

Sálvame, un formato paradigmático de la hibridación de géneros en la historia de la televisión española

Josep Camacho VilaUniversidad CEU San Pablo  **María Teresa Mercado Sáez**Universitat de València  <https://dx.doi.org/10.5209/hics.105878>

Recibido el 12 de febrero de 2025 • Aceptado el 8 de junio de 2025

Resumen. El 23 de junio de 2023 se emitía el último capítulo de uno de los formatos más exitosos de la oferta televisiva española desde su estreno en 2009: *Sálvame*, seña de identidad de Telecinco (Grupo Mediaset). Este estudio pretende determinar el género al que se adscribía el formato y cuáles eran los elementos que contribuyeron a su éxito y permanencia en pantalla durante catorce años con una cuota de pantalla superior a la media de la cadena, siendo esta la más vista en España durante diez años consecutivos (2012-2022). Tras la realización de veinte entrevistas en profundidad, los resultados señalan a *Sálvame* como caso paradigmático de hibridación televisiva. Esta mezcla de géneros volcados en el entretenimiento es la principal baza del programa.

Palabras clave: Televisión, *Sálvame*, hibridación géneros, programación, formatos televisivos.

ENG *Sálvame: A Paradigmatic Format of Genre Hybridization in the History of Spanish Television*

Abstract. On June 23, 2023, the last episode of one of the most successful formats on Spanish television since its premiere in 2009 was broadcast: *Sálvame*, the hallmark of Telecinco (Mediaset Group). This study aims to determine the genre to which the format was ascribed and what were the elements that contributed to its success and permanence on screen for fourteen years with a screen share higher than the average of the channel, being this the most watched in Spain for ten consecutive years (2012-2022). After conducting twenty in-depth interviews, the results point to *Sálvame* as a paradigmatic case of television hybridization. This mix of genres focused on entertainment is the main asset of the program.

Keywords: Television, *Sálvame*, genre hybridization, programming, television formats.

Sumario: 1. Introducción. 2. Estado de la cuestión. 3. Objetivos y metodología. 4. Resultados. 4.1. Definiendo *Sálvame*. 4.2. Elementos configuradores del programa. 5. Discusión. 6. Conclusiones. 7. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Camacho Vila, J. y Mercado Sáez, M. T. (2025). *Sálvame, un formato paradigmático de la hibridación de géneros en la historia de la televisión española*. *Historia y Comunicación Social* 30(2), 357-365.

1. Introducción

El 23 de junio del año 2023 se emitía el último capítulo de uno de los formatos más exitosos y comentados de la oferta televisiva española desde su estreno en 2009: *Sálvame*. Aplaudido y vilipendiado por la audiencia y la crítica a partes iguales, el espacio de la productora La Fábrica de la Tele, creado por Óscar Cornejo y Adrián Madrid, mantuvo altas cuotas de audiencia convirtiéndose en buque insignia de las tardes y seña de identidad de Telecinco (Mediaset España). Su presentador, durante cuatro horas diarias, incluso cinco, Jorge Javier Vázquez, fue acompañado o sustituido por Adela González, Terelu Campos, María Patiño, Paz Padilla y Carlota Corredera, entre otros. La larga lista de colaboradores incluye a famosas como Belén Esteban o Mila Ximénez; periodistas del corazón como Lydia Lozano, Karmele Marchante y Chelo García-Cortés; exconcursantes de *Gran Hermano* como Kiko Hernández, Marta López y Aída Nízar, e inclasificables como Kiko Matamoros.

La desaparición de *Sálvame* tras 3639 emisiones provocó movimientos en la parrilla de Telecinco en el contexto de una nueva estrategia de programación a largo plazo tras la marcha del que fue consejero delegado de Mediaset España durante 23 años, Paolo Vasile. El grupo deseaba cambiar de estilo y dejar atrás los formatos de La Fábrica de la Tele. Ana Rosa Quintana, que lideraba las mañanas, pasó a la tarde a ocupar buena parte del vacío que dejaba *Sálvame*. Antena 3 reaccionó fichando a la hasta entonces compañera en el acceso mediodía, Sonsoles Ónega, para presentar *Y ahora Sonsoles*, que durante la primera temporada venció el 84% de las emisiones¹. Al mismo tiempo, los nuevos responsables actualizaron su código ético en febrero de 2023 para distinguir claramente los contenidos informativos de los de entretenimiento especificando que los presentadores y colaboradores de formatos de entretenimiento debían abstenerse de emitir opiniones, preferencias o comentarios políticos en el seno del programa. Tampoco podían atacar o criticar a ningún otro programa de la compañía o a sus presentadores y colaboradores.

El experto y programador televisivo José Ángel Cortés (Marcos, 2024) considera que un año después, los cambios no habían funcionado: “La cadena sigue sin dar en la tecla de uno o varios programas que consigan una audiencia similar a *Sálvame*. El boquete de audiencia que tienen en la tarde es grande y eso lastra, además, los programas que vienen detrás”. Por su parte, los verdaderos protagonistas del formato, algunos de sus presentadores y colaboradores, mantuvieron vivo el espíritu del programa en *Ni que fuéramos Shhh*, al no poder aludir a *Sálvame* por una cuestión de derechos. Creado por Fabricantes Studio, la heredera de La Fábrica de la Tele, primero se emitió en plataformas como YouTube o Twitch hasta que encontró acomodo en la cadena TEN del grupo Secuoya, donde les veían unos 200.000 espectadores de media. Fue el programa diario más visto en la historia de TEN y uno de los directos más seguidos en YouTube (Fórmula TV, 2025). Su última emisión se produjo el 27 de marzo de 2025 después de que gran parte del equipo comenzara a trabajar en un nuevo programa para La 1 de RTVE en el que participarían la mayoría de los colaboradores habituales. Le llamaron *La Familia de la tele* y apenas permaneció un mes y medio en antena (32 emisiones, del 5 de mayo al 18 de junio de 2025).

