin cobrar por ellas. Para que TVE pueda subsistir, la cadena recibe una financiación del 3% de los ingresos brutos de las televisiones privadas estatales en abierto, un 1,5% de los operadores de pago y un 0,9% de las empresas de telecomunicaciones, todo proveniente del Estado. De esta forma, la tarta publicitaria queda dividida entre Atresmedia y Mediaset que se reparten el 88% de la facturación publicitaria y un 54% de la cuota televisiva, además de la parte residual que se quedan las televisiones autonómicas (Guerrero, 2010; RTVE, 2009).

En marzo del 2010, se aprobó la Ley General de Comunicación Audiovisual que flexibilizaba las medidas anti concentración de empresas privadas lo que promovía la producción y edición propia de informativos en la televisión pública y favorecía las fusiones, como la de Telecinco y Cuatro en 2009 y Antena 3 y la Sexta en 2011. De esta forma, tanto cadenas como productoras tuvieron que renovar sus modelos de negocio para poder afrontar un entorno cada vez más fragmentado (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022; Guerrero, 2010).

Podemos decir que en la actualidad la televisión española se caracteriza por la existencia varias ofertas: tanto canales públicos, como privados y un a multitud

de regionales y locales. Algo que se repite en toda Europa (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022).

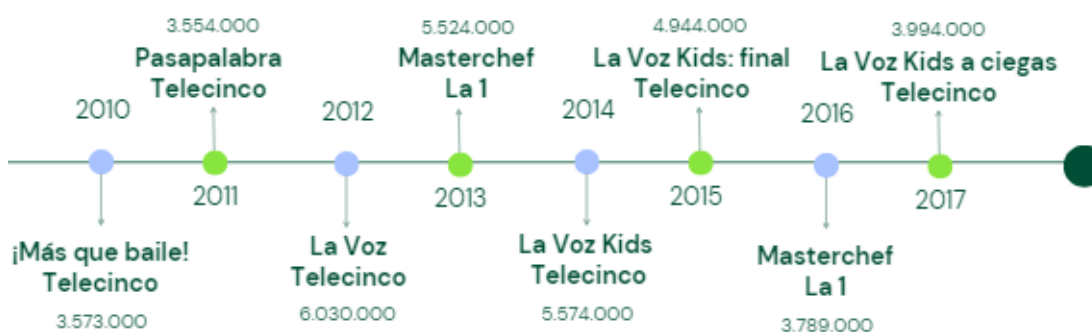
Durante este periodo surgieron programas muy novedosos, como por ejemplo *Operación Triunfo*. Este *talent show* musical, creado en 2001, consiste en formar a un grupo de jóvenes en una academia musical que semanalmente demostrarán sus dotes sobre el escenario en una gala en directo y se enfrentan a nominaciones para abandonar la academia. El concurso emitió once temporadas desde 2001 hasta 2020, se ha emitido en Telecinco y La 1 y ha contado con diferentes presentadores: Carlos Lozano (2001-2004), Jesús Vázquez (2005-2009), Pilar Rubio (2011) y Roberto Leal (2017-2020) (Wikipedia, 2023).

Otro *talent show* muy sonado es *La Voz*, programa que se lleva emitiendo desde 2012 y que cuenta con una versión infantil: *La Voz Kids*. Este programa, presentado por Eva González, consiste en que tres *coaches* (cantantes famosos) escogen a los concursantes que quieren en su equipo y que lucharan por el premio final. Semanalmente, los concursantes cantan una canción que han preparado con sus *coaches* enfrentándose a las eliminaciones.

Otro concurso muy sonado es *Máster Chef* emitido en RTVE desde 2013 y también presentado por Eva González. Un concurso gastronómico que busca al mejor cocinero amateur de España que recibiría el título de *MasterChef España*, si resulta ganador. Los concursantes hacen pruebas por equipos, individuales y de eliminación hasta que solo queda un concursante.



Fuente: La Vanguardia (2017). Elaboración propia.



Fuente: La Vanguardia (2017). Elaboración propia.

## 4.2 Los acuerdos de fusión que dan lugar a Atresmedia y Mediaset

Televisión Española tuvo el monopolio televisivo de España hasta 1983, con la aparición de la Ley del Tercer Canal, que permitía a las comunidades autónomas tener su propia cadena; y en 1988 con la Ley de Televisión Privada que supuso la aparición de Antena 3, Telecinco y Canal+ (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022; Moreno-Díaz y Medina, 2017).

En sus inicios, Antena 3 y Telecinco optaron por llevar a cabo el mismo modelo que la televisión pública: la producción propia interna. No obstante, los altos costes de producción para cubrir 24 horas de emisiones obligaron a estas cadenas privadas a explorar otras formas de producción, como la producción independiente, abriéndole las puertas a productoras internacionales, como son Edemol, Gestmusic, Zappelin y Globlamedia, y a sus concursos (Guerrero 2010).

Desde ese momento, la producción y la relación establecida entre la cadena y la productora distingue las siguientes modalidades: producción propia -originada total o parcialmente por la cadena- y producción ajena: consiste en la compra de los derechos de antena o emisión de un programa ya producido y en cuya realización la cadena no invierte. Dentro de la producción propia podemos distinguir la propia interna: hecha con medios económicos, técnicos, humanos y materiales de la propia cadena; y la propia externa: la cadena se asocia a una productora externa y delega en ella la producción del contenido (Guerrero 2010).

Un estudio elaborado por GECA (2022) afirma que las productoras con más presencia en la televisión española son Mediapro, que ha producido programas como *Atrápame si*

**Top 10 de las productoras con más presencia en la televisión española**

	Productora	Horas emitidas 2022	%	Nº producciones	Horas emitidas 2021	Dif* % horas emitidas
1	 Mediapro	5.246	7,4	32	4.481	17%
2	 Contubernio	4.230	5,9	2	3.921	8%
3	 UNICORN	3.683	5,2	17	3.468	6%
4	 Molinos de Papel	2.342	3,3	12	3.907	-40%
5	 globomedia	2.307	3,2	16	2.691	-14%
6	 La Fábrica de la Tele	2.235	3,1	16	2.433	-8%
7	 La Fábrica de la Tele	1.782	2,5	8	1.430	25%
8	 digital	1.641	2,3	3	1.416	16%
9	 ZABISKAF	1.556	2,2	5	2.035	-24%
10	 El Trece	1.422	2,0	4	1.273	12%

Fuente: GECA 2022. Elaboración propia.

*puedes, El Golazo y El Chiringuito de Jugones; Contubernio; Unicorn Content; Molinos de Papel; Globomedia; y La Fábrica de la tele.*

A pesar de la aparición de nuevas formas de producir, seguía habiendo costes de producción altos que suponían un problema económico para las cadenas. Además, la aparición de nuevos canales tras la aprobación del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre aumentó la fragmentación de la audiencia, y con ello, la necesidad de competir por la audiencia (Barlovento Comunicación, 2012; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

La aparición de Cuatro y la Sexta supuso una nueva fragmentación de la audiencia y una pérdida de espectadores para Antena 3 y Telecinco. Sin embargo, la crisis mundial de 2007/ 2008 no facilitó el desarrollo de estos nuevos canales que comenzaron a acumular pérdidas económicas en el momento en el que debían desarrollarse. Esto propició que Antena 3 y Telecinco, afectados también por la crisis económica, pero con mayor músculo financiero, estudiaran todas las estrategias posibles para volver a dominar el mercado audiovisual (Barlovento Comunicación, 2012; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

La estrategia consistió en realizar fusiones de la mano de Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010, que establecía las reglas. Así, de las fusiones de Telecinco y Cuatro, en 2009, surgió Mediaset España, una de las mayores operadoras de televisión en nuestro país por cuota de audiencia. El grupo controlaba un total de diez canales en TDT: Telecinco, Cuatro, LaSiete, Factoría de Ficción, Boing, Divinity, Energy, Nueve, Telecinco HD y Cuatro HD. De la fusión Antena 3 y La Sexta, en 2011, surgió Atresmedia quien también

controla Neox, Nova y Mega (Barlovento Comunicación, 2012; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

A pesar de que la estrategia de ambas cadenas era la misma, existen diferencias: Mediaset sí que reformuló Cuatro, mientras que Atresmedia no reformuló La Sexta. De esta forma, ambas cadenas tenían además canales de diversos tipos. Por ejemplo, Nova y Divinity eran de carácter “femenino”, mientras que Mega y Energy de carácter masculino (Barlovento Comunicación, 2012; Gordillo, 2010; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

Todos estos movimientos empresariales y el hecho de que TVE, desde 2009, no emitiese publicidad, favorecieron la creación de un duopolio en el sector de la televisión en el que, entre ambas cadenas, se reparten el 88% de la facturación publicitaria y un 54% de la cuota televisiva (Barlovento Comunicación, 2012; Gordillo, 2010; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

En relación con la audiencia, desde 1990 a 2004, Telecinco superó en audiencia a nivel general a Antena 3 durante once temporadas, mientras que Antena 3 ha superado a Telecinco durante seis. Telecinco alcanzó su pico más alto en 2004 con un 21,4% de la audiencia, mientras que Antena 3 alcanzó su pico más alto en 1995, con un 25% de la audiencia. En la actualidad, por segundo año consecutivo, Antena 3 ha superado en audiencia a Telecinco, que atraviesa un momento de crisis de contenidos y que ha cambiado recientemente también a sus responsables. Algunas de las medidas tomadas han sido, por ejemplo, el fin de *Sálvame*, programa que se ha estado emitiendo durante 15 años (Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020; Vertele, 2023).

En términos de audiencia, los concursos son una de las opciones más imprescindibles para captarla y mantenerla, debido al entretenimiento que generan. De ahí que ambas cadenas hayan luchado por los concursos que más audiencia generaban para incluirlos en su parrilla de programación (Barlovento Comunicación, 2012; Guerrero 2010; Sotelo, Sierra y Cabezuelo, 2020).

Un ejemplo paradigmático de la dura batalla que se libra con los concursos en estos tramos de la parrilla, lo encontramos al analizar la trayectoria de *Pasapalabra*, uno de los concursos más populares en nuestro país. El formato original, *The alphabet game*, se estrenó sin mucho éxito en la BBC a mediados

de los 90. Años más tarde, inició su carrera internacional, que resultó meteórica en Italia y España, donde lo emitió Antena 3 en el año 2000, de la mano de la presentadora Silvia Jato. Un programa que tiene mucho atractivo debido a que el público puede participar desde casa y se puede ver a famosos poniéndose a prueba (Wikipedia, 2023).

Años más tarde, en 2007, Telecinco consiguió los derechos para emitir el concurso. El presentador fue Cristian Gálvez y llegó a conseguir, justo antes del comienzo de los informativos de Telecinco, a más de dos millones y medio de espectadores. Durante muchos años cosechó audiencias de *récord* en el canal, aunque durante las últimas temporadas, los dirigentes de Telecinco eran conscientes de que podían perder el formato en cualquier momento (Wikipedia, 2023).

*ITV Studios*, productora que tenía los derechos de explotación de *Pasapalabra*, denunció a Mediaset por impago de los royalties por emitir el concurso. Los tribunales dieron la razón a la productora internacional *ITV Studios* y se firmó la sentencia a finales de 2019. En 2020, en plena pandemia y sin público, Antena 3 recuperó la emisión del concurso, presentado en esta ocasión por Roberto Leal. La aspiración de la cadena era repetir estrategia y elevar la audiencia del noticiario de Vicente Vallés que en ese momento estaba liderado por Telecinco con Pedro Piqueras. En este periodo, Antena 3 también mantuvo otros dos concursos vespertinos, "*Ahora caigo*" y "*¡Boom!*" y para favorecerlo, puso punto y final al serial "El secreto de Puente Viejo", tras una audiencia envidiable durante 9 años y 2.300 capítulos (Wikipedia, 2023).

Es normal que ambas cadenas se pelearan con él, ya que el 16 de marzo de este año, el bote de 2.272.000 euros que ganó Rafa Castaño frente a Orestes, tras completar el rosco, pulverizó casi todos los récords, con unas audiencias propias de otras épocas y que hoy solo alcanzan algunas citas deportivas. Fue la emisión del programa con mejor cuota y cosechó una audiencia de 37'4 % y 4.5 millones de espectadores. Antena 3, llevo a cabo una espectacular campaña de expectación y decidió emitir ese día *Pasapalabra* en *prime time*, entre las 23.05h y las 00.08h (Vertele, 2023).

