

## El viaje del concursante. Inmersión en los Quiz Shows televisivos bajo el paradigma del relato del héroe

Sergio Toledo Aral

Universidad de Sevilla ✉ 

Inmaculada Gordillo

Universidad de Sevilla ✉ 

<https://dx.doi.org/10.5209/rced.95829>

Recibido el 4 de octubre de 2023 /Aceptado 13 de febrero de 2024

**Resumen:** En esta investigación se aborda el paradigma del viaje del héroe como sustento de la estructura narrativa de los concursos de preguntas y respuestas. Se aplican los modelos de Campbell, Vogler y Sánchez-Escalonilla a una muestra representativa de quiz shows españoles con el objetivo de comprobar si los formatos de preguntas y respuestas en televisión presentan una narrativa similar a los relatos de ficción que se basan en la estructura del viaje del héroe. Se han analizado los programas a nivel de estructura y significado semántico, utilizando una metodología exploratoria descriptiva. Tras el análisis y la aplicación de la metodología se ha comprobado el paralelismo entre el relato épico ficcional y los casos elegidos para la muestra. El resultado es la creación de un modelo específico de aplicación a los concursos –‘el viaje del concursante’– extrapolable a los quiz shows televisivos en general.

**Palabras clave:** Concursos; Quiz show; Televisión; Relato del héroe; Entretenimiento.

### ENG The contestant's journey. Television Quiz Shows and the Hero's Journey

**Abstract:** Considering Campbell's, Vogler's, and Sánchez-Escalonilla's scholarship on the concept of Hero's Journey, this research focuses on the study of television programmes' narratives based on a question/answers model or, in other words, Quiz show's narratives. For this purpose, the present study has applied this lens to a significant sample of Spanish Quiz shows, used as case studies, in comparison to fictional stories with narratives based on this paradigm. This has ultimately allowed to establish a parallelism between both, uncovering structural and semantic similarities between epic fictional storylines and the case studies explored. In addition to these findings, the research has also contributed this field's scholarship with the design of a useful research matrix based on the Hero's Journey specifically applicable to quiz shows, known as the contestant's journey.

**Keywords:** Quiz Shows, Television Studies, Hero's Journey, Entertainment.

**Sumario:** 1. Introducción. 2. Objetivos y metodología. 3. Estado de la cuestión. 3.1 El viaje del héroe. 3.2 Muestra 4. Resultados. 4.1 Programa saber y ganar. 4.2 Programa 50 X 15 ¿Quiere ser millonario?. 4.3 Programa Pasapalabra. 4.4 Programa Lo sabe, no lo sabe. 5. Conclusiones. 6. Bibliografía, referencias y fuentes.

**Cómo citar:** Toledo Aral, S.; Gordillo, I. (2024). EL VIAJE DEL CONCURSANTE. Inmersión en los Quiz Shows televisivos bajo el paradigma del relato del héroe. *Historia y Comunicación Social* 29(1), 179-188

### 1. Introducción

La televisión ha desplegado desde sus inicios la capacidad narrativa heredada de la literatura, el cine y la radio. Sin embargo, los concursos de preguntas y respuestas televisivos (*quiz shows*) se han analizado siempre como programas de entretenimiento sin ninguna relación con la ficcionalidad o la capacidad narrativa. En este trabajo se aplicará una línea de análisis ficcional a un formato considerado tradicionalmente como un programa perteneciente al macrogénero del entretenimiento.

En menos de un siglo de vida, la televisión ha supuesto más que un medio de comunicación. Su poder de expansión y de seducción, como señala Baudrillard, ha invadido y modificado gran parte de nuestras vidas: “la seducción es un juego y un destino, de tal manera que los protagonistas son guiados hacia su fin ineludible” (1981: 125-127). Todo lo que ocurre en la televisión tiene un alto componente narrativo. El ser humano comunica y seduce a través de contar situaciones que le suceden a personas o personajes en un lugar y en un tiempo determinado.

La organización narrativa está evidentemente presente en los programas de ficción y también en la publicidad y en los informativos (Gordillo, 1999 y 2009). La estructura narrativa subyacente en el esquema del viaje del héroe ha sido estudiada suficientemente en la ficción cinematográfica y, por ello, ha sido trasladada de forma natural a otros formatos de ficción, como las series televisivas o los videojuegos. A partir de aquí se ha demostrado como el modelo que implica el recorrido del héroe subyace en la necesidad humana de impregnarse de narraciones heroicas ya que numerosos relatos audiovisuales de carácter ficcional reflejan ese esquema estructural. Sin embargo, no hay estudios académicos que se orienten hacia la exploración de los concursos televisivos con la metodología del viaje del héroe. Con esta investigación, a partir de una muestra significativa y extrapolable, se pretende demostrar que el formato televisivo del *quiz show* también es susceptible de mantener una determinada arquitectura narrativa coincidente con el viaje del héroe.

## 2. Objetivos y metodología

El objetivo principal de la investigación sería demostrar que los formatos de preguntas y respuestas en televisión presentan una narrativa similar a los relatos de ficción que se basan en la estructura del viaje del héroe. Ante la pregunta de investigación ¿recorren los participantes de concursos un camino similar a los héroes de los relatos de aventuras?, se busca una respuesta que ayude a entender si las dinámicas de los *quiz* implican una complejidad narrativa no contemplada habitualmente en el estudio de este tipo de formatos televisivos.

Como objetivo secundario se pretende establecer un patrón o estructura específica, si la hubiera, de la narrativa de estos concursos a raíz de su análisis estructural. A partir de un estudio de casos se acomete la tarea de establecer unas pautas comunes en los diferentes formatos del *quiz show* televisivo para conseguir un armazón metodológico que permita obtener resultados en cualquier concurso televisivo.

Desde el ámbito del análisis del mensaje y la perspectiva de la semántica narrativa, nos centramos en el esquema estructural del viaje del héroe, que se fundamenta en mitos, arquetipos y funciones y que ya ha demostrado su utilidad en el ámbito del cine de ficción, de las series televisivas y del videojuego (Caminos, 2017; Rivera Betancur 2018; Forteza, 2020; López Jimeno, 2023; Blasco Vilches, 2017, etc). La intención es comprobar si realmente existe una base estructural del viaje del héroe en los programas seleccionados. Para el análisis narrativo de los concursos de preguntas y respuestas se han tenido en cuenta los diferentes modelos estructurales del paradigma de ‘el viaje del héroe’ de autores como Campbell (2012), Vogler (2002) y Sánchez-Escalonilla (2002), que han supuesto la base sobre la que se ha establecido la investigación.

