

## Origen y evolución del *quiz show* en televisión. Formatos con mayor repercusión en Estados Unidos y Europa.

*Sergio Toledo-Aral*

Centro Universitario Eusa. Universidad de Sevilla  
[sergio.toledo@eusa.es](mailto:sergio.toledo@eusa.es)

*Estrella Fernández*

Facultad de Comunicación. Universidad de Sevilla  
[estrellaffj@us.es](mailto:estrellaffj@us.es)



Artículo bajo licencia Creative Commons  
Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0)  
ENVIADO: 2023-07-10  
ACEPTADO: 2023-10-30

### RESUMEN

Los quiz shows conforman gran parte de las parrillas de programación en todos los países desde los inicios de la televisión. Su influencia en el entretenimiento es patente y continúa siendo un pilar para mantener los índices de audiencias de las principales cadenas.

El concurso de preguntas y respuestas se fundamenta en una fórmula clásica, pero ha ido avanzando a través de sus formatos internacionales más icónicos. En la investigación se realiza una aproximación a los antecedentes y la posible evolución de los concursos que transitan entre lo erudito y lo popular, entre el conocimiento académico y el conocimiento rutinario.

### PALABRAS CLAVE

Quiz show, Televisión, Entretenimiento, Historia de la televisión, Concursos.

### RESUMO

Os quiz show constituem uma grande parte das programações em tódo-os países dende os inicios da televisao. A súa influencia no entretemento é patente e continua sendo um pilar para manter os índices de audiencias das principais cadeias.

O concurso de preguntas e respostas baseia-se numa fórmula clásica pero que tem evolucionado ao longo dos anos através de formatos internacionais más icónicos. Na investigación fai-se uma aproximação os antecedentes e a evolução dos concursos que avançan entre o erudito e o popular, o académico e o conhecimento rutinario.

### PALAVRAS-CHAVE

Quiz show, Televisión, entretemento, história da televisao, concursos.

### ABSTRACT

Quiz shows are an important part of Tv schedule all over the world, since the beginning of television. Their influence on entertainment is evident and it continues to be the foundation to sustain the audience ratings of main television networks.

Quiz shows are based on a classic formula, but they have evolved through the most iconic international formats. This research offers an approach to the history and evolution of these game shows, which move from the erudite to the popular, from academic knowledge to routine knowledge

### KEYWORDS

Quiz show, Television, Entertainment, History of television, TV contest.

## INTRODUCCIÓN

Al hablar de televisión, la referencia a Estados Unidos es importante, pero si se habla de concursos es imprescindible. Esta investigación se enmarca en la continuación de la tesis doctoral del autor principal. Desde principios del siglo XX, los norteamericanos han exportado sus formatos a Europa, marcando la línea maestra de la programación televisiva, a pesar de no tener el mismo sistema de producción y explotación, privado y comercial en USA frente al monopolio público de Europa, al menos en un inicio (Toledo Aral, 2017).

El origen de la palabra “quiz” se encuentra en el siglo XVIII ligada al término “broma pesada”. Pero es en el siglo pasado cuando se asocia a la idea de pregunta para evaluar los conocimientos de una persona (DeLong, 1991: 1).

La radio, a mediados de los años 30, transforma los populares libros de preguntas y juegos de mesa en conocidos y seguidos programas de concurso. Es interesante señalar que este tipo de subgénero no es la adaptación de ningún género literario, teatral o cinematográfico.

Los primeros quiz radiofónicos en América estaban patrocinados por marcas específicas de algún producto de consumo. A finales de la década de los 30, la cadena NBC creó Pot O´Gold, donde se llamaba al azar a un número de la guía telefónica y se le premiaba con cien dólares a la persona que consiguiera descolgar el teléfono. Este tipo de “radio regalo”, generó problemas para las autoridades. En el Reino Unido no se produjeron estos formatos que iban en contra del concepto de servicio público (Mittell, 2002: 320).

Se observa que los concursos tienen más años que la propia televisión y que su fórmula más repetida, preguntas y respuestas, ha permanecido presente y se ha perdurado en todas las parrillas de programación. Gordillo (2009) realizó una taxonomía de los concursos e incluyó a los quiz show en la categoría de concursos de conocimiento, a diferencia de otros que pertenecen al azar, habilidades o documentales.

Guerrero (2005) afirma que los concursos se han mezclado con otros géneros como el musical, el docu-show o el humor, pero el quiz show ha resistido inalterable.

Para la investigadora Su Holmes (2008), especialista en géneros televisivos como el reality y el quiz show en USA y Gran Bretaña, se produce en paralelo el inicio de los concursos de preguntas y respuestas en las grandes cadenas radiofónicas, bien pública como la BBC o privadas como CBS, NBC y ABC (Gallego Trijueque, Oliva Marañón y Cejudo Mejías, 2022).

Estos nuevos concursos de preguntas y respuestas son parte importante de la base del nuevo gran medio de comunicación que se asienta tanto en América como en Europa después de la Segunda Guerra Mundial, la televisión. De esta manera, se establece la cuestión a investigar: hacer un recorrido por los principales quiz shows hasta llegar al primer cuarto del siglo XXI, y ver su posible evolución.

## METODOLOGÍA Y OBJETIVOS

Se elabora una cronología asociada a lo que se consideran los hitos más relevantes en la industria televisiva en materia de concursos de preguntas y respuestas a nivel mundial. La metodología es claramente descriptiva, y está enfocada en la revisión de los autores y la literatura sobre los formatos más exitosos y sus innumerables adaptaciones internacionales (Tedlow, 1976; Fiske, 1987; Lacalle, 2001; Weinstein, 2004; Brooks y Marsh, 2007; Jennings, 2014).

El objeto de estudio de este artículo radica en conocer cómo han evolucionado los quiz show de televisión. Partiendo de la hipótesis de que los concursos de preguntas y respuestas en televisión han innovando poco, fundamentada en que no es frecuente hallar formatos quiz con fórmulas muy diferentes. El objetivo principal de este trabajo reside en estudiar si llegados al siglo XXI se encuentra un nuevo modo de hacer el quiz show y éste obtiene un éxito notable y se proyecta en varios países del mundo.

La elección de los formatos elegidos para su clasificación diacrónica ha estado basada en función de su repercusión y representación internacional.