Las consecuencias fueron las siguientes, según Vertele (2023):

- Mejor cuota de la historia de *Pasapalabra*
- Bote más visto de la historia de *Pasapalabra*
- Emisión no deportiva más vista del año
- Mejor dato diario de Antena 3 (19.1%) desde el 26 mayo de 2018 (final de Champions Real Madrid-Liverpool)
- Contribuye al récord de temporada de *El Hormiguero* en espectadores (3.522.000) y a la tercera mejor cuota de su historia (23.5%)
- Aportación de *Pasapalabra* a Antena 3 sobre el resto de la programación: 82%
- Pico máximo de cuota: 43.8% (23:31h)
- Pico máximo de espectadores: 5.022.000 (23:31h)

Ese mismo día, el tradicional competidor de Antena 3, Telecinco, sufrió un duro varapalo. Uno de sus programas estrella, *Supervivientes*, firmó mínimo histórico de cuota (14%) y espectadores (1.387.000) para una gala principal (Vertele, 2023).

#### **4.3 Los nuevos servicios de *streaming***

Los nuevos servicios de *streaming* nacieron en 2007 con la pretensión de ser una alternativa a las emisiones televisivas lineales. La finalidad era permitir ver series y películas a cambio de una cuota mensual. Algunos de estos nuevos modelos de negocio más famosos son Netflix, HBO, Amazon Prime, Disney+, Hulu y Movistar+ (Ojer y Capapé, 2012).

Con el tiempo, estas nuevas plataformas empezaron a emitir *reality games*. Un formato que se lleva emitiendo en la televisión lineal desde el año 2000. De hecho, algunas plataformas, como Amazon, han incluso incluido publicidad. De esta forma, lo que surgió como algo novedoso, se parece cada vez más a la televisión tradicional (Ojer y Capapé, 2012).

El hecho de que el contenido sea muy parecido al de los canales de la televisión TDT y que incluso contenidos que se han emitido en la televisión lineal pasen a ser emitidos en estas plataformas provoca una disminución del consumo televisivo tradicional. Según Barlovento (2022), el año pasado el consumo de los canales TDT ponderaba una media de 190 minutos por persona y día. Esto

supone un descenso del 11% respecto al tiempo registrado en 2021 de 214 minutos por persona y día.

Un ejemplo de programa que ha terminado por emitirse en estos nuevos servicios de *streaming* es *Operación Triunfo*. Este programa, que se emitió en RTVE en horario de *prime time* de 2001 a 2003 y de 2017 a 2020; y en Telecinco de 2005 a 2011, y que dejó -en RTVE- en 2017 una audiencia media de 2,5 millones de espectadores, en 2018 de 1,9 millones y en 2020 de 1,6 millones será ahora emitido en Amazon robándole la audiencia a la cadena pública (Wikipedia, 2023).

El éxito de estos concursos, que hace que las cadenas y los servicios de *streaming* luchen por ellos, es su formato de *reality game*. Un formato muy utilizado en televisión para los horarios de *prime time* y que surge de la hibridación de contenidos. En este caso, del *reality show* y del *game show* (Guerrero, 2010).

La cadena que introdujo este tipo de contenidos a las parrillas de televisión españolas fue Telecinco con *Gran Hermano* en el año 2000. En este concurso, diez concursantes permanecían encerrados durante noventa días en una casa, controlada por cámaras, en la que tenía que desarrollar diferentes pruebas. Tras un proceso de nominaciones y expulsiones, el último en salir de la casa se proclamaba ganador y recibía 120.202 euros (Guerrero, 2010).

Este tipo de programas tienen la clave de su éxito en que incorporan elementos como la ficción, creando una historia que es narrada por los concursantes que participan (Guerrero, 2010).

En el caso de Gran Hermano, toda la parrilla giraba en torno al programa. De esta forma, Telecinco aumentó el éxito de la cadena, ya que la primera edición se saldó con una audiencia de un 49,3% de share y 8.356.000 espectadores (Guerrero, 2010).

El éxito de estos programas ha hecho que Netflix haya incluido en sus parrillas *reality games* de mucho éxito. Un ejemplo es *Jugando con Fuego (Too hot too handle)*. Este *dating show*, que también tiene aspectos de *reality*, se lleva emitiendo desde 2020 y cuenta con versiones de todos los países que, por

supuesto, son emitidas en Netflix. Este concurso agrupa a los solteros “más salidos” y les prohíbe mantener todo tipo de contacto sexual a cambio de 200.000 euros. Las reglas las pone *Lana*, el cono que les vigila. De hecho, es *Lana* quien establece la cantidad de dinero que se resta del bote por cada infracción cometida por los concursantes.

#### 4.4 Estrategias de las cadenas de televisión

##### a) Franja horaria, prime time y duración

Las cadenas siempre han buscado estrategias para seducir al espectador y aumentar su audiencia. Para entender cómo han conseguido el éxito, hay que saber cómo es su programación.

En la televisión existen diferentes franjas de programación televisiva (Manuales, 2023):

- Banda despertador: 7:30h a 9h. En ella se emiten programas informativos e infantiles.
- Banda matinal: 9h -13h. En ella se suelen emitir programas de tertulias o telenovelas, ya que las personas que ven la televisión a estas horas son personas jubiladas o desempleadas.
- Banda “access” a informativos o sobremesa: 13 a 15h. Recoge los concursos, series y magazines.
- Banda tarde: 18 a 20h. Se suelen emitir series, *talk shows*...
- Banda “access” prime time: 20h a 21h. Recoge concursos, magazines y series de ficción.
- Banda prime time: 22 a 24h. Es el momento en el que más público se concentra en la televisión. El perfil de audiencia suele ser familiar. Se emiten los informativos, concursos de gran calibre, series, películas...
- Banda latenight: 24h a 2:30h. Suelen emitirse programas transgresores, informativos, culturales o dedicados a públicos minoritarios.
- Banda madrugada: 2:30-7:30h. Suelen emitirse reposiciones y programas de bajo coste para la cadena.

Habitualmente, el *prime time* se fija después de la emisión del telediario, cuando hay un mayor número de telespectadores. Precisamente los telediarios son el motivo por el que el *prime time* se ha retrasado a lo largo de los años, ya que

cada vez se emiten más tarde y han alargado su duración. Un claro ejemplo es RTVE, que en sus inicios comenzaba los telediarios a las 20.30h (TreintayCinco, 2021).

La duración del programa y su emisión en la parrilla de programación depende de la finalidad que se le quiera dar al concurso: atraer a mayor número de espectadores a los horarios estrella (programas de corta duración), o ser la estrella en sí (programas de larga duración) (Manuales, 2023).

Los concursos pueden funcionar como *access* a informativos, es decir, atraen a la audiencia y hacen que se mantenga para los informativos, como hace *La Ruleta de la Suerte* (Antena 3), que tiene una duración de 70 minutos, y *Reacción en cadena* (Telecinco) y *Pasapalabra* (Antena 3) que tienen una duración de 30-50 minutos. Asimismo, los concursos pueden funcionar como *access* a *prime time*. En este caso, tiene la misma función que en el anterior: atraer y mantener a la audiencia, pero tienen duración menor: 50-60 minutos. Por otro lado, hay programas que tiene un gran formato y que funcionan de *prime time*, como *Tú Cara me Suena* (Antena 3), *Máster Chef* (RTVE), *La Voz Sénior* (Antena 3), y *El Grand Prix del Verano* (RTVE). Estos programas duran entre 120-180 minutos. Una excepción de esta organización de la programación es La 2, cadena que emite sus concursos en las franjas horarias donde las demás cadenas no emiten los suyos. Esto es debido a que esta cadena se centra más en dar servicio público y en que el contenido se asemeje a la cadena (Manuales, 2023).

En este verano de 2023, algunos de los programas que se emiten en el *access* a informativos son *La Ruleta de la Suerte* (Antena 3), *Pasapalabra* (Antena 3) y *Reacción en Cadena* (Telecinco). Y los que se emiten en el horario de *prime time* son: *El Gran Prix del Verano* (RTVE) y *Me Resbala* (Telecinco).

#### **b) Premio**

Los premios sirven para incentivar a la gente a participar y a las audiencias para que vean el programa. Al principio, los premios que se daban en los concursos consistían en cosas materiales: un viaje, un coche... y se conseguían dar gracias al apoyo de los patrocinadores y marcas comerciales (El Confidencial, 2023; Moreno-Díaz, 2014).

De hecho, uno de los pioneros en dar premios es *Un, dos, tres... responde otra vez*. Este programa daba como premio grandes cantidades de dinero para la época. De hecho, el mayor premio fue de 1.920.000 de pesetas y el menor de 120.000 pesetas (El Independiente, 2022).

Otro ejemplo es *El precio justo*, que se convirtió en uno de los programas más rentables de TVE en 1991 llegando a recaudar en año y medio de emisión 20.000 millones de pesetas. Cifra récord junto a los 42 millones de pesetas que un concursante ganó el mismo año. Este tipo de premios favoreció la fiebre del juego televisivo auspiciado por el auge consumista propio del nuevo contexto económico y social de los primeros años de los noventa (Moreno-Díaz, 2014).

En la actualidad, los premios que se adjudican en los concursos son, en su mayoría, económicos (95,15%). Otros premios que se pueden encontrar consisten en formaciones o experiencias extraordinarias (5,85%), especialmente, en los concursos de talento (Gallego, Oliva y Cejudo, 2022).

Según El Confidencial (2023), estos son los 10 mayores premios de concursos de televisión en España hasta ahora:

1. Los Lobos: 6.689.700 euros (BOOM).
2. Rafa Castaño: 2.272.000 euros (Pasapalabra)
3. Rockcampers: 2.326.500 euros (BOOM).
4. Eduardo Benito: 2.190.000 euros (Pasapalabra).
5. David Leo: 1.866.000 euros (Pasapalabra).
6. Pablo Díaz: 1.828.000 euros (Pasapalabra).
7. Juan Pedro Gómez: 1.674.000 euros (Pasapalabra).
8. Los Dispersos: 1.546.400 euros (BOOM).
9. Fran González: 1.542.000 euros (Pasapalabra).
10. César Garrido: 1.524.000 euros (Pasapalabra).

### **c) Interacción con el público**

La mayoría de los concursos contemplan la existencia del público y en muchos casos el público tiene un papel activo. Claros ejemplos de esto son *Ahora Caigo*, emitido en Antena 3 desde 2011 hasta 2021, programa en el que el presentador Arturo Valls hacía participar al público activamente de forma humorística

respondiendo a preguntas; y *La Ruleta de la Suerte*, programa en el que el público participa haciendo la ola (Gallego, Olivan y Cejudo, 2022).

Por otro lado, la interacción con el público de casa es escasa, siendo en un 17,95% de las ocasiones por medio del televoto o SMS, mientras que un 82,05% no interviene. Uno de los concursos que sí concibe la participación del público desde casa es *25 Palabras*, emitido en Telecinco desde 2022, programa en el que esporádicamente se hace una prueba en la que un telespectador puede convertirse en concursante. Otro programa en el que participa el público desde casa es en *La Voz*, a través del televoto (Gallego, Olivan y Cejudo, 2022).

#### **d) Presentador**

Un presentador es un conductor que dirige en pantalla transmisiones televisivas. El papel del presentador es un factor decisivo en el éxito o fracaso de cualquier programa de televisión, debido a que, aunque dentro del programa haya otros elementos importantes, el presentador es la marca del concurso y consigue que el programa tenga unas características u otras (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

Las cualidades que atribuye Salgado Losada (2010) a un presentador de un programa de entretenimiento son que sea entusiasta, que hable con claridad, tranquilo, con experiencia y fama en el terreno de la comunicación, con una gran personalidad, profesionalidad, buena voz y presencia. Lo que le diferencia del presentador de informativos es su estilo y personalidad.

Por otro lado, el presentador de concursos de televisión tiene que tener todas las cualidades nombradas anteriormente: naturalidad, expresividad, dinamismo, fluidez verbal, simpatía, sentido del humor y, sobre todo, motivación. Uno de los cometidos principales del presentador es animar a los concursantes, al público en plató y a la audiencia que se encuentra en sus casas... Por ello, es importante que el presentador vele porque no decaiga el ritmo del programa. Es también importante que el presentador sepa adaptarse en todo momento: generar alegría, tristeza, tensión, y parecer familiar y cercano. Asimismo, el presentador tiene que saber tomar decisiones, sean o no del agrado de los concursantes, y ser imparcial: no se puede poner a favor ni en contra de nadie. Otros teóricos hablan de la necesidad de presentadores con carisma (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

El 63% de los programas de concursos son presentados por hombres, siendo tres los presentadores clave de los concursos en España: Roberto Leal, Carlos Sobera y Arturo Valls. Otras figuras masculinas destacadas son Juanra Bonet, Jesús Vázquez e Iñaki López, entre otros (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

Por otro lado, solo el 37% de los concursos son presentados por mujeres. Los nombres más sonados son Lujan Argüelles, Eva González, Paula Vázquez, Nuria Roca y Raquel Sánchez Silva. El rol de la mujer dentro de este pequeño porcentaje es de presentadora en un 90,17% y, en algunas ocasiones, de copresentadora (9,83%) junto con un presentador masculino. Un ejemplo de esto es *El Gran Prix*. El programa está presentado por Ramón García y cuenta con Michelle Calvó (actriz) y Cristinini (*streamer*) como copresentadoras (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

En la actualidad, los programas presentados por mujeres son *La Voz y Máster Chef*, ambos de Antena 3, presentados por Eva González y *El puente de las mentiras*, de RTVE, presentado por Paula Vázquez. Hay que destacar que *La Voz* y *La Voz Kids* son de los pocos concursos en los que la presentadora es mujer y el copresentador es hombre (Juanra Bonet) (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

Lo que diferencia a la mujer presentadora del hombre que presenta es la apariencia. Las mujeres suelen llevar atuendos ajustados y cortos que marquen su figura, un maquillaje marcado en la noche y básico por el día, mientras que los hombres llevan un estilo más informal pero elegante, es decir, mezclan elementos formales con accesorios informales, como podrían ser unas deportivas (Gallego, Olivan, Cejudo, 2022).