En la realización de esta investigación se han visionado decenas de concursos de preguntas y respuestas de carácter nacional e internacional como fuente de documentación y para averiguar sus estructuras narrativas. Se hace una selección de diferentes formatos de *quiz shows* atendiendo a diversos elementos, que se señalarán más adelante al estudiar la muestra, pero sobre todo a la posibilidad de que los resultados sean extrapolables a otros concursos de preguntas y respuestas.

De los formatos seleccionados para el estudio de casos (*Saber y ganar, 50 x 15 ¿Quiere ser millonario?, Pasapalabra y Lo sabe, no lo sabe*) se opta por solicitar a los responsables de cada productora que envíen tres capítulos de cada programa elegidos al azar. Se considera que los doce programas resultantes son representativos de la estructura y el comportamiento de los *quiz shows* que son objeto de estudio, y así, su análisis será pertinente para revelar el modelo en el que se sustenta a cada uno de ellos.

Se admite que este muestreo de conveniencia deja en manos de los productores la elección de los capítulos a analizar, pero sería imposible la investigación con un muestreo aleatorio simple por la extrema dificultad para poder encontrar los programas. Se opta por este sistema teniendo en cuenta los inconvenientes, como el sesgo en la elección y que no existe representatividad estadística, aunque sí son válidos como muestreo de un tipo de formato que mantiene una misma estructura de contenido en todos sus programas. Como postula Mejía, “la muestra cualitativa permite obtener resultados generalizables para el universo, dentro de límites de representatividad socioestructural” (2000: 167).

Por otro lado, la aleatoriedad en la elección de los episodios garantiza –en caso de conseguir el objetivo principal– que los resultados sean extrapolables a cualquier episodio de la muestra elegida.

## 3. Estado de la cuestión

Para John Fiske los *quiz* se rigen por mini-narrativas, que siguen el sistema de planteamiento y solución del problema. Esto supone que el modelo no siga la estructura de la narrativa clásica a modo de muchas ficciones (1987: 272). Holmes tratará todos los aspectos entre *quiz* y *game show*, abordando las teorías de autores tan dispares como Bodycombe (2003) o Turner (2001), por un lado y Hoerschelmann (2006) y Fiske por otro.

(...) a quiz is...pure question and answer... A game for the most part is something that doesn't rely on questions and answers (...) The interesting thing is of course that there is a huge grey area in the middle, where bits of both start overlapping with each other (Holmes, 2008: 16).

En relación con los concursos, a menudo se compara a ciertos concursantes con auténticos héroes que despiertan la admiración del espectador. Esta percepción también ha llegado al terreno académico, y han sido varios los autores que han esbozado este argumento del carácter heroico del participante en los formatos de superación de pruebas apuntando que “los concursos han orientado su modelo narrativo hacia la estructura y simbolización del modelo del cuento maravilloso o folklórico” (Barroso, 2002: 342)

Desde los inicios, la Narrativa Televisiva –heredera directa de la fílmica– sólo se limitó a los relatos de ficción (telenovelas, series, *TV movies*,...) dejando de lado al entretenimiento y la información. Los relatos, según Greimas (1983), contienen un ‘esquema narrativo canónico’ que sostiene su base estructural. Esta cuestión ha sido abordada por Lacalle en el *quiz show* denominado *50 x15 ¿Quiere ser millonario?*, donde hay “acuerdo sobre las reglas estipuladas, formulación de la pregunta/tiempo de reflexión, respuesta, aplauso/premio” (2001: 85). Otros investigadores piensan que “en los llamados concursos de pregunta y respuesta, la existencia de un relato y, por lo tanto, la extracción de un esquema narrativo, puede ser una tarea difícil” (Aubia de Higes, 2005: 2).

Greimas propone una estructura basada en tres parejas de actantes: el eje del sujeto-objeto, donde el primero desea el segundo. El sujeto se mueve hacia el objeto, hacia la meta, es lo que hace avanzar la historia narrada. En el caso de los *quiz shows*, será el concursante (sujeto) quien deseará y luchará por hacerse con el objeto preciado, el premio. El eje del destinador-destinatario es el responsable de la motivación que hace moverse al sujeto. En el caso que nos ocupa el destinador estaría representado por el programa en sí mismo o la propia necesidad vital/económica del concursante. El destinatario puede coincidir con la misma figura que el sujeto, o bien ser otra persona o comunidad la beneficiaria del premio. El último eje sería el del ayudante-oponente, donde el primero ayuda al sujeto a conseguir el objeto a través de las diferentes pruebas que se encuentran en el recorrido y el segundo intenta todo lo contrario. En los concursos los propios participantes pueden tomar el papel de oponentes, así como el presentador o ciertos elementos a modo de comodines, adquieren el papel de apoyo. Este esquema de análisis se puede aplicar a las estructuras narrativas básicas como los relatos míticos, cuentos o incluso los concursos de preguntas y respuestas.

Casetti y Di Chio aplicaron los postulados de Greimas y determinaron que

está por un lado el Héroe (Sujeto), al cual le ha encargado el Rey o cualquier otra figura (Destinador) superar determinadas pruebas, para poder casarse con la princesa y conquistar el reino (Objeto); por otro lado tenemos al Antihéroe (Oponente o Antisujeto) que obstaculiza el feliz cumplimiento de las acciones y que al final es vencido gracias a la intervención de un protector del Sujeto o de un elemento mágico del que se puede servir éste (Adyuvante). El éxito del Sujeto, y por ello la conquista del Objeto, encontrará su cumplimiento en el beneficio que se aporte a sí mismo, a sus seres queridos y, en fin, a la comunidad entera (Destinatario) (1991: 186).

### 3.1. El viaje del héroe

Para abordar el mito del ‘viaje del héroe’ se va a tener en consideración las obras de Campbell (1949)<sup>1</sup>, Vogler (1998)<sup>2</sup> y Sánchez-Escalonilla (2002). En un primer instante se puede entender el viaje cómo el relato del recorrido que toda persona realiza de forma simbólica a lo largo de su vida.