## MARCO TEÓRICO

El quiz se ha estudiado y clasificado por distintos autores y con diferentes premisas: tipo de contenidos, importancia del espectador, habilidades que se usan, la finalidad que pretendan, el sueño americano... (Gordillo, 2009; Hoerschelmann, 2006; Lacalle, 2001; Fiske, 1987; Holmes, 2008; Mirakian, 2022).

En esta investigación, y una vez establecido el objeto de estudio, se describirán los diferentes periodos en los que el quiz show ha estado presente y los formatos, tanto norteamericanos como europeos, que han tenido especial relevancia y presencia en las cadenas de distintos países.

### Primera etapa (45´ - 59´): Los orígenes de los concursos de preguntas y respuestas.

Los primeros quiz en televisión que proceden de concursos radiofónicos eran formatos como: Winner Take All producido en 1948 en la CBS fue el quiz clásico<sup>1</sup> que enfrentaba a dos participantes a una serie de preguntas y el primero en responder correctamente se hace con el premio. Quiz Kids, concurso emitido en la NBC en 1949 donde un panel de cinco niños menores de 16 años, bastante ilustrados, responden a un listado de preguntas. Stop Music se estrenó en el prime time de la cadena ABC en 1949 y consistía en que los músicos del plató tocaban solo una parte de la melodía, y el espectador desde casa tiene que averiguar la canción.

Para la profesora Charo Lacalle (2001), el primer concurso creado para la televisión sin referentes radiofónicos es Cash and Carry (1946). Sin embargo, David Weinstein desmiente esta afirmación y dice que es la adaptación del programa de radio Truth or Consequences. En realidad, fue el primer concurso creado en la cadena DuMont Television

Network<sup>2</sup> donde los concursantes realizaban hazañas de todo tipo para conseguir los premios. El tipo de pruebas acercan a este programa más a los game shows y en concreto a “reality” del tipo Fear Factor (Weinstein, 2004:59-60).

La primera evolución del concurso es la introducción de los “buzzers” (pulsadores) como elemento característico del género en su paso a la televisión. El claro ejemplo fue Winner Take All el quiz más famoso en esta etapa que aportó dos elementos muy importantes en el devenir de los concursos de preguntas y respuestas; por un lado, la mencionada utilización de los pulsadores en los atriles para indicar que un concursante cree conocer una respuesta, y por otro la mecánica del “carryover contestant”, es decir, que un concursante continúa participando en un programa, un día tras otro, siempre que fuese ganando.

Los productores americanos Mark Goodson y Bill Toldman fueron los responsables de los avances en los quiz de esta década y se convirtieron en importantes promotores de los mejores concursos de los años cincuenta. Beat the Clock se empezó a emitir en 1950 en la CBS. Este popular concurso patrocinado por la casa de dispositivos electrónicos Sylvania situaba generalmente a matrimonios americanos frente al reloj. Realizaban pruebas de habilidad en pareja en un tiempo siempre inferior a un minuto. Es el precedente del espectacular game show The Cube<sup>3</sup>, donde lo único importante era la tensión de realizar una sencilla prueba a contrarreloj. Una segunda prueba en Beat the Clock la solía realizar la mujer y consistía en ordenar una serie de palabras dispuestas en una pizarra para que formasen una frase célebre en menos de 20 segundos. Los premios eran en metálico y en especie - productos electrónicos de la marca patrocinadora -.

What’s my line? también comenzó a emitirse en la CBS en 1950 y su mecánica era sencilla: cuatro personas célebres tenían que averiguar la identidad profesional de un concursante anónimo, realizando preguntas cuya respuesta solo podía ser un “sí” o un “no”. Si después de diez preguntas con un no por respuesta no lograban acertar su profesión, el concursante ganaba 50 dólares.

To tell the truth fue un formato que bebía de la misma dinámica que el anterior. En 1956 la CBS puso en antena este concurso donde cuatro personas conocidas tenían que averiguar a un personaje que tenía una actividad curiosa o llamativa entre una terna que era mostrada. Cada miembro del panel podía preguntar lo que quisiera a los tres presuntos personajes reales. Los dos que eran impostores podían mentir en todo momento, pero el protagonista auténtico tenía que decir siempre la verdad. Al finalizar el tiempo de preguntas, cada famoso votaba por el personaje que pensaba que era el correcto, los que habían conseguido engañar al jurado se llevaban una cantidad económica como premio.

<sup>1</sup> Se entiende como Quiz clásico el que se basa en preguntas de cultura general entre dos concursantes.

<sup>2</sup> Está considerada la primera cadena comercial de Televisión en USA y el mundo. Contaba con la colaboración de Paramount Pictures.

<sup>3</sup> Formato británico emitido en el canal ITV (2009-2021) y en 16 países más.

Y finalmente *The price is right*<sup>4</sup>, que permanece hasta nuestros días en emisión en muchos territorios. El precio justo ha sido franquiciado en más de 30 países<sup>5</sup>, y se ha convertido en uno de los formatos más rentables del mundo desde su creación en 1956. Mediante una fórmula muy sencilla donde cuatro concursantes deben averiguar el valor de un objeto y gana quien más se aproxime, pero sin pasarse, a la cantidad real. En una fase inicial se elige al concursante que opta a la disputa para el resto de pruebas, siempre con la dinámica de aproximarse al precio exacto, y con un orden en crescendo del valor de los premios. *The price is right* capturó el interés de los espectadores americanos en un concurso donde el conocimiento requerido (no culto) estaba al alcance de la mayoría de la población. El programa creado por Bob Stewart comenzó sus emisiones en la NBC en 1956 y en una primera etapa terminó en la cadena ABC en 1965. Desde 1972 y hasta la actualidad es CBS la emisora responsable de su emisión en Estados Unidos y Fremantle Media la compañía dueña y productora del formato en el resto de países.

### THE 64.000\$ QUESTION (1955) y TWENTY-ONE (1956), auge y caída del quiz show

El primer gran hito en la historia de los quiz, lo marcó *The 64.000\$ Question*, patrocinado por Revlon Products Corporation. Este formato era una adaptación del concurso radiofónico *Take It or Leave It*, de la CBS (Lacalle, 2001:49). Estableció varios cambios significativos respecto a lo que se venía haciendo hasta ese momento, lo que impactó en toda la sociedad: un gran premio era posible, decorado muy cuidado con cabinas para los concursantes, luces de neón, música de tensión entre las preguntas y las respuestas, aparecían dos guardias de seguridad para la custodia del dinero, presencia de un notario para las preguntas... Todos estos aspectos reforzaban una puesta en escena cuidada y ofrecían al discurso que allí se generaba la posibilidad de ser una máquina de crear héroes anónimos. Estas claves fueron el germen de *The million pound drop live*<sup>6</sup> formato británico de 2010 que ha destacado sobre todo en su puesta en escena y mecánica. Las premisas del quiz eran sencillas: un millón de libras y ocho preguntas que responder.