#### **e) Famosos**

Dentro de los programas de concursos hay diferentes “tipos de concursos” según la participación de los famosos. Por un lado, los programas de famosos: programas donde concursan famosos como, por ejemplo: *Splash, famosos al agua* (Antena 3, 2013); *Mask Singer, Adivina quién canta* (Antena 3, desde 2020); y *Tu Cara Me Suena* (Antena 3, desde 2011) y, por otro lado, programas donde la participación de los famosos puede ser ayudando al concursante, como por ejemplo en *Pasapalabra* o en *25 palabras*. Asimismo, podemos encontrar

famosos que hagan de copresentadores como es el caso de Michelle Calvo y Cristinini en *El Grand Prix* (Guerrero, 2010).

Un gran éxito de los 90 que demuestra la parte esencial de los famosos es: *¿Qué apostamos?*, emitido en La 1 en 1993. Basado en el alemán *Wetten dass* (1981) se basaba en la realización de pruebas espectaculares o de ingenio donde famosos invitados apostaban si la prueba iba a ser superada o no (Moreno-Díaz y Medina, 2017).

De una forma u otra, aunque la participación sea total o mínima, los famosos que aparecen siguen un perfil: necesitan promocionar su disco, peli o libro o incluso a ellos mismos porque llevan demasiado tiempo “olvidados”. A veces, incluso son contratados por el programa para aumentar la audiencia (Martínez, 2011).

## 5. Análisis de programas

Para este trabajo, se han analizado tres concursos muy diferentes entre sí que se emiten en diferentes franjas horarias. La elección de estos programas se ha hecho con la finalidad de ver cómo concursos con diferentes formatos influyen en las parrillas de programación de las cadenas televisivas.

Por ello, se ha escogido analizar *Pasapalabra*, un concurso de preguntas y respuestas que se emite como *access* a informativos en Antena 3 y que es presentado por Roberto Leal. Por otro lado, *Saber y ganar*, un programa de preguntas y respuestas que lleva 26 años emitiéndose de forma ininterrumpida en RTVE y que es presentado por Jordi Hurtado en La 2. Y, por último, *El Grand Prix*, programa que se emitió hace 18 años, pero que ha vuelto este verano en La 1 (RTVE) de la mano de Ramón García en horario de *prime time*.

### a) Saber y ganar, TVE

*Saber y Ganar* es un concurso de televisión que se emitió por primera vez en RTVE el 17 de febrero de 1997. Se trata del programa más visto de La 2 y es el programa diario con más años de emisión en la historia de la televisión en España. En 26 años de emisión, *Saber y Ganar* ha emitido más de 7.380 episodios, ha repartido más de 8 millones y medio de euros y han concursado más de 2.679 concursantes (RTVE, 2023; Wikipedia, 2023).

Este programa, que nació como sustituto del programa *Rompecocos* con la novedad de poder eliminar a los participantes, enfrenta a tres concursantes a diferentes pruebas de conocimiento cultural y agilidad mental. Los concursantes deben también sortear las pruebas lanzadas por sus rivales en el plató para no ser eliminados. Según las normas del concurso, los marcadores no son acumulativos, es decir, empiezan cada día desde cero, y ningún concursante puede superar los 100 programas (Wikipedia, 2023).

En la actualidad, *Saber y Ganar* tiene una duración de 30 minutos y se emite en La 2 de RTVE de lunes a domingo de 15.45h a 16.30. Antes y después del programa se suelen emitir documentales. La 2 es una cadena que prima su posición de servicio público antes que la audiencia y que está centrada en el conocimiento: en programas, documentales y películas que no tienen cabida en otra televisión. Este es el motivo por el que la cadena busca emitirlo en horarios en los que otras cadenas no emiten concursos. Por ello, podemos decir que la mayoría de las preguntas tienen un nivel medio de dificultad y que el prototipo de concursante son las personas a las que realmente les interesa el conocimiento. Asimismo, el concurso se puede ver en RTVE Play gratuitamente.

El programa está presentado por Jordi Hurtado y cuenta con Elisenda Roca como copresentadora, quien pone la voz en off, y Pilar Vázquez como azafata. Otro presentador que ha tenido *Saber y ganar* ha sido Luis Larrodera, quien sustituyó a Jordi Hurtado desde el 9 de mayo de 2016 hasta el 8 de junio de ese mismo año.

En relación con el papel que ejerce cada uno y su vestimenta, Jordi Hurtado viste con traje y sus distinguidas gafas rojas. Es un presentador simpático y cercano cuyo papel es dirigir el concurso y animar constantemente al público a jugar desde casa, ya que el programa no tiene público. La magia de este concurso es que la gente puede participar desde casa jugando individualmente. Además, el presentador lanza semanalmente una pregunta al público de casa que puede responder a través de un SMS.

Elisenda Roca copresenta dando paso en las pruebas, leyendo las preguntas y en algunos casos hasta dando explicaciones sobre las respuestas. Generalmente, no aparece en pantalla a excepción de los fines de semana

cuando podemos ver su rostro. Elisenda viste de forma arreglada sin ser sexualizada como otras copresentadoras. Por otro lado, Pilar Vázquez tiene la exclusiva función de aparecer en la prueba de *descubriendo ciudades*. Su vestimenta también es arreglada.

El plató consiste en tres atriles que se sitúan justo al lado de la mesa del presentador. El plató tiene tonos azules y rojizos y la luminosidad es la misma en todos lados. Cabe destacar que rara vez se ve en la pantalla al presentador y a los concursantes a la vez. De hecho, esta escena solo ocurre cuando empieza el programa, que es cuando aparecen todos juntos a oscuras en medio del plató.

A lo largo de las pruebas, la cámara enfoca la mayor parte del tiempo a quien está concursando. De esta forma, no hay tantos cambios de plano y se presta más atención a las preguntas y respuestas.

Los elementos destacables son el tarjetero y el letrero gigante de *Saber y ganar*, las gafas rojas a conjunto con los colores que predominan en el programa (rojo y azul), los pulsadores y los atriles donde juegan los concursantes y que tienen incorporado el nombre de los participantes. Cabe destacar que en 2020 *Saber y ganar* actualizó las pruebas del concurso introduciendo pruebas musicales y visuales. De esta forma, tuvieron que mejorar los paneles del concurso.

Son destacables también los comodines que pueden usar los jugadores en algunas de las pruebas de fin de semana. Estos comodines con caritas sonrientes amarillas.

El programa comienza con la cabecera del programa que consiste en un plano del plató donde aparecen el presentador y los concursantes bajo una luz tenue que solo permite ver sus sombras, y una melodía de fondo.

*Saber y Ganar* cuenta con una edición diaria y una edición de fin de semana. El programa **diario** consta de varias pruebas, las cuales se han ido renovando con los años:

Batería de sabios: en esta prueba, que se lleva a cabo desde octubre del 2018, los tres concursantes tienen que responder a preguntas durante tres minutos sin parar. Cada vez que un concursante falla, se cambia el turno. Así todos los concursantes pueden participar.

Previamente esta prueba consistía responder durante 60 segundos a una batería de preguntas relacionadas con ese tema. Con cada pregunta, el concursante recibía dos opciones. Esta prueba fue retirada, sin previo aviso, el 14 de octubre de 2015 en la emisión diaria del juego y fue sustituida por *Nombre Oculto*. No obstante, a finales de ese mismo mes, el 27 de octubre, esta prueba volvió, hasta que volvió a ser cambiada en 2018 por la actual.

- Descartando: En esta prueba se presenta una obra de cualquier tipo y el concursante debe descubrir el autor entre las cuatro opciones de respuesta. La mecánica consiste en ir descartando hasta que quede el correcto. Si se resuelve correctamente, el concursante ganará 100 euros o 5 puntos en la edición del fin de semana, sino se pierden 50 euros o 3 puntos.
- Las preguntas calientes: Cada concursante escoge uno de los diez temas que propone el concurso y se lo envía a su contrincante. Si el contrincante falla la pregunta, pasa de rebote al otro concursante. A partir de la segunda pregunta, el concursante que contestó acertadamente a la anterior, decide a quien va la pregunta que se formula. Por cada acierto ganan 100 euros y si fallan pierden 10 euros. En el caso en el que exista un empate, el concursante que lleve más programas pasará a la siguiente fase. En el caso en el que se coincida en eso también, pasará el que más dinero acumulado lleve.
- Descubriendo ciudades: el presentador muestra las imágenes de la azafata Pilar Vázquez en diferentes ciudades. La finalidad es que los concursantes adivinen la ciudad y el monumento que hay detrás con la imagen y las pistas. El concursante que responde primero es el que ha respondido primero en las preguntas calientes. Si no responde correctamente, se pasa turno y se da una pista adicional.
- Última llamada: esta prueba se estrenó en enero de 2010 y consiste en que los concursantes respondan a seis preguntas relacionadas con un tema en concreto. Los concursantes cuentan con seis respuestas y deben responder siguiendo el orden de las puntuaciones obtenidas hasta el momento en el programa. Si la respuesta que da el concursante es incorrecta, se le restan 100 € y pasan a formar parte de un bote (que

comienza en cero). Si acierta la pregunta, suma la cantidad que hubiera en el bote y este vuelve a cero. En esta prueba se decide qué concursante irá a cada prueba posteriormente.

El concursante que menos puntos tenga va al reto, el segundo con más puntuación a la calculadora humana, y quien tenga mayor puntuación a la parte por el todo.

- La calculadora humana: esta prueba, incorporada en 2003, es la más temida después del reto. En ella, el concursante se enfrenta a la resolución de 7 operaciones aritméticas en 30 segundos. En 2021, esta prueba incorporó operaciones con números indirectos. Si el concursante la resuelve, conserva los puntos ganados en ese programa, sino pierde todo.
- La parte del todo: esta prueba le permite al concursante de mayor puntuación ganar una suma extra de dinero al total acumulado. El concursante debe descubrir un "todo", relacionado con cada una de las "partes" dadas a modo de pistas. Para darse la respuesta como válida, además de descubrir el todo, deben describir correctamente cómo se relaciona cada una de las partes con ese todo. Todos los concursantes pueden participar, pero en un orden específico dependiendo de la puntuación obtenida durante el programa. Es decir, si el concursante de mayor puntuación no acierta, se pasa turno. El juego puede durar hasta que se obtenga la respuesta correcta. El primer premio vale 1.000 euros y disminuye 100 euros por cada día que transcurre.

Algunas de las modalidades que se utilizan en esta prueba son:

- Mosaico de imágenes: Se presenta un mosaico de 6 imágenes que se irán descubriendo por día. Todas las imágenes son de distinta índole entre sí, pero a su vez todas se relacionan con el todo.
- Pista-Imagen-Música: Elisenda aporta una frase a modo de pista, muestra una imagen o un fragmento musical. Sin más pistas, se debe descubrir el todo que une los 3 elementos.
- Mosaico de canciones: Se presenta un mosaico de 3 canciones sobremontadas entre sí. En este caso, los concursantes deberán

descubrir cuáles son estas canciones que se escuchan y sus respectivos intérpretes.

- El reto: En los inicios del programa este reto no existía. Esto significa que, tras las preguntas calientes, había un eliminado. Esta prueba se incorporó en 1998 y es una de las pruebas favoritas de la audiencia. La prueba consiste en adivinar las siete palabras con las definiciones que da Elisenda en 50 segundos. El concurso le ofrece al concursante las tres primeras letras de cada palabra. Si acierta, participará en el siguiente programa.

El formato del **fin de semana** se emite desde el 15 de octubre de 2011 y es independiente al diario. En él aparecen seis concursantes que ya han participado alguna vez en el concurso repartidos en equipos de tres, uno rojo y otro azul. Los equipos pueden jugar máximo 25 fines de semana.

