

El concurso como género de calidad en la televisión española The competition as quality gender on Spanish television

Enrique Guerrero
Navarra (España)

RESUMEN

La televisión es fundamentalmente entretenimiento. Hoy día, el espectáculo televisivo se identifica en gran medida con la «telebasura». Sin embargo, entretener con un contenido de calidad debería ser considerada una labor tan respetable y necesaria como la de informar o educar.

De entre la inmensa maraña de géneros, subgéneros y formatos de entretenimiento, el concurso destaca por la noble difusión de valores como el afán de superación y el estímulo de la empatía o el conocimiento. A pesar de haber estado presente en la pequeña pantalla desde el nacimiento del medio, nunca ha desaparecido de las parrillas televisivas. La razón del éxito radica en su flexibilidad de estructura y programación, los amplios márgenes de rentabilidad que permite y su capacidad para involucrar a la audiencia en el programa.

En España, el concurso es uno de los géneros más producidos –desde 1996, las productoras españolas han producido una media de más de 32 concursos cada temporada, cifra exclusivamente superada por la suma de todos los géneros de ficción- y su presencia en el ranking de los programas más vistos es constante en todas las temporadas televisivas.

ABSTRACT

Television is entertainment. Nowadays the TV show business is identified to the concept of «trash television» to a greater extent. Nevertheless to entertain offering quality programmes is as respectable and necessary as to inform or educate.

Among the immense miscellanea of entertainment genres, subgenres and formats, the game show stands out because of its noble spreading of values as the desire of being better and the stimulate of empathy and knowledge. In spite of being in television since its birth, the game show has never disappeared of the schedule. The reason of this success is based on its structure and scheduling flexibility, its wide margins of profitability and on its capacity for involving to the audience in the programme itself.

In Spain, the game show is one of the most frequent genres –since 1996, Spanish TV production companies have produced an average of more than 32 games each season, a number only overwhelmed by the local fiction (sitcoms and TV movies) - and its presence in the most watched programme ranking is constant in every television season.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Concurso, televisión, calidad, programación.

Competition, television, quality, programming.

1. El género televisivo más noble

De las tres funciones que, tradicionalmente, se le han adjudicado a la televisión, la de entretener es la que prevalece sobre el resto. Gérard Imbert describe al medio como una máquina del entretenimiento en sus dos acepciones: la de «mantener ocupado» al telespectador y la de «divertir».

En este contexto, podemos distinguir un macrogénero televisivo denominado «Entretenimiento» que aglutina a géneros tan diversos como los concursos, los magazines, el humor, las diferentes versiones del *reality* o las variedades. En un panorama televisivo dominado por la «guerra de las audiencias» y en el que cualquier estrategia resulta válida para seducir al telespectador, el concurso destaca por ser el más noble de los géneros del entretenimiento, escapando así –salvo en contadas ocasiones- de las garras de la llamada «telebasura».

El concurso cuenta con más años de vida que la propia televisión. Su origen como género mediático lo encontramos en la radio, medio que sirvió de referencia a la pequeña pantalla en sus primeros años de emisiones regulares a mediados del siglo XX. Su fórmula más clásica, el *quiz show* o concurso de preguntas y respuestas, ha sobrevivido a las continuas modificaciones originadas por una de las más marcadas tendencias iniciadas por la neotelevisión: el eclecticismo o combinación de géneros. De esta forma, hemos comprobado cómo en los últimos quince años –período transcurrido desde que se abriera el mercado televisivo español a la competencia- el concurso se ha combinado con las variedades (*El semáforo* en TVE 1), el musical (*Lluvia de estrellas* en Antena 3), el *docu-show* (*Gran Hermano* en Tele 5), el humor (*Genio y figura* en Antena 3) o, sencillamente, se ha convertido en una sección de un magacín (*Sabor a tres* dentro del programa de Antena 3 *Sabor a ti*).

Sin embargo, el *quiz show* apenas ha sufrido modificaciones y siempre se ha mantenido fiel a sus orígenes a pesar de combinarse con cierta asiduidad con la otra gran vertiente del concurso, el *game show* o juego, en programas como *El precio justo*, *Un, dos, tres* u otros menos conocidos como *Decisión final* (emitido por Tele 5 en 2002, los concursantes eliminados desaparecían literalmente del plató al abrirse una trampilla situada bajo sus pies) o *La silla* (emitido por varios canales de la FORTA en 2002, los participantes tenían que responder a las preguntas tumbados en un extravagante sillón con luces y explosiones mientras intentaban controlar sus pulsaciones). La mejor evidencia de esta fidelidad del *quiz* es *¿Quién quiere ser millonario?*, producido por Tele 5 desde la temporada 99-00 a la 01-02 –fue programado tanto en *day time* como en *prime time* - y recuperado en 2005 por Antena 3. Este programa puede ser definido como una adaptación a la televisión actual del tradicional concurso de preguntas y respuestas estadounidenses de los años 50 al estilo de *The \$64,000 Question*.

