

### *Tómbola*

(Canal 9 y Producciones 52, 1997 – 2004)

Talk show

Considerado el precursor de los programas del corazón actuales, cada semana, durante cuatro horas y media, *Tómbola* desvelaba los entresijos de la vida privada de los protagonistas de las revistas de papel *couché*. Este *talk show* que hibridaba la tertulia, el debate y la entrevista, reunía en plató a su presentador, **Ximo Rovira**, a cinco periodistas especializados en prensa rosa y a seis celebridades o "estrellas" mediáticas que vendían su intimidad en forma de exclusivas. Más de mil personajes procedentes del mundo de la moda, artistas musicales, actores, deportistas, toreros y parejas de famosos pasaron por el plató de *Tómbola*. El programa fue muy criticado durante sus años de emisión, puesto que se caracterizaba por la polémica y la morbosidad de sus contenidos, pero consiguió índices de audiencia que rozaban el 35%. *Tómbola* nace en un contexto televisivo, el de la última década del siglo XX, caracterizado por la proliferación de programas de entretenimiento y por una tendencia, cada vez más acusada, a hibridar estos con la información, así como por la mayor abundancia de espacios dedicados a tratar temas humanos y el interés por revelar aspectos íntimos de la vida de las personas famosas. Precisamente, en esos momentos, uno de los pocos formatos que aportaba índices de audiencia significativos para **Canal 9** era un *talk show* realizado en directo que analizaba temas de actualidad. La tertulia de *Carta blanca* –que más tarde se llamaría *Parle vosté, calle vosté*– dedicaba cada capítulo a un tema polémico que alentaba la confrontación entre los invitados y el público y que dio a conocer a personajes como el Padre Apeles. El éxito cosechado por este programa sienta las bases del diseño de *Tómbola*, un programa concebido para analizar la actualidad del corazón o de la denominada prensa rosa, que se presenta como un espacio original e innovador para la época. Este nuevo formato sigue la estela de las tertulias, pero se convierte en un híbrido en el que la tertulia, el debate y la entrevista desdibujan sus fronteras. *Tómbola* se centraba única y exclusivamente en las noticias del corazón, y cada semana buscaba la confrontación en directo entre periodistas y personajes de la vida social, mediática y artística del país. Muchos investigadores consideran que con el nacimiento de este programa en 1997 no solo surgió la semilla de los programas de información del corazón que se pueden consumir actualmente, sino que hizo su aparición la telebasura, definiéndolo como el paradigma de esta nueva forma de televisión. La productora sevillana Producciones 52, dirigida por

Ángel Moreno, puso en marcha el proyecto encargado por el entonces director de RTVV, **Jesús Sánchez Carrascosa**. Esta empresa, especializada en programas de entretenimiento, también ha producido programas como *Gente con chispa* (Canal 9, Telemadrid y Canal Sur, 1998-2001), *Tiempo al tiempo* (TVE, 2001-2002), *Ankawa* (TVE, 2005-2006) o *Noche y día* (Antena 3, 2001). *Tómbola*, de periodicidad semanal y cuatro horas y media de duración, fue diseñado en un primer momento para Canal 9. Por este motivo, el primer programa emitido el 13 de marzo de 1997 fue presentado en valenciano. Pero el enorme éxito cosechado por la primera entrega hizo que Telemadrid se interesase por él, como más tarde harían Canal Sur y otras televisiones autonómicas. A partir de entonces, las emisiones se hicieron íntegramente en español. *Tómbola* fue un formato pionero que alcanzaba cotas de share del 35%, con un coste de producción bajo y que generaba cuantiosos beneficios económicos. Cada programa tenía un coste fijo de entre 60.000 y 72.000 euros, más 42.000 euros que se destinaban al pago de los invitados. Una producción relativamente económica que revertía unos beneficios económicos para Canal 9 de alrededor de 230.000 euros, equivalentes a unos 38 millones de pesetas por programa. La estética del decorado del programa, de colores llamativos, acompañaba a la perfección los acalorados debates que cada semana se vivían en *Tómbola*. El presentador orquestaba la escena desde el centro, mientras que invitados y periodistas ocupaban posiciones enfrentadas que hacían prever la batalla que estaba a punto de librarse. En este sentido, era frecuente el uso de la violencia verbal en forma de gritos, insultos, enfrentamientos personales e, incluso, la denigración de los participantes. En un rincón del plató estaba habilitado un set con sofás para llevar a cabo la sección de la entrevista que pretendía ser más relajada, pero que acababa contagiándose del ritmo frenético de todo el programa. El equipo del programa estaba formado por un presentador, Ximo Rovira, y cuatro periodistas fijos, Jesús Mariñas, Kar mele Marchante, Lydia Lozano y Ángel Antonio Herrera, a los que se unía un quinto periodista también especializado en la crónica social que iba cambiando cada semana. El equipo de "expertos" en información rosa compartía plató con seis invitados, dispuestos a exponer públicamente detalles de su vida privada y su intimidad a cambio de recibir una retribución económica previamente pactada. Entre el millar de personajes que pasó por las butacas de *Tómbola* figuran