En el programa del **sábado**, los concursantes se enfrentan a pruebas como *cada sabio con su tema (batería de sabios)*, *descartando*, *descubriendo ciudades...* no obstante, los fines de semana a veces realizan pruebas como:

- Deletreo al revés: en esta prueba se enfrentan dos concursantes, quienes tienen que deletrear palabras de entre 10 y 12 letras comenzando por el final. Cada concursante tiene que deletrear dos palabras.
- No os paséis: el presentador hace tres preguntas cuya respuesta es una cifra. El objetivo es que el concursante se acerque a la respuesta respondiendo con una cifra, pero "sin pasarse". Las tres preguntas valen 2 puntos, 3 puntos y 4 puntos, respectivamente.
- Encuentre la palabra: los concursantes tienen que adivinar una palabra de 8 o 9 letras en 60 segundos. Cada 10 segundos aparece una letra. Si el concursante adivina la palabra, gana 1 punto, excepto que adivine la palabra antes de la tercera letra. En ese caso, gana dos puntos.
- Nombre oculto: En la pantalla aparecen grupos de letras desordenadas que forman palabras que los concursantes tendrán que descubrir. Para pedir el turno, tienen que pulsar el pulsador.

En el programa del **domingo**, los dos equipos continúan el juego. Durante este programa juegan a *cada sabio con su tema, descubriendo ciudades, preguntas calientes, la última llamada*.

Cuando se hace el recuento de puntos y la clasificación de las pruebas finales, cada equipo recibe un comodín por cada 10 puntos acumulados. Si al equipo con mayor puntuación le sobran puntos, los debe ceder al equipo contrario con la posibilidad de ganar un comodín adicional, si alcanzan la siguiente decena. Los comodines se pueden utilizar en las dos pruebas finales. El comodín les ayuda a responder bien una prueba.

El equipo con más puntuación juega a la prueba del “doble gran minuto”: en el que tienen que acertar 15 palabras en 120 segundos. Cada uno de los dos primeros concursantes tienen que responder bien a 5 palabras para que el siguiente pueda seguir jugando. Por cada acierto, ganan 100 euros y si consiguen acertar todas, consiguen 3.000 euros. Los dos primeros concursantes se pueden permitir fallar, pero el tercero no.

El equipo con menor puntuación juega al “doble reto”. En esta prueba deben responder a 14 palabras en 100 segundos. Si no consiguen responder, se despiden del programa.

Los mayores premios repartidos en los 25 años de *Saber y ganar* se corresponden a los botes acumulados de la edición "Fin de semana", ya que el concurso no tiene más capacidad económica. Tan solo en programas especiales, como los aniversarios, el programa pone en juego más dinero. Por ejemplo, Óscar Díaz ganó más de 4.500 euros en el especial de su programa 200, tras superar una triple calculadora y un triple reto. No obstante, cabe destacar que, si se unen todas estas pequeñas cantidades, podemos afirmar que *Saber y ganar* ha repartido a lo largo de sus 26 años de emisión más de 4.700.000 euros entre todos sus concursantes (Wikipedia, 2023).

En relación con la audiencia, las curvas diarias de audiencia del mes de agosto que elabora Barlovento con los datos de KantarMedia, muestran que *Saber y ganar* es el programa con más audiencia de todo el contenido que se emite en La 2. De hecho, se aprecia cómo la curva de audiencia asciende poco antes de que acabe el documental que se emite antes del concurso y como deja, para el

siguiente documental, más audiencia de la que tenía el documental anterior. También se puede destacar que el concurso mantiene la audiencia durante sus treinta minutos de emisión.

Según Fórmula TV (2023), *Saber y ganar* es el concurso más visto del año en La 2, siendo exclusivamente superado por el Tour de Francia y por la Eurocopa Sub 21.

Las curvas de audiencia muestran también que este concurso suele tener la misma o un poco más de audiencia que otros programas que se emiten entre semana en el mismo horario, como *Todo es Mentira* (Cuatro), *Zapeando* (La Sexta) y *Así es la Vida* (Telecinco). No obstante, en verano, le hacen competencia la serie *Amar es para siempre* (Antena 3) y los informativos y el tiempo de La 1. También le hacen competencia los fines de semana el telediario de La 1, la película que se emita en Antena 3 y el programa *Fiesta del Verano* (Telecinco) (Barlovento y Kantar Media, 2023).

### **b) Pasapalabra, Antena 3**

*Pasapalabra* es un concurso de televisión que se emitió por primera vez el 24 de julio del 2000 en Antena 3. Se trata de un programa basado en *The Alphabet Game* que se emite en la actualidad en Antena 3 a las 20h, tiene una duración de 60 minutos y está presentado por Roberto Leal. Es el programa previo a los informativos y se emite después de *Y ahora Sónsoles*, un magacín de actualidad. *Pasapalabra* ha emitido 24 temporadas y 5.434 episodios.

Asimismo, el programa se puede ver en *Atresplayer* a través de una suscripción gratuita. Cabe recalcar que con este tipo de suscripción solo se pueden ver los últimos programas. Si se desea ver los anteriores hay que hacer una inscripción de pago. A diferencia de Antena 3, en RTVE no hace falta inscribirse. El programa además tiene en internet un rosco online en el que la gente puede practicar.

La historia de este concurso es larga ya que, aunque este concurso se emitiese inicialmente en Antena 3 -y en la actualidad también-, *Pasapalabra* también ha pertenecido a Mediaset.

Cuando comenzó a emitirse, este programa estaba presentado por Silvia Jato (2000-2002/2003-2006) quien fue sustituida por Constantino Romero

temporalmente (2002-2003), por su embarazo. En este momento, *Pasapalabra* era el concurso con mayor audiencia. De hecho, en este periodo, se dio el mayor premio que un concurso había dado en toda la historia de la televisión española. No obstante, debido a una bajada en la audiencia, Antena 3 decidió retirar el concurso de su programación tras haber emitido 1.282 programas en seis años de emisión (Wikipedia, 2023).

En 2017, *Pasapalabra* comenzó a emitirse en Telecinco de lunes a domingo de 20.05h -21.05h liderando la franja de emisión a diario. Sin embargo, en julio de 2017, se eliminó el programa de la parrilla del fin de semana para ceder su puesto a María Teresa Campos con su programa *¡Qué tiempo más feliz!* (Wikipedia, 2023).

En 2019, tras un largo conflicto por los derechos de emisión del concurso contra *ITV Global Entertainment*, el tribunal supremo ordenó a Mediaset España cesar inmediatamente la emisión del programa. Así, Mediaset emitió su último programa y *Pasapalabra* fue sustituido por *El Tirón*. Ese mismo año, Atresmedia había llegado a un acuerdo con *ITV Studios* para la emisión del programa a partir de 2020. De este modo, *Pasapalabra* regresaría a Antena 3. En esta etapa, Buendía Estudios produjo un programa propio de la mano de ITV y Boomerang TV. El concurso contó con Roberto Leal como presentador, quien sigue presentando el concurso en la actualidad (Wikipedia, 2023).

El 17 de noviembre de 2022, la Audiencia Provincial de Barcelona condenó a Atresmedia a cesar la emisión de la prueba final del programa, "El rosco", ya que el tribunal consideraba que esta prueba vulneraba los derechos de propiedad intelectual de MC&F y a una indemnización por daños morales por un valor de 50.000 euros. ITV y Atresmedia ganaron en primera instancia, pero MC&F recurrió y la Audiencia Provincial de Barcelona le dio la razón. Como Atresmedia e ITV recurrieron esta decisión, mientras el Tribunal Provincial decide la resolución, El Rosco se puede seguir emitiendo en Antena 3 (Wikipedia, 2023).

En la actualidad, el bote de *Pasapalabra* cuenta con 784.000 euros, después de que Rafa Castaño se llevara el bote el 16 de marzo de 2023 ganando 2.272.000 euros. A diferencia de *Saber y ganar*, en este programa el bote sí es acumulativo hasta que alguien se lo lleva. Esto aumenta la audiencia del programa, ya que

ha habido concursantes que se han llevado grandes cantidades de dinero (El Confidencial, 2023).

A diferencia de *Saber y ganar*, este programa funciona de *access* a informativos. Se trata de un programa de gran caché, especialmente debido a su prueba “El Rosco”, momento que acumula mayor audiencia a lo largo del episodio y que, por lo tanto, proporciona a los informativos de después una gran audiencia.

En comparación con *Saber y ganar*, el nivel de *Pasapalabra* en cuanto a conocimiento no es tan alto, al menos a lo largo de las pruebas.

El presentador del concurso, Roberto Leal, viste de forma informal, pero arreglada. Su vestimenta gira entorno a vaqueros, camiseta con sobrecamisa o polo y deportivas. Un look bastante diferente al de Jordi Hurtado de *Saber y ganar*, quien lleva traje. Su función es la de dirigir el concurso en todo momento. Este programa cuenta desde 2021 con la azafata Cris Alvis. Cris suele vestir con ropa más ajustada y tacones y su papel es mínimo: presentar a los concursantes. A diferencia de *Pasapalabra*, en *Saber y ganar*, Jordi Hurtado comparte el espacio con Elisenda Roca y Pilar Vázquez.

La dinámica de este programa es bastante distinta al anterior. En cada programa, participan dos concursantes que pertenecen a diferentes equipos. Cada equipo lo forma uno de los concursantes y dos famosos, quienes tienen el papel de ayudarles a conseguir el mayor tiempo posible que luego utilizarán en la prueba final el roscó, el cual está formado por las 25 palabras que se encuentran en el abecedario. El concursante que más palabras acierte se lleva 1.200 euros y vuelve al siguiente programa. El que acierte las 25 palabras se lleva el gran bote que acumula en cada programa. Si el concursante se lleva el bote, no se lleva los 1.200 euros acumulados en cada programa ganado.

Cabe destacar que los famosos que acuden a este programa vienen a hacer promociones o a promocionarse a ellos mismos. De hecho, el programa les proporciona un pequeño espacio al principio del programa para que expliquen sus promociones. Esta característica también le diferencia de *Saber y ganar*, ya que no hay famosos en ese programa.

El plató consiste en dos mesas que se sitúan de cara al presentador y un público que se sitúa detrás de las mesas. De esta forma, siempre que se enfoca a los concursantes se ve al público. En este caso, las diferencias con *Saber y ganar* son evidentes, ya que *Pasapalabra* sí que tiene público y permite realizar más planos.

Los colores predominantes del programa son el azul, naranja y rojo, y los elementos más destacables son: la mesa redonda -amplia y simple-; el roscó -sin excesivo decorado- con las letras del abecedario sin taparle la cara al concursante; y el pulsador. La tipografía tiene un diseño sencillo y la banda sonora está acompañada siempre por el aplauso del público. Cabe destacar que, en las ediciones de verano, como las que hemos analizado, también aparecen en los rótulos y cabecera elementos gráficos veraniegos como son un pato de goma, flotadores etc. Esto no sucede con *Saber y ganar*, ya que este concurso no tiene cabecera para las pruebas y tampoco adapta sus elementos gráficos al verano.

La iluminación del concurso cambia según las pruebas que se realicen. Cuando se realizan las pruebas previas al roscó, la iluminación es monótona, pero cuando se realiza la prueba del roscó, la iluminación se centra en los concursantes individualmente. Este cambio de iluminación da tensión al programa.

El programa comienza con la cabecera del programa que muestra el roscó y todas las letras cayendo sobre él. En este caso, al ser verano, el programa le añade a la cabecera flotadores, patos de goma... Cabe destacar que esta misma decoración aparece en las cabeceras que introducen las pruebas. Esto último también diferencia a *Pasapalabra* de *Saber y ganar*, ya que el anterior programa introduce las pruebas a través de la voz sin utilizar elementos gráficos. Cabe recalcar que, a pesar de estas adaptaciones de verano, las pruebas del programa no cambian respecto a las que se hacen durante el año.