Charo Lacalle se refiere a esta característica del género con los adjetivos «camaleónico» y «conservador», por su virtud para sobrevivir y transformarse según las exigencias del medio. Asimismo, esta autora hace referencia a los valores positivos que transmiten los concursos al «glorificar las gestas del hombre común»:

Asoman retazos de vida de hombres y mujeres corrientes, que muestran en la televisión su cara más positiva y desenganchan al telespectador de su adicción a una telepasión [...]. Los desheredados de los *reality shows* y de los *talk shows* van cediendo el cuarto de hora de fama [...] a esos hombres y mujeres comunes que se divierten jugando [...] con la esperanza de despertar llenos de premios y el privilegio de codearse con las estrellas televisivas.

En esta misma línea, que percibe en el concurso un género que promueve valores ejemplares como la capacidad de superación, Jaime Barroso se refiere al concursante como un héroe que pugna por alcanzar un premio enfrentándose a una multitud de pruebas que encarnan al antagonista. No obstante, Barroso advierte de los cambios sufridos por el concurso en un intento de aproximarse al ciudadano corriente, circunstancia que ha desembocado en una serie de concursos que premian el mero sufrimiento y las confesiones de intimidades. Este argumento también es apoyado por Gérard Imbert, quien considera ya no se puede hablar de un héroe glorioso sino de un antihéroe sufridor (en el programa *¿Quién dijo miedo?* de Antena 3, los participantes soportaban multitud de pruebas escalofriantes por una determinada cantidad de dinero). Para Imbert, la función educativa ha sido sustituida por la evasiva. En el concurso, esta afirmación queda reflejada en el paso de programas en los que se premiaba el conocimiento teórico a otros de habilidades o de puro azar.

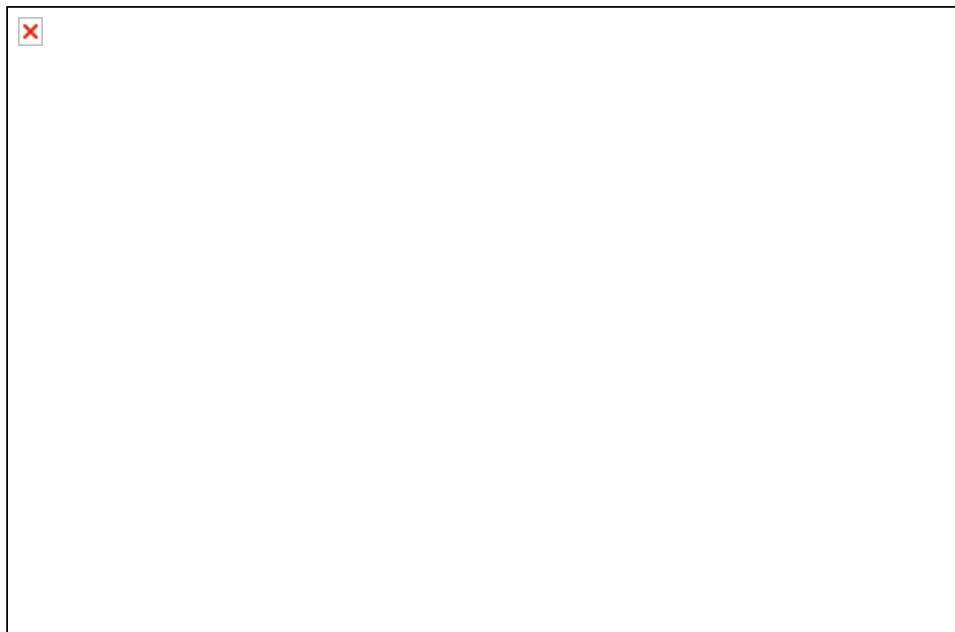
El concurso televisivo no ha podido rehuir completamente las influencias negativas de la «telebasura». Sin embargo, sería injusto no reconocer a este género, que ha estado presente en las parrillas desde el nacimiento del medio, su labor en la difusión de valores socialmente deseables como los anteriormente mencionados.

A continuación, analizaremos desde diversos enfoques -como los índices de audiencia, la programación y la producción- los concursos producidos por las productoras para la cadena pública de mayor audiencia, TVE 1, y para las dos privadas principales, Antena 3 y Tele 5, desde la temporada 96-97. Comprobaremos que el concurso es uno de los géneros más encargados por las cadenas españolas al sector de la producción independiente.

