



D. José Alberto García Avilés, en calidad de Director del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Miguel Hernández de Elche,

### INFORMO

Que doy mi conformidad a la lectura y defensa de la tesis doctoral presentada por Dña. Isabel González Mesa, titulada "*LA INFORMACIÓN DE PROXIMIDAD EN LAS TELEVISIONES DE ÁMBITO LOCAL: EL CASO DE TELE ELX*", bajo la dirección del profesor doctor D. José Alberto García Avilés, y la considero conforme en cuanto a forma y contenido para que sea presentada para su correspondiente exposición pública.

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo el presente informe a 30 de junio de 2016.

Fdo.: José Alberto García Avilés

Director del Departamento de Ciencias Sociales y Humanas







D. José Alberto García Avilés, en calidad de director de la tesis doctoral "*LA INFORMACIÓN DE PROXIMIDAD EN LAS TELEVISIONES DE ÁMBITO LOCAL: EL CASO DE TELE ELX*",

### INFORMO

Que doy mi conformidad a la lectura y defensa de la tesis doctoral presentada por Dña. Isabel González Mesa, "*LA INFORMACIÓN DE PROXIMIDAD EN LAS TELEVISIONES DE ÁMBITO LOCAL: EL CASO DE TELE ELX*", y la considero conforme en cuanto a forma y contenido para que sea presentada para su correspondiente exposición pública.

Y para que conste a los efectos oportunos, firmo el presente informe a 30 de junio de 2016.



Fdo.: José Alberto García Avilés  
Director de la tesis doctoral







UNIVERSIDAD MIGUEL HERNÁNDEZ DE ELCHE  
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANAS



**LA INFORMACIÓN DE PROXIMIDAD EN LAS TELEVISIONES  
DE ÁMBITO LOCAL: EL CASO DE TELE ELX**

Autora: ISABEL M. GONZÁLEZ MESA

Director: JOSÉ ALBERTO GARCÍA AVILÉS

Elche, 4 de julio de 2016



## **Agradecimientos**

Como un soneto que me hubiera mandado hacer Violante, esta tesis se ha ido fraguando verso a verso, luchando contra la íntima convicción de que sus estrofas no llegarían nunca a cumplir las reglas de la métrica poética.

Son muchas las personas que me han ayudado a no desfallecer, a volver a tomar las riendas una y otra vez cuando los ánimos se desbocaban y era más fácil desandar el camino que enfrentarse a los trechos pantanosos por venir. A José Alberto, mi director de tesis, a quien agradezco que sujetara fuerte el timón y no me abandonara a la deriva. A Francesc, que se arremangó cuando hizo falta y me acompañó en el duro trabajo de campo, haciendo de mí en las ausencias. A Clara, porque al fin y al cabo todo esto es solo por ella. A Elena, que sufrió conmigo las inclemencias del SPSS. A JJ, por su generosidad y a Laura y Jesús, que pusieron orden en el caos. Al gran equipo humano de Tele Elx, que me abrió sus puertas de par en par para que buceara en sus intimidades aun en tiempos difíciles. A mis amigos, por esperar pacientemente mi regreso. A mi hermano. Y a mi madre, a quien siempre debo tanto. Por último, esta tesis es un postrero homenaje a Pepe el Mantero que habría disfrutado viendo a la niña hacerse doctora. Con él no llegué a tiempo.



## ÍNDICE

<b>Introducción.....</b>	<b>09</b>
<b>Capítulo 1: La Investigación.....</b>	<b>21</b>
1.1.- Justificación del objeto de estudio.....	21
1.2.- Objetivos de la investigación.....	28
1.3.- Hipótesis.....	29
1.4.- Metodología.....	31
1.4.1.- Modelos metodológicos.....	33
1.4.2.- El estudio de caso.....	38
1.4.3.- Orígenes del estudio de caso.....	40
1.4.4.- Ventajas e inconvenientes del estudio de caso.....	42
1.4.5.- Tipología del estudio de caso.....	46
1.4.6.- Validez, fiabilidad y triangulación.....	49
1.5.- Diseño de la investigación.....	53
<b>Capítulo 2: La televisión de proximidad en España: concepto, evolución y panorama actual.....</b>	<b>77</b>
2.1.- Introducción.....	77
2.2.- Conceptualización del periodismo de proximidad.....	81
2.3.- Funciones del periodismo de proximidad.....	86
2.4.- Planteamiento de la información audiovisual en el entorno local.....	89
2.5.- Formatos informativos de proximidad en el medio audiovisual.....	91
2.5.1.- Videoperiodismo: inmediatez en la cobertura.....	92
2.5.2.- Canales “todo noticias” de ámbito local.....	94
2.5.3.- Información de servicio para la comunidad.....	96
2.5.4.- Periodismo cívico: conectar con la comunidad y lograr la participación.....	98
2.6.- Claves del periodismo de proximidad en televisión.....	101
2.7.- La televisión de proximidad en España: primeras experiencias de descentralización..	105
2.7.1.- Cataluña y Canarias: primeros centros de producción fuera de Madrid.....	106
2.7.2.- Las décadas de los 70 y 80. Expansión de los centros territoriales.....	108
2.7.3.- El caso valenciano. Aitana, informativos y programas.....	110
2.7.4.- Aparición de las televisiones locales.....	112
2.7.4.1.- Primeras experiencias de la televisión local.....	113
2.7.4.2.- Desarrollo de la televisión local en España.....	121

2.7.4.3.- El primer intento de regularización de la televisión local en España.....	125
2.7.4.4.- La Ley 41/1995, una ley que no legisló.....	131
2.7.4.5.- De la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres a la TDT-L.....	137
2.7.5.- La televisión local en la Comunidad Valenciana.....	146
2.7.5.1.- Mediamed como paradigma del fracaso de la TDT-L en la C.V.....	160
2.7.5.2.- Panorama incompleto de la TDT-L privada en la C.V.....	165
2.7.6.- Apuntes sobre la evolución de la televisión autonómica en España.....	175
2.7.6.1.- La ley del Tercer Canal.....	176
2.7.6.2.- Las televisiones autonómicas pioneras: ETB, TV3 y TV de Galicia....	178
2.7.6.3.- La expansión: Canal Sur, Telemadrid y Canal 9.....	181
2.7.6.4.- Externalización de las televisiones autonómicas.....	182
2.7.6.5.- Nacimiento, desarrollo y colapso de Canal 9.....	186
2.7.6.6.- RTVV: Despedida y cierre.....	191
2.7.6.7.- RTVV: El camino hacia la reapertura.....	200
2.7.7.- Nacimiento de la Televisión Privada.....	207
2.7.8.- El fracaso de las primeras plataformas digitales.....	210
2.7.9.- La digitalización y el incremento de la oferta televisiva.....	211
2.7.10.- Resumen de la situación actual de la TDT-L en la Comunidad Valenciana	212
<b>Capítulo 3: Historia y evolución de la televisión local en Elche.....</b>	<b>223</b>
3.1.- Introducción.....	223
3.2.- Orígenes de Tele Elx.....	228
3.3.- La consolidación de la empresa: Del video comunitario a la red de banda ancha....	238
3.3.1.- El “caso Cosistel”.....	240
3.3.2.- Med Telecom: La pugna por el control de la red de cable.....	245
3.4.- El grupo multimedia de Tele Elx.....	250
3.4.1.- Radio Exprés.....	251
3.4.2.- Revista Tele Elx.....	256
3.4.3.- El canal 41: La emisión en abierto de Tele Elx.....	258
3.4.4.- Infoexprés.....	263
3.5.- Las otras televisiones locales de Elche.....	267
3.6.- El proceso de concesiones de la TDT-L en Elche.....	274
3.7.- Radiografía de Tele Elx en la era de Internet.....	289
3.7.1.- Recursos técnicos.....	297
3.7.2.- Recursos humanos.....	303
3.8.- La audiencia de Tele Elx.....	309

<b>Capítulo 4: La programación de Tele Elx</b> .....	317
4.1.- De la programación generalista a la especialización en proximidad.....	317
4.2.- Tendencias de programación en la televisión de proximidad.....	324
4.3.- La parrilla de programación de Tele Elx.....	327
4.4.- Géneros y formatos en la parrilla de Tele Elx.....	340
4.5.- Los programas de entretenimiento en Tele Elx.....	343
4.6.- La información de proximidad en Tele Elx.....	348
4.7.- Fortalezas y debilidades de la programación de Tele Elx.....	358
<b>Capítulo 5: Estructura y rasgos del Tele Nit</b> .....	367
5.1.- Tele Nit, buque insignia de la información de proximidad en Tele Elx.....	367
5.2.- Estructura del Tele Nit.....	369
5.3.- Estructura externa del Tele Nit.....	371
5.3.1.- Duración del Tele Nit.....	371
5.3.2.- Piezas informativas.....	376
5.3.3.- Tipología de las piezas informativas.....	379
5.3.4.- Empleo de totales.....	385
5.4.- Estructura interna del Tele Nit.....	390
5.4.1.- Los sumarios del Tele Nit.....	393
5.4.2.- Representación temática de la información de proximidad en el Tele Nit....	400
5.4.2.1.- Temas de Economía.....	404
5.4.2.2.- Temas de Sociedad.....	407
5.4.2.3.- Temas de Cultura.....	409
5.4.2.4.- Temas de Ayuntamiento.....	412
5.4.2.5.- Temas de Política.....	414
5.4.2.6.- Temas de Deporte.....	415
5.4.2.7.- Temas de Servicios, Sucesos y Tribunales.....	417
5.4.3.- La jerarquización de las noticias.....	417
5.4.4.- Las estrategias de acceso a la información en el Tele Nit.....	422
5.4.5.- Procedencia de las fuentes del Tele Nit.....	429
5.4.6.- Protagonistas de la información en el Tele Nit.....	437
5.4.6.1.- Representación de género entre los protagonistas del Tele Nit.....	440
5.4.7.- Presencia del valenciano en el Tele Nit.....	443
5.4.8.- La valoración de las noticias del Tele Nit.....	447
5.5.- La jornada electoral del 24-M de 2015 en Tele Elx.....	452

<b>Capítulo 6: Conclusiones</b> .....	461
6.1.-Futuras líneas de investigación.....	481
<b>Bibliografía</b> .....	485
<b>Legislación consultada</b> .....	511
<b>Anexos</b> .....	515
Entrevista Luis Torres (24/3/2014) y (7/6/2014).....	515
Entrevista Concepción Álvarez (10/10/2013).....	536
Entrevista Antonio Rodes (28/11/2013).....	546
Entrevista Gaspar Macià (9/1/2014).....	556
Entrevista Rosmari Alonso (7/11/2013).....	572
Entrevista Salvador Campello (23/11/2015).....	596
<b>Documentos incluidos en DVD</b>	
Ficha recogida de datos portada del Tele Nit	
Ficha recogida de datos noticias del Tele Nit	
Requerimiento para el cese de emisiones de Tele Elx (abril 2010)	
Requerimiento para el cese de emisiones de Tele Elx, I y II (febrero 2012)	
Fallo Sentencia del Tribunal Supremo (2012)	
Tele Nit. Jueves 28/2/1991	
Tele Nit. Martes 28/2/1995	
Tele Nit. Miércoles 26/2/2003	
Tele Nit. Viernes 2/3/2007	
Tele Nit. Lunes 28/2/2011	
Tele Nit. Lunes 23/2/2015	



## INTRODUCCIÓN

La proximidad informativa es un concepto complejo, inmersa en un proceso de redefinición dentro de unas nuevas estructuras radiales, que rebasa los límites de lo que tradicionalmente se conoce bajo el término de “local” y que viene delimitado espacialmente por un territorio geográfico de pequeña escala. Más allá de lo local, la proximidad se define también por su área de alcance política, económica y cultural, así como por la influencia que pudieran ejercer determinadas acciones sobre un colectivo que puede compartir señas de identidad aunque no necesariamente comparta territorio.

Cuando trasladamos el concepto de proximidad al ámbito de los medios de comunicación, debemos superar nociones localistas basadas exclusivamente en criterios territoriales, tanto en contenidos informativos como en zonas de cobertura. En el actual escenario digital, los criterios geográficos permanecen y siguen siendo relevantes pero ya no son suficientes para explicar el complejo entramado de un espacio comunicativo sin fronteras tecnológicas. Compartimos la formulación de Xosé López (2004a) de que

existen al menos cinco factores para evidenciar si un determinado medio de comunicación ofrece a su audiencia información de proximidad o solo información local. Esos factores son la “territorialidad, la identidad (elementos que contribuyen a la identificación de personas, grupos o entidades) la producción de contenidos, los usuarios (sus prácticas comunicativas y usos sociales) y la capacidad para afrontar desafíos en los ámbitos de proximidad” (López, 2004:15)

En este contexto de proximidad informativa, las televisiones tradicionalmente denominadas locales han desempeñado un papel determinante desde que hicieran su aparición en el mapa audiovisual español coincidiendo con los años de la transición política española. La democracia trajo consigo un variado activismo social que reclamaba nuevos canales de comunicación más próximos a la ciudadanía para que ésta pudiera ejercer las nuevas libertades de información y expresión que reconocía la Constitución (Prado, 2004). Esta explosión de libertades se dejó sentir especialmente en los medios de comunicación audiovisuales, primero en las radios y luego en las televisiones.

La ciudadanía tomó la palabra en las numerosas emisoras de radio que nacieron en este período, muchas de ellas en los ámbitos autonómico y municipal, que representaban esencialmente las distintas esferas de participación política democrática del país (Prado, 1994) incluso en circuitos aún más delimitados por la participación ciudadana como el barrio o la escuela. Otras radios, a caballo entre la falta de regulación y las aspiraciones de libertad de expresión ciudadanas, se convirtieron en emisoras asociativas de todo tipo bajo denominaciones tan heterogéneas como radios “libres”,

“comunitarias” o “piratas”. El denominador común de todas ellas fue el llamado “localismo democrático” que desempeñó un papel clave como refuerzo de la democracia y como dinamizador en la recuperación de la lengua vernácula (en aquellas comunidades bilingües) y la cultura propias (Bonet, 2004).

Con las televisiones ocurrió un proceso similar en cuanto a la intencionalidad comunicativa y al ámbito de difusión a menor escala que desembocó, primero en los experimentos de televisiones comunitarias y locales, con Radiotelevisión Cardedeu como emisora decana en 1980 (Prado, 2004)<sup>1</sup>, y posteriormente en la aparición de los canales autonómicos y las cadenas privadas estatales. La descentralización televisiva parecía imparable aunque el marco regulador aún se haría esperar para las televisiones locales cuya primera ley data de diciembre de 1995, en los estertores de la última legislatura de Felipe González. La llegada del Partido Popular al gobierno de España en 1996 ralentizó, y posteriormente abandonó, la regulación de la televisión local hasta encuadrarla dentro del marco de implantación de la Televisión Digital Terrestre.

Ese estado de indefinición legal azuzado por pugnas políticas, para el que Prado (2004) acuñó el término de “limbo regulatorio”, permitió durante los últimos treinta años una sobreabundancia de televisiones locales de muy diversa índole donde han convivido canales públicos, privados y comunitarios sin más denominador común que el carácter local de su difusión. La Ley 41/1995 de diciembre de 1995 definía así una televisión local:

---

<sup>1</sup> La primera emisión en pruebas de RTV Cardedeu tuvo lugar el 6 de junio de 1980, aunque la emisora no emitió regularmente hasta marzo de 1982.

Se entiende por tal aquella modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión de imágenes no permanentes dirigidas al público sin contraprestación económica directa por medio de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial señalado en el artículo 3 de esta Ley.<sup>2</sup> (BOE nº 309 de 27 de diciembre de 1995: 36940-36944)

Sin embargo, más allá de las definiciones administrativas que no suelen contemplar en sus enunciados la noción de proximidad, coincidimos con Moragas, Garitaonandía y López (1999) en que:

(...) el concepto de proximidad aplicado a la televisión tiene que ver con la idea de que entre la emisora y sus receptores existe un escenario de experiencias compartidas, cosa que, en definitiva, se verá reflejada en los contenidos de la programación. La principal concreción de este pacto de proximidad, o complicidad entre la audiencia y la emisora, es la atención preferente que estas televisiones prestan a los contenidos informativos relativos al propio territorio de referencia, una atención que va más allá de los telediarios clásicos (las noticias) y que se extiende hacia otros géneros, como los reportajes, las entrevistas, las tertulias, los debates, los talk-shows, los documentales, los magazines de actualidad, etc. Por su parte, los receptores premian esta proximidad con un elevado nivel de audiencia. (Moragas, Garitaonandía y López, 1999: 19)

En este punto, y dado que nuestro objeto de estudio gira en torno al concepto de proximidad informativa en una televisión de ámbito geográfico reducido, conviene

---

<sup>2</sup>. Esta ley, tras ser modificada en varias ocasiones, fue derogada por la Ley 7/2010 de 31 de marzo (BOE- A-2010-5292) Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1995-27707>

aclarar el término “televisión de proximidad” acuñado en Francia a principios de los años noventa. Esta expresión nace fruto de la descentralización televisiva puesta en marcha por el canal público France 3 consistente en la creación de desconexiones territoriales e informativas para ciudades grandes y medianas que superaban el estricto ámbito regional (López, 1998). Tradicionalmente, en la Europa de las grandes cadenas públicas nacionales, la televisión regional hacía referencia a determinados espacios de desconexión territorial que coincidían geográficamente con estamentos administrativos infraestatales. En España, este tipo de televisión regional está representado por los centros territoriales de TVE que, a excepción de Canarias y especialmente Cataluña que también son centros de producción, actúan básicamente como meras delegaciones de los servicios informativos.