A continuación, Cris Alvis introduce a los participantes y Roberto Leal empieza a presentar las pruebas. Las pruebas acumulativas de segundos realizadas desde septiembre de 2018 son:

- Silla azul: El jugador que perdió en el rosco en el programa anterior se enfrenta a un concursante nuevo en una serie de preguntas. La respuesta a esa pregunta empieza por la letra elegida por el nuevo concursante entre las dos opciones que da el presentador. El jugador que falle dos preguntas abandona el concurso y el otro ocupa la silla azul. Esta prueba no se lleva a cabo si en el anterior programa los dos concursantes empataron en el rosco y no sirve para acumular segundos.
- Una de cuatro: El presentador plantea una pregunta y cuatro opciones de respuesta. Si el concursante acierta, la respuesta desaparece de la pantalla y es cambiada por otra en su lugar junto a una nueva pregunta. Si falla, salta el turno al compañero. Esta prueba dura 90 segundos y por cada acierto el equipo acumula dos segundos para la prueba final.
- La pista musical: En esta prueba se enfrentan directamente los componentes de los dos equipos en tres turnos. Esta prueba consiste en adivinar una canción a partir de las pistas que da el presentador. La pista es inicialmente unos segundos de la melodía de dicha canción. El presentador puede dar hasta 5 pistas más, como leer un par de versos de la canción. Cada vez que el presentador da una pista, los participantes tienen que apretar el botón y dar su respuesta. El número de segundos ganados se define según las pistas que hayan tenido que utilizar para adivinar el concepto: si se acierta con la primera pista, el equipo que haya acertado gana 5 segundos, con la segunda, 4 segundos, y así sucesivamente hasta la última pista.
- Sopa de letras: Los dos equipos tienen que descubrir las tres palabras relacionadas con un tema en común que se encuentran ocultas en un panel de 5 letras por lado. Si el equipo pasa o falla 5 veces, el presentador revela el panel. Si el equipo completa el panel, le dan 5 segundos. Para esta prueba, los concursantes tienen 90 segundos. Según 20 minutos (2023), el 4 de julio de 2023 el programa añadió una nueva norma en esta prueba: penalizar al equipo si “está participando un concursante y alguno de los invitados se adelanta dando una respuesta”.
- ¿Dónde están?: Es una prueba de memoria que se desarrolla en un panel de nueve casillas numeradas a las que les corresponden nueve palabras.

El participante tiene que recordar qué palabra se esconde detrás de cada número en el panel que ha visualizado previamente. El equipo que más palabras recuerde, se lleva diez segundos. Si empatan, pero no completan el panel se reparten cinco segundos a cada equipo. Si un equipo completa el panel, se llevan 20 segundos y si lo completan ambos, se reparten 10 segundos para cada equipo. Esta prueba la desarrolla primero el equipo con menos segundos.

### EL ROSCO:

Cada concursante debe acertar las 25 palabras del Diccionario de la Lengua Española en 85 segundos, más los segundos acumulados en el programa. Las 25 palabras corresponden a las letras del abecedario (sin incluir la K, LL y W).

El presentador lee una definición por letra y, con cada definición, el concursante tiene que responder. La pista es que la respuesta a la pregunta empieza por la letra que toca. Siempre comienza el concursante que más segundos tiene. Si hay empate, se favorece al equipo naranja.

El concursante va contestando a las definiciones. Cuando necesita hacer una pausa, dice *Pasapalabra* y automáticamente se pasa el turno a otro concursante. Los turnos se intercambian hasta que cada concursante termina el tiempo que tenía asignado. Si alguno de los concursantes acierta todas las palabras, consigue el bote acumulado hasta ese programa. De no ser así, se acumula una cantidad de 6.000 euros al bote y el concursante que más palabras haya acertado gana 1200 euros y vuelve a participar en el siguiente programa. El concursante que pierde tiene una oportunidad en la silla azul del siguiente programa. En el caso de que ambos concursantes hayan acertado el mismo número de palabras, el ganador es quien menos fallos haya cometido. Si se empata también a fallos, se reparten los 1200 euros entre ambos concursantes y vuelven a participar ambos en el siguiente programa. Esto mismo ha ocurrido en los programas analizados del 8 y 9 de agosto, en el que los concursantes empataron en el roscó.

En cuanto a la audiencia, el concurso marcó su récord histórico de espectadores el 25 de febrero de 2021 con 4.844.000 espectadores y el récord histórico de pantalla se produjo el 16 de marzo de 2023 con un 37,4% (Vertele, 2023).

Las curvas de audiencia analizadas del mes de agosto muestran que *Pasapalabra* es el concurso más visto de todo lo programado en la televisión en ese horario, incluso por encima de los informativos de La Sexta. Además, apreciamos el mayor pico de la curva durante el rosco. Generalmente, cuando el rosco termina, y con él, el programa, la curva decrece un poco, pero sigue dejando a los informativos una gran audiencia. De hecho, *Pasapalabra* convierte los informativos de la noche de Antena 3 en los informativos más vistos comparado con otras cadenas a la misma hora. Incluso el rosco es el pico de mayor audiencia de toda la programación de ese día en Antena 3 (Barlovento y Kantar Media, 2023).

Según Fórmula TV (2023), *Pasapalabra* entra dentro de los programas más vistos de 2023 en Antena 3, junto con las noticias, el debate cara a cara y el hormiguero: el desafío. El programa fue superado en audiencia por *La Ruleta de la Suerte*, únicamente, durante las siguientes fechas: el 16 de agosto, ya que se llevó a cabo la final de la *Ruleta de la Suerte*; y el 21 y 22 de agosto donde se decidieron los finalistas.

En cuanto a la publicidad, *Pasapalabra* cobra alrededor de 9.000 euros sin IVA por cada spot de 20 segundos. Dentro de las 9 tarifas de publicidad que hay en Antena 3 -de acuerdo al número de programas- este programa es el séptimo con mayor precio en publicidad. La diferencia entre *Pasapalabra* y *Saber y ganar* en cuanto a publicidad es abismal, ya que RTVE no emite publicidad (Oblicua Publicidad, 2023).

Hay que añadir que *Pasapalabra* ha llevado a cabo también otras ediciones. Esto le diferencia de *Saber y ganar* en que el otro programa tiene dos ediciones de normal: la diaria y la de fin de semana, mientras que este programa solo tiene su emisión diaria y alguna edición especial:

### **Prime time: verano 2011**

Del 18 de agosto de 2011 hasta el 1 de septiembre de ese mismo año se emitieron varios programas especiales de *Pasapalabra* los jueves a las 22h con nuevos contenidos y los mejores concursantes que habían pasado por el programa, pero que no habían llegado a completar El Rosco (Wikipedia, 2023).

Para diferenciar el programa de la emisión diaria, el programa contó con DJ, bailarines y azafatas. Además, se presentaban dos opciones en el concurso, por un lado, llevarse los 300.000 euros o, por otro, acumular el máximo dinero posible en las distintas pruebas: la pista, letra a letra, en pocas palabras, ¿cómo se dice?, del tirón, y el rosco. Esta edición no se ha llevado a cabo este verano 2023 (Wikipedia, 2023).

### **c) El Grand Prix del Verano, RTVE**

*El Grand Prix* es uno de los programas más veteranos de la historia de la televisión española. Fue creado por la productora *Europaproducciones* y fue emitido por primera vez en RTVE en 1995 (Wikipedia, 2023).

Este programa tuvo 15 temporadas y 172 episodios hasta el 24 de julio de 2023, cuando se ha vuelto a retomar el programa. En la actualidad, se emite los lunes de 22:35 a 00:45 (130 minutos), en horario de *prime time*, en RTVE La 1. Antes del concurso, la cadena emite la serie española *Cuatro Estrellas* y justo después emite *Viaje Al Centro De La Tele*. También se puede ver el programa en la plataforma online RTVE Play siempre que se desee.

A diferencia de los otros dos programas, este es espectacular. El plató, el humor y las pruebas de gran calibre hacen que se emita el programa en el horario de mayor audiencia. Cabe destacar que el horario no es la única diferencia, su formato hace que los tres concursos sean completamente diferentes. Como se ha comentado previamente, *Saber y ganar* y *Pasapalabra* son *quizshows*, mientras que *El Grand Prix* es un *game show*.

El concurso se emite en un plató amplio donde el público, concursantes, alcaldes y padrinos se encuentran divididos por equipos. En el lado izquierdo del plató, se sitúa una grada con los habitantes del pueblo que va de azul. A la derecha del plató, se encuentra otra grada con los habitantes del pueblo que va de amarillo. En medio de ambas gradas, es decir, en medio del plató, se sitúan los alcaldes y los padrinos. De esta forma, todos los participantes del concurso, incluido el público, se pueden ver en un mismo plano.

El plató está decorado con edificios y árboles en tonos tierra, rojo, naranjas... estos edificios representan a los pueblos. El plató intenta seguir la estética de las ediciones anteriores, pero adaptado a la actualidad. A diferencia de los otros

programas, este plató está más currado y tiene más accesorios. Además, es el único de los tres platós que permite ver a todos los participantes, público y presentadores en un mismo plano. Hay que recalcar que en este programa el presentador se va moviendo por el plató, no tiene mesa como en los anteriores.

Los colores predominantes son el azul y el amarillo y representan a cada equipo.

En el plató hay mucha luminosidad y no hay cambios de luz como si los hay en *Pasapalabra* cuando se llega a la prueba del roscó.

El concurso está presentado por Ramón García, quien guía el programa de forma fluida, y copresentado por Michelle Calvo y Cristinini. Michelle tiene como función ser embajadora de los pueblos y Cristinini (*streamer*) ser comentarista. Otro personaje es Wilbur, creado por el cómico y acróbata Víctor Ortiz, quien explicará el funcionamiento de las pruebas y asegurará las risas.

Los tres presentadores visten de forma informal y veraniega. No obstante, ambas mujeres suelen ir de corto o ajustado, mientras que el presentador suele vestir con traje informal. Por otro lado, Wilbur viste con un traje de acróbata.

Este es el programa que más presentadores y copresentadores tiene de los tres. De hecho, es el programa que más mujeres incluye y con funciones más importantes, a pesar de que sigan sin realizar la función principal.

Este programa comenzó a emitirse en 1995 bajo el nombre de *Cuando calienta el sol*, presentado por Ramón García. En estos programas participaban 4 pueblos de menos de 5.000 habitantes. En 1996, se cambió el nombre al *Grand Prix* y también se cambió el modelo de competición, ya que pasaron de participar 4 pueblos por programa a 2 (El Grand Prix Verano, 2023; Wikipedia, 2023).

Durante la etapa que el concurso se emitía en RTVE, cada equipo estaba representado por un color, el amarillo o el azul, y estaba formado por 30 participantes, liderados por el alcalde o alcaldesa y representados por un padrino/madrina famoso. Algo que se sigue manteniendo en la actualidad. Ambos pueblos, según los puntos obtenidos, eran clasificados en una tabla. Así, los dos pueblos con más puntos conseguidos participaban en el programa final de la edición. El que más puntos obtuviese se convertía en el ganador absoluto

ganando un premio de 6.000.000 de pesetas (El Grand Prix Verano, 2023; Wikipedia, 2023).

De 1995 hasta 2006, el presentador fue Ramón García y las copresentadoras iban cambiando. En 2007, cuando *Europroducciones* vendió el programa a FORTA, un grupo de televisiones autonómicas, el presentador pasó a ser Bertín Osborne. Este programa era emitido en Telemadrid, Canal 9, Castilla-La Mancha TV, IB3 y 7 Región de Murcia, Canal Extremadura y Televisión Castilla y León (El Grand Prix Verano, 2023; Wikipedia, 2023).

En 2010, se emitió el *Gran Prix Xpress*, un refrito de escenas seleccionadas de las tres últimas ediciones. El programa estaba locutado por Fernando Costilla y Paco Bravo. (El Grand Prix Verano, 2023; Wikipedia, 2023).

Tras esta emisión, el programa se eliminó de las parrillas de televisión hasta este año 2023, que ha vuelto el concurso con una edición veraniega de 7 episodios: cuatro programas eliminatorios, dos semifinales y una final (El Grand Prix Verano, 2023; Wikipedia, 2023).

En esta nueva edición, siguen participando dos equipos formados por dos pueblos distintos. En cada equipo siguen participando 30 habitantes del pueblo participante, liderados por su alcalde/alcaldesa y representados por un padrino/madrina famoso. Este año, han contado con Lolita Flores, Goyo Jiménez, Ana Morgade, Belinda Washington, José Mota y Fernando Romay como padrinos/madrinas del equipo amarillo y con Miguel Ángel Muñoz, Carolina Iglesias, Xuxo Jones, Arkano, Elena Furiase y María Peláe del equipo azul. A diferencia de *Pasapalabra*, en este concurso la función de los famosos es apoyar al equipo y participar en un par de pruebas.

En esta nueva edición, se siguen las directrices de las anteriores. En cada programa, sale victorioso el pueblo que tiene más puntos y entra dentro de la clasificación general. Al final de los cuatro programas, los 4 pueblos con mayor puntuación disputan las semifinales. Al final, los dos pueblos ganadores se disputan en la final. Así, se proclama el campeón absoluto de la edición que ganará 30.000 euros.

En este caso, los pueblos que concursan este año son: Aguilar de Campoo (Palencia), Alfacar (Granada), Brión (Coruña), Cervelló (Barcelona), Colmenarejo (Madrid), Los Montesinos (Alicante), Tineo (Asturias) y Yepes (Toledo). Los pueblos que han llegado a la semifinal son: Aguilar del Campoo (Palencia) vs Tineo (Asturias) y Yepes vs Alfacar; y los pueblos que han llegado a la final son Alfacar vs Aguilar del Campoo.