2. El concurso y su audiencia

Para conocer qué concursos han obtenido una mayor audiencia, acudiremos al ranking anual de los 50 programas más vistos desde 1992 a 2004 y analizaremos con qué frecuencia aparece este género. El siguiente gráfico muestra la presencia y evolución del concurso en este listado en comparación con el resto de géneros:

Gráfico 1: Evolución de los géneros más vistos (92-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. Desde 1992, cuatro géneros han liderado este ranking durante al menos una temporada: el cine, el fútbol, los concursos y las series de ficción nacional.

2. Desde la temporada 97-98, las series de producción propia destacan como el género que más aparece en el ranking de los 50 programas más vistos.

3. En la temporada 99-00, se produce un punto de inflexión y el número de series de producción propia decrece a favor de los *docu-show*, las series de producción ajena y los programas informativos.

4. En este mismo curso televisivo, irrumpe con fuerza el *docu-show* de la mano de *Gran Hermano*.

5. En la temporada 94-95, el concurso es el género que más puestos ostenta en el ranking de lo más visto debido al éxito de concursos-espectáculo emitidos en *prime time* como *Qué apostamos* de TVE 1. A partir de la siguiente temporada, se produce un descenso generalizado al ser desplazados los grandes formatos de entretenimiento de la franja de mayor audiencia por el éxito de las series nacionales -algunos de estos *shows* encontraron un hueco en la noche de los viernes y los sábados. En la 98-99, encontramos un repunte que se prolonga hasta la 00-01. Tras un nuevo retroceso, en la última temporada analizada, el concurso se recupera en términos de audiencia y también, como luego

veremos, de producción. El número de concursos aparecidos en este listado por temporadas se recoge en la siguiente tabla:

Tabla 1: Número de concursos entre los 50 programas más vistos (92-04)

✘

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

A continuación, veremos qué concursos han aparecido en el ranking de los 50 programas más vistos:

Tabla 2: Concursos más vistos (92-04)

	CADENA	CONCURSO	RATING	SHARE
1	TVE 1	UN, DOS, TRES	19,2	45,4
2	TVE 1	PRIMIJUEGO	17,7	26,8
3	TVE 1	QUÉ APOSTAMOS	17,2	38,1
4	TVE 1	EL PRECIO JUSTO	15,2	33,3
5	3 ANTENA	EL GRAN JUEGO DE LA OCA	14,5	33,4
6	3 ANTENA	LLUVIA DE ESTRELLAS	14,4	39,1
7	TVE 1	EL SEMÁFORO	12,6	32,2
8	3 ANTENA	MENUDAS ESTRELLAS	12,5	28,9
9	5 TELE	BRAVO BRAVÍSIMO	12,5	27,0
10	TVE 1	LLÉVATELO CALENTITO	11,6	32,7
113	ANTENA	GENIO Y FIGURA	11,4	28,5
12	TVE 1	LLÉVATELO CALENTITO DE VERDAD	10,8	24,3
133	ANTENA	MENUDO SHOW	10,4	28,9
143	ANTENA	LA PARODIA NACIONAL	10,0	23,4
153	ANTENA	TRATO HECHO	9,5	28,4
163	ANTENA	FUROR	9,3	27,2
17	TVE 1	NO ME LO PUEDO CREER	9,2	23,2
18	TVE 1	EUROJUNIOR	9,1	24,9
195	TELE	UNO PARA TODAS	8,7	20,8
20	TVE 1	AUDACIA	8,6	22,5
213	ANTENA	NO TE OLVIDES EL CEPILLO DE DIENTES	8,6	21,0
225	TELE	UNA PAREJA FELIZ	8,4	20,0
23	TVE 1	NO TE RIAS QUE ES PEOR	8,2	26,4
24	TVE 1	UN, DOS, TRES... ¡A LEER ESTA VEZ!	8,0	23,9
255	TELE	¿QUIÉN QUIERE SER MILLONARIO?	7,8	19,9
263	ANTENA	¿HAY TRATO?	7,8	18,2
27	TVE 1	VALOR Y CORAJE	7,7	27,5
28	TVE 1	WAKU, WAKU	7,6	25,3
293	ANTENA	EL GRAN TEST	7,6	21,6
30	TVE 1	VÍDEOS DE PRIMERA	7,6	16,4
31	TVE 1	TODO EN FAMILIA	7,2	22,5
323	ANTENA	UNA VEZ EN LA VIDA	7,0	17,0
33	TVE 1	PEQUEÑOS GRANDES GENIOS	6,5	22,2
343	ANTENA	¿QUIÉN DIJO MIEDO?	6,5	21,0
35	TVE 1	CURSO DEL 99	6,5	16,4
363	ANTENA	MUJER 10	6,4	17,1

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. En su mayoría, son programas de gran formato emitidos en *prime time* con un importante componente de espectáculo. El paradigma de los grandes formatos es el *game show* al estilo del *El gran juego de la oca*. Francesco Boserman enumera las características de estos programas: presentadores populares, grandes escenarios, público numeroso en plató y saturación lumínica, visual y sonora.