Sin embargo, durante las décadas de los ochenta y noventa proliferaron otras televisiones que, manteniendo la misma cobertura geográfica sub-estatal, huían de esta categorización peyorativa de subordinación que les conferían los términos “regional o local” delimitadores de su actividad. Algunas de estas televisiones ya estaban capacitadas tecnológicamente, gracias a los satélites, para ampliar su cobertura fuera del espacio territorial sobre el que actuaban, por lo que una clasificación geográfica se les quedaba obsoleta. Por tanto, el término “proximidad”, aunque no sustituye los anteriores, incorpora la relación comunicativa entre estas televisiones y una audiencia con la que comparte experiencias. Bernat López (1998) considera que esta definición sirve también para diferenciar estas televisiones atendiendo a los contenidos más que a su área de difusión: “Este concepto es muy útil para distinguir los canales realmente locales (en cuanto a referentes de los contenidos) de aquellos otros que, aun emitiendo

para zonas territoriales reducidas, sólo programan contenidos de importación" (López, 1998:8).

No obstante, un espacio comunicativo acorde a las características de transversalidad política, económica y cultural subyacentes en un mundo sin fronteras tecnológicas debería incorporar, a las ya consabidas escalas territoriales, otras escalas relacionales que amplíen el concepto de proximidad informativa. Aplicando las teorías de la "política del lugar" de Amin (2005) al terreno de la comunicación, la proximidad debería de ser percibida como algo más que espacios contenedores de lo íntimo, lo familiar o lo cercano cuyo resultado es un mundo de configuraciones arraigadas o impuestas de ataque o defensa territorial. Coincidimos con él en que la proximidad (comunicativa) tendería a definirse como un espacio relacional de flujos transnacionales de información, de ideas o influencias culturales de mayor alcance y duración de los que comprendería una proximidad entendida en base a nociones excluyentes de dentro/fuera en un espacio territorial. De esta manera, una televisión de proximidad definida en términos relacionales podría incorporar a su espacio comunicativo cualquier tipo de información geográficamente lejana, si en ésta se agrupan flujos relacionales (económicos, políticos, solidarios o culturales) aunque no estén localmente conectados.

Desde esta perspectiva, lo próximo está en vías de superar los viejos conceptos territoriales e identitarios de pertenencia a un lugar físico y unas tradiciones para referirse a una noción, espacialmente indefinida, donde poblaciones itinerantes y/o deslocalizadas comparten intereses comunicativos y flujos de imagen dentro de una sociedad red. Este proceso aún llevará su tiempo, pero el futuro de la televisión de

proximidad tendrá mucho que ver también con las formas de inserir su producción televisiva en internet y al revés, con la manera en que incorporen a su producción audiovisual los contenidos aportados por la ciudadanía que circulan por la red (Martín Barbero, 2015).

Por tanto, abordamos este trabajo teniendo en cuenta estas consideraciones previas:

1. Las características que delimitan territorialmente la televisión local.
2. Los conceptos identitarios que definen sus contenidos.
3. Las relaciones con la audiencia que añade el concepto de televisión de proximidad.
4. Los flujos relacionales que incorporarán las televisiones que transiten por una sociedad red tecnológicamente accesibles desde cualquier punto del planeta.

Tele Elx, nuestro objeto de estudio, es un canal de televisión local radicado en Elche, que ha transitado por todos los estadios que han marcado la historia de la televisión de ámbito local en España. Surgió a finales de la década de los ochenta bajo una camaleónica apariencia de video comunitario a imagen y semejanza de las incipientes televisiones locales que operaban en otros territorios de España, especialmente en Andalucía. El cable fue su primer sistema de difusión hasta que el anuncio de una inminente regulación del sector en 1995 y la competencia de otros operadores locales, que emitían a través de ondas hertzianas, hizo que abriera sus emisiones ocupando el canal 41 del espacio radioeléctrico.

A pesar de ser una televisión de titularidad privada con fines comerciales, Tele Elx ha ejercido como un canal local fuertemente arraigado en la sociedad ilicitana. En este sentido, su comportamiento programático y la identificación con su audiencia lo sitúan en un territorio fronterizo entre las denominadas televisiones comunitarias y las municipales de las que solo les diferenciaría su modelo de financiación. Consideramos que éste no es un aspecto menor ya que la categorización occidental entre televisiones comerciales y comunitarias presenta una estrechez de miras que no sirve para clasificar de una manera eficaz a muchas televisiones locales.

Se acepta como válida la noción de que las televisiones comunitarias se desarrollaron después de los canales comerciales y como alternativa a ellos, sin tener en cuenta otros contextos sociopolíticos que pudieran modificar esta correlación de fuerzas. En algunos países de la Europa del Este y también en España, las televisiones de ámbito local surgieron en un período de transición política que venía marcado por una situación de monopolio audiovisual por parte del Estado donde las comunidades locales tenían una ínfima representación. Las primeras televisiones comunitarias ofrecían una programación realizada por gente del lugar en colaboración con unas plantillas poco profesionalizadas, en las que se compartían las ideas y también la producción de los programas. La filosofía era reflejar, representar e implicar a los integrantes de la comunidad, una teoría fácil de plantear pero costosa de implementar y más aún de financiar (Baumestier y Dekanovska, 2012). Estos autores explican el caso de TV Nasa, un canal local de Kosice, la segunda ciudad de Eslovaquia, en el que encontramos muchas similitudes con el surgimiento de Tele Elx. Nacida tras el desmantelamiento del bloque del Este y la división de la antigua Checoslovaquia, este



canal local es considerado comercial a pesar de ofrecer una programación que se ajusta a las características de una televisión comunitaria.

Para los ciudadanos de Kosice fue una especie de shock. Estaban habituados a la rígida y profesional televisión pública y, de pronto, en sus pantallas apareció algo nuevo, fresco y creativo que les ofrecía una nueva visión de la televisión. Los espectadores pronto se dieron cuenta de que era una televisión con la que podían hablar (...) podían ir al estudio para quejarse o compartir su alegría. No les importaba la calidad técnica y apreciaban el modo abierto en que los reporteros hablaban con ellos. Y su programación también estaba relacionada con ayudar a resolver los problemas de la gente, encontrar respuestas, explicar cómo funciona la ciudad, quién es quién en el gobierno de la ciudad (...) La emisora fue una suerte de manual sobre cómo usar Kosice. (Baumestier y Dekanovska, 2012: 76).

Por otra parte, el hecho de haber surgido en un momento en el que aún no habían aparecido los canales autonómicos ni las televisiones privadas en España le confiere una peculiaridad que Tele Elx supo aprovechar para atribuirse durante un tiempo la condición de tercer canal, solo en su ámbito de difusión, en competencia directa con TVE.

Durante sus casi treinta años de existencia, Tele Elx se ha reinventado en numerosas ocasiones. Ha sobrevivido a la desaparición del video comunitario, fórmula bajo la que se cobijó en sus inicios, y al envite de las cadenas nacionales que buscaron un nicho de negocio en el sector local. Ha mantenido su independencia sin integrarse en redes de asociaciones de televisiones locales que comparten contenidos para mantenerse

a flote a costa de renunciar a la producción propia de interés local. Ha resistido al acoso de la crisis publicitaria y al ninguneo de la administración autonómica que la excluyó del reparto de licencias de TDT-L en 2005. Ha luchado en solitario contra una resolución que consideraba injusta hasta que los tribunales le dieron la razón, provocando un tsunami en el sector audiovisual local valenciano. Desde su situación de ilegalidad ha seguido emitiendo ininterrumpidamente mientras observaba como los otros canales legales de su demarcación tenían que cerrar o no cumplían sus compromisos. En la actualidad, ya desde una presunta situación de legalidad administrativa, se plantea cómo gestionar los restos de un proyecto de televisión digital terrestre local que se ha demostrado inoperante y obsoleto por el avance de la convergencia tecnológica que no necesita corsés reguladores para difundir los contenidos locales por todo el mundo a través de Internet y las redes sociales.

El presente trabajo se articula en seis capítulos. En el primero de ellos presentamos el objeto de estudio de nuestra investigación, el canal de televisión Tele Elx, sobre el que recae el trabajo de observación que nos permitirá deducir las claves sobre las que pivota la información de proximidad en este tipo de emisoras de ámbito local. Así mismo, esbozamos los objetivos fundamentales que persigue esta tesis doctoral, planteamos las hipótesis a las que trataremos de dar respuestas durante el desarrollo de la investigación y desarrollamos el diseño metodológico que hemos planteado para afrontar este trabajo con rigurosidad a través de un modelo híbrido que funde métodos de investigación cuantitativa y cualitativa, como es un estudio de caso. Por último, enmarcaremos nuestro objeto de estudio en el contexto de investigaciones similares que nos ayuden a enfocar correctamente nuestra investigación.

En el segundo de los capítulos detallamos en profundidad los dos ejes que vertebran este trabajo, es decir, la información de proximidad y la televisión local. En este sentido, definiremos las características atribuidas a la información de proximidad y su encaje dentro de las estructuras relativas al ejercicio del periodismo de ámbito local. La segunda parte de este capítulo gira en torno al nacimiento, desarrollo y situación actual del fenómeno de la televisión local en España, así como el complejo marco jurídico sobre el que se ha ido fraguando. En la parte final, profundizamos en el estado actual del sector audiovisual local en la Comunidad Valenciana ante el reordenamiento que se está produciendo a raíz de una sentencia del Tribunal Supremo que obligó a la Generalitat a devolver el proceso concursal de la tdt-local al punto de partida en 2005. Este hecho singular está poniendo en evidencia las debilidades de un sector dentro de un ordenamiento legal obsoleto.

El capítulo tercero está destinado a describir la historia de nuestro objeto de estudio, desde sus inicios como video comunitario difundido por cable hasta su configuración actual como grupo multimedia local que se difunde globalmente a través de internet. Nos adentraremos en su entramado empresarial y societario y explicaremos su enconada batalla contra la administración autonómica que excluyó a este canal histórico, profundamente enraizado en la localidad en la que emite, del reparto de licencias digitales locales en su demarcación. En este sentido, presentamos las claves para entender las razones que han conseguido la supervivencia de Tele Elx en un marco audiovisual tan hostil.

En el capítulo cuarto detallamos la programación de este canal local que ha experimentado una evolución poco frecuente desde unos postulados generalistas difundidos en un ámbito estrictamente local, compitiendo con televisiones estatales, hasta una especialización de proximidad distribuida globalmente a través de la Red, sin abandonar la difusión digital ni la del cable. La observación en profundidad de su parrilla a lo largo de sus casi treinta años de historia nos permitirá conocer muchas de las posibilidades que puede ofrecer una programación local.

En el capítulo cinco nos sumergimos en el programa más antiguo y emblemático de esta cadena local, el informativo Tele Nit, a través de cuyo estudio conoceremos las características del periodismo de proximidad que practica esta cadena: cuáles son las temáticas que imperan en sus escaletas, qué fuentes utiliza, cómo accede a ellas, quiénes protagonizan las noticias, qué uso hace del valenciano en sus informaciones, etc. Los resultados obtenidos en este quinto bloque nos permitirán reforzar o desechar estereotipos sobre el tipo de información que transmiten las cadenas locales, supeditadas en muchas ocasiones a las exigencias de los gobiernos municipales.

Por último, en el capítulo final estableceremos las conclusiones extraídas a lo largo de esta investigación.

# CAPÍTULO 1

## LA INVESTIGACIÓN

### 1.1.- Justificación del objeto de estudio

El proceso de digitalización televisiva ha generado profundas transformaciones en la televisión local en España y su incidencia también acarrea notables consecuencias en la investigación de la comunicación en este ámbito. En los albores de este proceso, Agustín García Matilla y Fernando Pérez (1997) distinguían tres períodos dentro la evolución de la televisión local en España: una primera etapa de experimentación, una segunda de consolidación y una tercera de expansión. Sin embargo, los cambios experimentados en el sector audiovisual local a raíz de la puesta en marcha de la televisión digital terrestre, exigen introducir un cuarto periodo donde se recojan las incidencias sobre la estructura y el desarrollo de la televisión local que ha traído consigo la digitalización (López Cantos, 2005).

La primera etapa coincidiría con los experimentos de videos comunitarios en Cataluña, a principios de la década de los ochenta, nacidos a la estela de las radios piratas y las radios libres que reivindicaban un espacio de comunicación propio y la voluntad de recuperar las señas de identidad perdidas durante el franquismo (Prado y Moragas, 1991). Este denominado “modelo catalán” de televisión local comunitaria que nació amparada en las experiencias de descentralización televisiva de la región de Quebec y de algunos países del norte de Europa, dio paso a una segunda etapa marcada por la iniciativa privada, con un carácter más empresarial que comunitario, que alcanzó su mayor grado de aceptación en Cataluña, Andalucía y la Comunidad Valenciana (Díaz Nosty, 1998). Desde finales de la década de los ochenta y hasta mediada la de los noventa, las televisiones locales en estas comunidades alcanzaron un desarrollo ingente. Según el censo elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en 2002 se contabilizaban en España 897 televisiones locales: 283 en Andalucía, 122 en la Comunidad Valencia y 115 en Cataluña.<sup>3</sup>

Durante esta segunda etapa se fue abandonando paulatinamente el espíritu de una televisión comunitaria sin ánimo de lucro para buscar otros referentes más comerciales, como canales de televisión local privados, en sintonía con el modelo norteamericano de televisión local por cable. En este período, las emisoras locales en España utilizan mayoritariamente un sistema de difusión terrestre, aún por legislar, y el

---

<sup>3</sup> La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) elaboró un primer censo nacional de televisiones locales en 1995 en el que recogía la existencia de 881 emisoras. En 1998 el EGM dio a conocer un segundo estudio en el que detectó el mismo número de emisoras (881) de las que 561 se concentraban en Andalucía, Comunidad Valenciana y Cataluña. El tercer censo lo volvió a realizar la AIMC en 2002 donde detectó un total de 897 televisiones locales que emitían por cable y ondas. Desde entonces, no se conocen nuevos trabajos censales sobre las televisiones de ámbito local.

cable solo se mantiene en aquellas que nacieron enmascaradas como videos comunitarios. Algunas de estas emisoras pioneras, como Tele Elx, simultanean ambos sistemas de difusión<sup>4</sup>.

La tercera etapa, que comprendería desde mediados de los noventa hasta la llegada de los nuevos operadores de televisión digital local, se caracterizó por la paulatina incorporación al sector de grandes grupos de comunicación supralocales, tanto de prensa como audiovisuales. El objetivo no era otro que situarse en una buena posición en la parrilla de salida de las licencias de televisión digital terrestre local (TDT-L) que preparaba el Gobierno y que regularía un sector hasta entonces considerado ilegal (Corominas, 2009).

Se pretendía así crear cadenas de televisión estatales o autonómicas partiendo de un entramado de pequeñas estaciones locales que emitieran en cadena la mayor parte del tiempo una programación de carácter generalista, trufada de pequeños espacios de contenidos de proximidad difundidos localmente (Guimerà y Bonet, 2012). Este modelo de negocio perseguía la creación de cadenas de televisión local para ofrecer audiencias más amplias a un mercado publicitario donde ya se barruntaba la recesión. Y no es una fórmula novedosa en España. El sector radiofónico, especialmente la Cadena SER (antigua Unión Radio), lo puso en marcha de manera exitosa desde la década de los veinte del pasado siglo y ha perdurado hasta la actualidad (Bonet 2005). No obstante,

---

<sup>4</sup> En el censo de 2002 elaborado por la AIMC se recogen fichas de 42 emisoras locales de la provincia de Alicante (aunque se detectan 55). De ellas, 28 emiten exclusivamente por ondas terrestres, 10 sólo por cable y 4 a través de ambos sistemas de difusión.

este modelo de televisión local comercial en cadena, cuyo objetivo fundamental es la obtención de beneficios con una programación orientada principalmente al entretenimiento, no obtuvo los resultados esperados.

Por una parte, los inversores publicitarios no creyeron en este modelo a escalas, con audiencias heterogéneas y difícilmente mesurables, cuando otros prestadores estatales líderes de audiencia, y bien instalados en el mercado, ocupaban ese espacio desde hacía años. Por otra, el marco legal de la TDT-L limita a los operadores la posibilidad de emitir en cadena más allá de un 25% del tiempo total semanal y nunca en horario de *prime time*, que es el más codiciado por el mercado publicitario<sup>5</sup>. Si a todo ello se le suma la recesión económica, y por ende publicitaria, que coincide cronológicamente con este tercer período del desarrollo de la televisión local, las posibilidades de éxito de este modelo de negocio por el que apostaban los grandes grupos mediáticos fueron prácticamente nulas.

Desde la puesta en marcha del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre y tras la adjudicación de licencias a los nuevos operadores de canales digitales locales, el sector de la televisión local ha sufrido una transformación de tal calado que podría calificarse de “revolución estructural” que afecta a la naturaleza, la concepción y las dinámicas del medio a todos los niveles (Marzal y Casero, 2008; Guimerà, 2010). De este modo, a esos tres grandes períodos de los que hablaban García Matilla y Pérez

---

<sup>5</sup> Ley 7/2010, de 31 de marzo. Artículo 22.3 de la Ley general de la Comunicación Audiovisual publicada en el BOE nº 79, de 01/04/2010.



(1997), habría que añadir una cuarta etapa que está transformando las estructuras, los contenidos y las audiencias: la adaptación y/o supervivencia de la televisión local en el marco digital y de las nuevas tecnologías de la información. Esta última etapa augura, sin duda, un repunte importante en cuanto a líneas de investigación sobre la televisión local que tradicionalmente había ocupado lugares residuales en los estudios sobre comunicación de proximidad.