Hay que recalcar que el público son los habitantes de cada pueblo, quienes animan a los 30 participantes de cada equipo y visten con la camiseta del color del equipo. Asimismo, al ser un programa de agilidad, el prototipo de concursante es de una persona deportista.

Cabe destacar que, durante el programa, los pueblos dan a conocer sus comidas o fiestas típicas. Incluso, a veces, el concurso deja que alguien del público dé a conocer su local. Esta dinámica es diferente a la de *Pasapalabra*, ya que ese programa son los famosos los que se dan a conocer, mientras que, en este, se da a conocer a los pueblos.

Asimismo, ha habido cambios en el concurso. Debido a la legislación española sobre el bienestar animal, no se pueden recuperar los concursos donde se involucren animales. Por ello, ante la ausencia de la vaquilla en las pruebas, se ha optado por utilizar a la mascota, llamada *supervaquilla*, como comodín. Este comodín sirve para dificultar la realización de la prueba del equipo contrincante. Esta es la razón por la que el logo no ha cambiado. A diferencia de *El Grand Prix*, en *Saber y ganar*, estos comodines sirven para conseguir una respuesta correcta.

A diferencia de las temporadas anteriores, debido a las nuevas tecnologías, las pruebas son explicadas con la representación gráfica de un videojuego y la voz en off de Ramón García. Esta característica lo diferencia de los otros concursos, ya que *Saber y ganar* solo anuncia la prueba y *Pasapalabra* usa una cabecera.

El programa comienza con un resumen del programa anterior y el logo del programa. A continuación, aparece la cabecera del concurso que consiste en un plano del público, presentador y copresentadoras bailando y aplaudiendo al son de la canción del programa.

La cantidad de pruebas que ha realizado este programa a lo largo de su emisión es enorme. Por ello, se van a destacar las pruebas que se emiten en este 2023. (Las 5 primeras pruebas ya se realizaban en anteriores ediciones):

- Los troncos locos: los concursantes deben transportar los salmones de un lado al otro de la piscina atravesando los 7 troncos y sin caerse al agua. La prueba dura 2.30 minutos por equipo y por cada salmón se llevan 1 punto.
- La patata caliente: en esta prueba participan los alcaldes y los padrinos a quienes se les realiza una serie de preguntas cuya respuesta es una cifra. El presentador les dirá “más o menos” en función de la respuesta mientras sujetan un tenedor con un globo que se va hinchando. El tenedor hay que pasarlo cada vez que se acierte la pregunta. A quien se le explote, pierde.
- Baloncesto en pañales: los concursantes, que van vestidos de bebés golosos, tienen que atravesar la cinta transportadora con una pelota que deben encestar en la canasta que se encuentra al final de la cinta. Tienen 2.30 min para realizar cada tanda. Cada bola encestanda vale 1 punto, a excepción de la pelota roja que vale 2 puntos.
- Los superbolos: esta prueba suele ser la penúltima y decisiva. Un jugador debe, durante 2.30 minutos y con los ojos tapados, derribar mediante una gran bola sujeta de una cuerda a ocho jugadores del equipo contrario vestidos de bolo y subidos a una peana. Deberá seguir las instrucciones de su padrino o madrina para situarse en la prueba.
- Diccionario: Aquí el presentador dará tres palabras con sus definiciones y cada equipo deberá responder ante tres palabras diciendo si existe la palabra o no.
- Escala como puedas: durante 1 minuto y medio dos concursantes de cada equipo, disfrazados de mariquitas, tendrán que escalar la rampa con los agarradores de la pared. Las mariquitas que no suban dentro del tiempo, serán eliminadas, mientras que las que hayan llegado arriba volverán a subir hasta que no queden mariquitas de un equipo. Gana el equipo que consiga ganar más rondas. Por cada ronda se consiguen 4 puntos o 2 puntos.

- El perrito piloto: en 1 minuto un concursante de cada equipo, disfrazado de perrito y con un paracaídas atado a su espalda, deberá recorrer la pista contra el viento de un ventilador gigante. Por el camino deberán recoger los banderines que se vayan encontrando. Cada banderín vale 1 punto. El perrito que llegue al final de la pista primero deberá darle al pulsador que apaga el ventilador para llevarse 3 puntos más.
- Jurassic Prix: en 3 minutos, los concursantes tendrán que hacer un recorrido por el plató con la finalidad de depositar en el nido un huevo que recogen por el camino. Los concursantes, que van disfrazados de trogloditas, tienen que ir más rápido porque pasados 45 segundos de la prueba, el dinosaurio del equipo contrario irá a por ellos. Si el dinosaurio les alcanza, antes de llegar al túnel elástico, quedarán descalificados. Gana el equipo que consiga más huevos.
- Pingüinos matemáticos: cuatro concursantes de cada equipo, disfrazados de pingüinos, deberán correr para tapar la casilla que corresponda el resultado de una operación matemática formulada por el presentador. El pingüino que se equivoque o llegue el último al lugar correspondiente, queda eliminado. Gana quien tenga en pie a más pingüinos.
- Los ki-monos: en 3 minutos, los concursantes disfrazados de monos, deberán saltar en una cama elástica y subir a una red que hay sobre ellos, arrastrarse por la red, coger un plátano de los que hay colgando y caer en una colchoneta con la ayuda de un tronco. Gana el equipo que más plátano consiga.
- Las gaviotas malotas: el equipo que juega (los bañistas) tienen como misión transportar el máximo número de bocadillos posible. El reto en esta prueba es mantener el equilibrio sobre el tronco resbaladizo. Cuantos más consigan, más puntos obtendrán. El equipo contrario debe evitar que los bañistas logren su objetivo. La prueba dura 2.30 minutos.
- La guardería: los bebés tienen 1.30 minutos para recuperar todos sus objetivos. Mientras que los bebés del otro equipo les estorban lanzándoles caramelos.

- Abejas a lo loco: los concursantes, disfrazados de abejas, deben explotar todos los globos, hasta llegar al final, donde tendrán que explotarlo con el aguijón trasero.
- Juego de los dragones: los concursantes tienen 2.30 minutos para recorrer un camino lleno de obstáculos. Primero deberán enganchar unas anillas con una lanza en la cinta transportadora: mazas, plataformas giratorias... el concursante que llegue al trono, gana.
- Tiro al pingüipato: vestidos con un disfraz de pingüino o de pato los concursantes deben de cruzar la cinta esquivando las bolas de demolición que les lanzan los concursantes del equipo contrario. Tienen 2.30 minutos para realizar la prueba.
- Hamsters a la carrera: Durante 3 minutos, dos concursantes de cada equipo, disfrazados de *hamsters*, deberán hacer un recorrido hasta meter gol en la portería defendida por un dinosaurio.
- Alicia en el país de las caidillas: durante 2.30 minutos deben por equipos conseguir cargar el mayor número de bolas posibles hasta el final del recorrido.

Existe una prueba extra que consiste en que cada equipo tiene 1 minuto para realizar el mayor número de bocadillos posible. El equipo ganador recibirá 1.000 euros. Si hay un empate, se reparte el dinero.

Como hemos comentado previamente, se trata de un concurso espectacular que se emite en el horario de *prime time* para captar la mayor audiencia. De hecho, según El Diario (2023), la vuelta de este programa, tras estar 18 años sin ningún tipo de emisión, ha conseguido una audiencia de 2.572.000 de espectadores lineales arrasando con el resto de programas.

Según las curvas de audiencia analizadas del mes de agosto, *El Grand Prix* es el programa de mayor audiencia de La 1, superando incluso al telediario, y de todos los programas emitidos en ese horario en las diferentes cadenas. Su audiencia es constante a lo largo de los 120 minutos de duración, a excepción del final del programa. Durante este tramo, que es cuando se sabe el ganador, la audiencia aumenta (Barlovento y Kantar Media, 2023).

La audiencia máxima del programa fue del día de su estreno, el 24 de julio, con una audiencia envidiable de 2.572.000 espectadores y la audiencia mínima ha sido del programa del 28 de agosto con 1.144.000 espectadores (Barlovento y Kantar Media, 2023).

Este gran éxito no solo se debe al horario en el que se emite, sino a que es un programa muy familiar que evoca muchos recuerdos y evoca la risa.

Finalmente, cabe destacar que el hecho de que RTVE haya emitido este programa en verano y en el horario de *prime time* es una apuesta segura, ya que en este periodo no se suelen emitir programas nuevos.

## 6. Cuestionario y resultados

Para responder a las hipótesis de este trabajo, se ha realizado una encuesta a todos los allegados mayores de edad. En total, se han conseguido 67 respuestas: un 52,2% son de mujeres y un 47,8% de hombres.

Respecto a las edades, un 22,4% tienen entre 18 y 24 años, un 29,9% entre 25 y 34 años, un 10,4% entre 35 y 44 años, un 22,4% entre 45 y 54 años, un 7,5% entre 55 y 65 años y un 7,5% + 65 años.

El cuestionario ha constado de 13 preguntas sin incluir la edad y el género (Anexo 1).

## 7. Conclusiones

Una vez vistos los resultados de la encuesta, habiendo investigado a fondo la historia de los concursos y habiendo analizado tres de ellos, se puede llegar a una serie de conclusiones teniendo en cuenta las hipótesis planteadas en el presente trabajo:

- **La existencia de los concursos es útil para conseguir una mayor audiencia. Refrendada.**

Los concursos llevan existiendo desde los inicios de la televisión, en un principio, como mero espacio de entretenimiento que permitía escabullirse de la política y la información, y después, como estrategia para competir en audiencia. Esto se debe a las leyes que fomentaron la aparición de nuevos canales y, con ello, la fragmentación de la audiencia.

Se utiliza este tipo de programas para conseguir una mayor audiencia debido a que el objetivo de los concursos es doble: mantener y mejorar los datos de los informativos y procurarles antes de su emisión un buen colchón de espectadores. Esto lo consiguen mediante la mezcla de juego, competitividad y espectáculo. Asimismo, hay concursos que aumentan la audiencia de la cadena directamente porque son concursos espectaculares y se emiten en *prime time*.

Según la encuesta realizada, un 32,8% de los encuestados que ven los concursos antes de los informativos, permanecen en el canal donde se emite el concurso para ver las noticias, mientras que un 26,9% hace zapping. Además, cuando el espectador quiere ver un concurso que se emite en horario *prime time*, aunque estén viendo los informativos en otro canal, cambian de canal para ver esos concursos (26,9%), e incluso un 19,4% de los encuestados ven los informativos en el mismo canal donde quieren ver el concurso que se emite después. Esto significa que muchos concursos arrastran la audiencia para los informativos e incluso que hay gente que prioriza verlos independientemente del canal donde vayan a ver las noticias.

- **La aparición de las tecnologías ha influido en el formato de los nuevos concursos televisivos. Refutada.**

La aparición en las tecnologías no ha influido en los formatos de los concursos de televisión. De hecho, los nuevos servicios de *streaming* y sus concursos se parecen cada vez más a la televisión lineal. Un claro ejemplo de que se parecen cada vez más es *Operación Triunfo*, que antes se emitía en RTVE y ahora se va a emitir en Amazon Prime.

- **Los concursos que tienen algún aspecto de *reality* tienen mayor audiencia y se emiten en *prime time*. Refrendada.**

Los concursos que tienen algún aspecto de *reality* suelen implicar una gran cantidad de inversión económica, por ello, se emiten en el horario de *prime time*, ya que es el horario que concentra mayor audiencia. Asimismo, las características de estos concursos, es decir, la mezcla del juego con el *reality* tiene factores que enganchan al espectador. Por ello, el tipo de concurso en sí y el horario en el que se emiten provocan todavía más un aumento de la audiencia.

Ejemplos de *reality games* que se emiten en horario de *prime time* en la televisión TDT son: Operación Triunfo, que cuando se emitía en RTVE comenzaba a las 22.30h, y Supervivientes (Telecinco) que se emite a las 22h.

No obstante, hay que destacar que estos no son los únicos concursos que se emiten en el horario de *prime time* y tienen buena audiencia, ya que los espectaculares como *El Grand Prix* también. Incluso, los concursos -como *Pasapalabra*- que tienen episodios donde pueden conseguir mayor audiencia - como una super final del roscó- también pueden ser emitidos en este horario.

- **La personalidad del presentador influye en la audiencia de los concursos. Refrendada.**

La personalidad de un presentador influye mucho en un concurso y en la audiencia. Según Salgado Losada, el presentador de un concurso tiene unas características concretas muy diferentes al presentador de informativos, como son la naturalidad, expresividad, sentido del humor, fluidez y motivación.