*The 64.000\$ Question* se empezó a emitir el 7 de junio de 1955, en la cadena CBS. Hasta esa fecha los premios de los quiz shows eran de pequeña cuantía económica o de productos donados por las marcas publicitarias. El gran salto de calidad de este formato fue el valor de los premios; el perdedor se podía llevar hasta un Cadillac. La gran cantidad económica del premio supuso un punto de inflexión en este tipo de programas. En palabras del propio creador del formato, Louis Cowan “*The \$64 wasn’t enough to make news. Although it once was \$640? That’s nothing either. Nor is \$6.400. But \$64.000 gets into realm of the almost impossible*” (Anderson, 1978:6). Los quiz shows con suculentas sumas de dinero acababan de nacer, pero esta prác-

tica no ha sido la única que se ha impuesto a lo largo de la historia de los concursos. Dependiendo del país, el periodo histórico o el leit motiv del propio quiz el valor económico de los premios ha ido cambiando.

La revolución que produjo *The 64.000\$ Question* trajo como consecuencia que la mayoría de familias americanas permanecieran en casa para ver el espectáculo que mostraba este concurso. Los índices de audiencia de cada semana iban en aumento, hasta llegar a los 55 millones de espectadores.

Los intentos por imitar este fenómeno social no se hicieron esperar en todo el mundo. En Estados Unidos, Jack Barry y Dan Enright, crearon el formato *Twenty-One* (1956); programa con dos concursantes que competían entre sí para llevarse una cantidad ilimitada de dinero. La idea es la misma: responder a preguntas que otorgan puntos y que a su vez te hacen ganar dinero. Esta simple premisa se sigue repitiendo desde hace más de 60 años y continúa teniendo vigencia en la actualidad.

La importancia de este programa en la historia del quiz show mundial se gesta cuando el concursante Charles Van Doren, se convierte en un auténtico héroe de la sociedad americana.

Este profesor de la universidad de Columbia, joven apuesto e inteligente, pertenecía a una familia acomodada. Respondía a todo tipo de preguntas (geografía, biología, historia, literatura, deportes...) lo que suponía el triunfo de los valores americanos relacionados con la sabiduría y la cultura. Van Doren se había enfrentado al anterior campeón del concurso, Herbert Stempel, al que finalmente derrotó. En 1956 se inicia el recorrido del profesor universitario, que tras catorce semanas ganando el programa acumuló una fortuna de 129.000\$. Pero la sombra de la sospecha cayó sobre el formato y en 1957 apareció un reportaje en *Time magazine* que desvelaba prácticas poco ortodoxas en *Twenty-One*. Se denunció que a ciertos concursantes se les facilitaban las preguntas y respuestas; el titular del artículo rezaba: “*Are the quiz shows rigged?*”. (Toledo Aral<sup>7</sup>, 2023)

A partir del escándalo que se produjo con *Twenty-One* los concursos de preguntas y respuestas tendrán una gran vigilancia, y como consecuencia el montante de premios se verá reducido notablemente. El presidente Eisenhower ordenó al fiscal general, en octubre de 1959, que investigara todo lo relacionado con los concursos de televisión y sus premios. Como consecuencia, Rogers recomendó que fuese la Comisión Federal de Comunicaciones (F.C.C.) el organismo que controlase la honestidad de los concursantes de los quiz. Un año más tarde, Eisenhower firmaba una ley que modificaba el modo de actuar en la industria de la televisión. Otro aspecto importante que se modificó fue el tiempo de permanencia que podía estar un concursante en un programa, que se estableció en un máximo de cinco participaciones, para que el dinero de premios acumulados no pudiera ser excesivo. Además, cada formato introdujo una cantidad límite de ganancias superadas las cuales el concursante se veía obligado a donarlas a causas benéficas (Toledo Aral, 2017).

4 La revista *TV Guide* nombró a *The Price Is Right* como “el mejor concurso de televisión de todos los tiempos”. Además, cuenta con 5 premios Emy a mejor programa de concurso (“*About the show*”, 2017)

5 Países como Alemania, Argentina, Brasil, Chile, China, Colombia, España, Finlandia, Francia, Israel, Italia, Japón, México, Países Bajos, Perú, Portugal, Reino Unido, Turquía o Venezuela... entre otros.

6 Más adelante se hablará de este programa emitido en Channel 4 y franquiciado en países como Rusia, Israel, Alemania, Grecia, Hungría, Estados Unidos, Ucrania, España, Uruguay, Polonia, Holanda, Argentina, Colombia, Francia, Serbia, Brasil, Suecia, Italia, Chile...etc.

7 Este hito en la historia de los concursos, y cuyo mensaje continúa sobrevolando como una sombra sospechosa sobre los quiz actuales, fue reflejado por Robert Redford en la película *Quiz Show* (El Dilema)

## SEGUNDA ETAPA (60'- 90'): DESARROLLO DEL QUIZ SHOW. JEOPARDY! (1964) Y WHEEL OF FORTUNE (1975)

El escándalo que se produjo contribuyó a que las Networks, creadores y productores de los años sesenta se orientasen a nuevos formatos que miraban más hacia el espectáculo.

Los concursos más destacados fueron programas como *It's Academic*, considerado el quiz más longevo de la historia. Comenzó a emitirse en 1961 y lleva más de 60 temporadas en antena en la NBC. Tres equipos que representan a otros tantos high school, con sus animadoras en plató, compiten a lo largo de cinco rondas de preguntas temáticas de cultura general para conseguir una plaza en la gran final de la temporada. *Password* (1961), creado originalmente para CBS pasó por las cadenas ABC y NBC. Inicialmente fue un concurso para averiguar palabras ocultas donde dos equipos, formados por una persona popular y un anónimo, tienen que transmitirse los términos ocultos, obviamente sin poder decir la palabra en cuestión ni derivados, a lo largo de diferentes fases. El equipo que más palabras consigue acertar y en el menor número de intentos ganaba 100 dólares y optaba a la prueba final. En ella durante 60 segundos tenían que conseguir averiguar cinco términos propuestos. Este concurso se ha realizado en siete países, pero actualmente sólo permanece en emisión en España y Vietnam.