Hasta épocas muy recientes, el medio televisivo, especialmente aquel circunscrito al ámbito local, no ha gozado del interés de la comunidad académica como objeto de estudio (Martínez Hermida, 2002). Las investigaciones sobre televisión local se han centrado mayoritariamente en trabajos relacionados con la estructura y las políticas de comunicación (Prado y Moragas, 1991 y 2002; Prado, 2004; Corominas, Guimerà, Fernández y Bonet, 2005; Badillo, 2005; López Cantos, 2005, Guimerà, 2006, Sanmartín, 2014) o en estudios de casos específicos con el objetivo de trazar mapas territoriales de implantación de la televisión local: Cataluña (Prado y Moragas, 1991 y 2002; Guimerà, 2006), Castilla-León (Badillo, 2003), Aragón (Sabés Turmo, 2002b), el País Vasco (Arana, Azpillaga y Narbaiza, 2003; Santos Díez y Pérez Dasilva, 2004), la Comunidad Valenciana (Sanmartín Navarro y Bas Portero, 2008), Extremadura (Vacas, 1999), Galicia (Martínez Hermida, 2001 y 2007) o las provincias de Vizcaya (Santos Díez y Pérez Dasilva, 2004), Castellón (López Cantos, 2005), Murcia (Sarabia Andúgar, 2004), Andalucía (Navarro Moreno, 1999) o Madrid (Escobar Roca, 2004).

Esta hegemonía de los enfoques basados en la estructura y las políticas de comunicación ha conllevado la marginación de otras cuestiones como la recepción, la

comunicación política y los contenidos audiovisuales como objeto de estudio en relación con la televisión local (Marzal y Casero, 2008), y sólo recientemente han aparecido otros enfoques orientados al estudio de los contenidos de la programación televisiva, y más específicamente de los informativos de las televisiones locales (Rodríguez Vázquez, 2001; Humanes, 2001; Estévez Ramírez, 2003; Iglesias, 2005;).

Es precisamente desde esta perspectiva de análisis de contenido de la programación, y haciendo especial énfasis en aquella que trata sobre la información de proximidad, desde donde pretendemos abordar la presente investigación. Sin embargo, no es nuestra intención analizar qué tipos de contenidos informativos ofrecen las televisiones locales en un marco geográfico determinado ni realizar estudios comparativos entre ellas. Nuestro objeto de estudio se circunscribe al análisis de un caso específico, el de Tele Elx, por los motivos que exponemos a continuación y que, a nuestro entender, avalan a este canal como paradigma de la evolución de la televisión local en España:

- Por su relevancia social dentro del territorio sobre el que actúa y del que se nutre.
- Por su dilatada trayectoria y presencia en todas las fases por las que ha atravesado la historia de la televisión local en España.
- Por la cantidad y calidad de su programación propia.
- Por el liderazgo que ostentan sus productos informativos y el respaldo de la audiencia.
- Por abanderar los movimientos de resistencia activa ante el proceso de concesión de licencias de TDT-L en la Comunidad Valenciana en el que quedaron

excluidas la inmensa mayoría de las televisiones locales “históricas” del territorio y que ha supuesto, tras darle la razón el Tribunal Supremo, que se revisara dicho proceso concesional.

- Por su capacidad para adaptar su fórmula de televisión de proximidad a los nuevos procesos comunicativos y tecnológicos a los que se enfrenta la comunicación local, liderando en la actualidad un portal multimedia donde se integran el canal de televisión, un ciberdiario y una emisora de radio, con una importante implantación de este grupo local en las redes sociales.

Consideramos que la elección de Tele Elx como objeto de estudio nos permite realizar un trabajo de carácter diacrónico a través de las distintas fases por las que ha transitado la televisión local en España y, más específicamente, en la Comunidad Valenciana. Así mismo, al tratarse de un canal local de los denominados “históricos” por la longevidad y estabilidad de sus emisiones, nos facilita el seguimiento exhaustivo tanto de un modelo consolidado en su estructura empresarial, como de la evolución de la parrilla de programación y de sus contenidos informativos desde finales de la década de los ochenta hasta la actualidad.

Otro factor no menos relevante a la hora de elegir el objeto de estudio ha sido la existencia de un importante archivo documental y audiovisual donde se recoge toda la programación del canal desde el año 1988 hasta la actualidad. La existencia de revistas de programación propias, el fácil acceso a recursos hemerográficos provinciales para contrastar la abundante información, tanto programática como del devenir de Tele Elx a lo largo de todos sus años de emisión, y la disponibilidad y cercanía de los actores que

forman parte de la historia de nuestro objeto de estudio, suponen una importante ventaja a la hora de llevar a buen término esta investigación.

Por otra parte, se ha considerado también la estrecha vinculación entre esta televisión local y la Universidad Miguel Hernández, a la que pertenece esta investigadora, ya que ambas comparten un mismo espacio geográfico, cultural, político, económico, y por ende comunicativo, que resulta interesante explorar de cara al futuro desarrollo y consolidación de los nuevos modelos de información local y de proximidad que se abren ante los nuevos retos de la digitalización. Todo ello, sin olvidar la pertinencia del objeto de estudio respecto a las líneas de investigación abiertas por el Grupo de Investigación en Comunicación de la Comunidad Valenciana (GICOV) puesto en marcha por el área de Periodismo de la UMH, en el que colabora esta doctoranda.

## **1.2.- Objetivos de la investigación**

Esta investigación persigue un triple objetivo:

- 1.- Rastrear la historia de Tele Elx, desde sus orígenes hasta la actualidad, incluyendo los siguientes aspectos:
  - a. Estructura y evolución del grupo mediático.
  - b. Radiografía del equipo humano.
  - c. Recursos técnicos y tecnológicos de la emisora.
  - d. Situación socio-política y jurídica de Tele Elx.

2.- Describir la evolución de los contenidos de la programación de Tele Elx, con especial atención a:

- a. Géneros televisivos empleados
- b. Programas de producción propia
- c. Formatos informativos

3.- Analizar los contenidos del informativo Tele Nit de acuerdo con las siguientes pautas:

- a. Estructura externa del noticiario
- b. Estructura interna del noticiario
- c. Temáticas de la información de proximidad
- d. Fuentes empleadas
- e. Protagonistas de las noticias

4.- Descubrir el rol que interpreta Tele Elx en la dinamización informativa, cultural y social de la ciudad.

### **1.3.- Hipótesis**

Una vez delimitados el objeto de estudio y los objetivos que se pretenden alcanzar en la presente investigación, es oportuno formular las hipótesis que guiarán nuestro trabajo:

H 1.- Tele Elx ha evolucionado desde un modelo de televisión generalista difundida en un ámbito geográfico local hacia un modelo de televisión de proximidad difundida en un ámbito global.

H 2.- Tele Elx ha renunciado a los formatos de entretenimiento y ficción en su parrilla para apostar por una programación especializada en información de proximidad y de servicio al ciudadano.

H 3.- La información política municipal es la columna vertebral de los noticiarios de Tele Elx y los políticos locales son los principales actores de sus noticias.

H 4.- Los espacios informativos se nutren fundamentalmente de fuentes institucionales públicas y privadas en detrimento de las fuentes de expertos y ciudadanas.

H 5.- La identidad local representada en el informativo Tele Nit se sustenta sobre noticias de contenidos deportivos y de fiestas locales mientras que otros elementos como la lengua vernácula y la cultura propia se ven relegados a un segundo plano.

H 6.- Las mujeres, como fuente informativa, aparecen infrarrepresentadas en el noticiario Tele Nit.

H 7.- Tele Elx desempeña un papel dinamizador dentro de la sociedad ilicitana, con la que mantiene fuertes lazos de identidad cultural.

#### **1.4.- Metodología**

Esta investigación persigue, como hemos expuesto anteriormente, tres objetivos básicos que consisten en el abordaje, desde una perspectiva historicista, del fenómeno de la televisión local en Elche representado por el canal decano, Tele Elx, cuyas emisiones han perdurado sin interrupción durante los últimos veintinueve años. Pero no aspiramos exclusivamente a relatar la trayectoria de un canal de televisión local desde las innumerables vertientes que se pueden abrir a través de un estudio histórico de estas características sino que pretendemos profundizar en su producción audiovisual propia para descubrir qué modelo de televisión han construido a lo largo de los años como referente televisivo local en la sociedad en la que se enmarca.

Para ello, nuestro segundo objetivo consiste en describir su parrilla de programación, qué formatos y géneros televisivos han empleado y cuál es su propuesta informativa de proximidad. Llegados a este punto, nos adentramos en el tercer objetivo que es el análisis del contenido de sus informativos, cuyo máximo exponente es el noticiario Tele Nit, presente en su parrilla de programación desde la génesis del canal.

La metodología elegida para nuestra investigación, por tanto, debe ofrecer técnicas que den respuestas a este triple propósito. Por una parte, describir la evolución histórica del canal de televisión, la relación con los otros operadores locales y su producción audiovisual. Por otra, debe brindar herramientas solventes para cuantificar y analizar los contenidos del buque insignia de sus informativos locales. Es necesario, pues, que esta metodología sea lo suficientemente híbrida como para combinar fórmulas

cuantitativas y cualitativas y flexible en cuanto a sus métodos de trabajo ya que es necesario armonizar datos procedentes de fuentes muy diversas: entrevistas en profundidad a los actores que han formado parte de la historia de nuestro objeto de estudio, archivos audiovisuales, hemerográficos o piezas informativas que componen el cuerpo documental de cada uno de los informativos analizados.

Si abordáramos el fenómeno de Tele Elx atendiendo solo a la cuantificación y posterior análisis de su producción informativa, sin adentrarnos en los factores contextualizadores de carácter social e histórico que lo han convertido en lo que es, estaríamos obviando una parte esencial para comprender de manera global la idiosincrasia de este canal de televisión local. Creemos que la metodología de las ciencias sociales, a pesar del refinamiento de las técnicas incorporadas, no debería alejarse de las visiones de conjunto sobre las que debería asentarse, ni renunciar a su intrínseca dimensión humanística (Castro Nogueira, et al, 2005: 55).

Coincidimos con Fariñas Martín (2008) en que no existe una única vía metodológica para llegar a un objetivo y que los métodos pueden ser variados para un mismo objeto de estudio siempre que se adapte a la naturaleza del fenómeno investigado. Por las razones que expondremos a continuación, consideramos que esos requisitos los cumple el estudio de caso, que incorpora técnicas provenientes tanto de metodologías empíricas cuantitativas como de las empleadas en metodologías cualitativas, ambas útiles para la presente investigación.



#### **1.4.1.- Modelos metodológicos**

En el mundo académico se ha producido históricamente un acalorado debate alrededor de la disyuntiva sobre el empleo de metodologías cuantitativas o cualitativas a la hora de enfrentarse a una investigación empírica. En esta porfía ilustrada podemos encontrar acérrimos defensores de cada una de las posturas en liza pero también otros investigadores que defienden la eficacia de combinar ambas metodologías con el fin de conseguir resultados óptimos, sin ataduras metodológicas que puedan constreñir la consecución de los objetivos marcados.

En el primer grupo se encuentran aquellos cuyos argumentos niegan las ventajas de una de las dos metodologías. Así, los defensores de los métodos cuantitativos consideran que este tipo de aproximación metodológica es típica de las “ciencias duras” ya que utilizan técnicas rigurosas, sistemáticas y objetivas, centradas en el análisis de datos numéricos a través de procedimientos estadísticos (Igartua y Humanes, 2004). En este aspecto, las investigaciones en Ciencias Sociales suelen utilizar frecuentemente técnicas como el análisis de contenido, la investigación experimental, encuestas o cuestionarios (Berger, 1998; Wimmer y Dominick, 1996). Los más quijotes de este grupo consideran abstractos y poco científicos los métodos cualitativos.

En el segundo grupo, alineados en la defensa de las bondades de una sola línea metodológica, aunque en la trinchera contraria, están los seguidores de la metodología cualitativa que niegan que bajo una supuesta neutralidad matemática propia de la metodología cuantitativa se pueda captar toda la complejidad de los fenómenos sociales

(Ruiz Olabuénaga, 2012). Las investigaciones cualitativas utilizan métodos asentados sobre la observación de individuos y colectivos de todo tipo, desde grupos étnicos a empresas. Los datos se obtienen a través de entrevistas abiertas en profundidad o historias de vida aunque también recurren a técnicas centradas en el texto o en los mensajes como el análisis retórico, narrativo, del discurso, semiótico o crítico (Neuendorf, 2002).

Sin embargo, también existe un tercer grupo que sostiene la utilidad y legitimidad de combinar metodologías, incluso dentro de una misma investigación (Bryman, 1988) y que reconoce que se han hecho contribuciones valiosas desde ambas. En la actualidad, cada vez hay más investigadores que utilizan los dos métodos, el cuantitativo y el cualitativo, en un mismo estudio para lograr una “triangulación” de los resultados (Igartua y Humanes, 2004). Ciertamente, las barreras que separaban estas dos metodologías son cada vez más difusas, de tal manera que investigaciones cuantitativas recurren a técnicas cualitativas como la entrevista en profundidad y los investigadores cualitativos construyen instrumentos estadísticos rigurosos para medir y analizar sus datos (Wimmer y Dominick, 1996). Por ello, el científico social ha de crear muchas veces su propio método en función del problema que vaya a investigar (Jensen y Jankowski, 1993).

En las investigaciones cualitativas es el método de análisis del investigador el que determina el valor de la información recogida, la interpreta y la justifica con la finalidad de comprender los procesos investigados. Es evidente que los resultados no pueden constituir conclusiones generalizables, pero si que pueden ser transferibles y

aportar información relevante a otras situaciones y entornos similares (Iglesias García, 2010). La vertiente interpretativa del científico se convierte entonces en un elemento clave mediante explicaciones razonadas que realiza el investigador sobre el tema de estudio. Por tanto, el objetivo fundamental de la investigación cualitativa es la interpretación y la comprensión de la realidad de una manera global (Corbetta, 2007).

Ruiz Olabuénaga (2012: 89) cita las siguientes características básicas de los métodos de investigación cualitativa:

1. Su objetivo es captar el significado de las cosas, de los fenómenos sociales.
2. Utiliza principalmente un lenguaje conceptual y metafórico donde predominan las narraciones.
3. La manera de captar la información se realiza de manera flexible y desestructurada.
4. El procedimiento es más inductivo que deductivo ya que no parte de una teoría y unas hipótesis perfectamente elaboradas si no que, a partir de los datos recogidos, trata de reconstruir un mundo de difícil sistematización y teorización.
5. La orientación no es particularista y generalizadora, si no holística y concreta, porque su intención es captar todo el contenido de experiencias y significados que se dan y no pretende establecer generalizaciones a partir de una pequeña muestra.

Rut Vieytes (2004: 614) sintetiza las características metodológicas de la investigación cualitativa en los siguientes puntos:

1. Constituyen estudios contextualizados y holísticos: la fuente principal y directa de los datos son las situaciones naturales. Ningún fenómeno puede ser entendido fuera de sus referencias espacio-temporales y de su contexto.
2. El investigador recoge por sí mismo los datos, lo cual aporta las siguientes ventajas: adaptabilidad para registrar información simultánea sobre múltiples factores y en varios niveles; visión holística para captar el contexto de forma global; amplitud de conocimientos; posibilidad de explorar respuestas atípicas; incorporación del conocimiento tácito, es decir, el correspondiente a las intuiciones o sentimientos que no se expresan de forma lingüística. Muchos de los matices de la realidad sólo pueden ser captados por esta vía.
3. Utiliza técnicas de recolección de datos abiertos que permiten ampliar el conocimiento.
4. El muestreo es intencional: la selección de la muestra no pretende representar a una población con el objeto de generalizar los resultados, sino que propone ampliar el abanico de los datos para obtener la máxima información de las múltiples realidades que puedan ser descubiertas.
5. Los datos se analizan inductivamente: la teoría se genera a partir de los datos de una realidad concreta, no partiendo de generalidades a priori.
6. Diseño emergente: el diseño de la investigación es emergente y en cascada ya que se va elaborando a medida que ésta avanza. La situación generadora del problema da lugar a un cuestionamiento continuado y una reformulación constante, en función de la incorporación de nuevos datos.
7. Criterios de confiabilidad propios utilizando técnicas específicas que proporcionan credibilidad a los resultados.

Atendiendo a esas características expresadas por Ruiz Olabuénaga y Vieytes, es momento de cuestionarnos cuáles son los interrogantes que pretendemos despejar en la presente investigación y qué técnicas son más útiles para nuestro empeño metodológico. La respuesta nos conduce a discurrir por sendas cualitativas a tenor de los objetivos que nos hemos marcado de describir y comprender de una manera global el fenómeno que nos ocupa. Sin embargo, para responder al tercer objetivo de cuantificar y analizar el contenido de los informativos de Tele Elx, esta investigación debe recurrir también a técnicas estadísticas puramente cuantitativas.

Situados ante la disyuntiva de explicar/comprender, sobre la que pivotan los dos enfoques metodológicos por excelencia de las ciencias sociales, preferimos evitar esa disputa estéril y optar por una posición ecléctica al considerar que la combinación de las metodologías cuantitativa y cualitativa es la opción que mejor se ajusta a nuestro propósito investigador.

En este trabajo optamos por utilizar el estudio de caso como estrategia de diseño metodológico, ya que este enfoque nos permite emplear referentes en los campos de la metodología cualitativa y también de la cuantitativa, con resultados válidos en el ámbito del estudio científico de la comunicación (Berganza y Ruiz, 2005).

Por tanto, nuestra estrategia metodológica para conseguir los objetivos planteados en la siguiente investigación será:

1. El estudio de caso, mediante el que se tratará de dar respuesta a los dos primeros objetivos, buscando un conocimiento a fondo de los mismos.

2. El análisis de contenido, que servirá a esta investigadora para explicar los patrones generales que rigen la información de proximidad que se desprende de la cuantificación, descripción y explicación de los noticiarios del canal objeto de estudio.

