



Universidad de Valladolid

Facultad de Filosofía y Letras

Grado en Periodismo

**Impacto del programa ‘Sálvame’ en el
comportamiento y los valores de la sociedad
joven de Palencia**

Javier Hernán Bouzo

Tutora: Leire Gómez Rubio

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea, de
América y Periodismo**

Curso: 2024-25

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado tiene como objetivo analizar cuál ha sido el impacto que ha tenido 'Sálvame' en la población joven de Palencia, centrándose en la percepción del público sobre el periodismo, los valores sociales y los hábitos de consumo. Para conseguir los resultados sobre la opinión de los jóvenes de Palencia se ha realizado una encuesta en la que se ha procedido con un total de 10 preguntas que albergan temas clave para poder conocer cuál es esa opinión. Se han hecho preguntas sobre valores que promovía el programa, sobre el sensacionalismo y el morbo o sobre cuál es la imagen en la que deja este tipo de formatos televisivos al resto del periodismo. Un dato para destacar es que más del 90% de los encuestados opina que 'Sálvame' fomentaba el morbo y el sensacionalismo en nuestro país.

PALABRAS CLAVE

'Sálvame', televisión, sensacionalismo, telebasura, opinión pública.

ABSTRACT

This Final Degree Project aims to analyse what has been the impact that 'Sálvame' has had on the young population of Palencia, focusing on the public's perception of journalism, social values and consumption habits. In order to obtain the results on the opinion of the young people of Palencia, it has been carried out a survey in which a total of 10 questions have been asked that house key themes to be able to know what that opinion is. Questions have been asked about values he promoted the program, about sensationalism and morbidity or about what is the image in which it leaves this type of television formats to the rest of journalism. A fact to highlight is that more than 90% of those surveyed believe that 'Sálvame' encouraged morbidity and sensationalism in our country.

KEY WORDS

'Sálvame', television, sensationalism, trash TV, public opinion.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	1
1.1 JUSTIFICACIÓN	2
1.2 OBJETIVOS	2
1.3 HIPÓTESIS	3
2. METODOLOGÍA	4
3. MARCO TEORICO	5
3.1 Los medios de comunicación moldeadores de la sociedad	5
3.2 La televisión en España	5
3.3 La ‘telebasura’	6
3.4 El caso ‘Sálvame’	7
3.5 Credibilidad y percepción pública	8
3.6 El alejamiento de los jóvenes	8
4. RESULTADOS	10
5. CONCLUSIONES	21
6. DECLARACIÓN SOBRE EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL	23
7. BIBLIOGRAFIA	23
8. ANEXO	25

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1. Hábitos de consumo en la frecuencia de visionado.....	10
Gráfico 2 Valores en negativo que promovía ‘Sálvame’ en la sociedad.....	12
Gráfico 3. Medida en la que influenciaba en la opinión pública.....	13
Gráfico 4. Fomento del morbo y sensacionalismo por parte del programa.....	14
Gráfico 5. Valor educativo que le da el ciudadano al programa.....	15
Gráfico 6. Opinión acerca de si la telebasura quita mérito al periodismo.....	16
Gráfico 7. Que impacto ha tenido ‘Sálvame’ en los hábitos de consumo de España	17
Gráfico 8. Consideración de su cancelación en el impacto para la televisión.....	18
Tabla 1. Razones de los encuestados para justificar el impacto de Sálvame.....	19
Gráfico 9. Posibles relevos de ‘Sálvame’ al dejar de emitir en televisión.....	19
Tabla 2. Ejemplos de relevos televisivos de ‘Sálvame’	20

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

1. INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación tienen un papel fundamental a la hora de construir una realidad social, influyendo de una manera directa sobre la percepción de los usuarios además de en sus actitudes y comportamientos. Bajo este contexto, la televisión sigue siendo uno de los medios más influyentes de España, llegando a alcanzar un notable impacto tanto cultural como social (Uteca,2023).

Dentro de la parrilla de programación que existe en España tenemos programas informativos, concursos, tertulias o de sociedad. Estos últimos tienen como principal temática noticias del corazón sobre la vida privada de los famosos de España y de otros países. A los programas del corazón se les suele caracterizar como sensacionalistas, pero no todos los formatos que hablan sobre la vida privada de los famosos lo hacen desde una perspectiva sensacionalista o morbosa (De Casas Moreno et al, 2016b).

El consumo a la hora de ver programas de televisión que tienen como contenido principal el sensacionalismo y morbo ha sufrido una gran transformación en los últimos años debido a la introducción en la vida de la sociedad las plataformas digitales y las redes sociales. De esos programas sensacionalistas el que más ha destacado en las últimas décadas ha sido 'Sálvame', que ha estado en emisión desde el año 2009 hasta el 2023 cuando el programa fue cancelado. Destaca del resto en cuanto a las audiencias que registraba cada día que estaba en emisión, manteniéndose siempre entre el 10 y el 18 por ciento de *share* (La historia de 'Sálvame' en términos de audiencia hasta su cancelación, 2023).

No fue hasta su última temporada, la de 2020/21 cuando esos índices comenzaron a descender (La historia de 'Sálvame' en términos de audiencia hasta su cancelación, 2023).

Durante su tiempo en antena, 'Sálvame', ha sido uno de los programas referentes en la televisión española, en este tiempo ha visto como su audiencia ha cambiado y como el hábito de consumo de la sociedad también ha mostrado diferencias, sobre todo entre la población más joven.

Este programa era criticado tanto por los profesionales como por la sociedad, esto debido a la mezcla de entretenimiento con el escándalo, pasando por la dramatización y

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

la información del corazón. De esta manera no se distinguía lo que era la línea entre la información y el espectáculo, planteando cuestiones acerca de la ética periodística, el sensacionalismo y la manera en la que la opinión pública es moldeada por los medios de comunicación.