2. Temporada tras temporada, disminuye progresivamente el *rating* de los concursos que logran un puesto en el listado de lo más visto debido a la cada vez mayor atomización de la audiencia, provocada por el incremento de la oferta televisiva.

3. La cadena con más concursos en el ranking de los 50 programas más vistos es TVE 1:

Tabla 3: Los concursos más vistos distribuidos por cadenas (92-04)

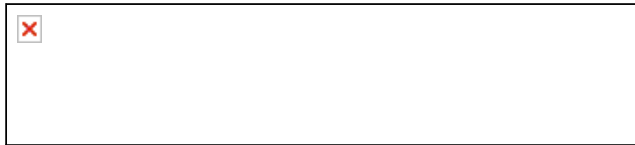


Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

3. El concurso en las parrillas televisivas

Para analizar qué estrategias emplean las tres cadenas en la programación de los concursos de producción independiente, atenderemos a la tabla 4 y al siguiente gráfico 2:

Tabla 4: Programación del concurso por cadenas y franjas (96-04)



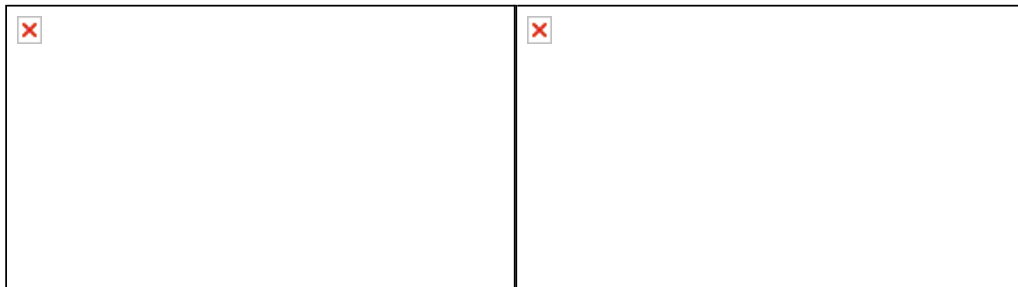
Fuente: elaboración propia con datos de GECA

Gráfico 2: Programación del concurso por franjas (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. Antena 3 y TVE 1 programan los concursos, preferentemente, en *prime time*. Ello implica que, principalmente, producen concursos de gran formato (como *El gran juego de la oca* o *Qué apostamos*).

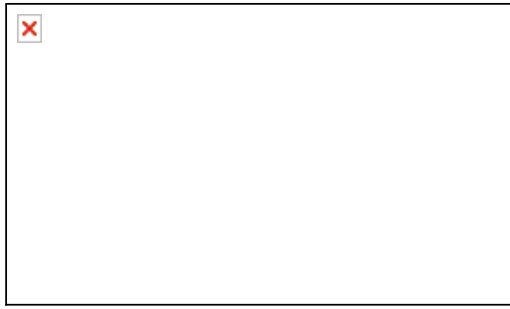


3: Programación del concurso TVE 1 Gráfico 4: Programación del concurso Antena 3

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

2. Tele 5 programa sus concursos en la sobremesa y por la tarde justo antes de los dos *prime time* cumpliendo una función estratégica de *access* y según la fórmula del *stripping* –programar todos los días de la semana a la misma hora el mismo programa- para lograr la fidelidad de la audiencia. En contraposición a Antena 3 y TVE 1, Tele 5 no apuesta por los grandes formatos de entretenimiento de *prime time*, sino por las series de producción propia. En la sobremesa destaca *El juego del euromillón* y, por la tarde, *¿Quién quiere ser millonario?* Tras la retirada de este programa, Tele 5 continuará empleando la misma estrategia con concursos como *Decisión final* o *La quinta esfera*, éste último de producción propia interna, sin lograr el mismo éxito.

Gráfico 5: Programación del concurso Tele 5



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

4. ¿Quién produce los concursos?

La fórmula más habitual en la producción de concursos es la producción propia externa o independiente. El siguiente gráfico muestra los géneros más producidos por las productoras independientes para todas las cadenas españolas –nacionales y autonómicas:

Gráfico 6: Evolución por géneros de la producción independiente (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. El concurso es uno de los géneros más producidos por las productoras independientes. En la temporada 98-99, lideró el ranking con 45 programas tal como se puede apreciar en la próxima tabla:

Tabla 5: Evolución del volumen de producción de concursos (96-04)

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

2. Sólo tres géneros han ocupado, en al menos una ocasión, el primer puesto en el ranking de los más producidos: la ficción, el concurso y los programas divulgativos.