*Match Game* surgió en 1962 en la NBC, para años más tarde pasar a la CBS y finalmente a la ABC. Era un programa en el que dos equipos de tres personas, capitaneados por un rostro famoso, competían por tener la mayor penetración. A una pregunta lanzada con varias opciones de respuesta los miembros de cada equipo debían coincidir en sus respuestas individuales. Por cada coincidencia se sumaban 10 puntos, y el equipo que antes lograra 50 se embolsaba 150 dólares.

*Let's Make a Deal* es un formato creado en 1963 para la NBC y que está basado en los tratos que el presentador realiza con diversas personas del público del plató que vienen disfrazadas de los modos más sorprendentes y extravagantes. La persona seleccionada debe elegir entre una cantidad de dinero oculta o el premio que se esconde tras un biombo, puerta o cortina. Este concurso permanece en la actualidad en la cadena CBS y ha sido producido en 16 países, entre América y Europa.

Uno de los quiz que consiguió mantener el conocimiento como seña de identidad fue *Jeopardy!* (1964). Este legendario formato merece una especial atención debido a su longevidad y a ser considerado en la actualidad el concurso preferido por los americanos, como reza en la página web del propio programa: "Jeopardy! America's favorite quiz show". El formato cuenta con más de 25 premios Emmy de la televisión y ha sido adaptado en más de 30 países en el mundo<sup>8</sup>.

Según palabras del propio creador, el famoso presentador de talks shows Merv Griffin, la idea original habría que atribuírsela a su mujer que durante un viaje de avión se le

ocurrió ofrecer respuestas para que los concursantes tuvieran que averiguar las preguntas. En eso consistiría el éxito del quiz (Jennings, 2014). Desde 1964, cuando se empezó a emitir, el formato ha permanecido en antena exceptuando los periodos que comprenden los años 1975 a 1978 y 1979 a 1984. En los inicios fue la cadena NBC la responsable de sus emisiones y desde 1984 hasta la actualidad se ofrece en sindicación en múltiples emisoras incluida la ABC y CBS. En los primeros 30 años se produjo el programa en la empresa del propio Merv Griffin, pero a partir de 1994 será Columbia Tristar Television, primero, y luego Sony Picture Television las grandes compañías productoras y dueñas del formato.

La mecánica del concurso es sencilla y muy participativa. *Jeopardy* comienza con tres jugadores que se enfrentarán durante varias rondas a dos paneles de respuestas-preguntas. Cada tablero de juego cuenta con seis categorías que cambian por cada nuevo panel (por ejemplo: Historia de automóviles, Palabras con una "p" en mitad del término, Chicago Bulls, Superman, Cirugía Plástica y New York) y hay cinco celdillas con cantidades monetarias diferentes por cada tema (200\$, 400\$, 600\$, 800\$ y 1000\$). El jugador que vaya acertando elegirá la casilla del valor que desee y el tema, y el presentador leerá la respuesta; el primer concursante que active el pulsador sumará el dinero de la casilla a su marcador si acierta la pregunta o lo restará si falla. En la última prueba los tres concursantes deberán responder a una única pregunta, apostando lo que crean oportuno del dinero conseguido hasta ese momento y escribiendo la respuesta en una paleta gráfica. El jugador que haya acumulado mayor cantidad de dinero será el vencedor y volverá a participar en el programa del día siguiente. Esta fórmula de concurso ha cautivado a los americanos desde hace casi 60 años.

La importancia y repercusión de este concurso llega a su esplendor cuando la empresa IBM decide crear un sofisticado programa de software que enfrenta la mente humana a la inteligencia artificial (Ferrucci, 2010). Si en *Jeopardy!* se forjan las mentes más rápidas y con mayor grado de cultura general, ¿sería posible crear una computadora que ganase a estos superhombres? Ese fue el reto de la multinacional. En febrero de 2011 se enfrentó Watson, que así se llamaba el potentísimo ordenador, a los dos concursantes más emblemáticos del programa, el ingeniero informático Ken Jennings y el actor Brad Rutter. El primero está considerado el auténtico héroe de *Jeopardy!* después de permanecer ganando en 74 programas consecutivos durante el verano de 2004 y llegar a un acumulado de cerca de 2,5 millones de dólares. Mientras que Brad tiene el record absoluto de ganancias de un concursante en un programa de televisión en USA con más de 3 millones de dólares. Frente a estos dos ídolos del público un equipo de veinte investigadores, pertenecientes a más de ocho universidades, desarrolló durante más de tres años el superordenador de IBM. La prueba tuvo lugar durante tres días. Los dos primeros acabaron en empate, pero el tercer y último día de competición la máquina consiguió vencer a la mente humana (BBC Mundo, 17-2-2011).

The Newlywed Game comenzó su andadura en la cadena ABC en 1966. Era el concurso creado para comprobar el grado de afinidad y conocimiento de las parejas casadas. En un principio los premios fueron muebles, electrodomés-

8 Países como Argentina, Bélgica, Canadá, China, Croacia, Dinamarca, Francia, Alemania, Israel, Italia, Japón, México, Países Bajos, Polonia, Rusia, España, Reino Unido... y el mundo árabe.

ticos, viajes... pero en años posteriores se cambió por cantidades en metálico (Brooks y Marsh, 2007: xv-xvi).