1.1 JUSTIFICACIÓN

Su justificación recae en la necesidad de comprender cómo hay algunos productos televisivos que son capaces de influir en la creación de valores, hábitos de consumo y en las percepciones sociales. La investigación se centra en un ámbito local, lo que hace posible contextualizar su impacto desde una perspectiva más cercana y concreta.

Desde un punto académico con este trabajo permite contribuir en el análisis del sensacionalismo y la ética periodística, unos temas que actualmente se encuentran en auge en la televisión. A un nivel social es interesante conocer como este tipo de formatos influye en la percepción que tiene la sociedad sobre el periodismo y cuál es el papel asignado a los medios de comunicación.

Por lo tanto, con esta investigación podemos reflexionar sobre el caso de 'Sálvame' y cuál ha sido su papel a la hora de ayudar con la creación de programas similares y como este tipo de formatos está dominando la parrilla de televisión española durante años y cuáles han sido las consecuencias que ha traído a los medios de comunicación, la cultura popular y a la opinión pública.

1.2 OBJETIVOS

El objetivo principal de la investigación es analizar la influencia que ha tenido el programa 'Sálvame' en la audiencia joven palentina, prestando atención a los valores que promulgaba y a los hábitos de consumo de la televisión

Junto al objetivo principal, el trabajo contempla otros secundarios, entre los que se encuentran:

- Evaluar cuál ha sido el impacto de este tipo de formato en la creación de programas similares en la televisión española

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

- Determinar cuál es la medida en la que ‘Sálvame’ influía en los hábitos de consumo televisivo, tanto en los programas que se veían como en cómo se consumía la televisión.
- Analizar cuál es la percepción del público en cuanto a que valores transmite ‘Sálvame’, esto con relación al sensacionalismo, morbo y entretenimiento
- Examinar la opinión del público en cuanto a si consideran que los programas estilo ‘Sálvame’ perjudicaban la imagen del periodismo profesional.

1.3 HIPÓTESIS

Se tiene como hipótesis de partida que el programa ‘Sálvame’ fomentaba y contribuía al sensacionalismo y el morbo en la televisión de España. También se plantea que gran parte del público tiene la opinión de que el tipo de formato que tenía ‘Sálvame’ influía de una manera negativa en cuanto a la credibilidad del periodismo en España.

Asimismo, la repercusión que tuvo el programa favoreció la aparición de formatos que seguían la misma temática, basados en la polémica, la emoción y la improvisación. Por último, se formula la hipótesis de que el público más joven no seguía de manera regular el programa, sino que no lo veían o solo lo hacían algunas veces.

2. METODOLOGÍA

Este trabajo de investigación se ha basado en la elaboración de una encuesta la cual se ha compartido de manera virtual mediante un enlace a los jóvenes de entre 18 y 28 años de la ciudad de Palencia.

“La encuesta es en cierta manera una herramienta fundamental en la investigación en comunicación, es una técnica cuantitativa que permite observar la realidad social y es muy útil cuando se busca obtener datos representativos sobre percepciones o comportamientos de una población específica” (Berganza Conde et al, 2010).

La muestra que se ha conseguido es de 102 encuestados que se encuentran en ese rango de edad. Dentro de la encuesta se han realizado un total de 10 preguntas, dos de las cuales tienen un desglose para justificar o dar ejemplos. En el cuestionario se han incluido preguntas cerradas y abiertas, la gran mayoría eran cerradas a excepción de dos en las que se ha pedido que se justificase la elección de dos de las opciones y otra en la que han tenido que dar ejemplos. Las preguntas que se han realizado abarcan temas sobre el consumo televisivo, los valores que promulgaba ‘Sálvame’, sensacionalismo y morbo, influencia en la opinión pública o acerca de la telebasura.

La encuesta está estructurada de la siguiente manera: datos sociodemográficos en la que se incluye la primera pregunta sobre la edad de los encuestados, después está frecuencia de consumo del programa. También está la percepción de los valores que transmite el programa albergando la tercera y cuarta pregunta, así pues, vendría la parte de influencia social y educativa donde entran las preguntas cinco, seis y siete. Por otro lado, tenemos el impacto en los hábitos de consumo con la pregunta ocho, la valoración de su cancelación con la pregunta nueve y por último la percepción acerca del relevo que ha podido tener el programa en la televisión.

El cuestionario se compartió durante el segundo cuatrimestre del curso y se tardó alrededor de una semana en conseguir los encuestados suficientes para tener una muestra relativamente representativa de la población. Una vez conseguido el número necesario de encuestados se pasó a la recopilación y justificación de cada una de las preguntas realizadas en el cuestionario

3. MARCO TEÓRICO

3.1 Los medios de comunicación moldeadores de la sociedad

Desde que se creó la comunicación se ha reconocido que todos los medios no solo tienen la función de informar a la ciudadanía, sino que también crean significados y moldean la forma en la que las personas llegan a interpretar lo que les rodea. McCombs y Shaw (1972) comenzaron a hablar de la función que ejercen los medios de comunicación en las personas, a esto le llamaron *agenda-setting*.

“Esta idea propone que los medios no nos dictan lo que tenemos que pensar, pero si sobre qué hacerlo, es decir, ellos deciden cuáles son los temas de los que se va a hablar en la esfera pública y cuáles no se van a tocar” (McCombs, Shaw 1972).

En concordancia con esta teoría, Stuart Hall (1997) señaló que “son los medios los encargados de producir y esto lo hacen a través de lenguaje, de imágenes y también de los discursos”. Con esto no solo contribuyen a cambiar la mentalidad de los ciudadanos, sino que también cambian las estructuras culturales que están ya en la sociedad. De esta manera son los medios los encargados de crear un consenso en torno a lo que hay que hablar, de los estereotipos que tenemos hacia el resto de la sociedad y de la manera en la que vemos esa sociedad.