Son numerosos los artículos periodísticos que dieron cuenta de lo que sucedía en *Sálvame*, sus cambios de presentadores, las polémicas entre colaboradores o su cancelación, pero su estudio no ha sido abordado desde una perspectiva académica. Del mismo modo que se han investigado programas como *La Máquina de la Verdad* de Telecinco (Mateos-Pérez, 2020) o *Tómbola* de Canal 9 (Mercado-Sáez, 2020), *Sálvame* requiere un acercamiento riguroso para dar respuesta a dos preguntas de investigación: a qué género se adscribía y cuáles eran sus señas de identidad, es decir, los elementos que contribuyeron a su éxito y vigencia durante catorce años abundando en el estudio de los programas de la historia de la televisión en España e ignorando los prejuicios y el desprecio al medio que denuncia Palacio (2024).

2. Estado de la cuestión

La televisión privada apareció en España décadas después que en el resto de Europa (Bustamante, 2006) e incrementó aún más la fragmentación de las audiencias producida tras el fin del monopolio de TVE y el surgimiento de las autonómicas (Roel, 2012). Con la llegada de Antena 3 y Telecinco en 1990 cristalizaba la denominada Neotelevisión², en la que la lucha por alcanzar los más altos índices de audiencia definió las estrategias de programación (Gómez-Escaloniella, 2003; Orza, 2002; Prado y Delgado, 2010), teniendo en cuenta que la programación no solo constituye la identidad de un canal. Como afirman Moreno y Montero-Díaz (2022), determinadas costumbres que se difunden por la televisión impregnán progresivamente la sociedad y se transmiten como hechos normales.

De acuerdo con Cebrián Herreros (2004), los formatos televisivos se diseñaban pensando en la competitividad, que transformó la programación de las cadenas existentes y estructuró la de las recién llegadas (Roel, 2014:158). Además, otros dos aspectos diferencian este modelo de la anterior Paleotelevisión: la autorreferencia, es decir, la televisión habla de sí misma y se promociona; y una mayor hibridación de los géneros, combinando la información, el entretenimiento y la publicidad (García-Lomas, 2016). La hibridación es entendida como mestizaje, como intersección entre ingredientes, ideas o formatos y “ha sido tradicionalmente una herramienta para crear e innovar en todos los ámbitos”, señala García Jiménez (2011: 39).

Los géneros en televisión se definen por un complejo conjunto de rasgos: relaciones entre contenidos, formas, roles discursivos, actos lingüísticos, etc., y otras ‘regularidades’ ligadas a ellos como el sistema de expectativas, los hábitos de recepción, la importancia atribuida al programa y los criterios de programación, según Wolf (1984: 189). En definitiva, son una forma de hacer, un conjunto de reglas de producción discursiva a partir de las cuales se crean los distintos programas o formatos. Para Saló (2007:13), desde el punto de vista técnico, un formato es “el desarrollo concreto de una serie de elementos audiovisuales y de contenidos que conforman un programa determinado y lo diferencian de otros”. De acuerdo con Casetti y di Chio, (1999: 292), la cuestión es crucial porque investigaciones empíricas habían mostrado que la recepción se centra en torno a determinados núcleos de significado coherente (géneros, programas), “respecto a los que el usuario activa complejas dinámicas de proyección e identificación”.

Ficción, información y entretenimiento constituyen un punto de partida como macrogéneros esenciales, pero la hibridación entre ellos es constante y así, el *infoshow* recorre la programación en los noventa buscando provocar la emotividad en el espectador a través de la espectacularización, el sensacionalismo y la

¹ En febrero de 2025 Ana Rosa Quintana volvía a las mañanas dando por perdida la batalla vespertina.

² Los conceptos Paleotelevisión y Neotelevisión fueron desarrollados por Umberto Eco en 1986. Casetti y Odin (1988) retomaron la oposición que sirvió de base para el análisis televisivo posterior.

banalización de los hechos de actualidad (Gordillo *et al.*, 2011) ya fueran acontecimientos políticos, sucesos o crónica rosa narrados en espacios especializados o en magacines “ómnibus o almacén donde cabe todo: noticias, reportajes, entrevistas, tertulias, actuaciones, sainetes, seriales, etc.” (Barroso, 2002: 350).

Fueron los años en los que se vieron los primeros *realities* y triunfaron los *talk show*, donde se tratan “cuestiones sensibles para todos los seres humanos, según las reglas dramáticas que hacen interesante un relato, mientras que el presentador actúa como un narrador indirecto” (Cabeza y Casado, 2020: 442-443). Los hubo de todo tipo, desde *Crónicas Marcianas* (Telecinco, 1995-1997) a los testimoniales, máximos exponentes de la televisión “compasional” (Lacalle, 2001: 32), como *El programa de Ana* (Telemadrid, 1994-1996), después solo *Ana* en Telecinco (1996-1999).

En el año 2000 se estrenó *Gran Hermano*, el formato que introdujo la telerrealidad, la vida en directo en una pantalla o en varias porque se podía seguir 24 horas en la web. La primera edición de la adaptación de *Big Brother* fue todo un hito televisivo en España. En la temporada 1999/2000, fue uno de los programas más seguidos lo que supuso el paso de una programación de corte familiar y costumbrista a otra que apostaba por una fórmula desconocida hasta entonces. Más de nueve millones de espectadores vieron la final, equivalentes al 70,8% de share (Ibáñez, 2017). El estudio de Jones (2003) sobre las tres primeras ediciones de la versión inglesa, que se difundió por internet, televisión terrestre y digital, telefonía fija y móvil, concluye que esta forma de televisión multiplataforma involucra creativamente a los espectadores en varios niveles, permitiéndoles desarrollar estrategias que satisfacen el deseo de presenciar “lo real” a través de la cámara. La realidad se convierte en un espectáculo televisivo (Saló, 2007). Como resultado, a principios de los 2000, Telecinco incrementó sus beneficios hasta llegar a los 25.742 millones de pesetas (...) siendo una de las claves su apuesta por *Gran Hermano*, que registró una marca histórica de audiencia, convirtiendo al canal en la segunda cadena comercial más rentable de Europa por segundo año consecutivo (Moreno y Montero-Díaz, 2022).