Asimismo, esta encuesta ha confirmado lo mismo: el 70,8% de los encuestados han afirmado que la personalidad es lo que más les influye para que les guste más un presentador que otro. Hay que destacar también que un 3,1% piensan que el físico también influye y un 10,8% opina que un presentador necesita ambas cosas, físico y personalidad, para triunfar.

En conclusión, se puede decir que la importancia de los concursos en las cadenas de televisión es clara, ya que genera unos niveles de audiencia arrasadores para la cadena y para otros programas. Asimismo, crean un espacio de entretenimiento necesario para la televisión y su audiencia que, aunque las plataformas de servicios de *streaming* quieran arrebatárselo de “forma novedosa”, lo cierto es que se parecen cada vez más a la televisión lineal.

## 8. Bibliografía

- Atresplayer. (2023, 7 de agosto). *Pasapalabra*. Antena 3. [https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/07-08-23-programa-827\\_64ba3d49c0c4b0e462164355/](https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/07-08-23-programa-827_64ba3d49c0c4b0e462164355/)
- Atresplayer. (2023, 8 de agosto). *Pasapalabra*. Antena 3. [https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/08-08-23-programa-828\\_64ba3d7ee9edb0e42f21c76d/](https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/08-08-23-programa-828_64ba3d7ee9edb0e42f21c76d/)
- Atresplayer. (2023, 9 de agosto). *Pasapalabra*. Antena 3. [https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/09-08-23-programa-829\\_64ba3e52c0c4b0e46c164355/](https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/09-08-23-programa-829_64ba3e52c0c4b0e46c164355/)
- Atresplayer. (2023, 10 de agosto). *Pasapalabra*. Antena 3. [https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/10-08-23-programa-830\\_64ba3e7eb846b0e4ae08f61a/](https://www.atresplayer.com/antena3/programas/pasapalabra/2023/10-08-23-programa-830_64ba3e7eb846b0e4ae08f61a/)
- Barlovento Comunicación (2012). *Análisis televisivo 2012*. Barlovento Comunicación. <https://www.informeticplus.com/analisis-televisivo-2012-barlovento-comunicacion>
- Barlovento Comunicación (2022). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual*. Barlovento Comunicación. [https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022\\_Barlovento-Comunicacion.pdf](https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2023/01/Informe-anual-2022_Barlovento-Comunicacion.pdf)
- El Confidencial. (2023, 16 de marzo). *Los 10 mayores premios de concursos de televisión en España: el bote de Pasapalabra entra en la historia*. El Confidencial. [https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2023-03-16/mayores-premios-concursos-television-espana\\_3593997/](https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2023-03-16/mayores-premios-concursos-television-espana_3593997/)
- El Grand Prix. (23 de julio 2023). En *Wikipedia*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Grand\\_Prix\\_del\\_verano](https://es.wikipedia.org/wiki/Grand_Prix_del_verano)
- El Grand Prix Pruebas. (2023). *Las pruebas del Grand Prix..* <https://grandprixverano.es/tl/Las-Pruebas-2023.htm>
- Fórmula TV. (2023). *Audiencias de Antena 3*. Fórmula TV. <https://www.formulatv.com/audiencias/canales/antena3/>

Fórmula TV. (2023). *Audiencias de La 2*. Fórmula TV.  
<https://www.formulatv.com/audiencias/canales/la2/>

Gallego Trijueque, S., Olivan Marañón, C. y Cejudo Mejías, V. (2022). Análisis de los concursos como estrategia programática de la neotelevisión en España. *Revista Internacional de Cultura Visual*.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8942236>

GECA. (2022). *La producción de la televisión en la temporada 2022*. GECA Consultora Audiovisual. [https://www.geca.es/geca/informes/20230127--Informe%20Producci%C3%B3n%20A%C3%B1o%202022\\_df.pdf](https://www.geca.es/geca/informes/20230127--Informe%20Producci%C3%B3n%20A%C3%B1o%202022_df.pdf)

Gordillo, I. (2010). Del “Responda otra vez” al “Estás nominado”. Evolución y modelos de los concursos televisivos en España. *Trípodos*, nº 27, Barcelona.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/51383184.pdf>

Guerrero, E. (2010). La irrupción del reality game en la televisión española y sus efectos sobre los concursos (2000-2005). *Revista de comunicación Vivat Academia*, nº10, p.182-216.  
<https://www.redalyc.org/pdf/5257/525752960007.pdf>

Guerrero, E. (2010). *El entretenimiento en la televisión española: historia, industria y mercado*. Ediciones Deusto.  
<https://dadun.unav.edu/handle/10171/16084>

Manuales. (s.f). *¿Cómo se dividen las franjas horarias en la televisión?*  
Manuales. Consultado el 21 de julio de 2023.  
<https://www.manuales.com/manual-de/como-se-dividen-las-franjas-horarias-en-la-television>

Martínez, C. (2022, 24 de abril). 'Un, dos, tres... responda otra vez', el fenómeno que cambió la historia de la televisión española cumple 50 años. *El Independiente* <https://www.elindependiente.com/tendencias/2022/04/24/un-dos-tres-responda-otra-vez-el-fenomeno-que-cambio-la-historia-de-la-television-espanola-cumple-50-anos/>

Martínez, N. (2011, 30 de diciembre). *Concursos en los que los famosos dan espectáculo*, literalmente. Espinof.

<https://www.espinof.com/entretenimiento/concursos-en-los-que-los-famosos-dan-el-espectaculo-literalmente>

Moreno-Díaz, J. (2014). Los concursos en España: percepción histórica y evolución del Género (1956-1975). *Estudios sobre el mercado periodístico*. Vol.20, Núm. Especial (2014) p.27-42.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4831629>

Moreno-Díaz, J. y Medina, E. (2017). La producción de concursos en las cadenas de televisión españolas: la espectacularización del formato (1990-2000). *Comunicación y medios*, 26 (35), p.64-79.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6045072>

Oblicua Publicidad. (20 de junio de 2023). *Publicidad de Pasapalabra y Saber y ganar*. Oblicua Publicidad. <https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-en-pasapalabra-en-espana.html>

Operación Triunfo. (20 de julio 2023). En *Wikipedia*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Operaci%C3%B3n\\_Triunfo\\_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Operaci%C3%B3n_Triunfo_(Espa%C3%B1a))

Ojer, T., y Capapé, E. (2012). Nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Revista Comunicación*, nº10, Vol. 1. <https://idus.us.es/handle/11441/34275>

Pasapalabra. (25 de agosto de 2023). En *Wikipedia*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Pasapalabra\\_\(Espa%C3%B1a\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Pasapalabra_(Espa%C3%B1a))

RTVE. (2009, 29 de julio). *El Senado aprueba definitivamente la ley que suprime la publicidad en TVE*. RTVE. <https://www.rtve.es/noticias/20090729/senado-aprueba-definitivamente-ley-suprime-publicidad-tve/286994.shtml>

RTVE Play. (2023, 5 de agosto). *Saber y ganar. Edición fin de semana*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/saber-y-ganar/edicion-fin-semana-05-08-23/6943481/>

RTVE Play. (2023, 6 de agosto). *Saber y ganar. Edición fin de semana*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/saber-y-ganar/edicion-fin-semana-06-08-23/6943471/>

RTVE Play. (2023, 7 de agosto). *El Grand Prix. Carvelló (Cataluña) vs. Aguilar de Campoo (Castilla y León)*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/grand-prix/programa-3/6946776/>

RTVE Play. (2023, 7 de agosto). *Saber y ganar*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/saber-y-ganar/saber-ganar-07-08-23/6948180/>

RTVE Play. (2023, 8 de agosto). *Saber y ganar*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/saber-y-ganar/saber-ganar-08-08-23/6948747/>

RTVE Play. (2023, 14 de agosto). *El Grand Prix. Los Montesinos (Alicante) vs. Tineo (Asturias)*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/grand-prix/montesinos-tineo/6950144/>

RTVE Play. (2023, 22 de agosto). *El Grand Prix. Semifinal: Tineo (Asturias) vs. Aguilar de Campoo (Castilla y León)*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/grand-prix/tineo-aguilar-campoo/6952902/>

RTVE Play. (2023, 28 de agosto). *El Grand Prix. Semifinal: Alfacar (Granada) vs. Yepes (Toledo)*. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/grand-prix/alfacar-yepes/6956678/>

Salgado Losada, A. (2010). Actualidad, humor y entretenimiento en los programas de televisión: de la terminología a la realidad profesional. *Trípodos*, nº27, Barcelona. <https://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/download/234157/316371>

Sotelo, J., Sierra Sánchez, J., y Cabezuelo Lorenzo, F. (2020). Evolución de las programaciones de Telecinco-Cuatro y Antena 3-La Sexta tras la concentración del mercado de la televisión en España. *Ediciones Complutense*. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7642490>

Treinta y Cinco. (2021, 11 de mayo). *¿Qué es el prime time?* Treinta y Cinco. <https://35mm.es/que-es-prime-time/>

Zárate, P. (2023, 16 de marzo). *'Pasapalabra' (28.2%) bate otro récord antes de su histórico día y 'Pecado original' (16.1%) firma su mejor cuota*. Vertele. <https://www.eldiario.es/vertele/audiencias-tv/miercoles-15-marzo-2023->

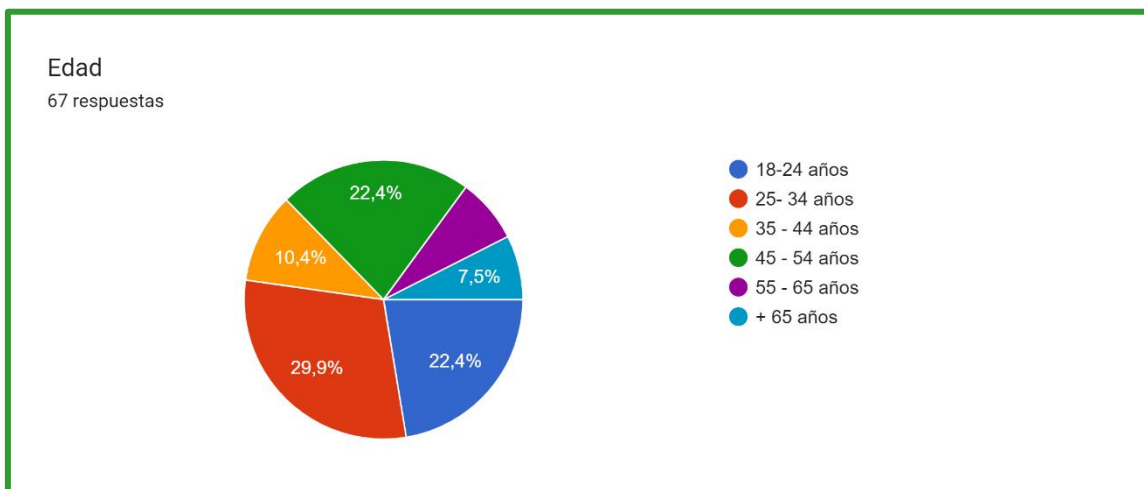
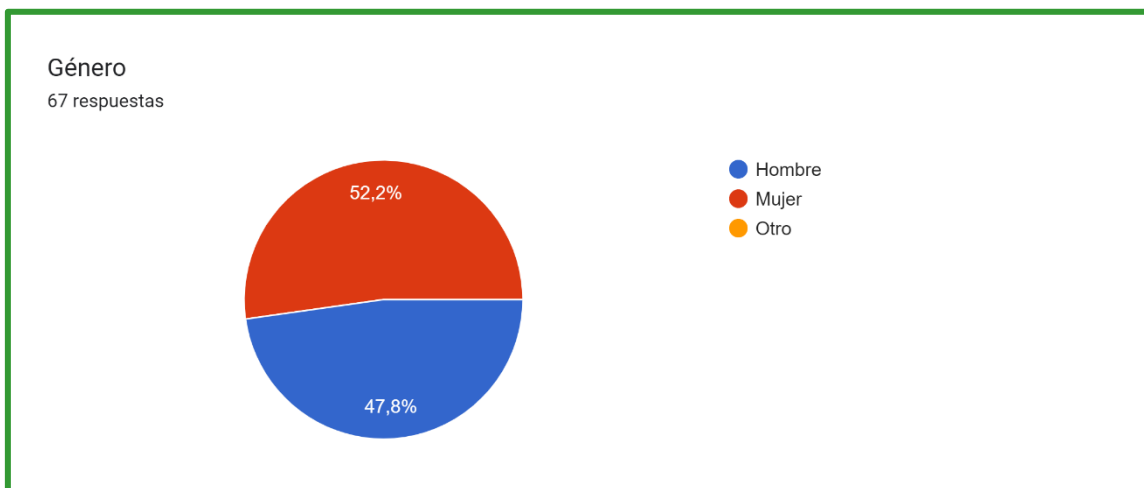
[pasapalabra-bate-otro-record-antes-historico-dia-pecado-original-firma-mejor-cuota 1 10038201.html](#)