El autor que mejor se ha introducido en la mitología y su relación con la narrativa es Joseph Campbell. En su obra *El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*, hace un recorrido exhaustivo por los textos mitológicos de diferentes culturas para encontrar el significado simbólico que se esconde bajo su lenguaje. Para Huici (1993) la habilidad del hombre de crear historias es lo que lo une al mito. Los discursos se fundamentan en la mitología, y así se reconoce la ‘consciencia mítica’ como una manera de entender el mundo. “Los mitos son los sueños colectivos de la humanidad. (...) esos símbolos del inconsciente se manifiestan siempre en imágenes” (1993:73). Esas imágenes acaban en relatos en todas las culturas (el diluvio, la muerte, el viaje del héroe).

En las siguientes figuras se comparan los diferentes caminos de cada autor.

Figura 1. Comparativa de modelos del viaje del héroe. Fases del primer acto.

El Héroe de las mil caras Joseph Campbell	El viaje del escritor Christopher Vogler	El viaje de Frodo A. Sánchez-Escalonilla
<b>SEPARACIÓN</b>	<b>PRIMER ACTO</b>	PRIMER ACTO
	1. El mundo ordinario	1. El mundo ordinario
1. La llamada de la aventura	2. La llamada a la aventura	2. Llamada a la aventura
2. La negativa al llamado	3. El rechazo a la llamada	
3. La ayuda sobrenatural	4. El encuentro con el mentor	3. Aparición del sabio anciano
4. El cruce del primer umbral	5. La travesía del primer umbral	
5. El vientre de la ballena		

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los autores.

<sup>1</sup> Título original: *The Hero with a Thousand Faces*, 1949, Bollingen Foundation Inc., New York. La edición citada en esta investigación es de 2012.

<sup>2</sup> Título original: *The Writer's Journey*, 1998, Michael Wiese Productions, CA. La edición citada en esta investigación es de 2002.

En la figura 1, los tres esquemas parten de las mismas bases y se percibe que hay una progresiva simplificación de las fases, sobre todo en el caso de El viaje de Frodo.

Figura 2. Comparativa de modelos del viaje del héroe. Fases del segundo acto.

<b>El Héroe de las mil caras</b> Joseph Campbell	<b>El viaje del escritor</b> Christopher Vogler	<b>El viaje de Frodo</b> A. Sánchez-Escalonilla
<b>INICIACIÓN</b>	<b>SEGUNDO ACTO</b>	<b>SEGUNDO ACTO</b>
		4. Mundo especial (primer umbral)
		5. Instrucciones del candidato
6. El camino de las pruebas	6. Las pruebas, los aliados y los enemigos	6. Primeras heridas
	7. La aproximación a la caverna más profunda	7. Visita al oráculo
7. El encuentro con la diosa	8. La odisea (el calvario)	8. Descenso a los infiernos
8. La mujer como tentación		
9. Reconciliación con el padre		
10. Apoteosis		
11. La gracia última	9. La recompensa	
		9. Desaparición del sabio

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los autores.

En esta segunda etapa (ver figura 2) las fases se equiparan en las tres propuestas. Las fases tienden a ser el eje del segundo acto, donde el protagonista se enfrentará a los problemas y esto condiciona el resto de etapas. La gran diferencia está que en la versión de Campbell y Vogler la realización de la odisea o últimas pruebas, obtiene su recompensa máxima o gracia última, hecho que no ocurre en 'El viaje de Frodo', que se queda con la bajada a los infiernos del héroe y la desaparición del sabio.

Figura 3. Comparativa de modelos del viaje del héroe. Fases del tercer acto.

<b>El Héroe de las mil caras</b> Joseph Campbell	<b>El viaje del escritor</b> Christopher Vogler	<b>El viaje de Frodo</b> A. Sánchez-Escalonilla
<b>RETORNO</b>	<b>TERCER ACTO</b>	<b>TERCER ACTO</b>
12.La negativa al regreso	10.El camino de regreso	10.Salida de los infiernos
13.La huida mágica		
14.El rescate del mundo exterior		
15.El cruce del umbral del regreso		
16.La posesión de los dos mundos	11.La resurrección	11.Prueba suprema y resurrección
17.Libertad para vivir	12.El retorno con el elixir	12. Regreso al hogar

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de los autores.

En la última tabla (ver figura 3) se aprecia la resolución de los tres modelos. Es una etapa de regreso y ocurre cuando el héroe en su camino de retorno conlleva consigo el objeto del deseo. La propuesta de Campbell, tiene un recorrido más largo incluida el pase por el umbral para volver al mundo ordinario. En el modelo de Vogler el proceso es mucho más reducido. Será el planteamiento de Sánchez-Escalonilla el que tenga diferencias más notables, ya que la prueba definitiva para conseguir el elixir ocurre en este acto y tiene lugar justo antes del regreso del héroe al hogar.

### 3. 2 Muestra

Tras el visionado de cientos de concursos con formatos diferentes, para el estudio de casos se ha elegido una muestra concreta que permita la profundización de la metodología elegida. El rigor en estas muestras se obtiene por el método de elección de las unidades de estudio. Los concursos seleccionados tienen que ser representativos, no desde el punto de vista estadístico, pero sí desde el universo de estudio, y por tanto a nivel estructural. En los *quiz shows* existen diferentes clasificaciones, pero atendiendo al tipo de conocimiento que abordan se dividen en concursos de conocimiento académico o culto y conocimiento rutinario o popular (Gordillo, 2009; Toledo, 2017; Moreno Díaz y Medina de la Viña, 2017). Teniendo en cuenta esta división estructural, los formatos elegidos pertenecen a esa taxonomía: *Saber y ganar* y *50 x 15 ¿Quiere ser millonario?* entrarían como programas de conocimiento erudito, y *Pasapalabra* junto a *Lo sabe, no lo sabe* cómo saber popular. Cada concurso representa la posición referencial que ocupa en la estructura social televisiva.

Así pues, el estudio de casos de la investigación está formado por cuatro formatos que se emiten o han emitido en España. Para la selección se han valorado numerosos factores: la variedad en el formato, la posibilidad de extrapolar las conclusiones con otros concursos, su proyección internacional, así como la trascendencia e índices de audiencia.

- *Saber y ganar* (1997- actualidad). Es un concurso considerado como el paradigma de los concursos de preguntas y respuestas en España. Los programas fueron facilitados por Sergio Schaff y Producciones Quart, la empresa productora del formato.