El origen del género se encuentra en la década de los ochenta cuando se narraron emocionantes historias reales en directo. Sin embargo, con la telerrealidad las historias narradas se crean dentro de la televisión. Por tanto, aunque puede situarse el inicio de la hibridación y reciclaje de géneros y formatos con el nacimiento de la Neotelevisión, constituyendo uno de sus rasgos (Gordillo *et al.*, 2011), es con el auge de la telerrealidad cuando se empiezan a explorar nuevos territorios y universos televisivos, con límites cada vez menos definidos (Imbert, 2011). Comenzaba la etapa de la postevisión (Riera, 2003), metatelevisión (Tous, 2009) o hipertevisión, en palabras de Scolari (2008) y Gordillo (2009).

La postevisión se caracteriza, entre otros aspectos, por la liberalización del mercado, la multiplicación de la oferta, la interactividad, una mayor especialización y una comunicación de elección, no de imposición (Riera, 2003). Se diferencia de la anterior etapa por su expansión por cable y la aparición de canales premium y plataformas digitales. La competencia creciente acentúa la autorreferencialidad, la intertextualidad y la mezcla de géneros (Tous, 2009) en un momento en que televisión ha empezado a compartir espacio con ordenadores y redes sociales. Para Scolari (2008), desde una perspectiva semiótica, la hipertevisión expande historias y multiplica las narrativas que se difunden a través de diferentes plataformas. Por otro lado, los límites entre ficción y realidad se diluyen siendo el género híbrido por excelencia en esta etapa el *reality show*.

Centrándonos en el contexto español, a mediados de la primera década del siglo xxi, como explica Gutiérrez Lozano (2020), España experimentó un cambio sustancial del mapa audiovisual debido, entre otros aspectos, a la pérdida de influencia y liderazgo informativo de la televisión pública, a la aparición de nuevos canales (Cuatro, en 2005 y La Sexta, en 2006), o la llegada de la TDT, con el apagón analógico en 2010. Palacio (2024) llama a la etapa que va desde 1996 a 2008 como la “Edad de Oro” de la televisión en España produciéndose un hecho novedoso: en la temporada 2004-2005, las privadas superan a la pública (Antona, 2022).

Los siguientes años suponen un periodo de transición hacia la televisión digital en un contexto de redefinición debido al incremento de oferta de contenidos audiovisuales y de nuevas formas de consumo multiplataforma en *streaming* y a la carta, de acuerdo con González-Neira y Quintas-Froufe (2020). Para ellas, nos encontramos en una fase de “televisión líquida” en la que la oferta se hace infinita por lo que el concepto de parrilla televisiva se diluye (Quintas-Froufe y González-Neira, 2016). Este nuevo proceso provoca que “la televisión de hoy, lejos de favorecer la convivencia y las relaciones intrafamiliares, fomenta el aislamiento y la compartimentación de la unidad familiar” (Chicharro Merayo, 2022: 1055). Sin embargo, a pesar de la enorme cantidad de contenidos audiovisuales, la televisión sigue apostando por nuevos formatos que consigan acoplarse al ecosistema actual. La prueba-error con algunos nuevos programas se combina con el encaje perpetuo de clásicos como los magacines matinales o vespertinos, las telenovelas y los concursos (Moreno-Díaz y Medina-de la Viña, 2020; Toledo y Gordillo, 2024).

3. Objetivos y metodología

Dos son los objetivos de este trabajo: determinar el género del programa *Sálvame* y averiguar los rasgos que explican que el espacio se mantuviera en las tardes de Telecinco durante catorce años con una cuota de pantalla superior a la media de la cadena, siendo esta la más vista en España durante diez años consecutivos (2012-2022).

Durante los dos primeros años de *Sálvame*, La 1 se situaba por encima de Telecinco, pero a partir de 2011 se puso por delante, como puede apreciarse en la tabla 1.

Tabla 1. Share (%) de Telecinco, Antena 3 y La 1 en la franja horaria de *Sálvame Limón y Naranja*

Año	Sálvame	Antena 3	La 1
2009	16,8	9,4	19,9
2010	17,4	7,7	19
2011	18,1	10,8	15,6
2012	16,4	12,9	12,5
2013	16,6	15	7,4
2014	17,5	15	6,9

Fuente: Datos publicados en *Fórmula TV* (2023)

La fragmentación del programa en 2015 en dos -*Sálvame Limón* y *Sálvame Naranja*- para ajustarse a la regulación de contenidos televisivos en horario infantil, reforzaba su hegemonía, alcanzando en la segunda parte del programa, *Sálvame Naranja*, el 18,7% de share. El descenso de audiencia de tres puntos se produce en 2022 (tabla 2).

Tabla 2. Share (%) de Telecinco, Antena 3 y La 1 en la franja horaria de *Sálvame*

Año	Sálvame Limón	Antena 3	La 1	Sálvame Naranja	Antena 3	La 1
2015	14,3	11,8	9,7	18,7	16	6,7
2016	13,5	10,2	10,5	18,4	15	7,3
2017	13,2	9,8	11,1	17,6	13,7	8,5
2018	12,7	10,1	11,7	17,5	13,9	8
2019	13,1	9,7	10,2	18,2	12,7	7,3
2020	14,2	9,7	9,5	18,3	10,1	7,8
2021	14,0	10,3	8,8	17,4	12,9	7,6
2022	11,7	10,5	7,6	14,1	13,5	8
2023	11,2	10,1	9,8	13,3	13,1	8

Fuente: Datos publicados en *Fórmula TV* (2023)

Atendiendo a las preguntas de investigación se opta por la técnica de la entrevista en profundidad, un método cualitativo que permite conocer el asunto abordado desde variados puntos de vista. Según Gómez-Escaloni y Barranquero (2024), la entrevista figura entre las técnicas cualitativas más utilizadas en la investigación en España (más del 35 por ciento de los estudios analizados).

Dentro de la tipología de entrevistas se escoge la semiestructurada, aquella en que las cuestiones ya están previamente planteadas en un guion, pero permite cambios en cuanto a la formulación o la incorporación de otras nuevas. El cuestionario de 16 preguntas³ se confeccionó en torno a cinco aspectos: género de *Sálvame*, claves de su éxito, modelo de programación de Telecinco, temas y tratamiento, y cancelación del programa.