Por otro lado, Pierre Bourdieu (1996) ya advirtió de que “los medios de comunicación solo trabajan bajo un mismo mantra, el de priorizar la rentabilidad y la audiencia por encima del rigor periodístico e informativo”. Además de que, como ya dijo Hall, la televisión es un instrumento de construcción de la realidad.

3.2 La televisión en España

En el caso de España, la televisión ha tenido un protagonismo dentro de la cultura popular desde el momento en el que apreció por primera vez en los años 50 de la mano de TVE, a partir de ese momento se consolidó como uno de los primeros medios de televisión de España. En los años 90 empezaron a surgir cadenas privadas y con esto se produjo una profunda transformación en lo que respecta al modelo de la televisión.

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

Un informe realizado por Barlovento Comunicación de 2024 dice que, aunque el consumo televisivo entendido como tradicional haya disminuido a lo largo de los últimos años, sigue representando una gran parte del tiempo que le dedican al ocio en los hogares españoles. Sigue habiendo generaciones mayores que son fieles a la televisión que se emite en directo mientras que los jóvenes se decantan más por todos los contenidos que sean bajo demanda, que se adapten a sus horarios y a sus preferencias.

La Fundación Telefónica en 2023 confirmó este fenómeno, dice que las personas que están por debajo de los 30 años no consideran que la televisión sea su medio principal. A este medio tradicional le superan plataformas como YouTube, Tik Tok o Netflix, esto hace que las cadenas tradicionales se vean obligadas a crear nuevos contenidos y en algunos casos llegan a tener una audiencia envejecida que no ha llegado a renovarse.

Por su parte la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación, confirma que en el año 2024 la penetración del internet fue superior a la que tuvo la televisión en cuanto al uso por parte de los ciudadanos de España.

3.3 La ‘telebasura’

El término telebasura empezó a surgir en España a finales de los años 80 principios de los 90, era una forma con la que la sociedad se dirigía en forma de crítica a ciertos tipos de programas que, según aquellos a los que no les gustaba, degradaban lo que para ellos eran los estándares de calidad en lo que a la televisión se entiende.

Según la Real Academia de la Lengua Española telebasura es el “conjunto de programas televisivos de contenidos zafios y vulgares”. Para el sociólogo, Lorenzo Díaz, en su libro “La caja sucia. Telebasura en España”, se define como telebasura a “contenidos programáticos de baja calidad. Según Imbert sus contenidos se basan en las famosas 3 ‘S’, sexo, sangre y sensacionalismo” (Roig, 2006).

Carlos Barrera, en su obra ‘Periodismo y sociedad’ (2008), define el sensacionalismo como la “tendencia de algunos medios de magnificar los aspectos más llamativos de una información, aunque esta no tenga relevancia, para atraer audiencia” (Barrera, 2008).

Telecinco ha sido, históricamente hablando, la cadena que más ha apostado por formatos televisivos de este estilo. A lo largo de los años han ido destacando programas como ‘Tómbola’ o ‘Aquí hay tomate’ pero no fue hasta 2009 cuando se marcó la diferencia. En este año llegó a emisión el programa ‘Sálvame’ que mezclaba una crónica rosa con tertulia, espectáculo y conflictos personales, todo esto transmitido en vivo. Con esto se convirtió a sus colaboradores en personajes televisivos y llegó a tener una audiencia leal que seguía el programa todos los días.

3.4 El caso ‘Sálvame’

‘Sálvame’ nació en el año 2009 de una manera totalmente diferente a la que se le conoce actualmente, de esta manera llegó a Telecinco como un late *show* semanal del programa ‘Supervivientes’ en el que repasaban todo lo ocurrido en el programa. Con el paso de los años no solo llegó a representar un formato exitoso hablando de audiencias, sino que fue también un fenómeno comunicativo mostrando la transformación de la televisión. El programa se basaba en la improvisación, el hacer un espectáculo de la vida privada de los famosos además de la emocionalidad de los colaboradores creando de esta manera un fenómeno del infoentretenimiento que mezclaba la información con el *show*.

García Avilés (2014) definió infoentretenimiento como “aquellas noticias que tratan acerca de la cultura popular (cine, música, videojuegos...), las curiosidades, el interés humano y la vida de los famosos”. Con esta premisa los programas lo que buscan es captar a la audiencia con una narrativa emocional y así lo consiguió ‘Sálvame’, llevando al extremo este modelo, convirtiendo programa tras programa a sus presentadores y colaboradores en los protagonistas de sus propios conflictos.

El programa no estuvo exento de críticas, durante sus 14 años en antena, con emisiones diarias y especiales de fin de semana, en 2022 la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) elevó una queja contra el programa acusándoles de los códigos deontológicos de los periodistas por el hecho de una intromisión e indagación sobre la vida privada de una persona sin su previo consentimiento.

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

En sus últimos años en cadena el programa fue experimentando un descenso en sus audiencias de una manera progresiva, no fue hasta el 2023 cuando Mediaset anunció de una manera oficial que se cancelaba el programa.

3.5 Credibilidad y percepción pública

A lo largo de sus 14 años en antena ‘Sálvame’ abordó temas sociales, familiares o judiciales de una manera informal y emocional, aunque el programa no se definía como un espacio dedicado a lo informativo sí que cogía aspectos de este como entrevistas, exclusivas, directos o debates. Con esta mezcla se confunde a la audiencia cuando no son capaces de diferenciar lo que es información de lo que es opinión o espectáculo erosionando de una manera inmediata al valor que tiene la labor de los periodistas. Si lo emocional prevalece sobre los hechos entonces esa credibilidad se va desvaneciendo.

En 2023, Personality Media, una consultora especializada en análisis de personajes públicos a través de investigaciones de mercado publicó un estudio en el que se revela que Mediaset con la pobre imagen que transmitían ha afectado sin duda a una audiencia agotada con este producto, resultando los programas de peor calidad en este índice y los que más turbulencias han sufrido.