En las tres décadas que van desde los setenta hasta finales de los noventa, aparecen concursos unidos a los juegos de azar y formando parte de los magazines<sup>9</sup>. Los más representativos de los años 70' son: *Gambit* (1972) era un formato basado en el popular juego de cartas del blackjack, es decir, consistía en intentar aproximarse lo máximo posible al número veintiuno, pero sin pasarse. Las parejas de concursantes para hacerse con el valor de las cartas tienen que responder a preguntas del presentador. *The Jocker's Wild* (1972), el popular Jack Barry creó y presentó este concurso cuya particularidad se basaba en que las temáticas de las preguntas las dictaminaba aleatoriamente una máquina semejante a las "slot machine" o máquinas tragaperras. Éste fue el primer éxito de Barry tras el escándalo de *Twenty-One*. *High Rollers* (1974) se compone de una mesa para lanzar los dados del conocido juego Craps y dos concursantes respondiendo a preguntas para poder realizar la tirada y conseguir premios en especie. Azar y conocimiento unidos en el popular juego de casino. *Jackpot!* (1974), la cadena NBC estrenó este formato donde 16 concursantes juegan durante una semana en torno a las adivinanzas. Hay un participante que inicia el juego como "Rey de mesa" y elige un número que corresponde con un concursante que le plantea un acertijo por una cantidad de dinero. Si lo acierta suma la cantidad y sigue eligiendo a otros concursantes, si falla se intercambian las posiciones. *Blank Check* (1975) es un juego donde 6 participantes compiten durante la semana para adivinar las cifras que uno de ellos ha escrito en un cheque en blanco. *Wheel of Fortune* (1975) se abordará con especial interés y detalle a continuación. *Family Feud*<sup>10</sup> (1976), la cadena ABC lanzó este popular quiz donde se enfrentan los miembros de dos familias para adivinar las respuestas más repetidas emitidas por una encuesta realizada a 100 personas sobre asuntos cotidianos. Permanece en emisión en la actualidad. *Card Sharks* (1978), dos participantes se enfrentan a un doble juego. Por un lado, tienen que acertar si el porcentaje de una respuesta es mayor o menor a un número dado por su contrincante, y a continuación deben averiguar si la carta oculta de una baraja es mayor o menor que la anterior.

En los 80' destacaron programas como *Scrabble* (1984), formato basado en su juego de mesa. Dos concursantes se enfrentan a un tablero donde tienen que ir averiguando palabras con las letras que le van saliendo. También realizan pruebas en solitario con la misma finalidad de encontrar palabras a partir de letras dadas por el presentador. *Lingo* (1987), es un exitoso y franquiciado concurso<sup>11</sup> emitido en sindicación. Dos parejas de dos concursantes cada una competían por averiguar palabras de cinco letras y a su vez completar un cartón de números a modo de bingo. *Win, Lose or Draw* (1987) se desarrolla en un plató que reproduce el salón de cualquier hogar, con dos sofás enfrentados donde se colocan los dos equipos, uno masculino y otro femenino. Cada uno está formado por un concursante y dos colaboradores famosos, que solamente a través del dibujo

en una pizarra intentan transmitir los conceptos que el presentador le muestra a un miembro del equipo. Si no consiguen acertarlo en el tiempo, hay posibilidad de rebote para el equipo contrario. *The Last Word* (1989) une a dos parejas de concursantes formadas por un personaje famoso y un anónimo. A lo largo de varias rondas se enfrentan uno a uno en paneles de tres palabras formadas por el mismo número de letras siempre y que tienen que averiguar mientras van apareciendo letras aleatoriamente en cualquier posición.

En la última década aparecen concursos como *Scattergories* (1993), programa basado en el juego de mesa del mismo nombre. Se articula en torno a una guerra de sexos donde dos equipos (hombres frente a mujeres) compiten en la formación de palabras que no tienen que coincidir con las que dicen un panel formado por rostros de personajes famosos. *Trivial Pursuit: The Interactive Game* (1993), es el juego de mesa basado en los conocimientos sobre varias disciplinas agrupadas en seis bloques (Geografía, Arte y Literatura, Deportes y Ocio, Ciencia y Naturaleza, Historia y Entretenimiento). En un plató que simula el tablero del juego de mesa, nueve concursantes se disputan en una primera ronda de preguntas rápidas el poder pasar a ser los tres finalistas. La segunda ronda, ya con tres concursantes, se juega con dos nuevas temáticas (cine y televisión). La tercera y definitiva ronda, se juega con las seis categorías clásicas, y el primer concursante que consiga completar la tarta con las seis porciones o bloques temáticos será el que opte al premio final (Brooks y Marsh, 2007).

Como se ha apuntado anteriormente, resulta pertinente hacer una pequeña parada en un formato, ya que ha marcado historia y continúa haciéndolo dentro de los quiz. *Wheel of Fortune*, adaptado en España como *La ruleta de la fortuna* desde 1990 a 1997 o *La ruleta de la suerte* desde 2006 hasta la actualidad, es un programa que fue creado por la misma mente que *Jeopardy!*, Merv Griffin. En 1973 elaboró un programa piloto bajo el nombre de *Shopper's Bazaar* que fue el germen del futuro *Wheel of fortune* que se emitió en 1975 por primera vez en la NBC en la versión de día. Será a partir de 1983 cuando pase a estar sindicado y a emitirse en la franja de noche, los presentadores actuales son la misma pareja desde el inicio, Pat Sajak y Vanna White. La producción que comenzó siendo tarea de la productora de Griffin, pasó a ser responsabilidad de Sony Picture Television y la distribución de CBS Television Distribution. El éxito de este concurso de palabras reside en la simplicidad de los conocimientos para jugar desde casa y ha estado presente en gran parte del mundo ya que ha sido adaptado internacionalmente en más de 45 países<sup>12</sup>.

El sistema de juego y el leit motiv del concurso, averiguar frases o palabras a través del tradicional juego del ahorcado, permite que todos los targets puedan incorporarse al concurso en cualquier momento de la emisión. Esa es una de sus claves del éxito, la sencillez y la posibilidad de participación del espectador desde su hogar. Salvando las especificidades de cada territorio, el juego consiste en que tres concursantes se sitúan frente a un panel que esconde una frase oculta; como pista se lanza un enunciado o pregunta abierta. Los jugadores antes de decir una letra, tienen que accionar una ruleta gigante para determinar la

9 La información de los formatos que a continuación se reseñan se ha obtenido a través del visionado de vídeos de los mismos en la red y del libro *The complete directory to prime time Network and Cable Tv shows*.

10 Este popular game show ha sido adaptado en más de 60 países.

11 Formato producido en 16 países, y en cuatro de ellos permanece en emisión.

12 En la actualidad sigue emitiéndose en Alemania, Brasil, Croacia, Ecuador, España, Estados Unidos, Finlandia, Georgia, México, Polonia, Rumania, Rusia, Serbia y Turquía.

cantidad de dinero por la que juegan en esa tirada. Gana Wheel of fortune y accede a la prueba final el que consiga acumular más dinero en el transcurso de varios paneles. En la última prueba el concursante finalista tendrá un tiempo determinado para averiguar una palabra oculta en el panel, y únicamente podrá decir tres consonantes y una vocal.