- Programa emitido el día 24-04-2008. (15:30h en La 2 de TVE). Duración: 26':51"
- Programa emitido el día 10-02-2012. (15:30h en La 2 de TVE). Duración: 34':28"
- Programa emitido el día 21-10-2014. (15:40h en La 2 de TVE). Duración: 37':15"

- *50 x 15 ¿Quiere ser millonario?* (1999-2012)<sup>3</sup>. Es el formato más franquiciado del mundo y la adaptación del concurso original británico *Who Wants to Be a Millionaire?* que comenzó sus emisiones en la cadena ITV en septiembre de 1998. Para poder acceder a los programas para su análisis se localizó a la primera directora del formato, Olga Flórez, y ella fue la que realizó la selección y aportó los episodios.

- Programa emitido el 1-05-1999. (21:00h en Telecinco). Duración: 31':48"
- Programa emitido el 22-09-2000. (19:45h en Telecinco). Duración: 24':05"
- Programa emitido en el 2000. (Se desconoce el día exacto) 19:45h en Telecinco. Duración: 29':25"

- *Pasapalabra* (2000-actualidad)<sup>4</sup>. El *quiz* de más audiencia en España es una adaptación del formato *The Alphabet Game*. La productora Xanela Producciones y su director, Rafa Guardiola, fueron los responsables de la selección de programas.

- Programa nº 564 emitido el 29-04-2009. (20:15h en Telecinco). Duración: 37':05"
- Programa nº 1147 emitido en mayo de 2011. (20:15h en Telecinco). Duración: 36':34"
- Programa nº 1878 emitido el 18-04-2014. (20:15h en Telecinco). Duración: 37':58"

- *Lo sabe, no lo sabe* (2012-2013). Formato original de Oded Menashé (Milá-Mala Formats) y adaptado para España por Mandarina Producciones. Ángel Ayllón, productor ejecutivo del concurso, eligió los programas para su análisis.

- Programa nº 38, emitido el 18-09-2012. (21:30h en Cuatro). Duración: 53':15"
- Programa nº 88, emitido el 27-11-2012. (20:15h en Cuatro). Duración: 49':50"
- Programa nº 89, emitido el 28-11-2012. (20:15h en Cuatro). Duración: 46':30"

## 4. Resultados

La aplicación del paradigma del 'viaje del héroe' y todas sus etapas y fases se han extrapolado a los distintos formatos en estudio. Los resultados se muestran individualmente y se estructuran en los diferentes actos narrativos.

### 4.1 Programa *Saber y Ganar*

El formato no basa su éxito en los premios económicos, sino en el saber heroico de sus concursantes. En el análisis, los nueve concursantes consiguieron llegar al final de su participación. En los tres programas hubo un final positivo, pero no un éxito absoluto. El formato no genera héroes en un día sino por la habilidad de aguantar múltiples programas sin ser eliminados. Se está ante una estructura supraepisódica.

#### Primer acto

El presentador es la figura sobre la que se sustenta el programa. Ejerce de guía y es el conductor de un relato que va a ser narrado. Esta etapa de presentación no aparece en los modelos del viaje del héroe.

Desde un principio se dan pequeñas pistas del mundo ordinario de los posibles héroes-concursantes. Toda la información que se transmite del concursante viene desde el propio mundo especial del programa. El presentador en el primer episodio dice: "Aquí tenemos a Guillermo Sancho, séptimo programa, de Zaragoza. Licenciado en Hª del arte y dedicado ahora al turismo". En el tercer programa dirá, "María Muerza, segundo programa. Bienvenida, María de Hendaya. Aquí tenemos a la mejor azafata transoceánica...". La fase de la 'llamada a concursar' se produce fuera del propio concurso, a través de la web de RTVE.

#### Segundo acto

Acto donde se accede al mundo especial del programa. Desde que los concursantes entran en el plató están inmersos en el nuevo mundo, pero no lo son de facto hasta que el presentador te entronice como concursante y te explique las reglas del juego. En el segundo programa el presentador se dirige a los tres participantes: "Y atención porque llega la siguiente prueba que es 'La pregunta caliente', son diez preguntas y es muy importante responder".

La siguiente fase sería el camino de pruebas que hay que recorrer y en este formato sería: 'Reto del comodín', 'Cada sabio con su tema', 'La pregunta caliente', 'El duelo', 'Última llamada', 'La calculadora humana',

<sup>3</sup> En Telecinco (1999-2001) con el nombre *50 x 15 ¿Quiere ser millonario?* En Antena 3 (2005-2008) bajo el nombre de *¿Quién quiere ser millonario?*. En LaSexta (2012) denominándose *¿Quién quiere ser el millonario?*

<sup>4</sup> En Antena 3 (2000 - 2007; 2020-actualidad) En Telecinco (2007-2019).

‘La parte por el todo’ y ‘El reto’. Una muestra de ello se da en el tercer programa cuando el presentador anuncia lo que les espera a los concursantes, “Porque hoy sí que hay ‘Reto’, hoy ‘Calculadora humana’, hoy ‘Última llamada’ y hay un ‘Duelo’ también especial, dedicado a la escritora desaparecida Adelaida García Morales”.

Existen momentos de tensión durante todo el recorrido. En el segundo programa Jordi Hurtado presiona a una concursante, “Bueno María Antonia, le toca dar la respuesta correcta y mantener los 250 puntos. ¡No puede fallar, atención!”.

### Tercer acto

En este formato, existe una doble prueba final para cada concursante. El fin de la prueba suprema puede tener dos resultados: el premio o el castigo. En el primer programa, Imanol falla la última pregunta, lo que le condena a la última posición. Pero en la prueba definitiva ‘El reto’, resuelve las siete definiciones en solo utilizó 30 segundos y consigue continuar en el siguiente programa y evita ser eliminado para siempre. No ha ganado, pero sí acaba de manera heroica su participación, venciendo en una prueba a vida o muerte.

En el tercer programa, María y Víctor están a solo dos preguntas del final y consiguen remontar acertando y evitando así la prueba del reto que los podría eliminar del concurso. Es una victoria parcial, pero los convierte en posibles héroes, y condena a la otra participante, María Antonia, a jugárselo todo en el reto final.

En *Saber y ganar* no se produce una victoria suprema en una hazaña final, aunque ese papel lo tenga la prueba de ‘La parte por el todo’. El éxito se consigue por la acumulación de participaciones.

La última fase es el regreso, la vuelta del concursante a su mundo real y ordinario. En este formato ocurre fuera de las cámaras, pero puede haber comentarios al respecto debido a que los concursantes vuelven a participar en siguientes programas. En el análisis no ha habido ningún comentario que lo demuestre.