Durante sus años en televisión la percepción pública ha ido variando, por un lado, hay una parte del público que lo considera en cierta manera una forma legítima de entretenimiento valorando su espontaneidad y cercanía de una manera positiva. Por otro lado, está la parte que sostiene que solo está vinculado con la banalización de los medios, la intromisión en la privacidad de las personas y el conflicto (De-Casas-Moreno et al, 2020).

3.6 El alejamiento de los jóvenes

El consumo de los medios de comunicación por parte de los jóvenes ha cambiado en comparación a lo que era en años anteriores, antes la televisión ocupaba una posición central en el ocio de las esas generaciones, actualmente las nuevas generaciones han remplazado la televisión tradicional por las plataformas digitales, redes sociales y el contenido a la carta. Esto no es solo una transformación técnica, sino que también es

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

algo cultural, las nuevas generaciones eligen cuando ver los contenidos que ellos quieren, de la manera que quieren eligiendo la narrativa, el estilo e incluso la duración de estos productos audiovisuales.

En 2010 un estudio de Ocendi revela que los jóvenes se han ido alejando de la televisión tradicional percibiéndola sensacionalista y telebasura. De esta forma los jóvenes quieren que la televisión tuviera más calidad, menos publicidad, menos intereses comerciales, más cultura, menos programas espectáculo como los realities (López, 2010).

Los jóvenes prefieren una televisión a la carta que sea accesible en diferentes dispositivos electrónicos y que sea más individualista en función de los gustos de cada uno de los usuarios. En relación con esta idea, El País, publicó un artículo en 2023 en el que son los creadores de contenido en internet los únicos capaces de atraer al público joven gracias a la cercanía que tienen con la audiencia, su flexibilidad y el gran control que tienen sobre el lenguaje y el manejo de este en el mundo digital.

4. RESULTADOS

En los últimos años se ha podido observar como el consumo de estos programas ha ido en descenso, lo que ha llevado a cuestionarse si este formato de programas es el tipo de contenido que los jóvenes actuales están dispuestos a ver. En agosto de 2024 la cadena de televisión Telecinco registró su peor dato de audiencias en lo que lleva de historia la cadena, un 8,6% desbancado a la anterior más baja un 9% (Xataka, 2024).

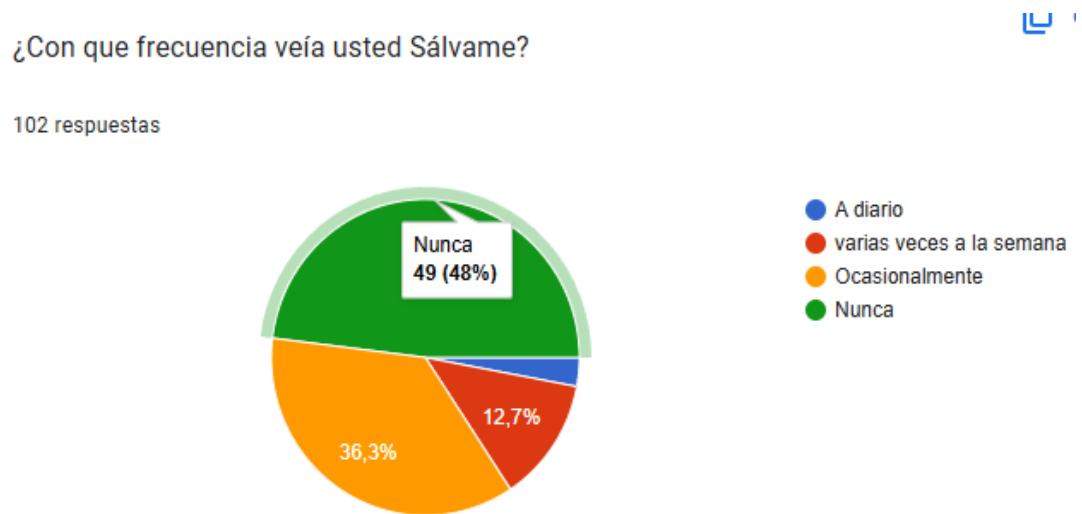
En los próximos apartados se procederá a la explicación y presentación de los resultados que se han obtenido en la encuesta, así como la aportación de un análisis de los datos para que se pueda entender de una manera más clara cómo es la relación que tienen los encuestados con los programas de televisión de este tipo.

4.1 Hábitos de consumo en la frecuencia de visionado:

Para poder comenzar con la investigación tenemos que saber cuál es la frecuencia en la que la sociedad encuestada veía el programa en su día a día.

Casi el 50% de los encuestados no ha visto en ningún momento de su vida el programa 'Sálvame', eso quiere decir que este tipo de formato no ha llegado a penetrar en la porción de población encuestada.

Gráfico 1. Hábitos de consumo en la frecuencia de visionado



Fuente: Elaboración propia

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

El hecho de que casi el 50% de los encuestados no hayan visto nunca el programa Sálvame, puede llegar a indicar que este tipo de formato no ha conseguido captar la atención del público más joven. Se puede llegar a entender este resultado por la tendencia que está habiendo en cuestión a los cambios de los hábitos de consumo. Se puede deber a la introducción en el mercado de las plataformas digitales y a las redes sociales, que le han quitado ese protagonismo que solía tener.

Por otra parte, con ese 36,3% de encuestados que veían ocasionalmente el programa a lo largo de la semana, sugiere que, aunque no se trata de una audiencia del todo fiel, sí que es un sector de la juventud que ha consumido el programa. Este dato se puede deber a diferentes factores como el horario que tenía o la accesibilidad que tenía el espectador para ver la tele.

Con el 12,7%, el grupo que veía varias veces a la semana y aunque sea un grupo reducido, se puede sacar la conclusión de que sí que había un grupo de espectadores que tenía el programa ‘Sálvame’ como un contenido de interés.

Los datos reflejan una tendencia en la mayoría de un bajo consumo del programa, con un porcentaje mayoritario que nunca lo ha visto y el minoritario que lo veía a diario.