3. En la última temporada analizada, la 03-04, se percibe un ascenso en la producción del concurso que, como hemos comprobado unas líneas más arriba, coincide con un aumento de sus índices de audiencia. Esta tendencia al alza parece mantenerse en la actualidad.

4. Desde la temporada 99-00, la producción de *docu-shows* experimenta un crecimiento considerable tras el *boom* de *Gran Hermano*.

5. Como queda reflejado en la siguiente tabla, un total de 1.642 programas han sido producidos por las productoras independientes desde 1996 a 2004, de los que 258 son concursos:

Tabla 6: Géneros producidos por las productoras independientes: total y media (96-04)

MEDIA 96-
TOTAL 96-0404

GÉNEROS	Nº PROGRAMAS	Nº PROGRAMAS
ANIMACIÓN	68	8,5
CONCURSO	258	32,3
DEPORTIVO	14	1,8
DIVULGATIVO	228	28,5
DOCU SERIE	19	2,4
DOCU SHOW	36	4,5
DOCUMENTAL	107	13,4
ENTRETENIMIENTO	39	4,9
FICCIÓN	289	36,1
HUMOR	153	19,1
INFANTIL	30	3,8
INFORMATIVO	26	3,3
LATE SHOW	48	6,0
MAGACÍN	139	17,4
MAGACÍN		
ROSA	20	2,5
MUSICAL	27	3,4
REALITY		
SHOW	32	4,0
TALK SHOW	106	13,3
TEATRO	2	0,3
TELEVENTA	1	0,1
TOTAL	1642	205,3

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

6. La media de concursos producidos por temporada es de 32,3, únicamente superada por la del género de ficción con 36,1 programas (incluye series, seriales y *tv movies*).

7. En el gráfico 7, se observa cómo el 15,7% del total del volumen de producción independiente corresponde al concurso. Entre la ficción, el concurso y el divulgativo suman el 47,2% del total de la producción independiente.

Gráfico 7: Porcentaje de géneros producidos por la producción independiente (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

8. En la tabla que viene a continuación, referida al tiempo de emisión por temporadas de los concursos de producción independiente, se aprecia cómo durante la segunda mitad de la década de los 90, el número de horas de emisión de concursos se incrementa progresivamente hasta la temporada 99-00, en la que se alcanzan las 2.258 h 22'. Esta cifra supuso el 17% del volumen de tiempo producido por las productoras independientes durante el mencionado curso televisivo.

Tabla 7: Tiempo de emisión de concursos de producción independiente (96-04)

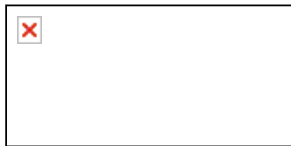
Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

9. En la temporada 98-99, casi el 20% del tiempo dedicado a la producción independiente por todas las cadenas – nacionales y autonómicas- corresponde al concurso.

10. Se percibe en la temporada 03-04 una tendencia al alza del concurso, de la que ya hemos dejado constancia al analizar los programas más vistos y el volumen de producción independiente.

11. Como indica la tabla 8, atendiendo exclusivamente a las tres cadenas que son objeto de este estudio –TVE 1, Antena 3 y Tele 5-, el número de concursos producidos es de 99. Antena 3 destaca por ser la cadena que más ha apostado por el concurso y, más en concreto, por los de gran formato de *prime time*. Tele 5 es la cadena que cuenta con menos concursos de producción independiente.

Tabla 8: Número total de concursos producidos para las cadenas (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

A continuación, vamos a analizar qué productoras producen concursos para cada una de las cadenas estudiadas.

A) TVE 1

Tabla 9: Productoras que han producido concursos para TVE 1 (96-04)

PRODUCTORAS	-97	96	-98	97	99	98-	-00	99	-01	00	-02	01	-03	02	-04	03	TOTAL
Europroducciones		1		3		4		3		2		1		0		0	14
Prointel		1		0		0		0		0		0		1		2	4
DNI 3 Creativos		0		1		1		1		1		0		0		0	4
Gestmusic																	
Endemol		0		1		0		1		1		0		0		1	4
Pearson TV		0		0		0		1		3		0		0		0	4
Prime Time Communications		0		1		0		0		0		1		0		1	3
Splendens																	
Ibérica		0		0		0		0		0		1		1		1	3
Globomedia		1		1		0		0		0		0		0		0	2
Videomedia		0		1		1		0		0		0		0		0	2
Zeppelin TV		0		0		0		1		0		0		0		0	1
BRB																	
Internacional		0		0		0		0		1		0		0		0	1
Fremantle Media		0		0		0		0		0		1		0		0	1
El Mundo TV		0		0		0		0		0		0		1		0	1
TOTAL		3		8		6		7		8		4		3		5	44