Ruiz, A. (2023, 8 de agosto). *El 'Grand Prix' también arrasa en las audiencias en diferido de julio, cuyo liderazgo recupera Antena 3*. Vertele. <https://www.eldiario.es/vertele/audiencias-tv/grand-prix-arrasa-audiencias-diferido-julio-cuyo-liderazgo-recupera-antena-3 1 10435455.html>

Saber y ganar. (28 de agosto de 2023). En *Wikipedia*. [https://es.wikipedia.org/wiki/Saber\\_y\\_ganar](https://es.wikipedia.org/wiki/Saber_y_ganar)

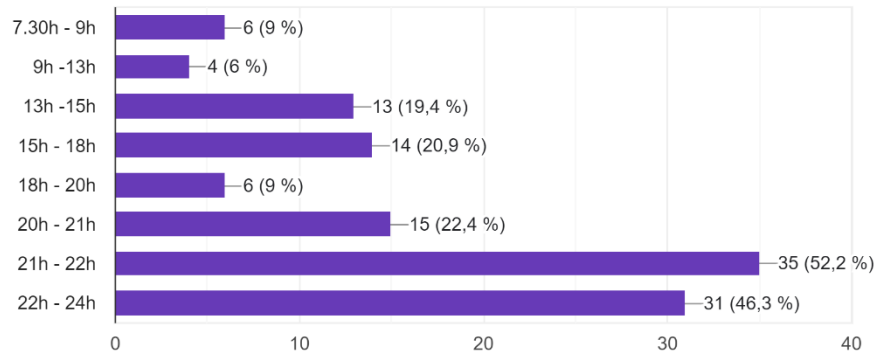
## 9. Anexos

### 9.1 Anexo 1



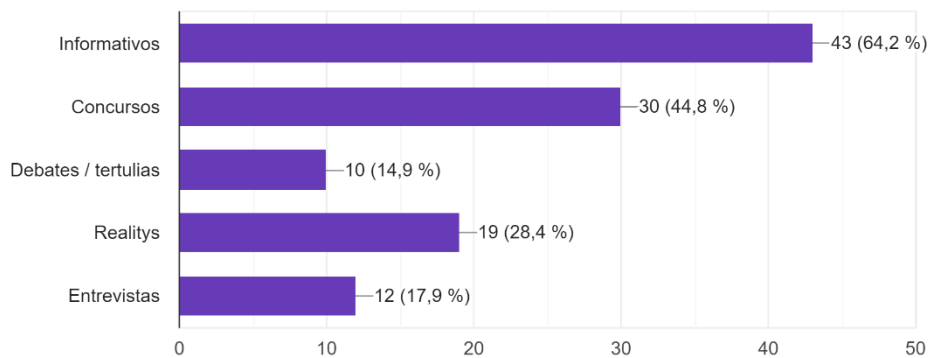
### 1. ¿En qué franjas horarias sueles ver la televisión?

67 respuestas



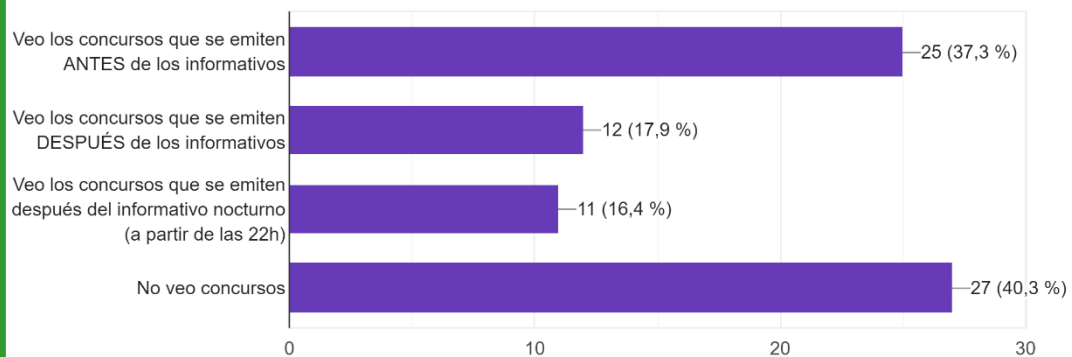
### 2. ¿Qué contenidos sueles ver?

67 respuestas



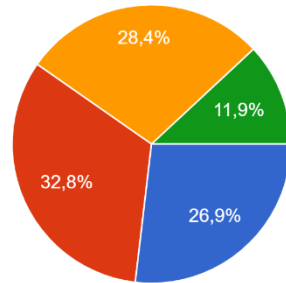
### 3. ¿Sueles ver concursos antes o después de los informativos?

67 respuestas



4. Cuando ves un concurso que se emite ANTES de los informativos ¿cambias de canal para ver los informativos en otro lado?

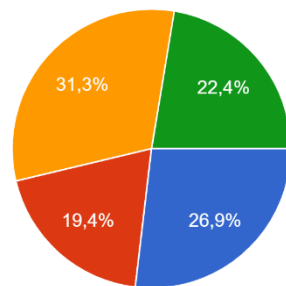
67 respuestas



- Sí, veo el concurso en un canal y el informativo en otro canal (hago zapping/cambiar de canal)
- No, continuo en el mismo canal
- No veo concursos
- No veo informativos

5. Si tienes interés en un concurso que se emite a partir de las 22h en un canal, ¿ves los informativos previos en ese mismo canal?

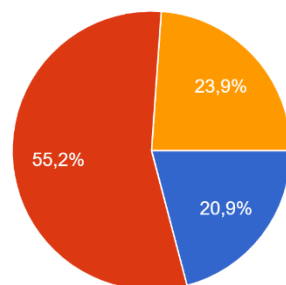
67 respuestas



- Veo los informativos en un canal y el concurso en otro canal (hago zapping/cambiar de canal)
- Veo los informativos en el mismo canal donde se emite el concurso
- No veo concursos
- No veo informativos, así que veo directamente el concurso

6. ¿Alguna vez has encendido la televisión para ver exclusivamente un concurso?

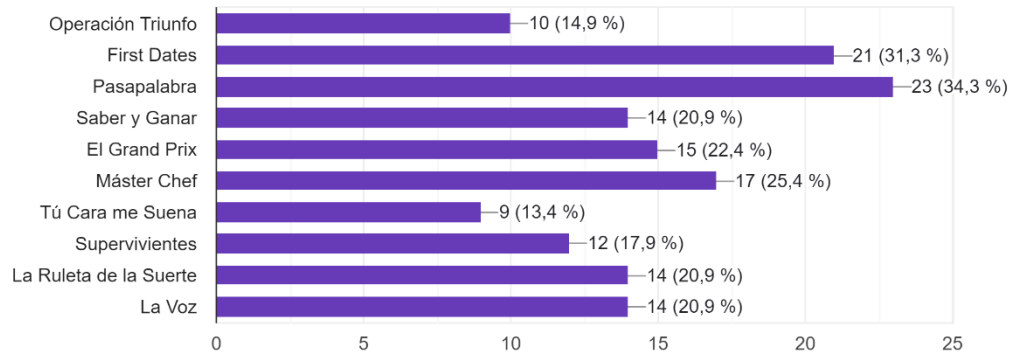
67 respuestas



- Sí, a menudo
- Alguna vez
- Nunca

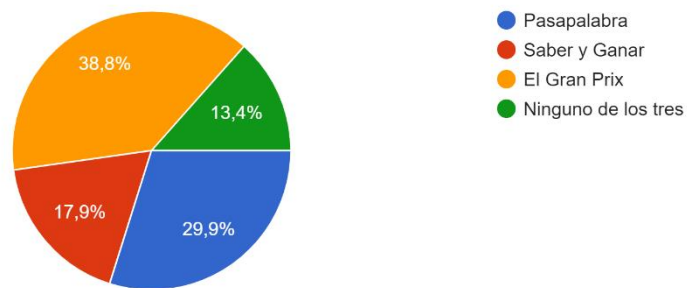
7. ¿Cuáles de estos concursos te gustan más? Marca máximo 3

67 respuestas



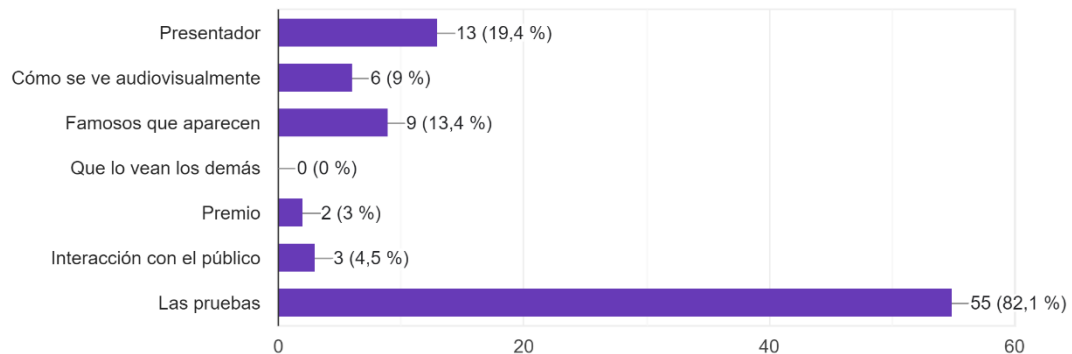
8. De los siguientes programas, ¿cuál verías?

67 respuestas



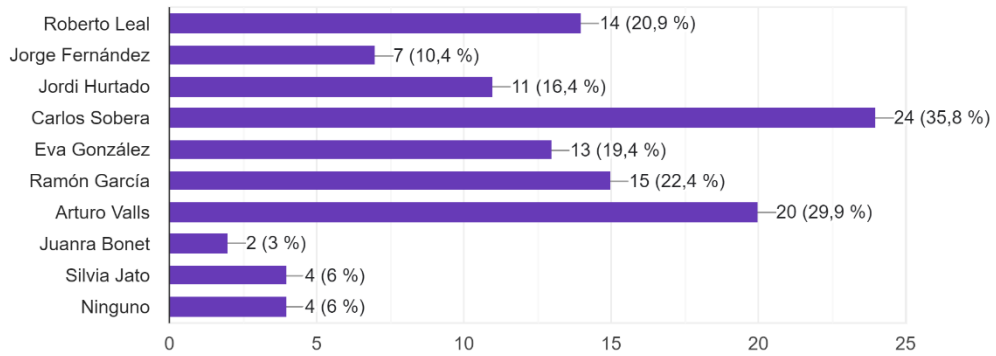
9. ¿Qué te influye para ver un programa u otro?

67 respuestas



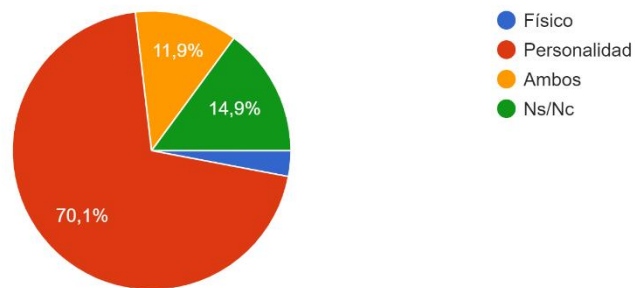
### 10. Marca el presentador que más te guste. Marca máximo 2

67 respuestas



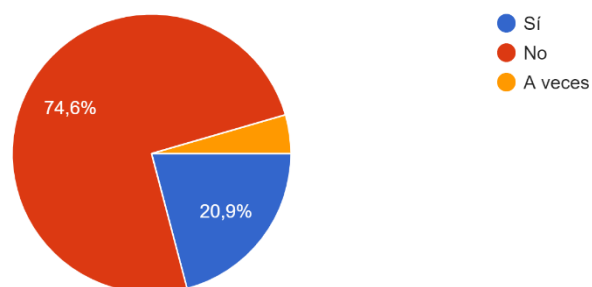
### 11. ¿Por qué te gusta más un presentador que otro?

67 respuestas



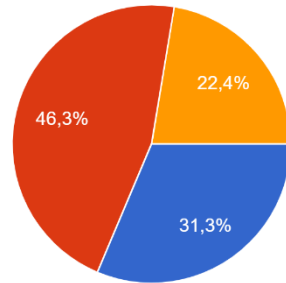
### 12. ¿Ves concursos en otras plataformas?

67 respuestas



13. ¿Consideras que para que un concurso tenga más audiencia, tiene que tener algún aspecto de reality?

67 respuestas



- Sí, los concursos con algún aspecto de reality gustan más
- No, la gente a la que le gustan los concursos los verá sin tener en cuenta el aspecto de reality
- Ns/Nc