La técnica de las entrevistas semiestructuradas facilita una exploración de los significados y asociaciones atribuidas por los participantes a las cuestiones planteadas, en función de su contexto, prácticas y conocimientos. Así, se definieron cuatro ámbitos de interés para la elección de los/as entrevistados/as que por su labor profesional pudieran aportar perspectivas diferentes respecto al objeto de estudio. En primer lugar, por un lado, personas que formaron parte del programa como colaboradores o redactores, guionistas, coordinadores de redacción o directores; por otro, responsables de la productora La Fábrica de la Tele; en segundo lugar, desde fuera del programa, productores ejecutivos de contenidos televisivos, expertos y críticos televisivos nacionales.

³ 1) ¿Cómo definiría *Sálvame* en términos televisivos? 2) ¿Cuáles son los elementos característicos del programa? 3) ¿Qué ha diferenciado a *Sálvame* de otros programas? 4) ¿Podría enumerar y explicar las claves de su éxito? 5) ¿Por qué no ha sido capaz de copiarse? 6) ¿Qué importancia ha tenido el espacio en la parrilla de Telecinco? 7) ¿Qué tipo de modelo de programación tenía Telecinco? 8) ¿Por qué *Sálvame* ha sido vital durante tantos años para Mediaset? 9) ¿Qué tipo de temas tenían cabida en *Sálvame*? 10) ¿Cómo describiría el tratamiento de los temas? 11) Dentro del propio formato, ¿cómo era la estructura? ¿Rígida? ¿Con posibilidad de modificación? 12) ¿En qué momento se empiezan a apreciar los primeros signos de desgaste? 13) ¿A qué se debía el desgaste? 14) ¿Cuáles han sido las causas del adiós de *Sálvame*? 15) Sin *Sálvame*, ¿cómo valora la actual programación de Telecinco? 16) ¿Hay futuro para el formato fuera de Telecinco? ¿Plataformas digitales? ¿Corto o largo alcance?

Una vez establecido el cuestionario y los actores adecuados para dar respuestas a las preguntas y objetivos de la investigación, se procedió a su localización y contacto, lo que condujo finalmente a la conversación por Teams con 20 profesionales⁴. La duración de la entrevista osciló entre cuarenta minutos y una hora y media, y fueron grabadas para su posterior transcripción. Además, se buscó el equilibrio en la distribución de género (once hombres y nueve mujeres). El análisis siguió un procedimiento de codificación inductivo mediante la lectura de las transcripciones. Primero se detectan patrones temáticos y se codifican en unidades significativas en relación con los objetivos. Después se agrupan los códigos afines y se organizan en las categorías (género y rasgos) que se desarrollan en los resultados: definición del programa y elementos configuradores (Rubin y Rubin, 2005).

4. Resultados

4.1. Definiendo *Sálvame*

Los entrevistados coinciden en destacar la flexibilidad y la difícil categorización del formato. En 2009 apareció como un espacio muy distinto a como finalizó en 2023. La primera versión se llamó *Sálvame Golfo*: “Comenzó (19 de marzo de 2009) siendo un programa de noche, era un show espectáculo. Allí teníamos a Jorge Javier Vázquez con cuatro o cinco tertulianos para comentar la gala del *reality Supervivientes*” (Profesional 2). Sus buenos datos de audiencia propiciaron una versión vespertina que se estrenó dos meses después (27 de abril de 2009) con el nombre de *Sálvame Diario*: “Cuando pasó a ser de tardes, el *Sálvame* que todo el mundo conoce, era un magacín” (P 3). Sin embargo, “ha sido mucho más que un magacín. Al principio era más de actualidad de corazón porque era lo que entonces se llevaba, y eso derivó a que a la gente le interesara nuestro corazón” (P10).

Los profesionales lo vinculan a la telerrealidad: “*Sálvame* ha sido un programa que ha roto las reglas de cómo se hacía un programa de entretenimiento. Era un magacín, pero, al mismo tiempo, un *reality*. Ha sido uno de los programas más revolucionarios de la televisión desde hace diez años para acá” (P 7). “Tiene las dos cosas pues era como una convivencia televisada” (P 13). La parte de telerrealidad deriva de la conversión de los colaboradores en protagonistas. Como expresaba una persona de la productora, “por un lado, es un magacín, como espacio diario de contenidos muy variados en el que se aborda la actualidad. Pero llega un momento en el que los colaboradores se convierten en los protagonistas de esa actualidad” (P 11).

Los colaboradores, principalmente periodistas del corazón y famosos devenidos en tertulianos, cambian de rol principal y son a su vez objeto de crítica y comentario. Se trata de una situación nueva para ellos, pues hasta el momento estos comentaristas televisivos no eran al mismo tiempo personajes ni habían hablado de su vida privada: “Creo que no hay palabra para describir *Sálvame*. Al principio éramos colaboradores, un presentador y un invitado, pero todo eso se fue diluyendo. Terminamos siendo protagonistas de nuestra vida y abrimos las puertas de la televisión. Es un programa inaudito que puede tener muchas definiciones” (P 8). “El programa evoluciona y da un salto” (P 14) hacia un renovado *talk show* de testimonios: “También es un *talk-show* porque cada uno cuenta sus propias vivencias, pero a la vez es *emotainment* porque ellos se pelean, hacen las paces... Habría que crear un término propio que definiese a *Sálvame*” (P 15). En el mismo sentido, los creadores “transitaron por una tierra bastante ignota e inexplorada y se encontraron un filón que fueron armando conforme avanzaban hasta convertirse en una cosa tan iconoclasta, tan controvertida... que es imposible acotar ese formato en una categoría” (P 16). Fruto de esa evolución, el espacio incorpora nuevas secciones, contenidos y rostros. “No es un formato al uso. Su larga duración conlleva que se añadan otros elementos de otros. En *Sálvame* se pueden ver elementos de *reality*, de *coach*, de entrevistas al uso, de factual, de *emotainment*. Fue mutando y cambiando de fórmula” (P 14).