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

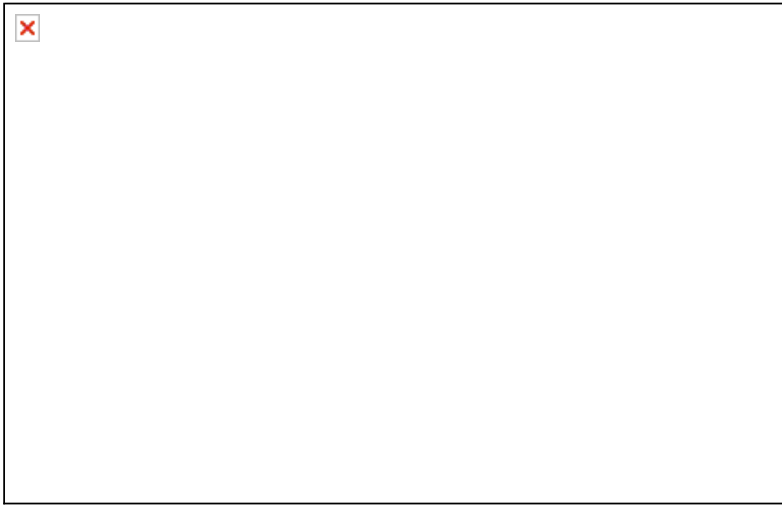
1. Trece productoras han producido concursos para TVE 1 desde 1996.

2. Seis de estas trece, además de concursos, han producido para la cadena pública otros géneros: Europroducciones, Globomedia, Prime Time Communications, Gestmusic Endemol, Zeppelin TV y Fremantle Media.

3. TVE 1 emite más concursos de producción independiente en las temporadas 97-98 y 00-01.

4. Europroducciones destaca como la que más concursos ha producido con un total de 14 programas. En porcentajes, recogidos en el siguiente gráfico, esta productora se ha encargado de la producción del 31,8% de los concursos de producción independiente de TVE 1.

Gráfico 8: Productoras que han producido concursos para TVE 1: porcentajes (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

B) ANTENA 3

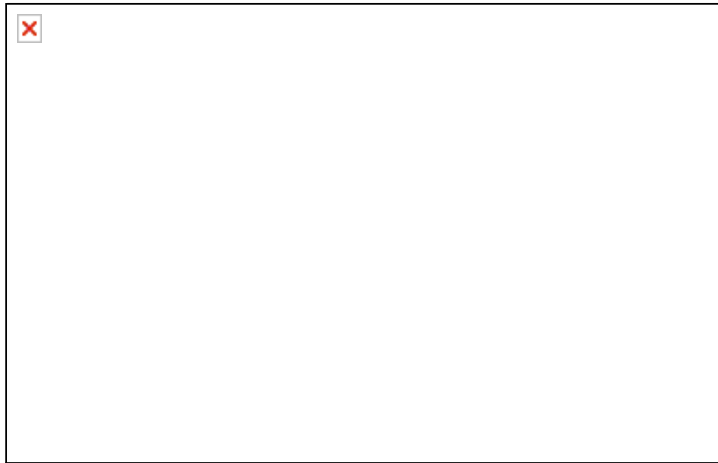
Tabla 10: Productoras que han producido concursos para Antena 3 (96-04)

	96	97	98	99	00	01	02	03-	TOTAL
PRODUCTORAS -97	-98	-99	-00	-01	-02	-03	04		
Gestmusic									
Endemol	3	3	3	3	3	4	1	1	21
BocaBoca	0	0	0	0	1	1	2	1	5
Zeppelin TV	0	0	0	0	1	0	1	1	3
Cristal PC	0	0	1	1	0	0	1	0	3
Producciones									
52	0	0	0	1	1	0	1	0	3
Globomedia	0	0	1	0	0	0	1	0	2
Videomedia	0	0	1	1	0	0	0	0	2
Pearson TV	0	0	0	1	1	0	0	0	2
Boomerang TV	0	0	1	0	0	0	0	0	1
ZZJ	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Ideas del Sur	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Grundy	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Best One									
Productions	0	0	0	1	0	0	0	0	1
TOTAL	3	3	7	9	8	5	7	4	46

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. Trece productoras han producido concursos para Antena 3 desde 1996
2. Ocho de estas trece, además de concursos, han producido para esta cadena otros géneros: Gestmusic Endemol, Cristal PC, Globomedia, Boomerang TV, Videomedia, Producciones 52, Boca Boca y Zeppelin TV.
3. Antena 3 emite más concursos de producción independiente en la temporada 99-00.
4. Gestmusic Endemol, especializada en formatos de entretenimiento, destaca como la que más concursos ha producido con un total de 21 programas. En porcentajes, recogidos en el próximo gráfico, esta productora se ha encargado de la producción del 45,75% de los concursos de producción independiente de Antena 3.