Cabe resaltar el caso del concursante Víctor Castro en el tercer programa, concursante ejemplar con 86 participaciones seguidas y 138.000€ acumulados, que sería un protagonista heroico por sus excelentes resultados en el concurso. Pero el mundo ordinario no coincide con el mundo especial. “Este madrileño, residente en Villagarcía de Arosa (Pontevedra), espera en la lista de profesores interinos a que la Escuela Oficial de Idiomas le ofrezca una plaza vacante” (Fernández, 5-06-2011).

### 4.2 Programa 50 X 15 ¿Quiere ser millonario?

El concurso se juega de manera individual y se articula en torno a 15 preguntas cuyo nivel de dificultad va incrementando paulatinamente. Es un formato de *quiz* clásico que se sustenta en los conocimientos académicos del concursante-héroe. La admiración hacia los concursantes se produce no por el tiempo de permanencia en el programa, sino por el valor de los premios económicos. Una de las claves del formato es el ambiente de máxima tensión en el que se desarrolla, apoyándose en los recursos estilísticos de luz y sonido. Hay una media de tres concursantes por programa que alcanzan hasta la octava o novena pregunta de las quince posibles. Un concursante heroico, Alberto Chicote, consigue ganar el premio máximo de 50 millones de pesetas (300 mil euros). Solamente una participante fue eliminada del concurso y el resto consiguieron triunfos parciales.

### Primer acto

Carlos Sobera es la imagen del programa y el guía que presenta la historia que va a suceder. “Muy buenas noches y bienvenidos a 50 x 15, el concurso que le puede convertir en millonario”. Una vez presentado el programa, se da paso a la presentación de los aspirantes. “Los 10 concursantes que esta noche están aquí ¿qué es lo que pretenden? Pues exactamente ganar 50 millones de pesetas. Y lo primero que voy a hacer es presentárselos... Ahí van sus nombres....”.

El mundo ordinario está en la presentación que hace Carlos Sobera de los aspirantes a concursantes. En el primer programa dirá: “Eres de Oviedo,... ¿Qué edad tienes y a qué te dedicas? (...) ¿Algún sueño que cumplir?”. Al igual que en *Saber y Ganar*, no hay mucha información del mundo privado de los participantes.

‘La llamada al juego’ es la fase que aparece claramente en el formato. El heraldo sería el presentador que se dirige en todos los programas al espectador en casa. “Todos tenemos en la vida muchos sueños que cumplir, y 50 millones de pesetas pueden convertir en realidad muchísimas de nuestras ilusiones. Respondan bien a 15 preguntas de cultura general y podrán transformar en realidad esos sueños y esas ilusiones”.

En realidad, el mundo ordinario de los concursantes es algo que el espectador intuye. Todo ocurre en un tiempo y un espacio fuera del discurso del formato.

### Segundo acto

La prueba de selección es atravesar el umbral del mundo natural al mundo mágico del concurso. Sería la culminación del proceso de *casting* y se realiza en el plató. El presentador hace una pregunta y espera respuestas. “Y la persona que antes ha contestado y lo ha hecho bien ha sido... (grafismo con el nombre del ganador iluminado en verde) Mª del Pilar Iglesias”. La concursante se levanta y se une a Sobera en el centro del plató, hecho simbólico del paso de candidata a concursante. “Nuestra primera concursante aspira a ganar 50 millones. ¿Lista? Pues venga, a jugar”. Todo este ritual, de ráfagas de luz y de audio se repite de modo litúrgico.

La siguiente fase son las reglas del juego y el encargado de la labor será el maestro de ceremonias, Carlos Sobera. En el tercer programa se dirige a la concursante: “Vamos a ver, yo le explico. Esto es muy sencillo, son 15 preguntas (aparece un gráfico con el escalado de preguntas y premios, así como los comodines. Sería

el viaje del héroe), empezamos jugando por 25.000 ptas, acabamos jugando por 50 millones y tenemos tres comodines que son: 50 %, teléfono y público... ¿Empezamos Olga?”

Llega el momento del camino de pruebas, cada formulación de una pregunta se convierte en un reto a superar. Siempre se procede del modo: ráfaga musical y leve movimiento de cámara y efectos de luces. Habrá momentos de tensión como en el segundo programa durante la pregunta 14º. “¡Atención, pregunta para batir récord! Hasta hoy estaba establecido en 19 millones. Lo puede conseguir Enrique Chicote. Suerte”. En el tercer programa se hace un repaso del recorrido de pruebas: “Vamos a comenzar jugando con Gema que ganó en el programa anterior 450.000 ptas, utilizando dos comodines (se muestra el gráfico completo del camino del héroe)”.

Siempre puede llegar el fallo o la hora de ‘la muerte’. Es el momento de buscar la ayuda sobrenatural en forma de comodines. En el primer programa se pide el del 50%: “Pues nada, eliminamos dos respuestas que son incorrectas y nos quedan estas dos opciones: Santa Elena o Fionia... ¿La A o la C?”. En este caso, la concursante falla y la ayuda no ha servido para salvarla. En el segundo programa se usa el comodín de la llamada para otra finalidad; “Maribel,...Mira, te llamo para decirte que me voy a llevar 50 kilos (risas del público y silencio)... ¿Vale?”

### Tercer acto

El mejor ejemplo para escenificar la prueba final ocurre en el segundo programa, el presentador le dice “Y por primera vez en ¿Quieres ser millonario? vamos a hacer la pregunta de 50 millones de pesetas. Puede usted plantarse y llevarse los 24, o puede usted perder 22.500.000 mil pesetas, ¡que es dinero!, si falla usted la siguiente respuesta”.

La respuesta al enigma anterior supondrá la recompensa o el castigo. La resolución de la pregunta definitiva del segundo programa se produce cuando Carlos Sobera dice: “Enrique Chicote Blanco, de Barcelona... ¿De qué fruta se obtiene la copra?... (tensión... y se marca en verde la opción Coco) ¡Coco!”. Se produce la recompensa máxima del héroe.

En el tercer programa la resolución de la prueba definitiva es absolutamente negativa. La concursante Olga yerra la quinta pregunta y pierde todo lo acumulado. Ha sufrido un castigo, no en la prueba final o suprema, pero sí ha resultado definitivo para ella.

La última fase es el regreso del héroe a su mundo ordinario. Esta circunstancia no se hace efectiva en el formato, pero se puede intuir por el espectador.