Uno de los críticos televisivos añade un elemento de la cultura popular española: el patio de vecinos en el que la gente del barrio se reúne para hablar de la vida cotidiana y cotillear de los otros, un espacio en el que todo el mundo puede participar, opinar y sentirse identificado: “*Sálvame* entremezclaba muchos de los que llamaban formatos tradicionales y consigue ser un *reality* de vecinos nacional, con el que gente puede sentirse identificado” (P 17). Coincide uno de los guionistas del programa (P 4) al hablar de “corrala show”, la especificidad madrileña del patio de vecinos. Para la experta en programación televisiva, “*Sálvame* acaba transformándose en telerrealidad, cuando *La que se avecina* – serie de ficción basada en una comunidad de vecinos – se encontró con *Supervivientes* – *reality* de supervivencia” (P. 20). No obstante, para dos de los críticos televisivos, *Sálvame* no se queda en la mera comunidad de vecinos. El formato también bebe de otros géneros dramatúrgicos adaptados a nuestros días en el audiovisual: “*Sálvame* fagocitó a *Sálvame*. Se transformó en un *reality* diario, en una telenovela en directo, en una sátira, en una opereta, en una zarzuela...” (P19). “Era su propio género, una mezcla de todos, pero muy propios de la cultura española como el sainete, la

⁴ Listado de entrevistados/as en función del tipo de relación con el formato. Se indica nombre, profesión o cargo, lugar de trabajo y número con el que se le identifica en los resultados entre paréntesis (Profesional X). Trabajadores, responsables y colaboradores del programa: David Valldeperas, director (P1); Rebeca Jiménez, coordinadora de Redacción (P2); Isabel Morata (P3), César Toral (P4) y Javier Serrano (P5), redactores y guionistas; Raúl González (P6) y José Antonio León (P7), reporteros. Los colaboradores Lydia Lozano (P8), Chelo García Cortés (P9) y Víctor Sandoval (P10). De la productora La Fábrica de la Tele: Patricia Noriega, directora de Documentación (P11); Miquel Ramells, jefe de Producción (P12), y Jesús Santos, productor (P13). Expertos externos: Trini Arnau, directora y productora ejecutiva (P14); Javier Palacio, productor ejecutivo de contenidos en Telecinco (P15), las analistas televisivas Mariola Cubells, colaboradora de *Cadena Ser*, entre otros (P16) y Esther Mucientes, Comunicación y TV en *El Mundo* (P19) y los críticos Borja Terán, *20 Minutos* (P17) y Alberto Rey, colaborador en varios medios (P18). Por último, Gloria Saló, directora de Consultoría y Producción de Contenidos en GECA (P20).

astracanada... Si Berlanga siguiera vivo vería su legado en *Sálvame*, en esas expresiones, en esa gente que es exceso en su entrega al entretenimiento" (Profesional 18).

4.2. Elementos configuradores del programa

Uno de los aspectos esenciales han sido sus presentadores, sobre todo Jorge Javier Vázquez, con quién nació el espacio. "Sin Jorge Javier, *Sálvame* nunca hubiese llegado a ser el éxito que fue" (P 19). "*Sálvame* nace con un Jorge Javier en su mejor momento, un Jorge que no se queda a medias de la travesura y la genialidad" (P 17).

El espacio tampoco se entendería sin sus colaboradores, quienes han protagonizado miles de horas en televisión hablando sobre sí mismos. Una de ellas opina que entre las claves del éxito están "obviamente", los tertulianos: "Hacíamos vibrar a la gente que estaba en casa, les hacíamos olvidar muchos de los problemas a las personas mayores, a las señoritas, a los jóvenes" (P 9). Para una de las analistas televisivas, "se dieron cuenta de que tenían a unos colaboradores que eran personajes en sí mismos y absolutamente dados a la farándula, con los que se podía jugar" (P 16).

El otro punto fuerte del formato fue la manera innovadora de contar las historias: "La principal característica era la espontaneidad. En el programa se hicieron cosas tan cotidianas para la gente como merendar o mirar el teléfono, cosas que no se habían hecho antes en televisión" (P 13). Uno de los guionistas opina que "la virtud de la dirección del programa fue dejar libres a los colaboradores a la hora de expresarse y de solucionar sus problemas en directo. Creo que el clima de libertad, de improvisación y de familia llegó al espectador" (P 4).

La exageración y el humor estuvieron también presentes. Para uno de los críticos televisivos, el componente decisivo era el directo y lo exagerado. "Conseguían hacer juegos super imaginativos. Eran los únicos que hacían eso de manera extrema. Era una mezcla de pantomima y circo bufo" (P 18). Desde dentro del programa, se destaca "el no tomarse en serio a sí mismos" (P 5) porque "la única misión del programa fue entretenér" (P 6), "permitía evadirse de las preocupaciones de la vida" (P 3). "Estamos aquí para comentar cosas, echarnos unas risas, pero ni vamos a sentar cátedra ni tampoco somos ejemplo de nada, ni vamos de lo que no somos", sentencia otro de los guionistas (P 5).

Otro factor determinante destacado por los/as entrevistados/as es el sentimiento de identificación creado. Con tantas horas de televisión compartidas, la audiencia sentía a los/as presentadoras y colaboradoras como parte de su vida: "Un segmento del público hizo suyos a los colaboradores y presentadores. La gente buscaba información sobre ellos y quería saber más, se implicaba en sus peleas y veía que todo era de verdad. Se sentía muy identificado" (P 4). "Todo lo que pasaba en *Sálvame* podía pasar perfectamente en un edificio o en un pueblo. Era como un escaparate a la vida" (P 2).

Esta fidelización se produjo también gracias a la incorporación de elementos de ficción: "Era como estar siguiendo una *soap opera* con personajes fácilmente identificables, casi mitológicos en el sentido de lo que representan. Es muy fácil asociar a cada personaje de *Sálvame* adjetivos muy concretos" (P 18). Para uno de los críticos, "la estructura es igual que una telenovela con la dificultad añadida de que se hace en riguroso directo con músicas de fondo y zooms por la arquitectura visual del programa y de guion. Genera un vínculo apoteósico con el espectador porque le permite creer que, si algo pasa, lo va a ver" (P 17).

Parte de esa audiencia acudía como público al programa llegando a interactuar con los presentadores y colaboradores. Cada tarde se informaba de dónde venía e incluso se les pedía opinión sobre lo que se estaba comentando en plató. Como explica una de las expertas, "el público también era una pieza importante porque no iba a un programa, iba a verlos a ellos, les llevaban regalos, comida, etc." (P 20).