Las razones que nos han conducido a la elección de estos dos instrumentos metodológicos para llevar a cabo esta investigación emanan de un proceso de búsqueda documental sobre ambas estrategias a las que nos referiremos a continuación.

#### **1.4.2. El estudio de caso**

Robert Yin define el estudio de caso como “una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no son claramente evidentes y en los cuales existen múltiples fuentes de evidencia que pueden usarse” (Yin, 2003: 23). Rut Vieytes (2004: 623) añade que este procedimiento “consiste en la recopilación e interpretación detallada de toda la información disponible sobre un individuo, una institución, una empresa o un movimiento social particular”. Lo que parece evidente es que el estudio de caso es una herramienta de amplio espectro que utiliza técnicas diversas procedentes de la metodología cualitativa como la observación, las entrevistas, los cuestionarios o los análisis de documentos (Eisenhardt, 1989) pero también de la cuantitativa. De hecho, autores como Chiva Gómez (2001) consideran que un estudio de caso no es sinónimo de investigación cualitativa, ya que éste se puede basar en cualquier combinación de evidencias cuantitativas o cualitativas, e incluso podría basarse exclusivamente en

evidencias cuantitativas sin recurrir a observaciones directas y detalladas como fuente de información.

Nuestra finalidad al escoger este instrumento metodológico es ofrecer la mayor y más completa información posible sobre el tema que nos ocupa. Además, como se ha expuesto anteriormente, el estudio de caso no excluye el uso de información cuantitativa. De cualquier forma, nuestra prioridad es describir de la mejor manera posible la complejidad y diversidad de situaciones y hechos que aparezcan durante el transcurso de la investigación.

La eficacia del estudio de caso aplicado a las ciencias sociales, especialmente a los estudios sobre comunicación y empresas periodísticas, ha quedado ampliamente demostrada en recientes trabajos sobre modelos de televisión local, procesos de digitalización y sus implicaciones en la profesión periodística. Así, se ha aplicado en el estudio de las redacciones de VilaWeb (Iglesias García, 2010), de La Vanguardia, Catalunya Ràdio y TV3 (Masip y Micó, 2005), en redacciones de televisiones españolas (García Avilés et al., 2004; Micó, 2006), en modelos y experiencias de televisiones locales (Iglesias, 2006; Pérez Feijoo, 2008; Monedero Morales, 2008; Fariñas Martín, 2008), en redacciones de cuatro medios digitales catalanes (Domingo, 2006) y también lo ha aplicado Larrañaga (2007) en un estudio sobre convergencia del grupo vasco Goiena (Díaz Noci y Palacios, 2009).

A pesar de la amplia utilización de los estudios de caso en la reciente investigación sobre medios de comunicación, en ocasiones, ha sido considerado

endeble, falta de objetividad y poco riguroso. Sin embargo, cada vez son más los investigadores que aprecian esta técnica como una valiosa herramienta de investigación social (Bonache, 1999; Gummerson, 2000; Yin, 2003). Y en esta línea, Leonard y Mcadam (2001:31) también defienden que las investigaciones que aspiren a desarrollar marcos teóricos más ricos deben venir avaladas por la combinación de los investigadores y los participantes en los procesos, de tal manera que esta teoría derive de modelos inductivos fundamentados en diferentes fuentes de datos, la experiencia existente y la realidad práctica del objeto de estudio.

El estudio de caso, por tanto, es una herramienta útil para llevar a cabo esta investigación pero, para sostener y avalar esta elección, consideramos relevante repasar, aunque sea sucintamente, la génesis y evolución de esta técnica, poniendo de relieve sus fortalezas, debilidades y los instrumentos utilizados para contrarrestar estas últimas. Para ello, en el siguiente epígrafe realizaremos una incursión histórica en los orígenes del estudio de caso como estrategia de investigación, delimitando conceptos, clasificaciones y sus principales etapas. Posteriormente nos centraremos en los aspectos que han de concretarse antes de iniciar un estudio de caso para explicar, a continuación cómo hemos aplicado estos aspectos metodológicos en nuestra investigación.

### **1.4.3. Orígenes del estudio de caso**

El término estudio de caso proviene de la investigación médica y psicológica donde se utiliza para nombrar el análisis minucioso de un proceso individual que explica la dinámica y patología de una enfermedad. Este instrumento metodológico da



por supuesto que es posible conocer un fenómeno a través de la explicación intensiva de un único caso (Becker, 1979: 386) y también ha sido profusamente aplicado en estudios antropológicos. En sociología, el estudio de caso o monográfico, como también es conocido, pretende explicar un fenómeno partiendo de la investigación de uno o varios casos individuales. Hamel (1992:76) afirma que el estudio de caso se caracteriza por analizar uno o más casos particulares para examinar a fondo el fenómeno objeto de estudio.

El estudio de caso cuenta con una larga tradición dentro de las investigaciones en ciencias sociales. Los considerados padres fundadores de la sociología, Durkheim y Weber, fueron precursores en la utilización de estudios de casos en la configuración del conocimiento sociológico y de la consolidación de la disciplina. Émile Durkheim, en su obra *Las formas de la vida religiosa* (1912), estudió la religión como un fenómeno social para explicar el origen del sentimiento religioso analizando la tribu de los Arunta. Max Weber estudió el calvinismo y sus ideas sobre la salvación en *La ética protestante y el espíritu del capitalismo* (1904/05). Aunque se considera que Herbert Spencer fue el primer sociólogo que utilizó el estudio de caso, la introducción moderna del estudio casuístico como método en el campo de la investigación sociológica la realizaron William Thomas y Florian Znaniecki en su obra *The Polish Peasant in Europe and America*<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Este estudio, publicado en cinco volúmenes entre los años 1918 y 1920, trata sobre la población de campesinos polacos y sus familias que emigraron a América y está basado en el análisis de documentos personales.

No obstante, el punto álgido de los estudios de caso se alcanzó durante los años veinte y treinta del siglo pasado en Estados Unidos, cuando la Escuela de Chicago favoreció la utilización del estudio de caso como técnica de análisis de los fenómenos sociales, con algunos ejemplos tan relevantes como *The Gueto*, de Louis Wirt (1928) o los análisis de Ernest Burgess sobre la ciudad de Chicago (Feagin, Orm y Sjoberg, 1991:43).

El interés se mantuvo, aunque con menor intensidad, a lo largo de la década siguiente para luego caer en el olvido entre los años cincuenta y ochenta. El punto de inflexión volvió a producirse en 1984 a raíz de la publicación del libro de Robert Yin *Case study research: Design and methods*, especialmente tras su reedición en 1994, cuando se reavivó el interés por los estudios de caso con la incorporación de nuevos elementos de discusión y nuevas aplicaciones que se han integrado a todo tipo de temáticas sociales, desde estudios sobre el turismo hasta la enseñanza (Iglesias García, 2010). No obstante, a pesar de la importante presencia del estudio de caso dentro de las investigaciones sociales, por las ventajas que aporta al investigador y el profundo conocimiento para la comprensión global del fenómeno objeto de estudio, somos conscientes de que también presenta algunos inconvenientes. De unas y otros nos ocupamos a continuación.

#### **1.4.4. Ventajas e inconvenientes del estudio de caso**

Las principales ventajas del estudio de caso como herramienta de investigación, según Kingsley (1997: 38) son:

1. Los estudios de caso proporcionan al investigador gran cantidad de información sobre el fenómeno analizado.
2. Aunque los estudios de caso pueden ser utilizados en cualquier fase de la investigación, son especialmente adecuados cuando el conocimiento sobre el fenómeno investigado es escaso o cuando se quiere construir una teoría explicativa sobre el mismo.
3. El estudio de caso se considera una herramienta muy útil para el aprendizaje sobre un determinado fenómeno.
4. Es enormemente flexible, ya que permite que el investigador modifique sus procedimientos de investigación a lo largo del estudio, como consecuencia de la interacción con el objeto de estudio.

La principal razón que justifica su utilización es el deseo de comprender un fenómeno o acontecimiento individual, grupal, organizativo o social dentro de su propio contexto, a partir de la observación y el análisis de sus principales características y mediante el uso de diversas fuentes. Eso permite tanto la verificación de las teorías previas como el planteamiento de nuevos marcos teóricos que mejoren la comprensión del fenómeno estudiado. En concreto, (Yin, 2003) recomienda explícitamente el uso del estudio de caso en aquellos supuestos en los que las preguntas del investigador son “cómo” y “por qué”. En otras ocasiones, se destaca su idoneidad para analizar situaciones en las que se conoce poco sobre el objeto de estudio, las perspectivas teóricas vigentes son inadecuadas y resultan empíricamente endebles, cuando el estudio examina un área temática nueva o considera procesos de cambio longitudinal (Eisenhardt, 1989).

No obstante, y a pesar de las diversas situaciones en las que el estudio de caso resulta apropiado, hay que reconocer que esta estrategia no está exenta de críticas. En particular, se ha puesto en tela de juicio su falta de rigor científico, a causa de la subjetividad que aporta el mismo investigador y sus informantes clave. Se ha criticado también la falta de representatividad del fenómeno estudiado de cara a la realización de generalizaciones e incluso se ha desacreditado la validez de los métodos empleados para obtener las evidencias (Gummerson, 2000; Hamel, 1992).

La primera de las críticas hace referencia a la falta de objetividad del investigador y está vinculada al tratamiento estadístico de la información obtenida en el estudio de caso. La revisión de las diversas aportaciones sobre esta cuestión muestra que son pocos los estudios realizados sobre cómo superar esta limitación (Burgess, 1927; Lazarsfeld y Robinson, 1940) y contrarrestar la pobreza de resultados (Platt, 1992: 132). Coller (2005: 54-59) da respuestas a algunas de estas críticas. Así, sobre la falta de representatividad, explica que ésta puede ser estadística pero también analítica y que ésta última implica que el caso es apropiado para el tipo de discusión teórica que se pretende dilucidar con su análisis. Las conclusiones, prosigue, no podrán extrapolarse a un universo pero sí al conjunto de teorías sobre las que el caso incide.

Por lo que respecta a la falta de rigor científico durante el proceso de recopilación de materiales, análisis y elaboración de las conclusiones, Coller considera que se puede contrarrestar con un buen diseño de investigación y un sólido cuerpo teórico. El antídoto, pues, es la triangulación, la búsqueda de explicaciones alternativas y la repetición y revisión de las observaciones. La técnica de la triangulación consiste en

comprobar y contrastar las informaciones aportadas por los informadores o los documentos con otras fuentes para evitar incoherencias, errores de interpretación, fallos de memoria y tentaciones sesgadas por parte del investigador.

Sin embargo, la mayoría de las críticas ponen el énfasis en el problema de la generalización. Según Platt (1992<sup>a</sup>: 146), aunque muchos autores (Strauss y Corbin, 1990; Yin, 1994; Kingsley, 1997) rechazan estas críticas, a pesar de ser conscientes de que esta limitación existe, este punto es el más criticado del estudio de caso desde que se empezara a aplicar en las investigaciones sociales a principios de los años veinte. Sin embargo, cada una de las críticas ha sido refutada por sus defensores, que han desarrollado numerosos trabajos en los que especifican los pasos a seguir para llevar a cabo un estudio de caso de calidad (Yin, 2003; Miles y Huberman, 1994; Stake, 1998; Maxwell, 1996), con el objetivo de impulsar la utilización de esta estrategia de investigación y plantar cara a las críticas mencionadas anteriormente.

Por tanto, un estudio de caso debe incluir un diseño de investigación que contemple una serie de etapas en la toma de decisiones previas que minimicen las debilidades asociadas a este método de trabajo:

1. Revisión del marco teórico y proposiciones previas.
2. Planteamiento de objetivos y preguntas de la investigación
3. Selección de la unidad de análisis
4. Delimitación de las fuentes y métodos de información.
5. Enfoque del análisis.
6. Criterios para la redacción del informe final.

#### 1.4.5. Tipología del estudio de caso

Ante la ausencia de una clasificación consensuada de los diferentes tipos de estudio de casos, asumimos la de Yin (2003: 174) que propone esta tipificación atendiendo al objetivo de la estrategia de investigación:

- Estudios descriptivos, cuyo propósito es analizar cómo ocurre un fenómeno dentro de su contexto real. Ofrece información de los detalles que suceden en el tema estudiado.
- Estudios exploratorios, que tratan de familiarizarse con un fenómeno o una situación sobre la que no existe un marco teórico bien definido.
- Estudios ilustrativos, que se utilizan para desarrollar categorías conceptuales o para servir de apoyo a ciertas teorías establecidas con anterioridad al proceso de recogida de datos.
- Estudios explicativos, que tratan de desarrollar o depurar teorías y revelan las causas y los procesos de un determinado fenómeno. Describen, explican, emiten juicios y valoran el fenómeno estudiado.

De acuerdo con esta clasificación, y teniendo en cuenta los objetivos de este trabajo, consideramos que nuestra investigación se corresponde con un estudio de caso descriptivo, ya que pretendemos conocer cómo funciona, cómo ha evolucionado y cuáles son los principales elementos configuradores del modelo de periodismo de proximidad que practica el canal de televisión local de Elche, Tele Elx.

Otra de las clasificaciones de los estudios de caso se basa en el número de casos que conforman un estudio. Yin (2003: 153) distingue:

- Un único caso: En determinadas circunstancias, el estudio de un único caso puede ser la decisión más acertada para entender un fenómeno en profundidad. Al diseño de un caso único se le atribuye un carácter crítico, en la medida que abre la posibilidad de confirmar, cambiar o ampliar el conocimiento sobre el tema de estudio. Por su carácter de exclusividad, es contextual e irrepetible. Específicamente, Yin apunta cinco razones en las que sería pertinente emprender una investigación de estas características.
  1. Cuando el caso estudiado representa el caso “crítico” para probar una teoría.
  2. Cuando el caso representa un caso “único” por su singularidad y/ o importancia.
  3. Cuando se trata del caso más “representativo” de una situación en particular.
  4. Cuando adopta un carácter “revelador”, que proporciona al investigador la oportunidad de observar y analizar un fenómeno que previamente se había mostrado inaccesible.
  5. Cuando se analiza un caso “longitudinal”, es decir, se estudia la evolución del caso en diferentes momentos.
- Casos múltiples o comparativos: En este tipo de estudios se realizan las mismas preguntas en los diferentes casos, comparando las respuestas para llegar a conclusiones. Así, las evidencias basadas en diversos casos se pueden considerar más sólidas y convincentes ya que el objetivo perseguido es que coincidan los

resultados, lo que permitiría validar la teoría propuesta. De hecho, cada caso ha de ostentar un propósito determinado, por lo que la elección de los casos no se realiza según criterios estadísticos

Por su parte, Stake (1996: 16) propone esta otra clasificación de los estudios de caso:

- Estudios intrínsecos: La motivación principal de la investigación es comprender un caso particular que constituye el enfoque del trabajo. El caso se percibe como un tema de interés por sí mismo y el investigador no pretende construir ninguna teoría al respecto.
- Estudios instrumentales: Sirven para aclarar un determinado tema, profundizar en él o para refinar una teoría. El caso tiene un interés secundario y funciona como apoyo que facilita la comprensión de alguna cosa que sobrepasa el propio caso.
- Estudios colectivos: El investigador estudia un determinado número de casos para investigar un fenómeno, una población o una condición general.

Según las distintas tipologías descritas anteriormente, consideramos que esta investigación conviene abordarla como un estudio de caso descriptivo, único e intrínseco. Descriptivo, porque pretendemos estudiar cómo ocurre un fenómeno dentro de su contexto real. Único, por su singularidad y por el análisis longitudinal del fenómeno que nos ocupa, la televisión local de Elche. Intrínseco, porque estimamos que el objeto de estudio, aunque la investigadora no pretenda constituir ninguna teoría al respecto, tiene interés por sí mismo.



#### **1.4.6. Validez, fiabilidad y triangulación**

Una revisión de la literatura disponible sobre el concepto de validez arroja dos conclusiones fundamentales. En primer lugar, que la validez ha sido tratada hasta ahora como una variable hipotética que aparece como un atributo inferido de la correlación que se puede obtener entre variables. Y en segundo lugar, que la validez no es un concepto absoluto, sino que viene determinada por un contexto y por el uso para el que se determina la prueba. En este sentido, más que con un número, la validez guarda relación con la verdad, la fuerza y el valor del trabajo científico. Para Brinberg y Mcgrath (1985), la validez es como la integridad, el carácter o la cualidad de una cosa que viene determinada en relación al propósito y las circunstancias en las que ocurren.

La validez se va adquiriendo a lo largo de las diferentes etapas del estudio. Por tanto, un estudio tiene resultados válidos si todos los procesos se validan adecuadamente, desde el diseño del caso y el trabajo de campo hasta la presentación de sus resultados. Igualmente, la validez de un estudio es la cualidad que lo hace creíble y que testimonia el rigor con el que se ha realizado. Implica la relevancia de la investigación respecto de sus objetivos y la coherencia entre sus componentes, por lo que es necesario asegurarla.

El otro aspecto clave de toda actividad científica es la fiabilidad. Dentro del marco positivista, la fiabilidad se expresa mediante un coeficiente, pero en su sentido más amplio, la fiabilidad indica el grado en el que las diferencias individuales pueden

atribuirse a verdaderas diferencias entre las variables estudiadas y el grado que puede atribuirse a errores de medición.

En términos estrictos, se entiende el concepto de validez como la exactitud en la medición, es decir, el grado en el que un instrumento mide lo que se supone que debe de medir. Por otra parte, la fiabilidad es el grado en el que un instrumento, sometido a las mismas condiciones y actuando sobre los mismos sujetos, mide siempre de la misma manera. No obstante, no debemos olvidar que estas definiciones proceden de un enfoque cuantitativo y que su traslado a la investigación cualitativa no puede ser tan estricta. Así, una posible pérdida de objetividad en la selección del caso (en el método cualitativo dicha selección es fundamentalmente subjetiva y no aleatoria), se puede contrarrestar con un profundo conocimiento previo del tema que facilita la determinación de los objetivos y las preguntas de la investigación.