### 4.3 Programa Pasapalabra

El formato enfrenta en duelo a dos concursantes para conseguir el bote del programa. Hay dos fases bien diferenciadas, en la primera cuentan con la colaboración de dos personajes populares y en la segunda compiten en solitario. Gracias al alto nivel de conocimiento y el montante de los premios, los participantes suelen ser reconocidos como figuras heroicas. En la investigación, de los seis concursantes analizados, sólo uno consiguió el gran bote del programa (José Manuel Lúcia ganó 396.000€).

#### Primer acto

El presentador del concurso es Christian Gálvez que ejerce de guía del formato. Siempre sigue la misma dinámica. “Muy buenas tardes a todos y bienvenidos a este vuestro programa. Estamos en *Pasapalabra*... ¡y jugamos por 396.000€ ¡“Pues muy buenas tardes a todos. Bienvenidos a *Pasapalabra*... ¡jugamos por 1.148.000€!”.

El mundo ordinario de los concursantes no está reflejado claramente, sólo algunos detalles a lo largo de la presentación. En el primer programa Gálvez dice: “Eva Sánchez, de Madrid. Secretaria de dirección. Bienvenida”, y en el tercero, “Pablo que viene de Salamanca, ejerce la arquitectura...Mucho arquitecto por aquí”.

La ‘llamada al juego’ se realiza de manera gráfica, pero sin ninguna interpelación directa del presentador. Aparece un rótulo en todos los programas a modo de sobreimpresión (Si quieres concursar llama al 806 502 555).

#### Segundo acto

El momento de las presentaciones ha finalizado y se entra en el mundo mágico del concurso. La categoría de concursante se adquiere y simboliza con la presentación de los colaboradores, que se convierten en auténticos mentores del viaje. Esto es el paso del umbral entre los dos mundos.

Al ser un formato muy popular, las reglas del juego normalmente se obvian. Pero a pesar de ello, hay algunas aclaraciones de mecánica en todos los programas: “Os leo los nombres de los musicales y lo emparejáis con el nombre del cantante en ese musical”; “Bueno chicos, luchamos por lo mismo...1.200€ o 600€ en caso de empate. Y la permanencia en el programa, ¿vale?”

El ‘camino de pruebas’ en *Pasapalabra* es siempre el mismo, cuatro desafíos en la primera parte y uno en la segunda. La tensión es permanente en el formato, y el presentador lo acrecienta: “Voy a hacer un recuento y así yo también cojo aire. Josune, de momento 2 fallitos, 23 segundos por delante y 19 aciertos. Alberto, 19 aciertos, nueve segundos. La mala noticia es que tenemos más fallos y en caso de empate la balanza tira hacia un lado u otro,...cinco fallitos”

El concurso no cuenta con la ayuda sobrenatural a modo de comodín. Los invitados famosos ejercen esa función, aunque puede ser más una rémora que una ventaja.

### Tercer acto

‘El Rosco’ es la representación de la ‘prueba final’. Es el duelo final por el máximo elixir, el bote económico. En el primer programa a José Manuel solo le queda averiguar dos palabras para hacerse con el premio máximo, y Gálvez comenta: “Si aciertas la Z... ¿vas a arriesgar en la Y?... Empieza por zeta. Gitana de un pueblo originario de la India (responde Zíngara y acierta). Contiene la Y. Ciudad francesa, la tercera del país, en la confluencia del Ródano y el Saona...”. Máxima tensión y expectación, es el clímax de la historia. En el tercer programa ocurre algo similar, la concursante Paz Herrera le faltan por resolver solo dos palabras.

En la fase de la recompensa o el castigo se resuelve el recorrido del concursante. En el programa de José Manuel se espera la respuesta del mismo, dirá que la ciudad es Lyon y acierta. Es un auténtico héroe, acaba de conseguir el máximo premio del programa (Bote récord 396.000€). En el programa de Paz, la concursante decide no responder y agotar el tiempo. No obtiene el bote, pero su recompensa es volver al siguiente.

El regreso al mundo natural de los concursantes-héroes es imposible de ver en el mismo programa. Pero José Manuel tras salir del concurso dijo: “Únicamente he conseguido ganar un concurso y un montón de dinero pero no veo un particular mérito en ello” (“José Manuel Lúcia logra”, 2009, 29 de abril).

### 4.4 Programa *Lo sabe, no lo sabe*

Este *quiz show* israelí se desarrolla totalmente en exteriores. Los concursantes son elegidos al azar en la calle por Juanra Bonet, el presentador, y para obtener el premio tendrán que ir buscando a viandantes para responder a cada pregunta. El participante se puede plantar en la cuarta pregunta con 1000€, o decidir continuar con la última pregunta que le daría la opción de ganar 3.000€ o perderlo todo. Existe un premio especial de 6000€ cuando el presentador lleve la corbata roja. En los tres programas analizados se han desarrollado nueve historias, de las cuales cuatro han tenido un desenlace triunfal.

#### Primer acto

El presentador se erige en el guía de cada uno de los acontecimientos que se irán desarrollando en el quiz. Todas las historias ocurren en el mundo ordinario de los posibles aspirantes a ser concursantes-héroes. En el primer programa, vemos imágenes de Laredo y Bonet elige a un señor mayor con gorra, gafas de sol y móvil en el cinturón. Paco, es pintor jubilado y se ha definido claramente su mundo ordinario. También en el segundo programa, el concurso visita Madrid y se aprecia a una chica joven con gorro y un peto rojo que intenta captar a viandantes. Se descubre que es voluntaria de ‘Save the Children’.

La ‘llamada al juego’ en este formato tiene la peculiaridad de que ocurre delante de cámara. Una mujer grita a Juanra en una playa de Benidorm: “¡Aquí sentadas, toda la tarde esperando a que vinieras!, ¿No te dignas a llamarme, de verdad?, con la falta que me hace el dinero. ¿Te sirvo o no?”. En el segundo programa, el presentador se dirige a Elena para ofrecerle concursar, y ella dice: “¡Ostras, que estoy trabajando!”.

#### Segundo acto

Una vez que el presentador ha localizado a un futuro concursante, llega el momento de pasar el umbral hacia el mundo especial del concurso. En el segundo programa se produce el rito del entronizar al concursante, hecho que ocurre cuando Juanra dice al equipo que le pongan el micrófono a Elena y él le coloca una pegatina con su nombre. Esta misma liturgia se da con Paco y Ricardo en el tercer programa analizado.