La realización es el otro eje articulador del formato. Se mostraba sin ninguna contención la trastienda de la televisión, se interactuaba con las cámaras, con la dirección del programa y cualquier lugar de las instalaciones o inmediaciones de Telecinco podía ser utilizado para ubicar la acción: "Se jugaba con el espacio, no sólo el plató, sino el espacio extra televisivo, que se convertía en protagonista: detrás de las cámaras, los pasillos de Telecinco, maquillaje, los baños..." (P 20). También destacaban los cebos, es decir, los vídeos que adelantan la información. "Tenían una forma muy particular de generar expectación y atrapar a la gente. Hay algunos vídeos que son obras de arte" (P 3). Se usaban con profusión música, efectos de sonido y de imagen en clave de humor: "En todo momento estaban jugando. Cuando no había contenido, hemos visto cómo el realizador ha puesto filtros de colores a los presentadores y colaboradores" (P 14). "Medio programa era de sampler⁵. Se utilizaban las frases míticas de los colaboradores para hacerlos enfadar y, al mismo tiempo, se generaban otras. Era como una fábrica de retroalimentación" (P 15).

Sálvame traspasaba, además, la pantalla del televisor hasta las redes sociales convirtiéndose en *trending topic* cada tarde: "Éramos puros memes, hemos hecho de todo. Yo he bailado, he cantado, he cocinado, lo que me pedían" (P 8). Como comenta la profesional 16, "se creaba la sensación de que podía pasar cualquier cosa. Tú ya sabías cuando elegías *Sálvame* que te iban a dar carnaza de la buena".

5. Discusión

Tras catorce años de emisión y con múltiples variaciones en su estructura, el formato es difícil de clasificar dentro de un género. A pesar del éxito de audiencia, su peculiaridad evitó la imitación o copia por parte de otras cadenas mientras estuvo en antena. La producción de réplicas se produce desde los años noventa,

⁵ Técnica digital que permite grabar, almacenar y reproducir fragmentos de sonido (samples) previamente grabados que pueden ser modificados, repetidos y combinados para crear nuevas composiciones. Estos fragmentos pueden ser trozos de canciones, sonidos ambientales, frases vocales, beats, etcétera.

cuando en la etapa de la Neotelevisión, las cadenas rivalizaron en los mismos segmentos horarios mediante una estrategia de competencia directa con programas que obedecían a formatos y temáticas semejantes, como explica Mateos-Pérez (2020), lo que llevó a la homogeneización de la oferta televisiva (Contreras y Palacio, 2003).

El espacio fue transformándose desde el primer *Sálvame Golfo*, un *late night* donde se comentaba *Supervivientes*, hasta el *Sálvame Diario*, un magacín vespertino muy centrado en la actualidad del corazón que acabó partido en dos y convertido en un formato de telerrealidad apoyado en la emoción, el humor y hasta en el espectáculo de variedades. Así, por ejemplo, los/as colaboradores/as demostraban sus talentos en diferentes pruebas de canto y de baile, se celebró una verbena donde interpretaron los hits del verano y se introdujo la sección *Lydia ahora también canta*, en la que la periodista ponía voz cada semana a un tema musical y se sometía a la valoración de sus compañeros. El universo *Sálvame* se expandía en derivados como *Las bodas de Sálvame*, la *Sálvame Fashion Week*, *Las Cenas de Sálvame* o la *Sálvame Snow Week*, entre otros.

La vida en directo es narrada por los protagonistas-colaboradores como en un *talk show* sin necesidad de localizaciones exóticas. Hablan de su vida privada, se pelean, lloran y se reconcilian. La cámara sigue todos sus movimientos dentro del set y, en ocasiones, fuera, casi como si estuvieran en la casa de *Gran Hermano*. La primera huida de plató fue la de Karmele Marchante en los inicios del formato en 2009, tras una pelea con Jimmy Giménez Arnau. Marchante se dirigió hacia la salida de Mediaset. Jorge Javier Vázquez salió a buscarla para darle el bolso que se había dejado en plató. Fue la primera vez que una cámara siguió a un colaborador hasta la calle y mostró el *backstage* de la televisión. Tras esta, vinieron muchas más. Con cámaras sin cables se podía llegar todavía más lejos: los pasillos, salas de maquillaje, la redacción del programa y a la calle. A diferencia de los *reality* como *Gran Hermano* o *Supervivientes* donde las imágenes se editan en su mayor parte, en *Sálvame* la audiencia veía los acontecimientos tal cual ocurrían, sin posproducción.

Los/as entrevistados/as coinciden en que el programa supuso una forma de hacer televisión innovadora, donde los presentadores y colaboradores son los protagonistas y grandes atractivos. Incluso recibieron la ayuda de una *coach*, Cristina Soria, para ayudarles a transitar por los episodios más duros de sus vidas. También compartieron retos de pérdida de peso y preparación física. Estos colaboradores constituyen la más extrema manifestación del fenómeno de una endogamia televisiva que convierte a personajes populares en el medio por distintos motivos, desde pseudofamosos a concursantes de *realities* o periodistas de la prensa del corazón, en profesionales de los platós. Este fenómeno, según Mateos-Pérez (2020: 662), comenzó con *La máquina de la verdad* (Telecinco, 1992-1994) y se consolidó en *Tómbola* (Canal 9, 1997-2004), donde habían trabajado Lydia Lozano, Karmele Marchante y Jesús Mariñas, que también colaboró durante un tiempo en *Sálvame*. Los presentadores, especialmente Jorge Javier Vázquez, pero también Carlota Corredora o Paz Padilla, son al mismo tiempo conductores y protagonistas, cada uno con un estilo que generaba dinámicas diversas en plató.

La dirección del espacio no marca límites por lo que el elemento sorpresa está siempre latente intensificándose la sensación de que todo puede ocurrir en directo y de que, si te vas, te lo pierdes. La realización del programa potencia estos elementos con efectos sonoros, música, planos en movimiento, uso de filtros que tiñen a los colaboradores de verde o azul, y cebos sensacionalistas para mantener a los espectadores durante cuatro horas. Todo ello en un decorado de colores llamativos que, sumado a la sala de invitados o la redacción, conforman una escenografía similar a la de un circo con varias pistas.