4.2 Valores en negativo que promovía ‘Sálvame’ en la sociedad:

Se trata de uno de los puntos más importantes de la investigación, saber cuál es el pensamiento que tiene la población en cuanto a los valores que promovía ‘Sálvame’.

Más del 70% de la población encuestada cree que el programa promovía valores negativos que podrían llegar a afectar a la sociedad. Esto supone el que este formato tenga una mala imagen para con la sociedad preguntada.

Gráfico 2 Valores en negativo que promovía ‘Sálvame’ en la sociedad



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico podemos ver que la gran mayoría está de acuerdo con que ‘Sálvame’ promovía valores negativos en la sociedad. Más del 74% de los encuestados dicen que, en algún tipo de nivel, ‘Sálvame’, promovía valores negativos.

Por otra parte, de manera contraria un 23,5% señala que ‘Sálvame’ no promovía ningún tipo de valor negativo, con esto se indica una diversidad en las opiniones de los encuestados. Se puede deber al contexto social de cada uno, los tipos de programas que consumen y la propia percepción que tiene cada uno acerca del entretenimiento.

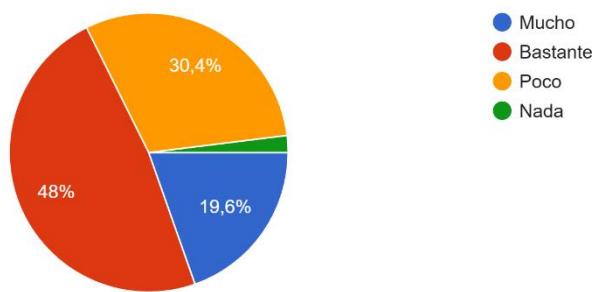
4.3 Medida en la que influenciaba en la opinión pública

En el gráfico podemos observar que casi el 100% de los encuestados piensa que, de una manera u otra, ‘Sálvame’, influye en la opinión pública. La gran mayoría de los encuestados, con un 67,6% percibe que el programa tiene una influencia significativa en lo que a la opinión del público se refiere. Esto sugiere que los espectadores reconocen que ‘Sálvame’ tiene una función sobre la gente que supera lo que es el entretenimiento, reconocen que este formato es capaz de cambiar la mentalidad y la opinión de aquellos que están viendo el programa. Se afirma que son capaces de crear un debate en torno a ciertos temas de la sociedad e incluso son capaces de establecer un marco de interpretación de lo que está sucediendo.

Gráfico 3. Medida en la que influenciaba en la opinión pública

¿En qué medida cree que el programa influenciaba en la opinión pública?

102 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El que casi un tercio de los encuestados opine que, aunque sea un poco, también tiene su relevancia. Es relevante ya que se puede tomar como inicio de la preocupación de que los medios de comunicación tienen el poder de moldear a su gusto la opinión pública, bien es cierto que con un poco de influencia no se puede llegar a tener un gran impacto en la sociedad y en su opinión.

Que solo un 2% de la gente que ha realizado la encuesta haya votado que no tiene ningún tipo de influencia, puede tener la opinión de que los programas de este estilo de formato no consiguen calar en los problemas que realmente pueden llegar a preocupar a la sociedad.

4.4 Fomento del morbo y sensacionalismo por parte del programa

Este tipo de programas tienen la fama de basarse en sus noticias en temas sensacionalistas y morbosos, más del 90% de los encuestados afirma que, en cierta medida, 'Sálvame' fomentaba esos temas. Temas como la vida privada de los famosos del país como divorcios, bodas o embarazos que no se han publicado. Además de escándalos o eventos sociales.

Gráfico 4. Fomento del morbo y sensacionalismo por parte del programa



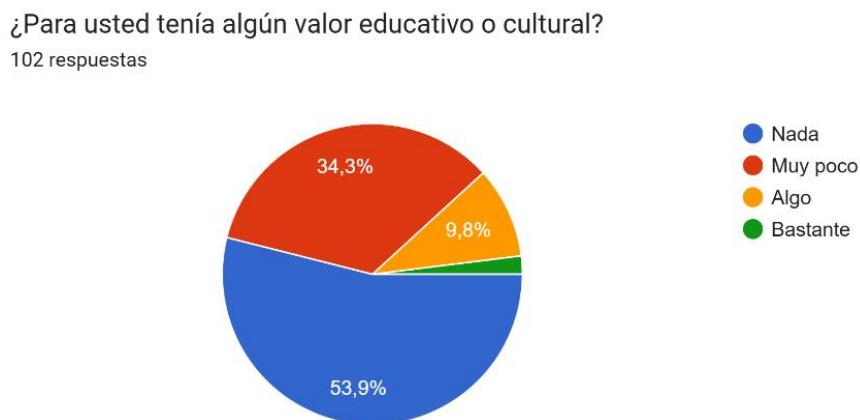
Fuente: Elaboración propia

Con más del 90% de los encuestados, se llega a la conclusión de que el programa 'Sálvame' fomentaba en cierta medida el morbo y sensacionalismo. Esto destaca la percepción mayoritaria de que los elementos que destacan, generando controversia en el programa, es la manera en la que este tipo de formato utilizaba las noticias morbosas y sensacionalistas para generar más contenido y así poder conseguir mejores números. Este dato puede estar directamente relacionado con la mala imagen que ha recibido 'Sálvame' y que se ha podido percibir en respuestas anteriores.

4.5 Valor educativo que le da el ciudadano al programa

Con una amplia mayoría en los encuestados, se refleja que el programa no tenía ningún tipo de contenido formativo o enriquecedor para el público. Con un 88,2% entre las opciones de 'nada' y 'un poco' se llega a la conclusión de que 'Sálvame' no tiene ningún tipo de valor cultural o educativo según la opinión de los encuestados.