como sus primeros protagonistas Carmen Martínez Bordiu, Sofía Mazagatos, Jorge Juste, Marlène Mourreau, Carmen Ordóñez y Antonia Dell'Atte, entre otros. No obstante, lo que otorgó notoriedad al programa fue la entrevista de Chabeli Iglesias, hija del conocido cantante Julio Iglesias, que generó un pico de audiencia del 62% cuando abandonó el plató mientras insultaba a los periodistas de la tertulia, e hizo prever el éxito del nuevo espacio del corazón. La dinámica del programa era siempre la misma. Se dividía en dos bloques diferenciados. En el primer bloque Ximo Rovira presentaba a los cinco invitados y los entrevistaba de manera individual. Las entrevistas podían verse ininterrumpidas en cualquier momento por cualquiera de los periodistas. El director del programa, Ángel Moreno, en su libro *La vida es una tómbola*, explica que *Tómbola* se realizaba sin ningún tipo de guion, todo se improvisaba y que eso hacía que cada programa fuera completamente inesperado e incontrolable. El segundo bloque se dedicaba a la realización de una entrevista "en profundidad" al invitado estrella de la semana, en la que también podían participar los colaboradores del programa. Una de las novedades que incluía *Tómbola* era fomentar que aquellas personas aludidas llamaran al programa, e incluso en ocasiones era el propio programa el que se ponía en contacto con ellas para que dieran su versión de los hechos y alentar, así, el debate y la polémica. *Tómbola* ha sido uno de los programas más criticados de la historia televisiva, sobre todo por ser emitido en televisiones públicas y sufragado, por ello, mediante fondos públicos. De hecho, el Consejo de Administración de Telemadrid, antes de que finalmente fuera retirado de la parrilla de programación de este canal en febrero de 2001, tuvo que defenderlo en diferentes ocasiones argumentando la necesidad de financiar a las televisiones públicas, y por ello de buscar a la audiencia. Con ello se abría un camino hacia la transformación de la noción de servicio público de las televisiones. Finalmente, *Tómbola* dejó de emitirse el 27 de noviembre de 2004. En su última etapa, el programa únicamente se emitía por Canal 9 y por algunas televisiones locales. Además, el éxito cosechado había despertado el interés de los canales privados. Su esencia y su estilo fueron copiados por televisiones privadas de ámbito nacional que se convirtieron en la competencia directa no solo en la lucha por la audiencia, que había caído al 13%, sino también en la contratación de los invitados. El programa también se sitúa en el origen de la modernización y la reformulación de la información del corazón en el medio televisivo. Ha sido el precursor de numerosos espacios que, dedicados a esta temática, han ocupado y ocupan en la actualidad espacios destacados de las parrillas de las televisiones, particularmente de los canales comerciales. Programas como *Salsa Rosa* (Boomerang TV y Telecinco, 2002-2006), *Dolce Vita* (Mandarina Producciones y Telecinco, 2006-2007), *Dónde estás corazón (DEC)* (Cuarzo Producciones y Antena 3, 2003-2011) o, más reciente-

mente, *Sálvame* (La Fábrica de la Tele, Mediaset y Telecinco, 2009-) son ejemplos de ello. Por lo tanto, se puede afirmar que *Tómbola* creó un formato que ha influido notablemente en la evolución de la televisión, especialmente de aquellos contenidos vinculados a la prensa rosa o del corazón. A pesar de las polémicas y las críticas que despertó hace una década, la generación de programas que lo ha sustituido es mucho más agresiva en sus contenidos y formas, convirtiendo a *Tómbola* en un programa incluso moderado. La otra aportación fundamental de este programa tiene que ver con su contribución a la aparición de la denominada telebasura. *Tómbola* fue uno de los precursores de este fenómeno, ya que anticipó algunos de sus elementos característicos, como la utilización del morbo, el escándalo y el sensacionalismo, la estrategia de la confrontación y, finalmente, el uso de la intimidad y la vida privada de las personas para convertirla en espectáculo. Todo ello para atraer a los espectadores y generar elevados índices de audiencia que repercutieran en mayores ingresos publicitarios, aun a costa de una fuerte degradación de la calidad de los contenidos televisivos. Estos, bajo esta lógica, se ven gobernados por una clara dinámica mercantil, ya que pasan a valorarse únicamente por su capacidad de generar beneficios económicos al margen de otras consideraciones o cualidades.

**Sara Ortells-Badenes y Andreu Casero-Ripollés**

#### Fuentes

- Aznar, Hugo. (2002). "Televisión, telebasura y audiencia: condiciones para la elección libre". *Revista Latina de Comunicación social*, 48.
- Cáceres, María Dolores (2000). "La "crónica rosa" en televisión o el espectáculo de la intimidad". *CIC Cuadernos de información y comunicación*, 5, pp. 277-290.
- Elías, Carlos (2003). "Análisis del papel de los 'invitados-profesionales' y de los expertos 'florero' en la televisión basura española". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9, pp. 125-138.
- Gallego Santos, María del Camino (2009). "Los programas del corazón: Nuevas políticas y alianzas entre productoras y cadenas de televisión". *Observatorio (OBS\*) Journal*, 9, pp. 241-253.
- Gutiérrez Lozano, Juan Francisco (2005). "La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones". *Comunicar*, 25.
- Izaguirre, José Luis (1997). *La realidad como espectáculo. Reality show en España (1990-1994)*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid [Tesis doctoral].
- Mercado, M. (1999). "La información "del corazón" en televisión". *Revista Latina de Comunicación social*, 21.
- Moreno, Ángel (2014). *La vida es una tómbola*. Sevilla: Punto Rojo Libros.