El puro entretenimiento era la meta. Como señalan Cabeza y Casado (2020: 448), el objetivo es cómo hacer que el espectador no se aburra con las emociones narradas. Las tramas se sucedían como en una telenovela: bodas, divorcios, embarazos, traiciones, problemas económicos..., temas de interés humano que conectan con el público que se convierte en un elemento más del programa cuando visita el plató: llevan la merienda e incluso interactúan con los colaboradores, como la tarde en que Víctor Sandoval no se sentía querido y el público bajó de las gradas para abrazarlo (Telecinco, 2019). El espacio juega a ser una prolongación de los hogares del público.

Además, sin duda, entre las razones de su larga trayectoria se encuentra el coste/beneficio. Su cuota de pantalla estuvo siempre por encima de la media diaria de la cadena y sus costes de producción eran reducidos en comparación con la ficción o programas como *Gran Hermano* o *Supervivientes*. Al respecto, Gutiérrez Lozano (2020) señalaba cómo a mediados de la primera década de este siglo, "el abaratamiento de los costes de producción, o la escasa inversión en los nuevos proyectos alentó la aparición de tertulias de larga duración (o de duración elástica, según los intereses del momento) y de toda índole", entre ellas, *Sálvame*, que trasladaba a la crónica rosa la "desinhibición en el modo de representación del diálogo del programa *Punto Pelota* (Intereconomía, 2008-2017), reproducido en *El Chiringuito de Jugones* (Mega, 2014-actualidad).

6. Conclusiones

Sálvame constituye un elaborado ejemplo de formato híbrido, entendido como producto audiovisual que se caracteriza por una mezcla deliberada y estructural de géneros televisivos tradicionales, como se deduce de las definiciones de los expertos en televisión entrevistados en respuesta al primer objetivo de la investigación. De forma estratégica, supo combinar elementos propios del magacín, las tertulias de crónica rosa, la telerrealidad, el *talk show*, la ficción o los espectáculos de variedades. Este tipo de formatos no se limita a sumar elementos de distintos géneros, sino que construye una lógica narrativa, estética y emocional propia a partir del cruce de registros. La fusión genera una fórmula singular que desborda los marcos tradicionales de tipologías de géneros y convierte al espacio en una experiencia audiovisual reconocible capaz de construir vínculos estables con la audiencia.

Su éxito durante catorce años se explica por su propuesta narrativa volcada en el entretenimiento que privilegia la emoción, el conflicto dramatizado, el humor y la identificación con personajes recurrentes. El dispositivo discursivo se apoya en la actuación de presentadores y colaboradores puesto que la arquitectura se dispone para que toda la trama gire en torno a ellos y cómo interactúan con otros invitados o personajes de la crónica del corazón. La puesta en escena, la realización, el vehemente uso del lenguaje corporal y la teatralización refuerzan un estilo propio con una audiencia fiel interpelada desde la pertenencia afectiva.

De este modo, la creación de La Fábrica de la Tele no solo ilustra la disolución de fronteras entre géneros televisivos, sino que encarna una de las formas más representativas de producción audiovisual de entretenimiento en la esfera pública contemporánea basada en el consumo de espectáculo orientado al impacto emocional.

El intento fallido de encajar un sucedáneo en las tardes de La 1 evidencia que *Sálvame* no era solo un formato, sino un ecosistema comunicativo construido a lo largo del tiempo y sostenido por una comunidad de seguidores de un relato reconocible y muy difícil de emular en una cadena condicionada por el servicio público. Los límites impuestos por la naturaleza institucional de RTVE constreñían esa libertad de acción de presentadores y colaboradores, que era marca del programa original y de la cadena que lo emitía, Telecinco, que canceló el formato precisamente para intentar desvincular esa idiosincrasia de su identidad corporativa. *La familia de la tele* era una imitación desprovista del componente carismático, la continuidad narrativa y la conexión afectiva con la audiencia que constituyan las claves del éxito de *Sálvame*. Analizar en profundidad la trayectoria de este programa en La 1 es una de las investigaciones que pueden desarrollarse a raíz del presente estudio para establecer una comparación y conocer los motivos del fracaso de María Patiño, Belén Esteban y Kiko Matamoros en la cadena pública.

Este análisis muestra cómo los márgenes que separan unos géneros de otros se diluyen hasta crear nuevos y originales productos televisivos que van configurando la evolución de la propia televisión. *Sálvame* queda ya como ejemplo paradigmático de la hibridación de formatos de entretenimiento en la historia de la televisión en España.

7. Referencias bibliográficas

- Antona, T. (2002). "La programación de TVE1 (1990-2010): Del monopolio a la competencia". En Montero-Díaz, J., Paz, M.A; Lacalle, C. (eds): *La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010) Programas y programaciones*. Valencia: Tirant Lo Blanch, p. 112-139
- Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2006). *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa
- Cabeza, J.; Casado, R. (2020). "Empujando los límites: la expansión de la intimidad en los talk shows españoles (1990-2010)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, n.º 2, p. 441-449. <https://doi.org/10.5209/esmp.67456>
- Casetti, F.; Di Chio, F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Barcelona: Gedisa.
- Chicharro Merayo, M. (2022). "Los públicos y la televisión de otro tiempo". En Lacalle Zalduendo, M.R. (ed.): *La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010) Programas y programaciones*. Valencia: Tirant Lo Blanch, p. 1039-1062.
- Eco, U. (1986). "La transparencia perdida". En *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen.
- Fórmula TV, 23/06/25. "La historia de 'Sálvame' en términos de audiencia hasta su cancelación". <https://www.formulatv.com/noticias/historia-salvame-terminos-audiencia-telecinco-123121/>
- Fórmula TV, 28/03/2025. "Las audiencias de 'Ni que fuéramos Shhh' en Ten, a examen: Así ha sido su evolución y descenso mensual". <https://www.formulatv.com/noticias/audiencias-ni-que-fueramos-shhh-ten-examen-mensual-132560/>
- García, M. (2011). "Estrategias de hibridación en telerrealidad en programas de televisiones generalistas". En: *Quaderns del CAC*, n.º 36, p. 43-48 <https://www.cac.cat/es/documentacio/hibridacion-generos-la-television>
- García-Lomas, J.I. (2016). "El cambio histórico en la programación televisiva y de los esquemas de conocimiento: una aproximación dialéctica y experimental a la dimensión cognitiva del consumo televisivo". En Barriga, M.J. (ed.) *¿Nuevas alternativas de la comunicación? Sorpresa, contenidos y audiencias*. Sevilla: Egregius, p. 251-274.
- Gómez-Escaloniella, G. (2003). *Programar televisión: análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*. Madrid: Dykinson.
- Gómez-Escaloniella, G.; Barranquero, A. (2024). "Investigación cualitativa en los estudios de comunicación: características, objetos y técnicas". En: *Profesional de la información*, vol 33, n.º 2, e330211. <https://doi.org/10.3145/epi.2024.0211>
- González-Neira, A.; Quintas-Froufe, N. (2020). "Preferencias televisivas de la audiencia española (2005-2019): programas, formatos y cadenas". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* vol. 26, n.º 2, p. 583-595. <https://doi.org/10.5209/esmp.67777>
- Gordillo, I.; Guarinos, V.; Checa, A.; Ramírez, M.; López Rodríguez, F.J.; de los Santos, F.; Pérez-Gómez, M.A. (2011). "Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en modelos de infoentretenimiento". En: *Revista Comunicación*, vol. 9, n.º 1, p. 93-106. <https://doi.org/10.12795/Comunicacion.2011.v09.i08>
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Ciespal.