### **TERCERA ETAPA (FINALES 90´ - SIGLO XXI): EL RESURGIR DEL QUIZ SHOW.**

#### **WHO WANTS TO BE A MILLIONAIRE? (1998).**

Llegados a este punto de la historia, final de la década de los 90, aparecerá en el Reino Unido un formato determinante para el futuro de los concursos. Junto a Twenty-One, el otro gran hito de los quiz shows a nivel mundial fue el protagonizado por Who Wants to Be a Millionaire?, estrenado el 4 de septiembre de 1998 en la cadena británica ITV. Este concurso creado por David Briggs, Mike Whitehill y Steven Knight y producido por Celador, ha revitalizado de manera exponencial el subgénero de los concursos de preguntas y respuestas hasta nuestros días. Es el formato más adaptado del mundo, estando presente en más de 100 países, desde la India hasta USA, pasando por Rusia, Angola, Indonesia, Brasil, Argentina, Chile, Colombia, Perú, Uruguay, Panamá, Honduras, Afganistán, Arabia Saudí, Kenia, Turquía, Venezuela, Vietnam, Japón, China... y la mayoría de países europeos.

Con motivo de la adaptación del formato en Estados Unidos, se generó una corriente de comentarios en torno a la fiebre que había levantado este nuevo concurso. Se estrenó la versión americana el 16 de agosto de 1999 en la cadena ABC y tres meses después apareció en The New York Times un artículo titulado "Who doesn't Want to Be a Millionaire?", donde se reflejó la importancia del fenómeno que acababa de aparecer y los valores que promulgaba.

Not only is the 'Millionaire' viewership huge, but in an era of 'niche' audiences, when every fractionalized demographic in the nation is pandered to by its own cable channel, 'Millionaire' is gathering Americans from all walks of life around the electronic hearth (...). Low-attention-span kids and surly teenagers watch. Parents watch. The elderly watch. (...) At last, a G-rated cultural value that unites the entire American family – greed! (Rich, 20-11-1999)

Ante este boom del formato cabría preguntarse cuáles han sido las claves que diferencian este programa del resto de concursos. Pues en principio es muy similar a The 64.000\$ Question, un solo concursante, preguntas que responder y cada vez que supera una, la cantidad que gana es mayor. Si se superan con éxito las 15 preguntas del quiz, el premio máximo que un concursante se puede llevar en la versión original inglesa es de un millón de libras. Pero estos aspectos no fueron los causantes del éxito. Para Paul Smith, el productor ejecutivo de Who Wants to Be a Millionaire?, "el elemento que realmente cambió y fue definitivo para el programa fue la música" (Saló, 2003:96).

Además de la música, la iluminación y la escenografía jugaron un papel primordial en la conformación del formato como algo diferente a lo antes visto por el espectador. Por ejemplo, la iluminación del set variaba de color según la categoría de la pregunta (de la 1ª a la 5ª, era de color azul; de la 6ª a la 10ª se oscurecía, y de 11ª a la 15ª era totalmente

negra). La música es el elemento principal que generará la tensión durante todas las fases del programa. Sus creadores originaron 140 cortes diferentes que van subiendo semitonos, y cada uno tiene su momento preciso: para cada pregunta, para cada respuesta, para los marcados definitivos... Otros aspectos de la mecánica del concurso serán los comodines o ayudas que el concursante dispone durante su participación, y la posibilidad de ver la pregunta y las posibles opciones de respuesta, antes de decidir si contestarla o no. Junto a estos elementos materiales se unió el factor humano, encabezado por presentadores muy efectivos, que harán de la simplicidad el éxito (ibídem, 97-104).

Pero se produjo un hecho paradójico en torno a este formato. El éxito acompañaba en numerosos países al programa y cada día su fama y popularidad era mayor. Al igual que ocurriera en los años 50 en torno a Twenty-One, la versión inglesa de Who want to be a millionaire? tuvo su propio escándalo. La historia se repetía ligada a un concurso de éxito. El concursante Charles Ingram, mayor del ejército británico, participó en septiembre de 2001 y ganó el premio máximo del quiz, un millón de libras. Pero las sospechas de que había habido algo extraño llegaron hasta la propia cadena ITV y la productora Celador que nunca llegaron a pagarle el premio. La policía inició una investigación por supuesto fraude. En el año 2003 un jurado de Londres dictaminó que hubo trampas. El juez condenó a 18 meses de prisión a Ingram y a su esposa Diana, así como a 10 meses al profesor Whittock. Para el jurado que deliberó durante más de 14 horas, el concursante había tenido un comportamiento sospechoso ya que cambió mucho sus respuestas confirmándose así que había sido ayudado por su esposa y el profesor que estaban en la grada, mediante un "extraño código de toses"; cada vez que tenía una duda sobre una pregunta el concursante nombraba en voz alta todas las opciones de respuesta y siempre sonaban unas toses sobre la respuesta correcta (Costa, 8-4-2003).

Se puede decir que a partir de la puesta en circulación del programa Who Wants to Be a Millionaire?, en 1999 renace el interés por los quiz shows a nivel internacional, efecto que llega hasta nuestros días.

En el año 2000 se crea en la BBC The weakest link un quiz show clásico, pero con la particularidad de tener un presentador muy desagradable con los concursantes. Esta característica atrajo el interés de 45 países, entre los que estaban España, México y Chile que lo produjeron bajo el nombre de El rival más débil.

Se puede pensar que el programa de habla hispana Pasapalabra (2000), basado en el formato inglés Alphabetic game (1996) y en el Pasaparola (1999) italiano, es una buena opción para coger el relevo de los formatos más importantes. Este quiz que se ha producido en países de América y Europa como Chile, Argentina, Colombia, Panamá, Uruguay, Francia, España, Reino Unido, Portugal, Turquía e Italia, y ha conseguido premios económicos muy elevados. De hecho, en España un concursante tras permanecer 200 programas, acaba de ganar el mayor bote del concurso de 2.2 millones de euros, consiguiendo un share de 37´4% (Llanos, 17-03-2023). En Chile se entregó el mayor monto al concursante Nicolás Gavilán con 396 millones de pesos chilenos (ABC, 1-10-2019). En Argentina, Brian Parkinson se hizo con el bote de 1.7 millones de pesos en la cadena

Telefé, pero también consiguió el premio en Pasapalabra Mundial celebrado en Chile (Doallo, 14-04-2022). Estos resultados hacen indicar una pervivencia del fenómeno Quiz show, pero el alcance y la magnitud de los premios no ha calado en todos los países de emisión, ni en otros continentes ni tan siquiera en Estados Unidos.