Gráfico 5. Valor educativo que le da el ciudadano al programa



Fuente: Elaboración propia

Este resultado se puede percibir como una crítica al tipo de formato que se utiliza en el programa e incluso a los medios de comunicación que ponen en primer lugar programas de este estilo antes que los que tienen una calidad meramente informativa, educativa o cultural.

Con estos resultados reforzamos las ideas que tenía la gente encuestada acerca de que los programas de este estilo solo se enfocan en el sensacionalismo y en el morbo.

Un 9,8% piensa que en cierta medida tenía algo de valor educativo o cultural, se puede adjudicar al fenómeno cultural que ha supuesto el programa en la vida de la gente del país y no al propio contenido que tenía. El programa ha formado parte del panorama de entretenimiento español por más de una década influenciando en la manera de hablar, de cómo tratar los conflictos e incluso en la manera en la que se hacen los programas.

4.6 Opinión acerca de si la telebasura quita mérito al periodismo

Más del 90% cree que la telebasura y estos tipos de formatos pueden llegar o quitan cualquier tipo de mérito que tiene el periodismo español.

Gráfico 6. Opinión acerca de si la telebasura quita mérito al periodismo



Fuente: Elaboración propia

Los resultados de la encuesta muestran que casi el 92% de las personas que han realizado la encuesta piensan que, en algún tipo de escala, la telebasura tiene un impacto negativo en la labor del periodismo. Se puede deber a que actualmente es difícil diferenciar lo que es una información rigurosa de una que simplemente se hace por el entretenimiento. Este conflicto convive con el debate acerca de la banalización de la información, de la especulación en torno a las noticias o a la perdida de los valores éticos de algunos programas.

La audiencia puede encontrar difícil el diferenciar lo que es periodismo de lo que es entretenimiento o diferenciar lo que informar de lo que es distorsionar la realidad que se presenta.

4.7 Que impacto ha tenido 'Sálvame' en los hábitos de consumo de España
Los encuestados afirman, con un 47, 1%, que lo único que hacía este tipo de programas era fomentar el visionado y el consumo de formatos similares. Esto hace que los hábitos de consumo en España se moldeen alrededor de este tipo de programas y espacios en la televisión española.

Gráfico 7. Que impacto ha tenido 'Sálvame' en los hábitos de consumo de España



Fuente: Elaboración propia

Dados estos resultados se puede ver claramente que no solo tuvo una gran presencia en la televisión, sino que también pudo moldear los gustos, los formatos y además la oferta de programas con estilo similar.

Con este resultado se está generando por parte de 'Sálvame' una tendencia en cuanto a la manera en la que se realizaban los programas. En el aspecto de como influía en la manera en la que se hacía televisión, el 39,2% opina que 'Sálvame' imponía un estándar en cuanto a la forma de crear formatos con mayor presencia sensacionalista o la dinámica del conflicto.

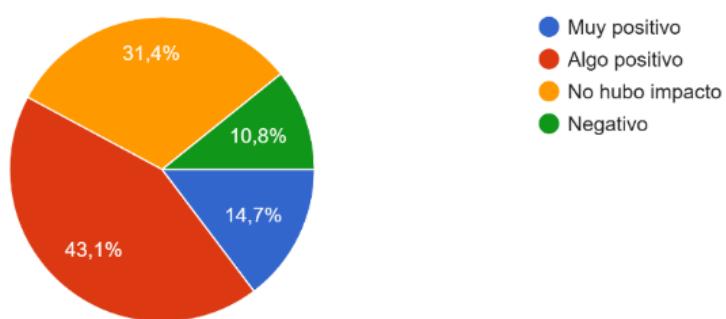
El 10.8% opina que este estilo de formato lo único que hacía es que el público perdiera el interés en los programas de televisión del estilo. Se puede deber a una saturación de este tipo de programas o que se percibían como una influencia negativa. Y tan solo un 2,9% indicó que no tenía ningún tipo de impacto en el consumo de los espectadores.

4.8 Consideración de su cancelación en el impacto para la televisión

Gráfico 8. Consideración de su cancelación en el impacto para la televisión

¿Considera que su cancelación tuvo un impacto positivo en la televisión?

102 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Casi un 58% de los encuestados, en cierto modo, creen que la cancelación de 'Sálvame' sí que tuvo un impacto en la sociedad en un modo positivo. Esto se puede entender como un síntoma de cansancio por parte de la sociedad en cuanto a los programas de este tipo. Se puede entender como la necesidad de tener programas que no se enfoquen en temas del corazón sino de temas que profundicen y creen un debate sano.

Por otro lado, el 31,4% cree que su cancelación no tuvo ningún tipo de impacto, sugiriendo que su cancelación se debe a que ya perdió su relevancia en la parrilla televisiva o que no ha supuesto ningún cambio en la programación.

A contrario de lo que piensa la gran mayoría, el 10,8% piensa que la cancelación de 'Sálvame' tuvo un impacto negativo en la televisión, en gran posibilidad a que se perdió un programa de entretenimiento diario que mucha gente veía.

En cuanto a las razones que hacen responder que, sí que ha tenido impacto, ya sea positivo o negativo los encuestados justifican de la siguiente manera:

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

Tabla 1. Razones de los encuestados para justificar el impacto de Sálvame.