Gráfico 9: Productoras que han producido concursos para Antena 3: porcentajes (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

C) TELE 5

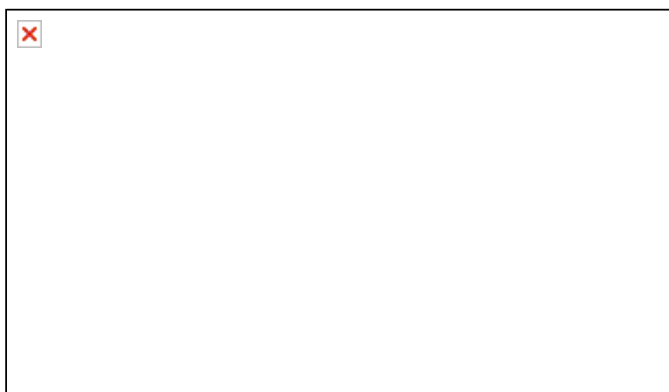
Tabla 11: Productoras que han producido concursos para Tele 5 (96-04)

PRODUCTORAS	-97	96	-98	97	-99	98	00	99-	-01	00	-02	01	-03	02	-04	03	TOTAL
Zeppelin TV		0		1		1		1		1		1		0		0	5
Gestmusic																	
Endemol		1		1		0		0		0		0		0		1	3
Videozapping		0		2		0		0		0		0		0		0	2
Europroducciones		0		0		1		0		0		0		0		0	1
Boomerang												1		0		0	1
TV		0		0		0		0		0		1		0		0	1
TOTAL		1		4		2		1		1		2		0		1	12

Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

1. Cinco productoras han producido concursos para Tele 5 desde 1996.
2. Tres de estas cinco, además de concursos, han producido otros géneros: Gestmusic Endemol, Zeppelin TV y Europroducciones.
3. Tele 5 emite más concursos de producción independiente en la temporada 97-98.
4. Zeppelin TV destaca como la que más concursos ha producido con un total de 5 programas. En porcentajes, recogidos en el siguiente gráfico, esta productora se ha encargado de la producción del 41,7% de los concursos de producción independiente de Tele 5.

Gráfico 10: Productoras que han producido concursos para Tele 5: porcentajes (96-04)



Fuente: Elaboración propia con datos de GECA

5. Conclusiones

El concurso es un género anterior a la propia televisión y siempre ha estado presente en las parrillas y en el ranking de los programas más vistos. En aquellos años en los que gozó de más popularidad ocupó la franja de mayor audiencia y, en las épocas en la que no consiguió despertar el interés de los telespectadores, se refugió en el *day time*, en el *prime time* de los viernes y los sábados, en las cadenas de menor audiencia –La 2 y las autonómicas– y en determinadas secciones de los magazines televisivos.

Mientras que TVE 1 y Antena 3, las dos cadenas que más concursos de producción independiente emiten, suelen programarlos en *prime time*, Tele 5 lo hace en la sobremesa. Entre las tres cadenas, desde 1996, han encargado un centenar de concursos a las productoras independientes, convirtiendo a este género en uno de los más producidos temporada tras temporada. De esta forma, el curso televisivo pasado (03-04), entre todas las cadenas españolas – nacionales y autonómicas-, produjeron 34 concursos, situándolo en volumen de producción sólo detrás de los programas divulgativos.

Gran parte del éxito del concurso radica en su capacidad para implicar a la audiencia, que participa desde casa y se identifica con los concursantes hasta tal punto que experimenta las mismas sensaciones. Esta implicación cada vez es mayor en la medida en que, gracias a los avances tecnológicos, es posible una interactividad más plena que alcanzará su auge con la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT). A su vez, estas nuevas posibilidades generan vías alternativas de negocio para productores y cadenas, facilitando aún más la rentabilidad del concurso –a excepción de los grandes formatos, su producción es relativamente barata.

Para concluir, podemos afirmar que el concurso es un género «blanco» cuya función principal no consiste tanto en educar como en entretener. No obstante, un programa de entretenimiento dirigido al gran público puede ser un producto de calidad. «Televisión de calidad» no equivale necesariamente a «televisión para minorías». Entretener con un contenido de calidad no constituye una función menos importante que la de ofrecer una información objetiva, veraz y plural o formar.