Otro formato británico The million pound drop live (2010) retomó en pleno siglo XXI la estela del millón de libras como máximo premio junto a una estética muy cuidada en un decorado de varias alturas. Los concursantes inician el juego con todo el dinero físicamente en sus manos y tienen que colocar cada fajo de billetes en las respuestas correctas. Al final de las ocho preguntas, ganan el dinero que han podido mantener en su poder, ya que el resto se ha ido perdiendo en las trampillas de las respuestas incorrectas.

Actualmente conviven dos maneras de ver la televisión, el lineal tradicional y bajo demanda. La llegada de las plataformas de streaming está variando el perfil de consumo de la audiencia. Pero en relación con los concursos todavía la apuesta es escasa, y así podemos ver game shows como Floor is lava (2020-Netflix) o Is it cake? (2022 -Netflix), y el quiz show Bullsh\*t The Gameshow (2022- Netflix), dónde pueden ganar hasta un millón de dólares si consiguen engañar en sus respuestas.

## CONCLUSIONES

El objetivo de esta investigación era realizar una aproximación a la historia y antecedentes del subgénero del quiz show en televisión. Desde los inicios de la televisión hasta nuestros días se ha demostrado la permanencia de los quiz shows en las parrillas de programación, hecho que refleja el éxito mantenido a lo largo de las décadas, a pesar de la gran variedad de géneros y formatos que se han emitido en competencia de los mismos. El macrogénero del entretenimiento, los concursos y el quiz show en particular han estado en todas las etapas, desde la paleotelevisión hasta la hipertelevisión pasando por la neotelevisión.

Para valorar si el quiz show ha permanecido intacto hay que observar si ha habido evolución en sus programas, tanto en contenido como en su continente.

La base del concurso se sustenta en el binomio preguntas y respuestas, y un premio al que aspirar, aspecto que en esencia ha perdurado. Si profundizamos, es cierto que los modos de preguntar y responder han tomado varios caminos, coexistiendo fórmulas clásicas con otras híbridas (Moreno-Díaz y Medina, 2017). Las preguntas y respuestas siguen siendo el eje inamovible, pero existen pruebas que son una reformulación y un modo nuevo de preguntar. El esquema clásico (se abre interrogación - se formula una pregunta de modo oral - se cierra interrogación - se responde de modo oral) es útil para todo tipo de cuestiones: preguntas de azar, preguntas temáticas, respuestas que sirven para formular una pregunta, respuestas con un tiempo límite, respuestas numéricas, respuestas alfabéticas, apuestas en las respuestas y respuestas correctas que son incorrectas y viceversa.

El paradigma del quiz show en su evolución siempre ha estado entre el ¿Quiz o Game?, ¿'Agon' o 'Alea'? Participa de las dos perspectivas donde interviene la habilidad de la inteligencia emocional, y el puro quiz de las preguntas. De este modo, se puede afirmar que a lo largo del siglo XX y el principio del XXI coexisten preguntas de conocimiento académico y rutinario, con otras habilidades y destrezas cognitivas.

Se observa que la evolución más importante ha sido en el aspecto técnico y artístico. A lo largo de los años ha habido un avance lógico en la puesta en escena de los formatos. Es obvio que el diseño escenográfico ha cambiado mucho tanto en concepto como en materiales, tanto corpóreos como en fuentes audiovisuales. Los avances que más han calado en el espectador han llegado de la mano de la tecnología, y así podemos contar con los variados diseños de software para el grafismo de preguntas y respuestas, o cualquier tipo de juego con palabras y números que han incrementado exponencialmente el carácter espectacular de los mismos. Un aspecto muy notable ha sido el del sonido y la iluminación, como uno de los elementos más influyentes en la tensión generada en el concurso.

En los formatos del siglo XXI el avance tecnológico también ha generado la posibilidad de implementar algunas fases del quiz, como por ejemplo mostrar el mundo ordinario de los protagonistas - concursantes - héroes. Con los nuevos equipos de grabación tanto de imagen como

de sonido, la opción de grabar en la calle, o en el propio domicilio o trabajo de los concursantes ha hecho crecer a los concursos en este aspecto. Fomentar ese mundo ordinario completando toda la información posible sobre su vida rutinaria y sus circunstancias hace que el espectador se identifique mejor con unos concursantes que con otros. En definitiva, la historia contada del mundo ordinario condicionará, para el espectador, su empatía hacia los concursantes en su camino de pruebas y así reconocerá y elevará a la categoría de héroes a unos y no a otros.

En atención a lo descrito en esta investigación se realizó la siguiente tabla de formatos que han marcado la historia de la evolución de los quiz show.

Formato	Año/Canal	Tipo de Conocimiento	Novedades	Número de Franquicias
<b>Winner Take All</b>	<b>1948</b> CBS (EE.UU.)	Académico	Pulsadores. Carryover contestant.	Una
<b>The 64.000\$ Question</b>	<b>1955</b> CBS (EE.UU.)	Académico	Grandes premios en metálico.	8 países
<b>The price is right</b>	<b>1956</b> NBC (EE.UU.)	Rutinario	Grandes premios en especie.	+ 30 países
<b>Twenty-One</b>	<b>1956</b> NBC (EE.UU.)	Académico	Escándalo por amaño. Reducción de premios en metálico.	9 países
<b>Jeopardy!</b>	<b>1964</b> NBC (EE.UU.)	Académico	Formulación de las preguntas.	+ 30 países
<b>Wheel of fortune</b>	<b>1975</b> NBC (EE.UU.)	Rutinario	Simplicidad del juego. El espectador participa desde casa.	+ 45 países
<b>Family Feud</b>	<b>1976</b> ABC (EE.UU.)	Rutinario	Simplicidad del juego. El espectador participa desde casa.	+ 60 países
<b>Who Wants to Be a Millionaire?</b>	<b>1998</b> ITV (Reino Unido)	Académico	Iluminación espectacular. Música de tensión.	+ 100 países
<b>The weakest link</b>	<b>2000</b> BBC (Reino Unido)	Académico	Presentador/a grosero con los concursantes.	+ 45 países
<b>The million pound drop live</b>	<b>2010</b> Channel 4 (Reino Unido)	Académico	Puesta en escena espectacular.	+ 55 países

Tabla 1. Formatos más influyentes de la historia de los Quiz show. Fuente: Elaboración propia