Por lo que respecta a la validez interna y externa en el estudio de caso, cabe señalar que la validez interna hace referencia a que las ideas, categorías y relaciones sean útiles y hayan sido utilizadas anteriormente por diferentes autores. En cuanto a la validez externa, los estudios de caso no pueden definir leyes generales ni se pueden usar para obtener patrones generales. Sin embargo, los resultados y la interpretación pueden ser suficientes para generar ideas y opciones en diferentes escenarios.

Para evitar los problemas derivados de la investigación mediante estudios de caso que se han descrito antes, Yin (2003) sugiere algunas tácticas para aumentar la validez en los métodos cualitativos. Dos de ellas se aplican durante la recogida de datos,

y son la multiplicidad de fuentes de evidencia y el establecimiento de una cadena entre ellas. La tercera se aplica durante la preparación del informe, y consiste en que varios informadores clave revisen un borrador del caso.

Además de la validez, la fiabilidad también es un requisito básico en toda investigación. La fiabilidad demuestra que las operaciones podrían repetirse obteniendo los mismos resultados. Por tanto, la fiabilidad hace referencia al grado de seguridad o consistencia de la investigación, es decir, que si otro investigador repitiera el estudio de caso, obtendría resultados similares (Bonache, 1999). El objetivo, por tanto, es minimizar los errores y los sesgos en el estudio, para lo cual se debe determinar un protocolo del caso donde se especifiquen todos los pasos que se han seguido durante la investigación, así como una base de datos con toda la información recopilada (Yin, 2003).

No obstante, muchos de los estudios de caso no se pueden repetir ya que analizan fenómenos complejos que se desarrollan en escenarios, a menudo, cambiantes. Por ello, Robert Stake (1996) recomienda la técnica de la triangulación como medida para ampliar la fiabilidad de las fuentes.

El principal objetivo de la triangulación es incrementar la validez de los resultados de una investigación, mediante la depuración de las deficiencias intrínsecas que se derivarían de un solo método de recogida de datos, y controlar el sesgo personal que podría inferir el investigador. Así, cuanto mayor sea la triangulación, mayor será la fiabilidad de los resultados (Denzin, 1970). Para ello se utilizan mediciones múltiples e

independientes con diferentes sesgos que compensen las debilidades de unas con las fortalezas de otras. Paul (1996) destaca en este sentido, que una triangulación efectiva requiere un profundo conocimiento previo de los puntos fuertes y débiles de cada uno de los métodos de investigación empleados.

Por lo que respecta a los diversos tipos de triangulación, Vera (2005: 39) propone cuatro formas de triangulación:

- Triangulación de datos: Se recogen datos de fuentes diversas, que incluyan diversidad temporal, espacial y personal, para ser contrastadas.
- Triangulación de investigadores: Se utilizan diferentes observadores para comprobar que registran los mismos datos o incluso se pueden contrastar los resultados de distintos investigadores que estudian el mismo tema.
- Triangulación teórica: Se consideran otras teorías alternativas en lugar de un único punto de vista.
- Triangulación metodológica: Se aplican diversos métodos y se contrastan los resultados para analizar las coincidencias y las divergencias.
- Triangulación múltiple: Se combinan diversos tipos de triangulación (datos, metodologías, etc.)

En esta investigación, con un carácter básicamente descriptivo, se opta por la triangulación múltiple (de datos obtenidos con diferentes referencias temporales, de observación participante y de entrevistados)

## 1.5. Diseño de la investigación

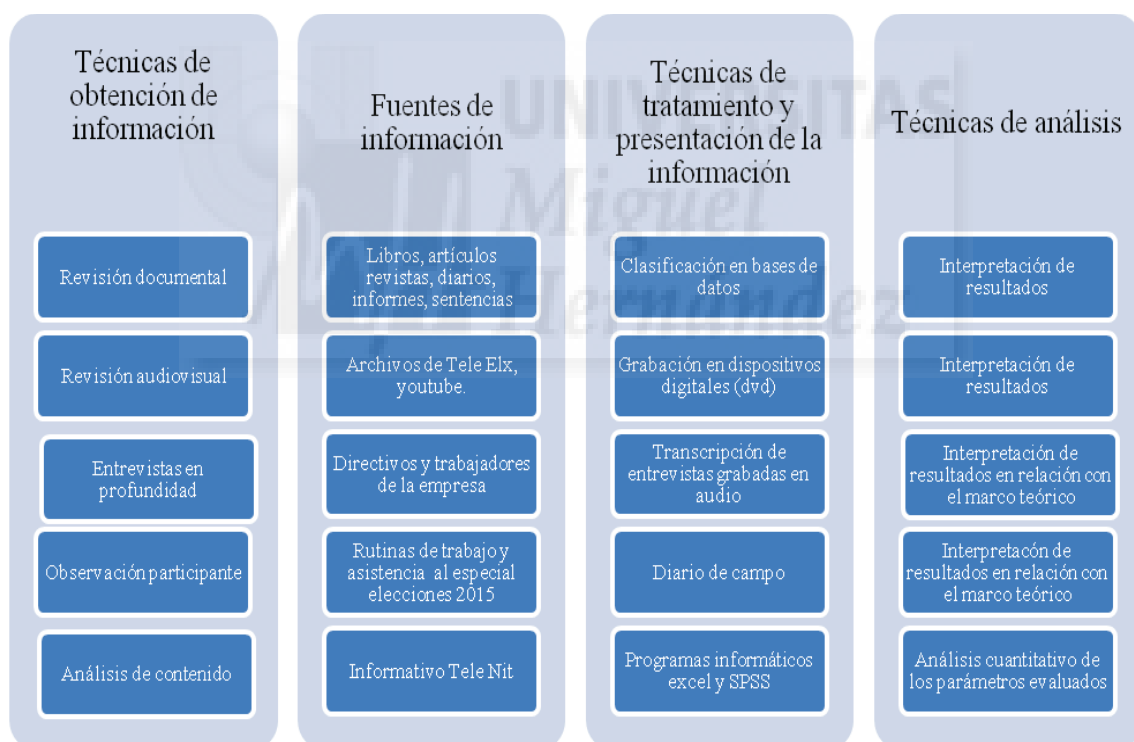
Todas las consideraciones expuestas anteriormente nos conducen a corroborar la idoneidad de la metodología del estudio de caso para investigar el caso que nos ocupa, es decir, analizar el fenómeno de Tele Elx desde una vertiente historicista, conocer cómo surgió y ha evolucionado este canal de televisión local, cuál es su organización, cómo trabaja su redacción, qué productos componen su parrilla de programación y qué modelo de periodismo de proximidad ofrece a su audiencia.

Para ello hemos estructurado el trabajo en tres fases:

- La planificación: en esta fase se ha elaborado el diseño de la investigación, se han escogido las técnicas para la recogida de información atendiendo a las características del objeto de estudio y se ha seleccionado la muestra sobre la que realizaremos el análisis de contenido.
- La ejecución: después de evaluar la situación de partida hemos reconsiderado algunos aspectos relacionados con la muestra y los informantes; hemos revisado el marco teórico a tenor de la situación de inestabilidad legal que presenta tanto nuestro objeto de estudio como el sector audiovisual y por último, hemos aplicado las técnicas escogidas y ordenado los datos obtenidos en esta fase.
- La elaboración de la información: tras realizar el proceso de análisis estadístico de los resultados obtenidos, se han formulado unas conclusiones provisionales para proceder después a la triangulación que le dé validez y fiabilidad, y finalmente se han elaborado las conclusiones finales.

Para la obtención de los datos, siguiendo la estrategia de la triangulación tanto en lo referente a las técnicas empleadas como a las fuentes de información, se han utilizado diferentes estrategias. Básicamente, han sido cinco: la revisión de las fuentes documentales y audiovisuales, la realización de entrevistas, la observación participante como espectador y el análisis de contenido. En el cuadro 1.1 se pueden observar las técnicas empleadas para obtener la información, las fuentes, cómo se ha tratado y/o presentado la información y cuáles han sido en cada caso las técnicas de análisis.

**Cuadro 1.1. Estrategias de triangulación**



Fuente: elaboración propia

Para la obtención de datos en la presente investigación hemos empleado las siguientes metodologías:

- **Revisión de fuentes documentales:** para elaborar el marco teórico se ha revisado la bibliografía (libros, artículos académicos, contribuciones a congresos, *papers*, etc.) referente al nacimiento y evolución de la televisión de proximidad en España, especialmente en la Comunidad Valenciana y más específicamente de las emisoras de ámbito local de la demarcación donde se ubica nuestro objeto de estudio. Así mismo, se han consultado documentos hemerográficos en la biblioteca de San José de Elche y en los portales de diarios provinciales como La Verdad e Información además de otros de ámbito regional y nacional como Levante, Las Provincias, El País, ABC, El Economista o la revista Época donde han aparecido informaciones sobre Tele Elx en algún momento de su larga trayectoria. De igual manera, hemos tenido acceso a documentación relativa a los diferentes procesos judiciales en los que se ha visto envuelto Tele Elx, bien a través de documentos facilitados por la propia empresa, bien en portales especializados en temas jurídicos. Para documentarnos sobre asuntos legislativos hemos recurrido fundamentalmente al BOE y al DOGV. En cuanto a informes del sector, esta investigación se ha basado en documentos de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC), en estudios de audiencia elaborados por la empresa de sondeos Infortécnica y otra documentación sectorial recogida en el informe elaborado por la Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades

Valencianas (CECUV)<sup>7</sup> del que ha formado parte la autora de este trabajo. El portal web de Tele Elx y diversos blogs especializados en medios audiovisuales locales completan esta base documental.

- **Revisión de fuentes audiovisuales:** estos documentos proceden, fundamentalmente, del archivo audiovisual de Tele Elx donde se almacena toda la programación propia emitida por este canal desde sus inicios. Para realizar esta revisión audiovisual también nos ha sido muy útil bucear en los archivos de YouTube donde hemos encontrado grabaciones, aunque sin excesiva calidad, que han subido personas que en algún momento han sido protagonistas de la programación de Tele Elx. Así mismo, también han contribuido los estudiantes de Periodismo de la Universidad Miguel Hernández de Elche con sus reportajes sobre este canal de televisión.
- **Entrevistas en profundidad:** para seleccionar una muestra que fuera representativa y que pudiera aportar a esta investigación toda la riqueza y perspectiva de sus actores, hemos optado por realizar un muestreo intencional. Partíamos de antemano, a tenor de los datos recogidos durante el proceso de documentación del marco teórico, con un *mapping* de informantes clave. No obstante, a medida que avanzaba la elaboración de la teoría, las visitas de campo

---

<sup>7</sup> La Comisión de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas está compuesta por un grupo de diez investigadores sobre temas de comunicación de siete universidades valencianas. Esta Comisión ha redactado, por encargo del gobierno de la Generalitat, un informe titulado “Bases per a la renovació de l’espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió”. En este informe se recogen las propuestas que incluyen los documentos elaborados por diferentes colectivos profesionales, fruto de intensos debates durante los últimos dos años, especialmente tras el cese de las emisiones de RTVV, el 29 de noviembre de 2013. La Comisión también ha tenido en cuenta otros estudios y trabajos, de carácter marcadamente académicos, considerados de referencia, porque ofrecen informaciones y análisis sobre la situación de los medios de comunicación públicos en España y en la Comunidad Valenciana.



y las primeras entrevistas realizadas, hemos ido incorporando otros informadores no previstos inicialmente. Ésta es una de las ventajas de la metodología cualitativa que hemos adoptado: que el proceso de selección de la muestra se extiende en paralelo al transcurso de la investigación para ganar dinamismo durante la recopilación de datos.

Los criterios que han guiado nuestro muestreo han sido la adecuación y la pertinencia. La adecuación significa que los informantes sean los necesarios y suficientes para desarrollar una completa descripción del fenómeno estudiado. La pertinencia tiene que ver con conseguir la identificación y logro del concurso de los participantes que pueden aportar más y mejor información a la investigación (Vieytes, 2004). En cuanto a las modalidades de muestreo, siempre siguiendo la lógica del muestreo intencional, hemos incorporado diferentes tipos a medida que aumentaba el conocimiento sobre nuestro objeto de estudio. Así, en un primer estadio de la investigación, nuestro muestreo fue teórico, es decir, que para generar o ajustar teorías, seleccionamos los informantes en función de cada uno de nuestros objetivos. La muestra inicial, por tanto, fue cambiando según aparecían nuevos hallazgos que nos permitían afinar nuestra teoría, poner a prueba los conceptos o reformularlos.

La segunda de las tipologías de muestreo que hemos utilizado en la presente investigación para la selección de informantes es la denominada bola de nieve. Ésta se utiliza generalmente para comprender realidades culturales o personales que por su carácter comprometedor suelen permanecer ocultas y consiste en que cada uno de los informantes nos conduce al siguiente. En este caso, la utilización de este tipo de

muestreo no se debe al estudio de un caso comprometido, que no lo es, sino porque al carecer de estudios previos sobre el tema, se está construyendo un corpus teórico sustentado en buena parte sobre la memoria de un colectivo amplio y extenso en el tiempo que esta investigadora ha ido conociendo a través de los recuerdos de los informantes. Así, durante el transcurso de las entrevistas, nuestras fuentes iban remitiéndonos a otros actores y protagonistas de la historia de Tele Elx que pudieran completar los datos que ellos no recordaban con exactitud.

Por último, la tercera de las tipologías de muestreo empleada ha sido la de cuotas. Esta muestra no es aleatoria y suele formar parte de diseños estratificados. El investigador selecciona un cierto número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones y posteriormente escoge libremente aquellos que debe entrevistar dentro de cada grupo en el que se ha dividido la muestra. Para esta investigación nos era muy útil este tipo de muestreo, puesto que necesitábamos informantes representativos de diversos estratos en función de la etapa histórica en la que formaron parte de Tele Elx, de la responsabilidad orgánica dentro de la empresa y de las tareas productivas.

En cuanto al tipo de informantes que nos ayudara a comprender el objeto de estudio, hemos considerado que esta investigación requería informantes representativos, que son aquellos que dan información directamente relevante para nuestros objetivos. ¿Pero cuántos son necesarios para que el tamaño de la muestra sea el correcto? Si la investigación cualitativa nos lleva de los casos a la teoría, de ésta a nuevos casos y así sucesivamente hasta comprender de manera profunda el problema estudiado, ¿cómo saber cuándo tenemos suficiente? Los investigadores cualitativos llaman a ese

momento, saturación, que es ese punto en el que el analista percibe que ya no podrá obtener más información aunque haga más entrevistas o más observaciones.

En nuestro caso, el tamaño de la muestra no se ha escogido atendiendo necesariamente al punto de saturación, sino a los requerimientos temporales de la investigación y la disponibilidad de esta investigadora. Creemos, no obstante, que el tamaño de la muestra es suficiente: ocho informantes que proceden de diferentes etapas, han realizado tareas funcionales diversas y han ostentado u ostentan distintos cargos de responsabilidad.

Se emplearon entrevistas en profundidad que permiten más libertad al entrevistado a la hora de ordenar en su memoria los hechos narrados. Esta investigadora es consciente de que en muchos casos, aunque existía un orden preestablecido en el cuestionario de las preguntas, éste se ha obviado para no interrumpir el torrente de información que aportaban muchos de nuestros entrevistados, algunos de los cuales continúan vinculados a Tele Elx desde sus orígenes, hace casi treinta años. Siguiendo la estrategia de la triangulación para aumentar la validez y fiabilidad de los resultados, hemos seleccionado nuestras fuentes testimoniales, como hemos explicado en el epígrafe anterior, atendiendo a diversos criterios como el cargo que ocupan o han ocupado, las funciones que realizan o han realizado y las etapas en las que han formado parte de la empresa. Algunos de ellos han ocupado diversos cargos, funciones y permanecen en Tele Elx desde sus inicios. Ésta es la muestra seleccionada:

- 1. Antonio Rodes:** Socio fundador de Tele Elx. Fue, junto con el empresario Julián Méndez y el periodista Pepe Andreu (ambos fallecidos) el ideólogo y principal impulsor del proyecto audiovisual objeto de nuestra investigación. Ocupó el cargo de consejero delegado de la empresa desde su fundación en 1987 hasta que se desvinculó de ella en el año 2003 tras vender sus acciones, primero de la empresa de cable a Orange y luego el resto de su participación en Tele Elx y Radio Exprés a la familia de Luis Torres. Su testimonio es clave para obtener referentes históricos del nacimiento del proyecto objeto de estudio y de su evolución empresarial.
- 2. Gaspar Macià:** Periodista. En la época en que nació Tele Elx estaba pendiente de reincorporarse a la redacción del diario La Verdad en Elche, puesto que había abandonado para dirigir durante un tiempo El Periódico de Elche. Fue entonces cuando Antonio Rodes y Pepe Andreu le ofrecieron formar parte del nuevo proyecto audiovisual. Macià se incorporó a la plantilla de Tele Elx en 1987, antes de que comenzaran las emisiones. Durante su etapa en este canal fue el responsable de seleccionar el equipo de profesionales que lo puso en marcha. Además de trabajar como redactor y reportero durante los años iniciales, fue el primero en ocupar los cargos de jefe de informativos y programas hasta que abandonó esta televisión local en octubre de 1989 para incorporarse a otros destinos profesionales. Los datos ofrecidos por este informante aportan conocimiento sobre las rutinas de trabajo de Tele Elx durante sus

inicios, la parrilla de programación, fuentes informativas y nociones valiosas sobre el contexto social y político en que nació Tele Elx.