- Gutiérrez Lozano, J.F. (2020). "La progresiva extinción del debate y su aparente resurrección vía formatos de telerrealidad en la programación televisiva española (2004-2019)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, n.º 2, p. 611-621. <https://doi.org/10.5209/esmp.67819>
- Ibáñez Fernández, J.C. (2017). *Cine, televisión y cambio social en España*. Madrid: Síntesis.
- Imbert, G. (2011). "De la hibridación a la licuefacción de las categorías e identidades en la postevisión". En: *Quaderns del CAC*, n.º 36 p. 15-20. https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/quaderns_cac/Q36_ES.pdf
- Jones, J. (2003). "Show Your Real Face. A Fan Study of the UK Big Brother Transmissions (2000, 2001, 2002). Investigating the Boundaries between Notions of Consumers and Producers of Factual Television". En: *New Media & Society*, vol. 5, n.º 3, p. 400-421. <https://doi.org/10.1177/14614448030053>
- Lacalle, R. (2001). *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Marcos, N. (2024). "Telecinco, año 1 después de Sálvame: ¿qué queda de aquel cambio?". En: *El País*, 23 de junio de 2024. <https://elpais.com/television/2024-06-23/telecinco-ano-1-despues-de-salvame-que-queda-de-aquel-cambio.html>
- Mateos-Pérez, J. (2011). "La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994)". En: *Comunicación y Sociedad*, vol. 15, p.169-194. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i15.1144>
- Mateos-Pérez, J. (2020). "La máquina de la verdad: paradigma de la telerrealidad de la primera televisión española en competencia (1992-1994)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, n.º 2, p. 655-664. <https://doi.org/10.5209/esmp.67780>
- Mercado-Sáez, MT. (2020). "La crónica rosa en la Neotelevisión española como formato del infoentretenimiento: análisis de Tómbola (RTVV, 1997-2004)". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, n.º 2, p. 665-677. <https://doi.org/10.5209/esmp.67824>
- Moreno, A.; Montero-Díaz, J. (2022). "La programación de Telecinco". En Montero-Díaz, J., Paz, M.A; Lacalle, C. (eds). *La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010) Programas y programaciones*. Valencia: Tirant Lo Blanch, p. 206-238.
- Moreno-Díaz, J.; Medina-de la Viña, E. (2020). "Los concursos televisivos como estrategia de programación en España (1990-2010): transformación y formatos". En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, vol. 26, n.º 2, p. 679-691. <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/67740>
- Orza, G. (2002) *Programación televisiva*. Buenos Aires: La Crujía.
- Palacio, M. (2008). *Historia de la televisión es España*. Barcelona: Gedisa, 3ª edición
- Palacio, M. (2024). *La televisión en España (1990-2022) Sociedad y Cultura*. Madrid: Anaya.
- Prado, E.; Delgado, M. (2010). "La televisión generalista en la era digital tendencias internacionales de programación". En: *Telos*, vol. 84, p. 52-64. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero084/tenencias-internacionales-de-programacion/>
- Quintas-Froufe, N.; González-Neira, A. (2016). "Consumo televisivo y su medición en España: camino hacia las audiencias híbridas". En: *El profesional de la información*, vol. 25, n.º 3, p. 376-383. <https://doi.org/10.3145/epi.2016.may.07>
- Riera, F. (2003). "La post-television: de la sociedad antropológica a la sociedad digital". En: *Quaderns del CAC*, vol. 15, p. 87-89. https://www.cac.cat/sites/default/files/migrate/quaderns_cac/Q15_ES.pdf
- Roel, M. (2012). "Televisões públicas autonómicas: aproximación al comportamiento de las audiencias y al modelo de programación". En Miguel de Bustos, J.C.; Casado del Río, M.A (eds). *Televisões autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: Gedisa, p. 59-84.
- Roel, M. (2014). Audiencia y programación en Televisión Española: del ocaso del modelo paleotelevisivo al umbral del neotelevisivo. En: *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20, 157-175. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.45096
- Rubin, H. J.; Rubin, I. (2005). *Qualitative interviewing: The art of hearing data*. Londres: SAGE.
- Saló, G. (2007). *¿Qué es eso del formato?* Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2008). "Hacia la hipertevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". En: *Diálogos de la Comunicación*. FELAFACS, vol. 77, p. 1-9. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694422>
- Telecinco, 19-09-19. "El público de 'Sálvame' abraza a Víctor Sandoval porque está "falto de cariño". En: *Telecinco*. es https://www.telecinco.es/salvame/victor-sandoval-falta-carino-abrazos-publico_18_2816895235.html
- Toledo, S.; Gordillo, I. (2024). El viaje del concursante. Inmersión en los Quiz Shows televisivos bajo el paradigma del relato del héroe. En: *Historia y Comunicación Social* 29(1), 179-188. <https://doi.org/10.5209/hics.95829>
- Tous, A. (2009). "Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". En: *Comunicar*, vol. 33, p. 175-183. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-009>
- Wolf, M. (1984). "Géneros y televisión". En: *Anàlisi*, vol. 9, p. 189-198. <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n9p189.pdf>