Referencias

- BARROSO, J. (1996): *Realización de los géneros televisivos*. Madrid, Síntesis.
- BOSERMAN, F. (2001): *La amplia diversidad del entretenimiento televisivo en La nueva era de la televisión*. Pozuelo de Alarcón, Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España.
- CIPRIANI, I. (1982): *La televisión*, Serbal. Barcelona, COOPER-CHEN, A., *Games in the global village. A 50-nation study of entertainment television*, Bowling Green State University Popular Press, Bowling Green, 1994
- CORTÉS, J.A. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Pamplona, EUNSA.
- CREEBER, G. (2001): *The television genre book*. Londres, British Film Institute.
- FISKE, J. (1997): *Television culture*. Londres, Routledge.
- GECA (1996-2005): *Anuario de la televisión*.
- GRAHAM, J. (1988): *Come on down!!! The TV game show book*. Nueva York, Abbeville Press. IMBERT, G. (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Barcelona, Gedisa.
- LACALLE, C. (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona, Gedisa.
- MATELSKI, M.J. (1992): *Programación diurna de televisión*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- MILLERSON, G. (1984): *TV Producción eficaz de programas. Técnicas y procesos*. Barcelona, Hispano-Europea.
- ROSE, B. G. (1985): *TV genres. A handbook and reference guide*. Westport, Greenwood Press.
- SALÓ, G. y FLÓREZ, O. (2003): *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, Gedisa.

Cf. IMBERT, G., *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*, Gedisa Editorial, Barcelona, 2003, p. 44.

LACALLE, C., *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Gedisa Editorial, Barcelona, 2001, p. 69.

Cf. BARROSO GARCÍA, J., *Realización de los géneros televisivos*, Editorial Síntesis, Madrid, 1996, p. 342.

Cf. *Ibíd.*, p. 325.

Cf. IMBERT, p. 153.

Cf. *Ibíd.*, p. 50.

Para conocer más sobre el concurso televisivo: CIPRIANI, I., *La televisión*, Serbal, Barcelona, 1982, pp. 112-115; COOPER-CHEN, A., *Games in the global village. A 50-nation study of entertainment television*, Bowling Green State University Popular Press, Bowling Green, 1994; CREEBER, G., *The television genre book*, British Film Institute, Londres, 2001, pp. 79-81; FISKE, J., *Television culture*, Routledge, Londres, 1997, pp. 265-280; GRAHAM, J., *Come on down!!! The TV game show book*, Abbeville Press, Nueva York, 1988; MATELSKI, M. J., *Programación diurna de televisión*, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1992, pp. 35-43; MILLERSON, G., *TV Producción eficaz de programas. Técnicas y procesos*, Editorial Hispano-Europea, Barcelona, 1984, p.168; ROSE, B. G., *TV genres. A handbook and reference guide*, Greenwood Press, Westport, 1985, pp. 287-305; SALÓ, G. y FLÓREZ, O., *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Gedisa Editorial, Barcelona, 2003.

Se ha elegido esta temporada como punto de partida porque es la primera de la que se dispone de datos más exhaustivos elaborados por GECA. No obstante, el estudio de los concursos más vistos se hará desde la temporada 92-93. El análisis se limitará a los programas de producción independiente, por lo que se excluyen los programas de producción propia interna de las cadenas con la excepción, de nuevo, del epígrafe dedicado a los concursos más vistos.

Cf. GECA, *Anuario de la televisión*, 1996-2005

Aquellos concursos que han continuado más de una temporada en antena y que han aparecido en más de una ocasión en el ranking sólo se han registrado una vez y se ha tomado como referencia la temporada en la que han obtenido una mejor cifra de *rating*.

Cf. BOSERMAN, F., *La amplia diversidad del entretenimiento televisivo en La nueva era de la televisión*, Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España, Pozuelo de Alarcón, 2001, p. 131.

Cf. CORTÉS LAHERA, J. A., *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, EUNSA, Pamplona, 1999, p.195.

Esta cifra resulta de sumar los concursos emitidos por las cadenas todas las temporadas. No coincide con el número total de concursos resultante de la suma de los emitidos en las distintas franjas horarias, ya que hay algunos que se han emitido en más de una franja y que por tanto se han contabilizado más de una vez. Tampoco coincide con el total de concursos que resulta de la suma de los producidos por las productoras, ya que algunos han sido coproducidos por dos de ellas y se ha contabilizado un mismo programa dos veces.

Enrique Guerrero es doctorando de la Universidad de Navarra (España) (iquerrer@alumni.unav.es).