**3. Conchi Álvarez:** Actual directora de Tele Elx. Aunque no formó parte de la primera plantilla, se incorporó a este canal muy pronto, en 1988, solo unos meses después del comienzo de las emisiones. Su primera ocupación fue como presentadora de espacios de entretenimiento y de entrevistas durante los años en que Tele Elx ejerció el monopolio audiovisual local en Elche. Posteriormente realizó tareas de redacción hasta que fue nombrada jefa de informativos. Desde 2004 es la directora de Tele Elx, cargo que compatibiliza con la dirección y presentación de un magacín matinal diario en la radio del grupo. Álvarez ha atravesado por todas las etapas de la televisión, por múltiples tareas funcionales y diversos cargos de responsabilidad, convirtiéndose en uno de los bastiones que han llevado adelante la empresa incluso en los momentos en que ha estado a punto de desaparecer. Su testimonio aporta una gran riqueza por la visión holística y longitudinal que posee sobre nuestro objeto de estudio al haber estado presente en todas las etapas de Tele Elx y desde perspectivas funcionales diferentes.

**4. Iván Aranda:** Se incorporó al proyecto de Tele Elx en 1987, durante la etapa de gestación del canal y abandonó la cadena en 1993 para incorporarse al gabinete de prensa del ayuntamiento de Elche. Fue, junto con Gaspar Maciá, responsable de la selección de la primera plantilla de

Tele Elx. Durante los primeros años ejerció como realizador, como formador del equipo de operadores de cámara y como responsable técnico de la emisora. Gran conocedor de la intrahistoria de Tele Elx, su aportación es básica para descubrir el nacimiento y primera etapa del canal desde la perspectiva de los recursos técnicos.

5. **Luis Torres:** Dueño, junto con su familia, de la empresa Firamedia que actualmente es la propietaria del grupo multimedia donde se enmarca Tele Elx. Su relación con la empresa comenzó en 1992 cuando entró a formar parte de la empresa a través de una ampliación de capital para sufragar la importante inversión que suponía la modernización de la red de cable por la que se difundía Tele Elx, convirtiéndose así en socio mayoritario. Aunque sus intereses empresariales no iban dirigidos a la televisión local sino al sector de las telecomunicaciones, él mismo afirma que aprendió a estimar este canal que ha sostenido a lo largo de los años a pesar de ser deficitario y de encontrarse en una situación de ilegalidad administrativa. En 2003 la familia Torres, tras vender toda su participación accionarial en la empresa Med Telecom a Orange, adquirió el resto de las acciones de Tele Elx y Radio Exprés que aún estaban en manos de otros socios y se convirtió en la única propietaria del grupo multimedia. Las dos entrevistas en profundidad que hemos mantenido con él han aportado una valiosa información sobre la estructura empresarial, los aspectos jurídicos que han acompañado la última etapa

de Tele Elx así como una profunda reflexión sobre la viabilidad futura de una empresa de comunicación local en el actual escenario tecnológico.

**6. Rosmari Alonso:** Actual jefa de informativos de Tele Elx. Alonso entró en la plantilla en el verano de 1987, pocos meses después de su inauguración. Su primer destino fue locutora de continuidad. Posteriormente, realizó todo tipo de funciones en este canal, como azafata de concursos, presentadora de programas infantiles, de entrevistas, debates o magazines. Tras pasar una corta temporada en otros destinos profesionales como periodista de una productora nacional, volvió a Tele Elx como redactora y reportera. Es una de las caras más conocidas de este canal local. Cuando Conchi Álvarez asumió la dirección de la cadena, la sustituyó al frente de la jefatura de informativos, cargo que ocupa en la actualidad. Su versatilidad funcional al haber formado parte tanto del departamento de informativos como del de programas y su permanencia continuada en todas las etapas del canal confieren a su testimonio un carácter esencial para que esta investigadora logre apreciar la variedad y evolución de los contenidos de la programación de Tele Elx.

**7. José María Rubio:** Entró a trabajar en Tele Elx en el verano de 1990 para hacer sustituciones en el departamento de continuidad cuando la programación se emitía de forma manual. La casualidad hizo que uno de los trabajadores de dicho departamento se fuera y Rubio ocupó

definitivamente su puesto hasta 2003. Los avances tecnológicos y la venta de la empresa de cable hicieron peligrar su continuidad en Tele Elx, donde se tuvo que reciclar como operador de cámara, montador, realizador y también locutor de piezas informativas que escriben los redactores. En la actualidad ejerce todas las funciones anteriormente enumeradas, entre las que destaca la de realizador del informativo Tele Nit y del programa A todo Gol. Rubio también es la persona encargada de mantener el archivo audiovisual de Tele Elx y de pasar a DVD las antiguas cintas de U-Matic donde se alojan las imágenes del archivo anteriores al año 2000. Es precisamente este amplio conocimiento de los archivos del canal, junto a su polifacética actividad en el departamento técnico y su gran conocimiento de los recursos técnicos de Tele Elx los que convierten a José M<sup>a</sup> Rubio en un informante muy representativo para nuestra investigación.

- 8. Salvador Campello:** Periodista. Entró en Tele Elx en 2011 como becario y se quedó en la empresa. Gestiona la plataforma teleelx.es y las redes sociales. Mientras cursaba el Máster de Innovación en Periodismo en la Universidad Miguel Hernández, diseñó la nueva página web de la empresa que se presentó en sociedad en 2015. Entre sus funciones como gestor figuran el publicar los contenidos de los otros medios de comunicación del grupo, la televisión y la radio, y adaptarlos al lenguaje digital. Compatibiliza esta tarea con la presentación del informativo Tele Nit y con la cobertura de noticias especiales y de largo recorrido que no



requieren la inmediatez de la actualidad diaria. También cubre retransmisiones en directo de eventos culturales o festivos. Los datos que ha aportado Campello a esta investigación nos ayudan a comprender la situación de esta empresa en la actualidad, las características de un grupo multimedia digital, la innovación en cuanto a formatos y contenidos que están aportando los nuevos periodistas y los retos de futuro.

Todas las entrevistas se realizaron en la sede de Tele Elx, coincidiendo con las numerosas visitas que esta investigadora ha realizado durante los meses que duró el trabajo de campo. Paralelamente, la metodología empleada para este estudio de caso requería la observación directa de las rutinas de trabajo del equipo y el visionado de los informativos seleccionados como muestra para este trabajo. Este último se realizó en una de las cabinas de edición de Tele Elx que habilitaron expresamente para que pudiéramos trabajar cómodamente y tener acceso directo al material objeto de análisis. Las dos últimas metodologías empleadas son las siguientes:

- **Observación participante:** hay determinados temas de estudio que no pueden ser analizados en profundidad solo a partir de las entrevistas sino que requieren introducirse en el ámbito del objeto de estudio y observar su comportamiento. Esta observación, no obstante, debe hacerse reduciendo al mínimo las interferencias que pudiera ocasionar la investigación (Vieytes, 2004). Decíamos que hay información que puede resultar relevante pero que no se puede registrar verbalmente a través de nuestros informantes. El investigador cualitativo debe ser capaz de identificar detalles, captar la complejidad del objeto que investiga y

sus interconexiones con el mundo que le rodea para tener una mejor perspectiva del escenario y la idiosincrasia del grupo.

Entre las distintas posibilidades de realizar una observación cualitativa, consideramos que la que mejor se ajusta a nuestro objeto de estudio y a las posibilidades de realización por parte de esta investigadora es la observación participante como espectadora. En este sentido, se trata de “estar allí” pero sin formar parte de la acción. Así hemos observado de cerca las rutinas de trabajo, las soluciones a problemas cotidianos, la toma de decisiones sobre contenidos, la elaboración de las piezas informativas diarias e incluso las limitaciones humanas y técnicas.

El calendario de observación no ha seguido ningún parámetro determinado previamente, puesto que ha coincidido con los días en que esta investigadora ha acudido a la redacción de Tele Elx donde se le ha permitido el acceso libre a todas sus instalaciones. Estas visitas han sido frecuentes, limitadas por las responsabilidades laborales y docentes de esta investigadora, y en distintos periodos de la investigación. La imposibilidad de acceder al archivo audiovisual desde otro lugar que no fuera la sede de Tele Elx ha intensificado el período de observación ya que para analizar el contenido del informativo Tele Nit era imprescindible nuestra presencia en el lugar objeto de estudio.

Además de esta observación cotidiana, y como consecuencia del corpus teórico que iba tomando forma a raíz de las entrevistas, consideramos especialmente relevante para esta investigación asistir como espectadora a una jornada de

trabajo que escapara a la rutina habitual. Se trataba de observar cómo se comporta una televisión local durante la realización en directo de un programa electoral, qué recursos humanos y técnicos se activan, cómo trabaja el equipo bajo la presión del directo, cuál era el ambiente. Esa circunstancia se dio el pasado 24 de mayo de 2015 cuando se celebraron las últimas elecciones municipales y autonómicas y esta investigadora estuvo presente para recoger la ingente cantidad de datos que se pueden obtener sobre la actividad de un grupo humano en una situación de estas características.

Los datos recogidos, tanto durante la observación de la rutina de trabajo cotidiano como en la noche electoral, se anotaron en un diario de campo junto con el material fotográfico obtenido para ser incorporado en la fase de elaboración de los resultados de esta investigación.

- **Análisis de contenido:** el tercer objetivo de esta investigación es analizar los contenidos del informativo Tele Nit como principal y más longevo noticiario de Tele Elx, el que acumula más audiencia y el más prestigioso de la emisora que se ha emitido ininterrumpidamente desde sus inicios en 1987. A través del análisis de cada una de las piezas informativas que contiene, obtendremos los datos necesarios que nos darán como resultado qué tipo de información de proximidad ofrece esta cadena, cuáles son los temas que trata, cuánto tiempo les dedica a cada uno de ellos, cómo se ordenan las noticias dentro de la escaleta, con qué recursos formales cuentan, cuáles son las fuentes más habituales,

quiénes son los protagonistas de sus noticias o en qué lengua se expresan, entre otros.

El universo objeto de nuestra investigación es inabarcable ya que pretendemos conocer la evolución del Tele Nit durante sus 28 años de historia, lo que supondría más de siete mil unidades de análisis que contienen a su vez múltiples unidades de registro que son cada una de las piezas informativas que componen el informativo. Además, se ha tenido en cuenta el punto de saturación en la cantidad de información recogida ya que esta investigadora entiende que los datos podrían comenzar a ser repetitivos y dejar de aportar información útil y novedosa para nuestros objetivos.

Por tanto hemos recurrido a una muestra representativa y homogénea de noticiarios distribuidos a lo largo de los años, que siguen exclusivamente un patrón cronológico. Tomamos esta decisión después de consultar con algunos de nuestros informantes sobre si había existido algún condicionante interno o externo relacionado con la estructura empresarial o el modelo comunicativo que hubiera provocado cambios significativos en la estructura del Tele Nit que pudiera influir en los resultados del análisis. Ante una respuesta negativa y sin ningún otro motivo que pudiera alterar los resultados de nuestra investigación, dependiendo de si errábamos en la elección del muestreo, seleccionamos una muestra intencional con una periodicidad cuatrienal desde 1991 a 2015. Los informativos anteriores a 1991, aunque consideramos que arrojarían datos relevantes para esta investigación, se han eliminado de la muestra por

inconvenientes ajenos a nuestra voluntad ya que los documentos objeto de análisis se encuentran en un formato en desuso muy difícil de reproducir.

Así hemos realizado siete “catas selectivas” en los informativos durante la misma semana correspondientes a los años 1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 y 2015. Esta selección se ha realizado con la intención de minimizar el efecto saturación, del que hablamos anteriormente, dada la magnitud del universo y atendiendo al conocimiento previo de esta investigadora sobre el objeto de estudio.

En total se han analizado 35 noticiarios y 617 piezas informativas que representan diversas etapas de la historia de Tele Elx, desde los inicios a la más reciente. En cuanto a la semana escogida para realizar el análisis, se ha optado por la última semana de febrero y/o la primera de marzo (varían algunos días según el calendario) para evitar, en la medida de lo posible, coincidencias con eventos sociales, culturales o festivos que pudieran introducir sesgos indeseables en los contenidos del noticiario y alterar los resultados. Se ha procurado expresamente que no coincidiera con hechos informativamente relevantes ni con fiestas de arraigo popular en Elche (por ejemplo, el Misteri en agosto; los períodos de Navidad o Semana Santa) que pudiera producir una alteración en las agendas mediáticas o en las rutinas de trabajo.

El informativo Tele Nit se ha analizado sólo de lunes a viernes durante las semanas seleccionadas. Hemos descartado la inclusión del fin de semana ya que la realidad informativa suele ser muy diferente y podría dar lugar a conclusiones

erróneas. También se ha tenido en cuenta que, en la mayoría de los casos, se emiten resúmenes de los noticiarios elaborados durante el resto de la semana, por lo que carecen de interés como unidades de análisis.

Una vez seleccionada la muestra y las unidades de muestreo, elaboramos una plantilla para cada unidad de registro donde se recogen cada una de las categorías y subcategorías que componen el corpus del análisis. En este sentido, se han confeccionado dos fichas distintas: una donde se recogen los datos descriptivos de cada informativo, su identificación y aspectos formales del documento y otra para cada una de las piezas informativas que lo integran donde aparecen los indicadores específicos del contenido de cada noticia.

En la primera de las fichas se incluye la duración total del informativo, fecha, día de la semana y hora de emisión así como datos referidos a su estructura formal donde se registra si lleva o no cabecera, número de presentadores, si aparecen sumarios. En caso afirmativo, cuántas informaciones componen dicho sumario y cuáles son las temáticas de las noticias incluidas. Por último, en esta ficha se recoge el número total de piezas que se incluyen en el informativo y la tipología de las mismas.

**Cuadro 1.2. Ejemplo ficha datos de estructura externa del Tele Nit.**

<b>Día:</b> Lunes	<b>Fecha:</b> 26/02/2001	<b>Hora emisión:</b> 21:30 h.	<b>Tiempo:</b> 2.345''			
<b>Piezas:</b> 17	<b>VTR:</b> 14	<b>Breves:</b> 0	<b>Colas:</b> 3	<b>Intro/Corte:</b> 0	<b>Especiales:</b> 0	<b>Opinión:</b> 0
<b>Cabecera ida:</b> Sí	<b>Cabecera vuelta:</b> Sí	<b>Presentadores:</b> 1	<b>Rótulos:</b> Sí	<b>Cortinillas:</b> Sí		
<b>Sumarios ida:</b> 4	<b>Sumarios vuelta:</b> 4	<b>Temas Sumarios:</b> Ayuntamiento, Política, Sucesos, Economía				

Fuente: elaboración propia

La segunda de las fichas recoge los datos de las unidades de registro, que en el caso de esta investigación se corresponde con las distintas piezas informativas que componen cada uno de los informativos. En ella aparecen todas las categorías y subcategorías que tras su codificación y posterior tratamiento nos revelarán los resultados que perseguimos con este análisis de contenido. Para construir las categorías hemos tenido presentes una serie de características comunes en la mayoría de este tipo de análisis estadístico-descriptivos como son: la exclusión mutua, la homogeneidad, la pertinencia y la productividad.

Exclusividad, en el sentido de que cada uno de los elementos que aparezcan en la unidad de análisis únicamente pueda ubicarse dentro de una categoría; homogeneidad en cuanto su clasificación; pertinencia, puesto que debe de adaptarse al objetivo del estudio y productividad en cuanto que dicha categoría sea efectiva para aclarar el fenómeno estudiado. De este modo, la ficha de codificación recoge 110 categorías y subcategorías agrupadas en seis bloques:

1. Estructura formal del documento
2. Temática de las noticias

3. Estrategia de las fuentes
4. Tipos de fuentes
5. Protagonistas de las noticias
6. Valoración de la información

El primero de los bloques nos muestra el orden en que aparece cada pieza dentro del informativo, la duración, el tratamiento formal, los recursos técnicos empleados y la lengua en que se expresa el locutor. Con estos datos pretendemos establecer conclusiones sobre la relevancia que el medio concede a cada noticia en función del lugar y el tiempo que ocupa dentro de la escaleta, así como de la naturaleza de la pieza. El segundo bloque, referido a la temática de las informaciones, es el más amplio de todos ya que se ha establecido una minuciosa categorización y subcategorización para dar cabida al mayor número posible de casos. Así se han creado categorías para los siguientes temas:

1. Economía (10 subcategorías)
2. Ayuntamiento (4 subcategorías)
3. Política (11 subcategorías)
4. Cultura (7 subcategorías)
5. Sociedad (10 subcategorías)
6. Sucesos
7. Tribunales
8. Deportes (4 subcategorías)
9. Servicios (6 subcategorías)
10. Otros (de difícil clasificación)



El tercer bloque está destinado a conocer qué estrategias son las más utilizadas por el medio para acceder a sus fuentes de información. Partimos de la base de que cuanto mayor sea el grado de penetración del medio en su entorno y más recursos humanos y técnicos disponga, más variadas serán estas estrategias de acceso a la información. Consideramos que un informativo presentará mayores índices de calidad si sus fuentes son exclusivas y proceden de investigaciones propias. En el caso contrario, aumentarían las fuentes procedentes de actos públicos o ruedas de prensa. En este bloque las categorías son las siguientes:

1. Ruedas de prensa
2. Actos públicos
3. Declaraciones exclusivas al medio
4. Declaraciones *in situ* (canutazos)
5. Comunicados y/o notas de prensa
6. Investigación propia
7. Sondeos y encuestas
8. Otros medios
9. Desconocida

El cuarto bloque también hace referencia a las fuentes empleadas por el medio pero desde el punto de vista del origen de éstas. Así pretendemos descubrir que instituciones o colectivos se configuran como principales fuentes de información para Tele Elx. Las categorías establecidas son las siguientes:

1. Política
2. Empresarial

3. Sindical
4. Instituciones culturales
5. Universidades
6. Asociaciones
7. Vox populi
8. Poder Judicial
9. Policía
10. Bomberos
11. Personas relevantes
12. Hospitales
13. Iglesia

En el quinto bloque incluimos a los testimonios que aparecen o no en las piezas analizadas, ya que la ausencia y/o presencia de cortes de voz supone un elemento diferenciador en cuanto a la importancia que le concede el medio a la noticia. Así mismo, nos interesa conocer quiénes son esos testimonios, a qué colectivos representan, cómo los muestran, cuántas intervenciones hacen y durante cuánto tiempo y si son hombres o mujeres.