Las reglas del juego están definidas en todos los programas. Así lo expone el presentador: “Te voy a hacer cinco preguntas y no vas responder a ninguna (.) buscaremos a gente que responda en tu lugar,... a veces gente que la sepa y a veces gente que no la sepa...”.

La tensión se apodera del quiz en la fase de pruebas. Las preguntas se rotulan en pantalla, así como todo el recorrido del concursante. En el tercer programa, las participantes Maite y Claudia seleccionan a una mujer para que les ayude, pero la señora se niega. Hay miedo en las concursantes, pero al decirle el presentador si quería ayudar a alguien a ganar dinero, la viandante accedió finalmente a responder a la pregunta.

En *Lo sabe, no lo sabe* existe la ayuda sobrenatural ante la posible ‘muerte del concursante’. La llamada de emergencia que usa en el primer programa, Belinda falla la cuarta pregunta, y decide llamar por teléfono a su novio que responde correctamente. En el tercer programa, Mayte llama a su amiga Fernandi que no consigue salvarla de la ‘muerte’.

#### Tercer acto

La mejor ‘prueba suprema’ ocurre en el segundo programa cuando Elena se enfrenta a la última pregunta para ganar 6.000€. Ya no tiene el comodín de la llamada y señala a una joven que paseaba por la calle. Hay un ambiente de máxima presión, el presentador le hace la pregunta y la chica no tiene ni idea de la respuesta, pero debe dar alguna. La misma situación ocurre con los concursantes Paco y Ricardo.

Llega el momento de la resolución, en el desenlace de las dos historias anteriores. Elena espera ansiosa la respuesta de la colaboradora, que dirá: “una concha”. El presentador cabizbajo la da por correcta. Elena entre lágrimas y hundida, “¿En serio, de verdad? ... No pasa nada, pero me tenía que haber plantado”. Se acaba de producir el mayor castigo. La historia de Paco y Ricardo estaba bajo la misma tensión, y la respuesta de la chica de colabora es: “en el cerebro”. Juanra dice que es correcta y se produce la explosión de alegría

de los concursantes que acaban de ganar 6.000€. En este caso ha habido recompensa, una estructura narrativa ideal del viaje del concursante.

Este formato permite ver la vuelta al mundo ordinario de los concursantes, bien con la recompensa o con el castigo.

## 5. Conclusiones

El análisis de los distintos formatos, desde el punto de vista semántico y estructural del paradigma de la narratividad, ha permitido describir la presencia tanto de los tres actos como de las etapas principales del viaje del héroe en la dinámica de los concursos de preguntas y respuestas. Aunque se han analizado cuatro formatos en concreto, es evidente que las etapas descritas en ellos son recurrentes en la mayoría de los *quiz shows*, por lo que las conclusiones tienen unas dimensiones que se pueden extrapolar más allá de la muestra elegida.

El subgénero del *quiz show* es una competición y una lucha que se sustenta en el relato del héroe. Así, el concursante es llamado desde su mundo ordinario para dar el salto al mundo del concurso, y allí conseguir el elixir máximo (reconocimiento y dinero). Durante el recorrido tendrá que superar numerosas pruebas que le darán (o no) el estatus épico buscado. En esa lucha de superación contará con enemigos (oponentes), pero también con colaboradores y ayudas. Siempre, antes de hacerse con el ansiado premio, tendrá que superar la prueba final, que determinará el triunfo total o la muerte (figurada) del héroe o heroína. Como punto final de cada programa, nuestro protagonista-héroe volverá –de modo victorioso o derrotado– a su mundo real.

Esta es la estructura básica que todo participante del concurso realiza y a su vez es la misma que recorren los protagonistas de los relatos de aventuras (novela, cuentos, cine, televisión y videojuegos).

El objetivo principal que se planteaba en un principio era si habría una base narrativa en los *quiz shows* similar a las historias narradas en los relatos de aventuras. Se ha demostrado que el paradigma del viaje del héroe permanece presente, consciente o inconscientemente, en el devenir de estos formatos.

Otro de los objetivos era encontrar y definir una estructura específica, si la hubiera, en los concursos analizados y que siguieran las etapas del viaje del héroe. Aplicado todo esto en el estudio de casos, se puede afirmar que existe una estructura específica que actúa a imagen y semejanza, y que refleja el denominado ‘El viaje del concursante’.

La estructura de este viaje, heredero del viaje del héroe, consta de diez fases que están agrupadas en las tres etapas del relato clásico de ficción: (Presentación – Nudo – Desenlace) o (Primer acto – Segundo acto – Tercer acto). De este modo, se estructura ‘El viaje del concursante’ en (Presentación – El juego – Recompensa o Castigo).

Figura 4. Etapas y fases de ‘El viaje del concursante’

PRESENTACIÓN	EL JUEGO	RECOMPENSA O CASTIGO
1. El presentador	4. La entronización del concursante (mundo especial)	8. Prueba final (la odisea)
2. El mundo ordinario	5. Reglas del juego	9. Recompensa o castigo
3. Invitación a concursar	6. El camino de pruebas	10. Regreso al mundo real
	7. La ayuda sobrenatural	

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla (ver figura 4) se puede aplicar a cualquier formato de *quiz show*, aunque puede diferir en algunas de sus fases o que incluso no hubiera.

En la presentación se conoce a los posibles aspirantes a héroe o heroína y ocurre la primera toma de contacto con los dos mundos. El presentador ejerce de narrador y se erige en el conductor de la historia. La fase de invitación a concursar puede ocurrir en cualquier momento del programa, en el caso de *Lo sabe, no lo sabe* sucede al inicio, en el resto se produce mediante un llamamiento masivo. Se observa que la etapa de presentación sirve para contextualizar y conocer a los concursantes y sus expectativas a futuro.

La etapa del juego representa el paso del umbral del mundo ordinario al mundo especial. Esta fase comienza con la llegada del concursante al plató o directamente con las palabras del presentador para que se inicie el juego, es lo que se denomina la “entronización del concursante”. A continuación, llega el momento de explicar las reglas de la contienda para conseguir el premio final. Se sucederán correlativamente cada una de las pruebas de menor a mayor dificultad. En la mayoría de los *quiz shows* puede existir una ayuda extra, en forma de comodín, que sirve para salvar al concursante de una muerte prematura.

En la última etapa el concursante sabrá si definitivamente se alza con la recompensa en su viaje heroico. Antes tendrá que enfrentarse a la prueba final que decidirá si su vida y su entorno obtienen un beneficio máximo o, por el contrario, su recorrido termina en fracaso. El camino de regreso del héroe a su mundo real no suele aparecer en cámara, pero eso no significa que no ocurra.