Porque dejó de haber entretenimiento en la tele
Al cancelar Sálvame, telecinco perdió muchísima audiencia
Ceo que debería volver, era la rutina y la alegría de muchas personas
Mucha gente lo criticaba, pero también conocía de qué se hablaba aquellas tardes. Cuando desapareció, muchos lo han echado y echan de menos, aunque lo hagan en su intimidad.
porque se eliminó un programa que promovía la telebasura, y eso siempre es muy positivo
Porque al final era parte de nuestra cultura, Sálvame se ha consolidado como cultura popular española que luego ha derivado en cultura de internet a través de memes y otros clips. Al final es una seña de identidad cómica y no hacía daño a nadie. Además de dejar a muchas abuelas solas y tristes por las tardes claro.
La cadena perdió espectadores
Porque era una tradición, verlo todos los días no hacía daño a nadie

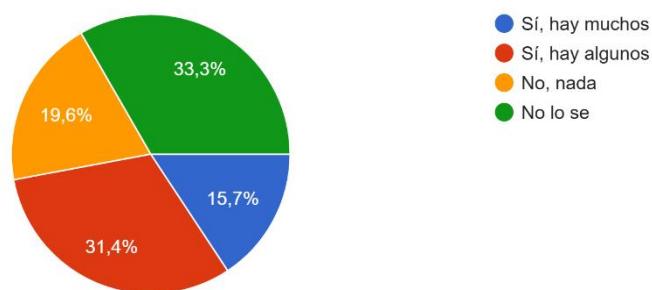
Fuente: Elaboración propia

4.9 Posibles relevos de 'Sálvame' al dejar de emitir en televisión

Gráfico 9. Posibles relevos de 'Sálvame' al dejar de emitir en televisión

¿Cree que algún programa actual ha tomado el relevo de Sálvame?

102 respuestas



Fuente: Elaboración propia

El 47,1% de los encuestados creen que sí que hay varios programas actuales que siguen los mismos pasos de 'Sálvame' en cuanto a formato. Mientras que más de la mitad de los encuestados o no saben si existe algún programa que haya tomado el relevo de 'Sálvame' o no creen que haya alguno que lo haya hecho.

Estos han sido algunos de los programas que los encuestados han dicho que han tomado el relevo del formato que utilizaba Sálvame:

Tabla 2. Ejemplos de relevos televisivos de 'Sálvame'

Ni que fueramos shhh	El diario de jorge
gran hermano	El cotilleo está al orden del día y más en tele5
Mañaneros, ana rosa	Pues el de por la tarde
El programa de Ana rosa	Tardear
De Viernes	El nuevo que hacen ellos, ni que fuéramos shhh
Tele 5 en sí	No se como se llama pero existe
La isla de las tentaciones	TardeAR, Socialite
TardeAR	De viernes!
Ni que fueramos en ten	Supervivientes, de viernes

Fuente: Elaboración propia

'Ni que fuéramos shh' es un formato muy similar al que tenía 'Sálvame', son los mismos colaboradores y presentadores del programa solo que en este formato se emite en la cadena de televisión Ten. Se trasladó aquí tras la cancelación en Telecinco y estuvo consiguiendo buenos resultados para ser una cadena que poca gente conoce y consume.

'Mañaneros', 'Ana Rosa' y 'TardeAr' son programas que siguen un patrón muy parecido. Comienza el programa con noticias sobre política, economía y demás temas que no son del corazón y cuando llega el final del programa, la última parte está dedicada a los temas de las celebridades y el morbo.

‘De Viernes’ sigue la estela de ‘Sálvame Deluxe’, un formato que salió de ‘Sálvame’, en el que las entrevistas a famosos y celebridades de España están a la orden del día. En la propia página web se presenta con exclusivas, corazón y entrevistas.

‘La isla de las tentaciones’ y ‘Gran Hermano’ son dos de los programas más famosos que tiene actualmente Telecinco. Ambos son programas de telerrealidad en la que la única finalidad que tiene es crear morbo y entretenimiento a los espectadores.

5. CONCLUSIONES

Al reunir todos los resultados sobre las respuestas de la encuesta realizada, ha sido posible analizar en profundidad cuál ha sido la influencia que ha tenido el programa ‘Sálvame’ en la audiencia joven palentina. Además, se ha podido reflexionar sobre el impacto sociocultural que tiene este tipo de formatos televisivos en la parrilla española. A través del análisis de la encuesta realizada a distintos perfiles de audiencia, se han obtenido una serie de resultados que permiten responder la gran mayoría de los objetivos y de las hipótesis planteadas.

Con el objetivo principal de analizar la influencia que ha tenido el programa ‘Sálvame’ en la audiencia palentina, prestando atención a los valores que promulga y a los hábitos de consumo de la televisión, se ha podido llegar a la conclusión de que la ciudadanía palentina no ha tenido una gran influencia por parte del programa, puesto que una gran mayoría no tenía como rutina o siquiera veía el programa.

En lo que, sí que coinciden todos en que los valores que promulgaba el formato no eran los mejores, la gran mayoría afirma que solo tenía valores negativos y que eso era malo para la audiencia. En cuanto a los hábitos de consumo sí que ha tenido una gran resultado, reafirmando que los jóvenes muestran un menor o escaso interés por este tipo de formato en comparativa a las personas más mayores.

El formato que tenía el programa ha sido replicado en diferentes cadenas y en otros programas. Esto confirma que el impacto y la influencia que tenía ‘Sálvame’ hizo que el resto de las cadenas de televisión de España quisieran tener su propio ‘formato y poder’.

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

así cosechar el éxito que tuvo durante los años que estuvo en emisión. Respecto a los valores percibidos por la audiencia, una parte muy significativa de los encuestados considera que el programa valora los valores que estaban vinculados al conflicto, a la exposición de los famosos y lo frívolo.

En relación con los valores que promovía en la sociedad se refuerza la idea de que los programas que tienen este tipo de formatos, en específico ‘Sálvame’, quita cierta credibilidad al periodismo profesional, ya que con sus acciones difuminan la línea entre lo que es información veraz con lo que es el espectáculo emocional.

Tras hacer el análisis de la encuesta se confirma la hipótesis de que ‘Sálvame’ contribuyó en cierta medida a que los elementos que forman la temática del sensacionalismo y el morbo fueran aceptados en la sociedad como parte de un entretenimiento que se produce en todas las cadenas de televisión de España como algo habitual. Con esto no se puede diferenciar lo que es información de lo que es espectáculo. La hipótesis de que gracias a la creación de este programa se produjeron más del mismo formato también se confirma, ‘Sálvame’ abrió las puertas a que este tipo de formatos se expandiese en diferentes cadenas y franjas horarias.