**Cuadro 1.3. Ejemplo ficha estructura interna de las noticias del Tele Nit.**

<b>Orden:</b> 1		<b>Asunto:</b> Caso Agroespaña				
<b>Tipo pieza:</b> VTR		<b>Speech:</b> 0		<b>Totales:</b> 2	<b>Directos:</b> 0	<b>Idioma:</b> Castellano
<b>Tiempo Total:</b> 132''		<b>Tiempo Intro:</b> 20''		<b>Tiempo Pieza:</b> 75''	<b>Tiempo Totales:</b> 37''	
<b>Tema:</b> Política	<b>Subtema:</b> Partidos (PP)		<b>Estrategia Fuente:</b> Declaraciones in situ	<b>Origen Fuente:</b> Política		
<b>Cortes voz</b> 1	<b>Sexo:</b> Varón	<b>Identificado:</b> Sí	<b>Tiempo:</b> 10''	<b>Tipo:</b> Políticos		<b>Subtipo:</b> Oposición municipal
<b>Cortes voz</b> 2	<b>Sexo:</b> Varón	<b>Identificado:</b> Sí	<b>Tiempo:</b> 27''	<b>Tipo:</b> Representante colectivos		<b>Subtipo:</b>
<b>Valoración:</b> Neutra						

Fuente: elaboración propia

Por último, en el sexto bloque incluimos la categoría de valoración de la noticia (positiva, negativa o neutra) donde la investigadora asume la importante carga interpretativa que ello conlleva.

Tras el proceso de codificación y recodificación en las plantillas correspondientes, se volcaron las referencias obtenidas, primero a tablas de Excel y posteriormente al programa estadístico spss para tratar un volumen de información próximo a los 50.000 datos.



## CAPÍTULO 2

### LA TELEVISIÓN DE PROXIMIDAD EN ESPAÑA: CONCEPTOS, EVOLUCIÓN Y PANORAMA ACTUAL

#### 2.1. Introducción

La información de proximidad, lejos de diluirse en la globalidad inherente a una Sociedad Red que homogeneiza territorios, soportes, géneros y contenidos (Castells, 1999) aparece como un valor en alza dentro del panorama comunicativo del siglo XXI. Ante el avance imparable de las tecnologías de la comunicación que tienden a estandarizar las informaciones, los consumos y las opiniones, la proximidad aparece como un contrapeso donde la ciudadanía y sus experiencias cotidianas actúan como centro gravitatorio que neutraliza los efectos centrifugadores de la globalización informativa. Así, en una Sociedad de la Información donde se han eliminado los límites espaciales, donde los soportes informativos convergen en plataformas multimedia, los lectores, oyentes y espectadores se reconvierten en usuarios y los géneros desdibujan sus contornos en un proceso de hibridación imparable, los contenidos constituyen la última frontera que vincula a los ciudadanos con su realidad más inmediata.

Desde el célebre oxímoron de “aldea global” que acuñara McLuhan en los años sesenta hasta el no menos exitoso neologismo “glocalización” de Robertson, se ha producido un redimensionamiento del concepto de globalización que redefine los espacios comunicativos donde los rasgos culturales e identitarios de lo local se están afianzando por encima de las presiones globalizadoras (Pillet Capdepon, 2008). Para Bauman (2004), se trata de un “neohumanismo”, una lectura de la globalización con rostro más humano. Sin embargo, esa dicotomía simplificadora entre lo global y lo local está dando paso a otros planteamientos que introducen la noción de las escalas como herramientas que permiten más posibilidades analíticas. En este sentido, Sara González (2005) defiende que la escala favorece el tránsito, peldaño a peldaño, entre unos ámbitos espaciales y otros, desde el local al regional, el nacional e incluso el global.

El actual panorama mediático no escapa a estas referencias escalares, por donde transitan otras disciplinas sociales como la economía o la política, que han de coexistir dentro de unas estructuras globales y a la par locales, aparentemente contradictorias. Para ello ha sido necesario diseñar nuevas estrategias de comunicación con el objetivo de preservar “lo próximo” frente a la tendencia globalizadora auspiciada por las tecnologías de la información. Xosé López, uno de los autores españoles que más ha estudiado el fenómeno de la información de proximidad, considera imprescindible el papel que desempeñan los medios de comunicación para cohesionar y generar relaciones sociales en un ámbito de proximidad (López García et al., 1998) donde la batalla de la información se libra, más que en el terreno tecnológico, en el de los contenidos. En este contexto, la información de proximidad es la vía más eficaz para

construir nuevas identidades locales o reforzar las ya existentes, sea cual sea el soporte para su difusión o el colectivo humano al que vayan dirigidos los mensajes.

La prensa ha recorrido este camino de permanente reinvención en numerosas ocasiones, ante la aparición de otros medios como la radio y la televisión. Ahora los tres afrontan juntos el proceso de adaptación a los nuevos escenarios comunicativos como medios digitales, nativos o migrantes. La puesta al día conduce a los medios hacia la órbita del ciberperiodismo, un campo profusamente explorado por los investigadores de la comunicación (Camponez, 2002; Correia, 2004; López y Macià, 2007; López, 2008; Jerónimo, 2013 y Caldevilla, 2013) que profundizan en la relación entre los contenidos del periodismo de proximidad y su difusión a escala global (López et al. 2015). Este periodismo a escala humana, que en ocasiones desciende peldaños hasta desembocar en un periodismo hiperlocal, aparece estrechamente vinculado al concepto de servicio público que, por una parte, facilita la vida ciudadana a través de la publicación o difusión de los contenidos y por otra, crea comunidades en torno a temas o ideas que les identifican (Pardo Baldeón, 2013; Izquierdo, 2010).

Jaume Guillaumet (2010) sintetizaba en siete puntos las principales características de la información de proximidad. Aunque su análisis se circunscribía a la prensa comarcal catalana, consideramos que es transferible a cualquier otro soporte mediático, incluida la televisión local:

1. Dimensión pequeña, que permite la flexibilidad empresarial y redaccional necesaria para reaccionar y adaptarse ante cualquier circunstancia.

2. Arraigo en el territorio, que facilita el acceso a la información y la rapidez y eficiencia de la distribución.
3. Proximidad del público, que permite un conocimiento directo de necesidades, gustos e intereses.
4. Publicidad propia, que asegura una fuente específica y estable de financiación.
5. Reclutamiento directo de la redacción, que favorece la identificación con el proyecto periodístico.
6. Función social y cultural, que refuerza la relación del periódico local con sus lectores.
7. Función identidad de grupo, que otorga al periódico local una representación como portavoz del territorio. (Guillamet, 2010: 21)

Partiendo de estas consideraciones previas sobre lo que consideramos información de proximidad, de las características primordiales que la definen y las funciones que se le atribuyen como referente identitario para una colectividad de pequeña escala, en este capítulo abordamos la situación actual del periodismo de proximidad y su traslación a los medios audiovisuales locales. A continuación describiremos el panorama de la televisión de proximidad en España, sus primeras experiencias, su accidentado desarrollo y las incertidumbres que en la actualidad se plantean sobre su viabilidad futura, dentro de un mapa audiovisual extremadamente volátil.



## 2.2. Conceptualización del periodismo de proximidad

El periodismo de proximidad propone volver al periodismo de los orígenes, recobrando el valor de lo local que, con la rápida extensión de los medios masivos, se ha ido debilitando en los últimos años. En la actualidad, la tendencia hacia el deterioro de lo local está cambiando y algunos autores hablan de un “renacer del periodismo hiperlocal” (Caldevilla, 2013: 173) ya que por un lado, los medios se están adaptando a las circunstancias económicas impuestas por la crisis y, por otro, están surgiendo medios locales en internet que requieren menor inversión económica y tecnológica que los medios audiovisuales e impresos.

El periodismo de proximidad se considera una actividad esencial para que los ciudadanos puedan participar en la vida de la comunidad, es decir, para que dispongan de información necesaria y útil que les permita una auténtica integración como miembros de su comunidad, en las zonas donde desarrollan su actividad (Miller, 1995). En consecuencia, lo local puede entenderse como un espacio social y de comunicación interpersonal, mediada tecnológicamente, donde también se genera información, ya que los ciudadanos tienen derecho a la información en ese ámbito de proximidad y cercanía.

De este modo, lo local se configura como un espacio de experiencias compartidas donde la proximidad espacial confiere a los acontecimientos un interés particular; dichos acontecimientos se desarrollan en el mismo territorio donde actúan los potenciales receptores de los mensajes elaborados por los periodistas desde un medio de comunicación. Los datos sobre consumos informativos apuntan a que los ciudadanos

están interesados en conocer lo que ocurre en la proximidad (Navarro et al., 2012). Según este estudio, las cuestiones más próximas (geográfica, social, cultural o psicológicamente,...) figuran entre las que más les interesan a los usuarios de la información.

María José Cantalapiedra (1997: 17) define la información local como aquella que alude a “la narración de hechos u opiniones cuyo interés no trasciende un ámbito geográfico y poblacional reducido, ya que solo les interesa a quienes viven o trabajan en una determinada zona, a nadie más que a ellos”. La dimensión local constituye un factor esencial del periodismo ya que en el mismo origen del periodismo se halla el relato de lo que sucede en el entorno más cercano. No cabe duda de que la proximidad es un elemento clave para que muchos medios de comunicación ejerzan un papel de conexión entre las personas y la sociedad en la que viven. En este sentido, la proximidad resulta fundamental para que los medios de comunicación seleccionen contenidos noticiosos. Este principio ha organizado redacciones, construido agendas y ha impulsado la aparición de medios autonómicos, regionales o locales, definidos por el ámbito geográfico de sus coberturas.

Sin embargo, tradicionalmente, el eje espacial como “vertebrador” de los medios se ha enfrentado a la complejidad que supone la contradicción creciente entre lo global y lo local. Esta proximidad hay que entenderla también en su vertiente social, cultural o, incluso psicológica (Fontcuberta y Guerrero, 2006: 32). En la actualidad resulta insuficiente definir un medio de comunicación local en función del marco geográfico o del lugar donde se distribuye, ya que estos aspectos, en buena medida, se han visto

superados por su edición digital. Lo que sucede en la cercanía hay que relacionarlo con el contexto en el que se produce, pero también con otros contextos que permiten una comprensión del hecho en toda su profundidad.

En este sentido, los medios de comunicación local han hecho posible la plasmación del periodismo de proximidad. La tarea primordial del periodista local se centra en ofrecer una información veraz y ajustada a los hechos, situándolos en su contexto adecuado (López García, 2005). Esos escenarios locales son diversos y plurales, con rasgos que los definen y les dotan de personalidad. De una forma general, lo local se entiende desde la Sociología como aquel campo más próximo al sujeto; mientras desde el punto de vista de la Antropología se habla de lo local como lo propio, lo que distingue a un sujeto. Desde el ámbito de la Comunicación, lo local se concibe como el espacio más próximo al ciudadano para la comunicación mediada tecnológicamente, como un espacio territorial y simbólico. La comunicación local se configura como una actividad dinámica, próxima a los emisores y los receptores que participan en el proceso, e implicada con lo que identifica y diferencia a los habitantes de cada espacio geográfico y social determinado. Como ha señalado Xosé López (2005: 13):

En definitiva, el diario local es un medio interpretativo-de servicios, con el foco en la proximidad, sus raíces en el territorio, sus proyectos en la cercanía, pero con una visión más universal que en el pasado, y con el convencimiento de que es necesario innovar, implicarse en la vida de la comunidad, emplear las tecnologías actuales y buscar vías de colaboración con medios de similares características de otros ámbitos. Es un modelo que ha hecho un largo y difícil camino en el que ha redescubierto los renovados valores de la proximidad.

El ciudadano muestra un creciente interés por lo que pasa en su entorno más próximo, sobre todo en el ámbito de la sociedad civil del municipio y del ayuntamiento que gestiona parte de sus impuestos (López García, 2008). Con la irrupción de internet, la información de proximidad no solo no pierde valor en los medios tradicionales sino que gana terreno y se ha convertido en un creciente nicho de mercado, como señalan Domínguez y Barbosa, (2014). En el caso de la Comunidad Valenciana, una investigación exhaustiva realizada en 2011 revela que en las tres provincias que la integran (Alicante, Castellón y Valencia), se censaron 465 medios digitales, 393 de los cuales se encuadraban en el ámbito de la información de proximidad (López García, 2012).

El desarrollo del periodismo en el ámbito local conlleva una serie de prácticas profesionales específicas. Alicia Martínez Juan (2003), en su análisis del periodista local en la Red, destaca una serie de características del periodismo local en los medios convencionales:

- La localización del medio en un lugar físico y delimitado tanto geográfica como jurídicamente y cuyos habitantes reúnan una unicidad cultural y tradicional propias y unos intereses comunes.
- Audiencia caracterizada por la cercanía entre el ciudadano y las instituciones de gobierno, lo cual plantea ventajas e inconvenientes en la tarea de informar, que afectan al trabajo de los periodistas.

- Contenidos elaborados a partir de sucesos sociales, económicos, eventos deportivos, culturales y políticos, que tienen lugar en el espacio limitado.
- Intereses (políticos, económicos y sociales) del medio en el espacio en que se expresa y presiones a las que se pueda ver sometido por parte de los actores que controlan esos ámbitos.
- Responsabilidad social del medio con el espacio en el que se encuentra, lo que le obliga a participar o influir activamente en las relaciones entre los ciudadanos de la comunidad y los distintos actores sociales.

Numerosas investigaciones sobre la televisión local han abordado las funciones del periodismo de proximidad desde la naturaleza propia de la información en un entorno determinado geográficamente (Marzal Felici y Casero Ripollés, 2008). Algunos autores han reparado en las carencias derivadas de la existencia de “un amplio abanico de medios locales, algunos de ellos con fuerte implantación en sus respectivos territorios, pero que, marcados por una estructura poco profesionalizada y un mercado publicitario de reducidas dimensiones, mantienen una ardua batalla por la supervivencia” (Masip, 2008: 36). Es decir, la precariedad y las limitaciones del periodismo local condicionan en buena medida los objetivos y la eficacia de los medios que actúan en este ámbito.

### **2.3. Funciones del periodismo de proximidad**

El periodismo de proximidad desarrolla una serie de funciones específicas que nacen de su compromiso con la información local, participativa, veraz, plural y democrática, con la finalidad de resultar útil a los ciudadanos (Torres Quintero, 2013). A continuación, siguiendo las aportaciones de la literatura científica, esbozamos las distintas funciones, sin ánimo de exhaustividad.

La primera función del periodismo local es contar lo que sucede en los ámbitos de proximidad, mediante una información caracterizada por el rigor, la precisión y el interés, ofreciendo una explicación de los antecedentes y las consecuencias, mediante la contextualización de los hechos y una documentación adecuada (Miller, 1995). La atención al ámbito de proximidad -la gran opción de los periodistas locales- se considera el elemento diferenciador frente a la cobertura de cualquier otro periodista, aunque para ello deberán disponer de una buena agenda de fuentes que reflejen la pluralidad y el menor número de dependencias posibles.

La cobertura de proximidad implica “acercar la información al lector y mostrarle que esa información le afecta y le interesa”, como apunta Zorrilla (2002: 162). En definitiva, el surgimiento de un foco informativo en la proximidad trae consigo la elaboración de una amplia información que sea de interés para el consumidor de contenidos noticiosos en esa localidad. El periodismo local, por tanto, satisface las necesidades informativas de los ciudadanos de un ámbito geográfico determinado.

A partir de la atención a lo que sucede en los ámbitos de proximidad, la segunda función específica del periodista local es la especialización en todas las informaciones temáticas que se producen en ese ámbito, que deben cubrir en profundidad y calidad. Este segundo cometido específico tiene que ver con la especialización en el ámbito de cobertura, con objeto de obtener la necesaria credibilidad entre los usuarios de la proximidad (Mederos Cruz, 2013). En este sentido, la información local puede considerarse como una especialidad periodística atendiendo al conocimiento exhaustivo que el periodista posee sobre un determinado contexto social, político y económico referido a un entorno geográfico concreto.

La tercera función del periodismo local alude a la capacidad que debe tener el periodista local para escuchar a todos los actores - a todas las fuentes-, conocer sus intereses y disponer de abundante información para, mediante los “filtros” oportunos, elaborar una información rigurosa y veraz. La práctica del periodismo local permite establecer una relación más estrecha entre el profesional de la información y los usuarios, a través de diferentes cauces de participación (Flores Vivar, 2015). El principal peligro reside en la facilidad con la que también cuentan los poderes locales para ejercer mecanismos de presión directa o indirecta sobre el periodista.

Una cuarta función específica se centra en fomentar el debate público para la participación democrática y el apoyo a la pluralidad. De este modo, el periodismo de proximidad genera el interés entre los lectores y espectadores mediante su implicación en los procesos comunicativos y a través del cultivo del consumo crítico de información en los ámbitos de proximidad (Canel, 1995).