Es evidente que el testigo de los concursos de preguntas y respuestas ha sido traspasado en el siglo XXI de EE.UU. a Reino Unido. Actualmente las pantallas siguen teniendo programas de quiz shows, con mayor o menor grado de hibridación, junto a otros games shows que se emiten o han emitido en muchos países de América y Europa, así como en el resto del mundo. Pero seguimos a la espera de la llegada del formato que marque una nueva etapa del quiz.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC (2019, 1 DE NOVIEMBRE). «Pasapalabra» entrega su mayor bote en Chile rodeado de polémica. *Abc.es*. Recuperado de [https://www.abc.es/play/television/noticias/abc-pasapalabra-entrega-mayor-bote-chile-rodeado-polemica-201908271740\\_noticia.html](https://www.abc.es/play/television/noticias/abc-pasapalabra-entrega-mayor-bote-chile-rodeado-polemica-201908271740_noticia.html).
- “ABOUT THE SHOW” (2007, 17 DE DICIEMBRE). *The price is right*. CBS Daytime. Recuperado de [https://web.archive.org/web/20071217122432/http://www.cbs.com/daytime/price/about/bios/cast\\_bios\\_bbarker.shtml](https://web.archive.org/web/20071217122432/http://www.cbs.com/daytime/price/about/bios/cast_bios_bbarker.shtml).
- ANDERSON, K. (1978). *Television Fraud. The history and implications of the quiz show scandals*. Connecticut: Greenwood Press. Recuperado de [http://books.google.es/books?id=mQFPP7kikegC&pg=PA3&hl=es&source=gbs\\_selected\\_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false](http://books.google.es/books?id=mQFPP7kikegC&pg=PA3&hl=es&source=gbs_selected_pages&cad=2#v=onepage&q&f=false).
- BBC MUNDO (2011). “Supercomputadora de IBM vence a campeones de Jeopardy”. Recuperado de [http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/02/110217\\_ibm\\_computadora\\_jeopardy\\_en.shtml](http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2011/02/110217_ibm_computadora_jeopardy_en.shtml).
- BROOKS, T. Y MARSH, E. (2007). *The Complete Directory to Prime time Network and Cable TV Shows 1946-Present*. New York: Ballantine Books.
- COSTA, J.M. (2003, 8 DE ABRIL). “El ganador del ‘50 x 15’ inglés, su mujer y su cómplice, condenados por fraude”. *ABC*, sección Televisión y radio, p. 99. Recuperado de <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2003/04/08/099.html>.
- DELONG, T (1991). “Quiz Craze: America’s Infatuation with Games shows”. New York: Praeger. Recuperado de <http://www.questia.com/read/58026928/quiz-craze-america-s-infatuation-with-game-shows>.
- DOALLO, D. (2022, 14 DE ABRIL). “Brian Parkinson, ganador de Pasapalabra Mundial: cómo el juego televisivo le cambió su vida y lo acercó a su gran sueño”. *Clarín*. Recuperado de [https://www.clarin.com/fama/brian-parkinson-ganador-pasapalabra-mundial-juego-televisivo-cambio-vida-acerco-gran-sueno\\_o\\_Rv8UKukz7f.html](https://www.clarin.com/fama/brian-parkinson-ganador-pasapalabra-mundial-juego-televisivo-cambio-vida-acerco-gran-sueno_o_Rv8UKukz7f.html).
- FERRUCCI, D., ET AL. (2010). “Building Watson: An Overview Of The Deepqa Project.” *AI Magazine* 31, 3, pp. 59-79. *Academic Search Index*. Recuperado de <http://www.aaai.org/ojs/index.php/aimagazine/article/view/2303/2165>.
- FISKE, J. (1987). *Television Culture*. London: Routledge.
- GALLEGO TRIJUEQUE, S., OLIVA MARAÑÓN, C., Y CEJUDO MEJÍAS, V. (2022). Analysis of Quiz as programmatic strategy of Neo Television in Spain. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review / Revista Internacional De Cultura Visual*, 11(4), 1–11. Recuperado de <https://doi.org/10.37467/revvisual.v9.3690>.
- GORDILLO, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Ciespal.
- GUERRERO, E. (2005). “El concurso como género de calidad en la televisión española”. *Comunicar*, 25.
- 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.
- JENNINGS, K. (2014). “Buzzed: what is the most addictive quiz show in the history of televisión?” *Smithsonian*, March, vol. 44, issue 11, p. 52.

- LACALLE, CH. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- LLANOS, H. (2023, 17 DE MARZO). “El bote histórico de ‘Pasapalabra’ arrasa con un 37,4% de audiencia y deja a ‘Supervivientes’ en un 14%”. *El País*. Recuperado de <https://elpais.com/television/2023-03-17/el-bote-historico-de-pasapalabra-arrebata-el-permanente-liderazgo-de-audiencia-de-supervivientes.html#?rel=mas>.
- MIRAKIAN, J. (2022). Questions, Answers, and the American Dream: A Cultural History of the Quiz Show. Thesis. Department of History, University of Kansas. <http://hdl.handle.net/1808/32782>.
- MITTEL, J. (2002). “Before the Scandals: The Radio Precedents of the Quiz Show Genre”. En M. Hilmes y J. Loviglio (Eds), *Radio Reader: Essays in the Cultural History of Radio* (pp. 319-320). London: Routledge.
- 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), 64 - 79. Recuperado de <file:///D:/Descargas/cbelmonte,+journal+manager,+articulo-5.pdf>.
- RICH, F. (1999, 20 DE NOVIEMBRE). “Who Doesn’t Want to Be a Millionaire?” *The New York Times*, sección A, p. 13. Recuperado de <http://www.nytimes.com/1999/11/20/opinion/journal.html>.
- SALÓ, G. (2007). *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona: Gedisa.
- TEDLOW, R. (1976). “Intellect on Television: The Quiz Show Scandals of the 1950s”. *American Quarterly* (American Studies Association), Vol. 28, No. 4: pp. 483-495.
- 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.
- TOLEDO ARAL, S. (2023). “Concursos de preguntas y respuestas. ¿Son una realidad o una ficción?”. En *Manipulación en imágenes visuales y sonoras en ficción y no ficción*. Dyckinson (en proceso de edición ISBN 978-84-1122-931-9).
- WEINSTEIN, D. (2004): *The Forgotten Network: DuMont and the Birth of American Television*. Philadelphia: Temple University Press.