Muchos de los programas que se han puesto como ejemplo en una de las respuestas de la encuesta presentan el mismo estilo a la hora de ejecutar el programa, se basan en la emoción, en la polémica casi constante y en sacar a la luz temas de la vida privada de los famosos del país.

Como ya se ha manifestado anteriormente, sí que se confirma la hipótesis de que el público considera que el programa ‘Sálvame’ le quita prestigio y credibilidad a la profesión del periodismo, confundiendo a la audiencia sobre qué es información objetiva. Como se ha podido comprobar y se ha mencionado antes, el público joven no seguía de manera regular el programa, muchos de los encuestados no habían visto nunca el programa. Esto hace pensar que las generaciones nuevas no tienen interés en la televisión o por lo menos en programas que sigan este formato.

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

6. Declaración sobre el uso de Inteligencia Artificial

Para la realización de este trabajo la inteligencia artificial se ha utilizado para una única tarea, ordenar alfabéticamente la bibliografía.

7. BIBLIOGRAFIA

AIMC EGM. (2024).

<https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>

Aznal, J. (2022, 22 noviembre). ¿Coinciden los informativos de televisión con más audiencia con los de mayor credibilidad? *El Debate*.
https://www.eldebate.com/cine-tv-series/20221107/coinciden-informativos-television-mas-audiencia-mayor-credibilidad_70663.html?utm_source=chatgpt.com

Barlovento Comunicación (2024). Informe Anual ANÁLISIS AUDIENCIA TV.
https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2025/01/Analisis-Audiencia-TV_ano-2024_Barlovento.pdf

Berganza Conde, M. R., Ruiz San Román, J. A., & García Galera, C. (2010). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw Hill.

De Casas Moreno, P., López, P. M., & Gómez, J. I. A. (2016b). Análisis de contenido de la programación sensacionalista pública española: propuesta de cuestionario como medidor de los hábitos de la audiencia audiovisual. *Revista ICONO14*, 14(1), 1-23. <https://doi.org/10.7195/ri14.v14i1.914>

de-Casas-Moreno, P., Vizcaíno-Verdú, A. y Aguaded, I. (2020). La televisión sensacionalista y hábitos de consumo en España e Italia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 26(2), 483-496.
<https://doi.org/10.5209/esmp.67582>

- Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa 'Sálvame' en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.
- Gallardo, M. (2022). Federación de Asociaciones de Periodistas de España (ARCHIVO PDF).

<https://www.miguelgallardo.es/fafe-salvame.pdf>

Informe Sociedad Digital en España 2023. (s. f.).
<https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/sociedad-de-la-informacion/2023/>

Jaén, B. G., & Jaén, B. G. (2023, 10 mayo). La tele perdió a los jóvenes. Ahora busca su futuro. *El País*
<https://elpais.com/eps/2023-04-30/la-tele-perdio-a-los-jovenes-ahora-busca-su-futuro.html>

López Vidales, N. (2010). Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión: tendencias de consumo en jóvenes de 14 a 25 años. *Ocendi*, 288.
https://www.ocendi.com/descargas/informetv_web.pdf

Miguelez, X. (2023, 23 junio). 'Sálvame', en datos: las mejores y peores audiencias del programa entre 2009 y 2023. *El Confidencial*.
https://www.elconfidencial.com/television/programas-tv/2023-06-23/salvame-datos-evolucion-audiencias-2009-2023_3669804/

omar@medialabs.es (2025, 31 marzo). Informe de Imagen 2023: Principales cadenas y programas - Personality Media. *Personality Media*.
<https://www.personalitymedia.es/informe-de-imagen-2023-principales-cadenas-y-programas/>

Real Academia Española. (s.f.). Cultura. En *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 10 de febrero de 2019, de
<https://dle.rae.es/telebasura?m=form>

Redacción. (2010, 9 julio). La televisión, según un estudio de Ocendi, gusta poco a los jóvenes. *Panorama Audiovisual*
https://www.panoramaaudiovisual.com/2010/07/09/la-television-segun-un-estudio-de-ocendi-gusta-poco-a-los-jovenes/?utm_source=chatgpt.com

Redacción. (2023, 23 junio). La historia de 'Sálvame' en términos de audiencia hasta su cancelación. *FormulaTV*.

Hernán Bouzo, J (2025). Impacto del programa ‘Sálvame’ en el comportamiento y los valores de la sociedad joven de Palencia
Trabajo de Fin de Grado en Periodismo. Universidad de Valladolid. Curso 2024-2025.

<https://www.formulatv.com/noticias/historia-salvame-terminos-audiencia-telecinco-123121/>

Rodríguez, E., & Rodríguez, E. (2025, 15 enero). La “telebasura”: un fenómeno social preocupante | Telos. *Telos* | Archivo.
https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero066/la-%C2%93telebasura%C2%94-un-fenomeno-social-preocupante/?utm_source=chatgpt.com

Roig, N. A. (2006). Lorenzo Díaz, La caja sucia. Telebasura en España. *Ànalisi*, 33, 215-217.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5916820>

Tones, J. (2024, 4 septiembre). Telecinco registra la audiencia más baja de toda su historia: Jorge Javier y Latre siguen sin dar con la... *Xataka*.
https://www.xataka.com/cine-y-tv/telecinco-registra-audiencia-baja-toda-su-historia-jorge-javier-latre-siguen-dar-clave-exito?utm_source=chatgpt.com

Uteca (2023) La percepción social de la televisión en abierto (ARCHIVO PDF)
<https://uteca.tv/wp-content/uploads/2023/10/INFORME-BAROMETRO-UTECA-2023-LA-PERCEPCION-SOCIAL-DE-LA-TV-EN-ABIERTO.pdf>

8. ANEXO

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf4uFewtNAYMG0zBeJlWVVSZOMowPBLK4FpMZi7wCKYasGKsA/viewform?usp=header>