Se puede afirmar que ‘El viaje del concursante’ es similar a una novela, una película o un videojuego. Existe un mundo nuevo ficcional (verosímil) donde habitan unos personajes con unas reglas de juego para alcanzar el premio máximo.

## Bibliografía, referencias y fuentes

- Aubia de Higes, L. (2005). "La ficción de la televisión-realidad: análisis semiótico del docu-game como relato". *Formats*, 4. Recuperado en: [http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/apa1\\_es.htm](http://www.upf.edu/materials/depeca/formats/apa1_es.htm)
- Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Baudrillard, J. (1981). *De la seducción*, (traducción de Elena Benarroch). Madrid: Cátedra.
- Blasco Vilches, L.F. (2017) "El viaje del héroe en la narrativa de videojuegos" en *Quaderns de Cine*, N°. 12. Recuperado en: [https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/68110/1/Quaderns-de-Cine\\_12\\_03.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/68110/1/Quaderns-de-Cine_12_03.pdf)
- Bodycombe, D. (2003). *How to Devise a Game Show*. Recuperado en: <http://www.ukgameshows.com/prizepound/gameshowbook/GameShowTrial.pdf>
- Caminos, A. (2017). *El viaje del héroe en la obra cinematográfica de Juan José Campanella*. Tesis Doctoral de la Universidad de Málaga. Recuperado en: [https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/15887/TD\\_ALFREDO\\_CAMINOS\\_Francisco.pdf?sequence=1](https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/15887/TD_ALFREDO_CAMINOS_Francisco.pdf?sequence=1)
- Campbell, J. (2012). *El héroe de las mil caras: psicoanálisis del mito*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Casetti, F. y Di Chio, F. (1991). *Como analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, E. (2011, 5 de junio). "Demasiado bueno para el concurso 'Saber y ganar'". *El Mundo*. Recuperado en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2011/06/03/television/1307128696.html>
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- Forteza Martínez, M. A. (2020). "La teoría del viaje de héroe en el cineanálisis de la película *Campeones* como estudio de caso" en *Comunicación especializada: historia y realidad actual*. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=781510>
- Gallego Trijueque, S., Oliva Marañón, C., & Cejudo Mejías, V. (2022). "Análisis de los concursos como estrategia programática para la neotelevisión en España". *Revista Internacional de Cultura Visual*, 11 (4). Recuperado en: <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3690>
- Gordillo, I. (1999). *Informativos en Andalucía: estructuras narrativas del informativo diario en televisión*, Sevilla: Consejería de Cultura.
- Gordillo, I. (2009). *Manual de narrativa televisiva*. Madrid: Síntesis.
- Gordillo, I. (2010). "Del 'Responda otra vez' al 'Estás nominado'. Evolución y modelos de los concursos televisivos en España". *Trípodos* 27, 75-84. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5840468>
- Greimas, A. J. (1983). *La semiótica del texto, ejercicios prácticos: análisis de un cuento de Maupassant*. Barcelona: Paidós.
- Guerrero-Pérez, E. (2005). "El concurso como género de calidad en la televisión española" en *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, n° 25, 2. Recuperado en: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/16122>
- Hoerschelmann, O. (2006). *Rules of the game: Quiz shows and American culture*. Albany: State University of New York Press.
- Holmes, S. (2008). *The Quiz Show*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Huici, A. (1993). "Mito y publicidad". *Questiones publicitarias: revista internacional de comunicación y publicidad*, (1), pp. 72-86. Recuperado en: [http://www.maecei.es/pdf/n1/articulos/mito\\_y\\_publicidad.pdf](http://www.maecei.es/pdf/n1/articulos/mito_y_publicidad.pdf)
- Lacalle, Ch. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- López Jimeno, A. (2023). "Reelaboración del viaje del héroe en la serie *Breaking Bad*" en *Mitos y pantallas*. Recuperado en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=951075>
- Maiello, A. (2023). TV "Series: A Form of Adaptation to the Contemporary Media Condition" en *Rivista di Estetica*. Recuperado en: [https://www.academia.edu/105785340/TV\\_Series\\_A\\_Form\\_of\\_Adaptation\\_to\\_the\\_Contemporary\\_Media\\_Condition](https://www.academia.edu/105785340/TV_Series_A_Form_of_Adaptation_to_the_Contemporary_Media_Condition)
- Mejía, J. (2000). "El muestreo en la investigación cualitativa". *Investigaciones Sociales*, año IV, n°5, pp. 165-180. Recuperado en: [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv\\_sociales/n5\\_2000/a08.pdf](http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/publicaciones/inv_sociales/n5_2000/a08.pdf)
- Moreno Díaz, J. y Medina de la Viña, E. (2017). "La producción de concursos en las cadenas de TV españolas: la espectacularización del formato (1990-2000)". *Comunicación y Medios* 35, 64-79. Recuperado en: <https://comunicacionymedios.uchile.cl/index.php/RCM/article/view/45111>
- Moreno-Díaz, J. y Medina-de la Viña, E. (2020). "Los concursos televisivos como estrategia de programación en España (1990-2010): transformación y formatos" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol 26, Issue 2. Recuperado en: <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67740>
- Redacción (2009). "José Manuel Lúcia logra finalmente llevarse el bote más alto de 'Pasapalabra'" en *Formula tv*, sección Noticias. Recuperado en: <http://www.formulatv.com/noticias/11188/jose-manuel-lucia-logra-finalmente-llevarse-el-bote-mas-alto-de-pasapalabra/>
- Rivera Betancur, J.L. (2018). *El viaje del protagonista en el cine colombiano Contexto, gobierno e industria en una narrativa antiheroica*, Tesis Doctoral de la Universidad de Navarra. Recuperado en: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/58488>
- Sánchez-Escalonilla, A. (2002). *Guion de aventura y forja del héroe*. Barcelona: Ariel.
- Toledo Aral, S. (2017). *El quiz show, un subgénero de entretenimiento televisivo regido por la historia arquetípica del viaje del héroe. Estudio de casos*. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla.
- Turner, G. (2001). "The Uses and Limitations of Genre". En Glen Creeber (Ed.) *The Television Genre Book*, pp. 4-5. London: BFI.
- Vogler, C. (2002). *El viaje del escritor*. Barcelona: Robinbook.