Una quinta y última función del periodismo de proximidad hace referencia al valor de servicio a los lectores y usuarios (Flores Vivar, 2015). La utilidad de la información en la vida diaria del ciudadano constituye la principal razón de ser del periodismo local, ya que debe aportar lo que precisa para que el ciudadano actúe e intervenga en una sociedad compleja y competitiva donde, desde distintos puntos, se reclama su participación. Resulta necesario explicarles a los integrantes de la audiencia, a partir de los hechos que puedan resultarle relevantes, cómo pueden reaccionar ante esos hechos y las acciones que pueden emprender para llevar una vida mejor. Cabe subrayar que el periodismo de servicio se traduce en aquella información cuya meta es ofrecer respuesta y orientación. El periodista conoce las repercusiones de la información y dispone de herramientas suficientes para orientar al ciudadano que accede a esos contenidos. La idea de servicio implica una proyección positiva, con objeto de tener en cuenta las necesidades e inquietudes de los lectores en su entorno más cercano.

Estas funciones a menudo se ven mermadas o condicionadas por la realidad de difícil financiación de los medios locales en la actualidad. Con frecuencia, las plantillas de estos medios son muy reducidas, a menudo basadas en colaboradores y becarios, y con escasa especialización (López García, 2004). En un mercado con una reducida inversión publicitaria y una creciente competencia, los medios tradicionales cuentan con sus propios periodistas que abastecen las versiones online y profesionales polivalentes que desarrollan contenidos para el papel, la web o los medios audiovisuales. La apuesta por internet de los medios locales se encuentra lastrada por “las limitadas posibilidades económicas de la mayor parte de las empresas y por las dudas que muchas de ellas poseen sobre la inversión en este nuevo soporte” (Arias, 2010: 71).



## 2.4. Planteamiento de la información audiovisual en el entorno local

La televisión local surgió como un medio de comunicación que progresivamente fue ocupando espacios tradicionalmente dominados por la prensa y la radio locales (Prado y de Moragas, 1991). En la gran mayoría de las parrillas de programación, el informativo local se configura como el programa estrella. Los informativos constituyen las señas de identidad de cada emisora, de acuerdo con un objetivo primordial: informar sobre los asuntos que pueden interesar a los ciudadanos, desde el estado de los parques y calles, hasta aquellos problemas sociales y económicos más graves que repercuten en la comunidad.

La televisión local, tal y como la describe Isabelle Pailliar (1994:8), se caracteriza por ser la televisión de la proximidad, donde "lo local se opone a lo global, como lo particular a lo general, lo específico a lo común....". Pailliar también defiende la necesidad de una televisión cercana a la vida cotidiana, independiente de los poderes y garante del pluralismo, donde el público aspira a una televisión hecha a su medida, con la que poder identificarse. Además, mediante la aplicación de las nuevas tecnologías, el usuario tiene la oportunidad de acceder a lo que Bettetini (1995: 80) denomina la "televisión personal", que complementa la faceta local. La mayor cercanía de la televisión local con su audiencia se traduce en una accesibilidad e integración más plena, que estimula el pluralismo político y cultural de la comunidad.

En nuestro país, después de una década de experimentación, los informativos locales lograron asentarse a mediados de los años noventa. En el caso de Cataluña, por

ejemplo, el vigor cultural y social del proyecto de televisión contribuye a explicar el éxito de TV3 y la extensa implantación de la televisión local en esa comunidad. En una primera etapa, los grupos sociales más activos utilizaron la televisión local como réplica al monopolio estatal televisivo y como instrumento de promoción de la cultura autóctona. Posteriormente, estas emisoras dieron paso a un fenómeno más complejo, encaminado a satisfacer las exigencias del ciudadano que desea recibir información sobre su entorno.

Siguiendo a Prado y de Moragas (1991), cabe distinguir un marco local de acuerdo con un criterio geográfico, pero teniendo en cuenta que en ese mismo concepto intervienen otra serie de condicionantes agrupados según una distinción clave: espacio geográfico y espacio social. En su sentido más estricto, el concepto local se refiere al área geográfica de recepción de la difusión comunicativa y también a la experiencia de comunicación comunitaria que se produce en esos límites espaciales. De este modo, al significado de "lo local" se le añade un doble matiz: la importancia que sigue teniendo el control político en los municipios y la creciente simbiosis entre el mercado y la audiencia. Según un estudio de más de sesenta emisoras locales (García Avilés, 1995), cuatro rasgos definen la identidad del periodismo local en televisión:

1. La difusión de la cultura autóctona.
2. El servicio a la comunidad. Al preguntar por la finalidad de los informativos, la contestación más frecuente es "ofrecer información sobre los asuntos que interesan a nuestra comunidad".
3. La complementariedad, es decir, "tratar las noticias que no ofrecen otros medios nacionales o regionales".

4. Informar con el mayor rigor e imparcialidad posible, sin someterse a los poderes locales.

Como señala Michael Schudson (1995: 14), la información entendida como mecanismo cultural, "incorpora planteamientos sobre lo que importa y lo que tiene sentido, sobre el lugar y el tiempo en que vivimos y las consideraciones que revisten interés". El periodismo local en televisión aporta elementos de juicio para que la audiencia conozca la vida en su propia comunidad, y en esto se diferencia de la televisión nacional, que apela a la mayoría, sin detenerse en aspectos y necesidades concretas de una población. Por consiguiente, en la televisión local, el impacto en los telespectadores se consigue por las características intrínsecas de la audiencia que está delimitada geográficamente y que comparte un amplio espectro de intereses y rasgos comunes. El concepto de local, por tanto, no sólo se opone al de generalista, sino que se basa en la descentralización y en el vigor de la comunidad, tal y como avala la experiencia de la evolución de la televisión local en nuestro país.

## **2.5. Formatos informativos de proximidad en el medio audiovisual**

Una vieja dicotomía enfrenta a quienes piensan que en televisión "todo está inventado" y a quienes afirman que "todavía queda mucho por inventar". Por un lado, la vigencia de determinados formatos se halla sometida al dictamen de la audiencia. Conforme cambian las modas y el público se cansa de *realities*, de programas de entrevistas o de *talk-shows*, surge la pregunta acerca de cómo identificar los formatos que tienen éxito en televisión. Si nos centramos en la información como contenido, una

variedad de nuevos formatos plantea cómo innovar en la presentación, es decir, en la estructura formal de esos contenidos informativos. No obstante, nos parece conveniente adoptar una actitud escéptica al hablar de “nuevo” en televisión.

Resulta un tanto arriesgado y, con frecuencia, utópico, calificar como "innovadores" aquellos formatos que se importan de televisiones extranjeras o se adaptan de otros medios (radio o multimedia) (Leonardo Murolo, 2009). En definitiva, los “nuevos formatos” acaban convirtiéndose en una etiqueta fácil con la que adornar alguna fórmula distinta o por lo menos, no tan manida como las ya existentes en un mercado televisivo concreto. Ranaivoson, Farchy y Gansemer (2013: 24-25) destacan que los medios que aportan innovación en sus contenidos deben incorporar necesariamente novedad y utilidad real, pero también descentralización y protagonismo de la audiencia. A continuación señalaremos cuatro formatos, entendidos como modos de elaborar y presentar la información televisiva en el ámbito local. Se trata de fórmulas implantadas en televisiones locales de Estados Unidos y de varios países europeos que, en algunos casos, también se están llevando a cabo en nuestro país.

### **2.5.1. Videoperiodismo: inmediatez en la cobertura**

El lanzamiento de una tecnología flexible, fácil de usar y accesible genera cambios en distintos niveles. Estas transformaciones pueden afectar a las posibilidades informativas del medio, al acceso y distribución de los contenidos e incluso al estilo narrativo: qué historias se escogen y cómo se cuentan (García Avilés, 1996). El reto de aprovechar los cambios tecnológicos para ganar en flexibilidad e inmediatez implica

que el periodista de televisión debe ser capaz de trabajar con su cámara y con el lenguaje audiovisual, al igual que un redactor de prensa lo hace con su bloc, grabadora y ordenador. No se trata sólo de usar cámaras más pequeñas con mejor calidad de imagen, sino de llegar a replantear ciertos aspectos del periodismo televisivo. Varias empresas televisivas llevan varios años de experiencia en este ámbito:

-*Video News*: cuenta con 30 videoperiodistas en 20 países, y suministran reportajes de actualidad en todo el mundo desde 1993.

-*Associated Press Television*: periodistas con cámaras en 60 delegaciones en todo el mundo desde 1994.

-*Reuters Television*: Al menos veinte corresponsales usan cámaras portátiles desde enero de 1995.

-*Bergen TV*: En esta emisora local noruega, un grupo de redactores produce un informativo local desde 1989.

-*Barcelona Televisió*: Utilizan cámaras para elaborar dos informativos diarios, con una docena de periodistas ENG, desde enero de 1995.

El videoperiodismo, además de promover la formación de periodistas polivalentes, pretende renovar el estilo de periodismo televisivo tradicional en las redacciones (Bandrés et al., 2004). Sus principales ventajas son:

1. Consigue tratar temas que la competencia no usa: menos asuntos oficiales y más informaciones frescas, centradas en la actividad de la comunidad.
2. Permite mayor acercamiento a las personas y los hechos.
3. La respuesta del periodista es más rápida, en cuanto se produce la noticia.

4. Se permite alterar la narrativa audiovisual clásica: la calidad de la imagen se subordina a la fuerza de la historia.
5. Se reducen los costes de grabación y edición.

Por el contrario, también ofrece algunos inconvenientes:

1. Disminuye el trabajo en equipo. La calidad del trabajo (redacción o imagen) con frecuencia se resiente.
2. Menor elaboración del producto final. La perspectiva está más centrada en una persona, por lo que la profundidad del tratamiento puede ser menor.
3. Problemas técnicos, relacionados con deficiencias en la calidad del audio o la imagen.

En el ámbito de la información local, el videoperiodismo exige que la mayor parte de los redactores sean capaces de filmar, editar y desempeñar distintas funciones. En algunas televisiones locales europeas y norteamericanas un solo redactor-operador puede cubrir la noticia de principio a fin. De esta manera, el videoperiodista se configura como un profesional que sigue muy de cerca las informaciones que surgen en el contexto de la comunidad.

### **2.5.2. Canales “todo noticias” de ámbito local**

En septiembre de 1992 nació *New York One*, el primer canal de información local de 24 horas. NY1 emite por cable en los cinco distritos de Nueva York, con una audiencia potencial de diez millones hogares. Este mercado es uno de los más

competitivos del país: NY1 se enfrenta a otras siete emisoras locales (cuatro cadenas y tres independientes), con informativos de calidad. Pertenece al grupo Time Warner y mantiene una alianza estratégica con el *New York Times*, en la producción de programas y servicios. La programación del NY1 consta de secciones variadas: NY al minuto, Deportes, NY *Closeup* (De cerca), *City History*, Espectáculo, Negocios... Además, incluye información regular sobre el tiempo, bolsa, tráfico, etc. Cada hora se emite un informativo de cinco minutos y bloques más extensos en las horas punta.

En un canal de estas características, recortar los costes, mantener una plantilla reducida y usar tecnología puntera son tres factores clave para cubrir la información. Basado en un lema (“Cubrimos las historias de tu ciudad al minuto”), la redacción de NY1 emplea ENGs de una persona. Cuenta con corresponsales en cada uno de los cinco distritos de la ciudad y colaboran expertos en educación, consumo, transporte y temas municipales (Groticelli, 1994). Sus reporteros buscan el ángulo local de temas nacionales. Por ejemplo, cuando surgió una querrela de una cadena de farmacias contra unos laboratorios por fijar precios de forma fraudulenta, un periodista del NY1 investigó las farmacias afectadas en Nueva York. Así tratan de darle un enfoque cercano al ciudadano. Otro reportaje sobre los problemas de falta de iluminación en varias estaciones del metro (4.5 millones de personas lo usan diariamente) tuvo un efecto inmediato: a la semana siguiente el ayuntamiento reparó las luces averiadas.

La información continua en el medio local, como la que ofrece el NY1, vertebrata la programación y permite que el espectador pueda acceder a las noticias sin limitarse a horarios restringidos. Estos canales persiguen a un público ávido de información. Bien

es cierto que el ámbito metropolitano sobre el que actúa NY1 no es extrapolable a muchas ciudades, donde el escaso número de noticias, junto con el limitado volumen de audiencia potencial, impediría la rentabilidad de estos canales de información local. No obstante, el ejemplo ilustra cómo la dosificación de los espacios noticiosos con regularidad a lo largo del día suele captar una masa notable de audiencia.

En nuestro país, algunas televisiones locales incluyen información continua mediante sucesivos bloques de corta duración. Cabe citar a Tele Gran Canaria, que emite cada hora bloques de cinco minutos, desde las 18.00 hasta las 24.00; el Canal 47 (Madrid), que emite boletines de 18.00 a 22.00, de diez y cinco minutos de duración y también Granollers TV, que realiza once avances informativos al día, cada hora en punto, además de un telediario de 30 minutos.

### **2.5.3. Información de servicio para la comunidad**

La información de servicio consiste en promover informaciones propias y potenciar los temas que afectan directamente a la audiencia. Mostrar cómo repercute en la ciudadanía las decisiones de los políticos o los problemas sociales. Para ello, en el informativo se pueden introducir secciones sobre:

- Consumo y calidad de vida: (los abusos en los precios de los juguetes, cómo comprar el mejor ordenador, las trampas en el alquiler de pisos...)
- Salud: (remedios para reducir el colesterol, nuevo tratamiento de la diabetes, cómo prevenir la insolación...)



- Personaje de la semana: seleccionar una persona o institución que destaca de modo no convencional, por algo distinto a lo que los espectadores pueden estar acostumbrados.

Otros recursos para conectar con la audiencia, tales como instalar un contestador automático en la redacción o el seguimiento de redes sociales, ayudan a conocer la reacción de los espectadores y generan temas para historias. Además, las televisiones cuentan con un “ejército” de periodistas en potencia: los miles de videocámaras y móviles de aficionados. Cada vez con mayor frecuencia, las televisiones locales utilizan el material suministrado por los propios espectadores. Según los datos de una encuesta nacional, el 41% de los informativos emite alguna vez imágenes grabadas por videoaficionados. De ellos, el 27% lo hace al menos una vez a la semana. El 19%, una vez al mes. Y el 53% lo emite de forma irregular, una vez cada dos meses (García Avilés, 1995, 237).

Las imágenes de los videoaficionados enriquecen la cobertura. Por ejemplo, durante las inundaciones en Barcelona en el verano de 2004, las mejores imágenes emitidas por TV3 y *Barcelona TV* surgieron de los vídeos enviados por el público. Más recientemente, durante la denominada “primavera árabe” de finales de 2010 y principios de 2011, los videos que los protagonistas de esas revueltas subían a la Red ilustraron profusamente los informativos de televisión de medio mundo. El volumen de esos videos informativos de origen amateur, generados por los propios usuarios que graban noticias con sus cámaras y móviles, ha experimentado un notable auge a raíz del abaratamiento de la tecnología y la inmediatez de las transmisiones. Se trata de los

denominados “contenidos generados por el usuario” o “*user generated content*” (UGC), de los que se benefician los medios tradicionales ya que permite generar contenidos informativos a un coste nulo o muy reducido. Prestigiosas cadenas como la BBC o la CNN han implantado sistemas de UGC para alimentar sus informativos y webs (Harrison, 2010).

Como subraya la directora de informativos de una televisión local: “Nos hemos acostumbrado a trabajar en grupo, a seguir a los otros medios, a vivir de los comunicados, teletipos y ruedas de prensa. No podemos olvidar que la información más útil es la que consigues en el contacto con la comunidad” (García Avilés, 1995: 240). Por ello, la información servicio, centrada en ofrecer contenidos útiles para los espectadores, es un valor seguro para el periodismo de proximidad.

#### **2.5.4. Periodismo cívico: conectar con la comunidad y lograr la participación**

El periodismo cívico pretende acercar a los ciudadanos a la realidad política y capacitarles para participar activamente en ella<sup>8</sup>. Nace de una autocrítica en la cobertura de las elecciones norteamericanas en 1992, cuando algunos periodistas descubrieron varios síntomas preocupantes. Por un lado, la tendencia a identificar información política con información de los políticos e instituciones. Por el otro, el dominio de las

---

<sup>8</sup> Sobre el Periodismo Cívico puede verse: Edward D. Miller, *The Charlotte Project. Helping citizens take back democracy*, The Poynter Papers, San Petesburgo, n. 4, 1995; Jay Rosen, “Public Journalism: First Principles”, *Kettering Foundation Report*, Nueva York, 1995, pp. 6-18; Davis Merrit, *Public Journalism and Public Life, Why telling the news is not enough*, Erlbaum Associates, Nueva York, 1995; María José Cantalapiedra y Mercedes del Hoyo, “Civic Journalism, un nuevo intento de servir al interés público”, *Estudios de Periodística IV*, Sociedad Española de Periodística, mayo 1996, pp. 199-210.

declaraciones de los políticos en los titulares de los informativos. En tercer lugar, la constatación de que las ruedas de prensa y los actos oficiales originaban el 80% de las informaciones políticas. Este es un fenómeno que discurre en paralelo con la profesionalización que ha experimentado la comunicación política en los últimos años. A los llamados “*spin doctors*”, mitad políticos, mitad comunicólogos, ya no les basta con las clásicas técnicas de persuasión, ni con el marketing político (Cavadas, 2015) sino que su objetivo se focaliza en dominar las agendas informativas, en subyugar las escaletas de los telediarios.

Las técnicas utilizadas por los “*spin doctors*” han superado con creces las estrategias de los tradicionales gabinetes de prensa para atraer la atención de los medios e influir en sus agendas. En este sentido, “mientras que el gabinete se dedica fundamentalmente a generar y difundir noticias relacionadas con la institución/empresa/partido político, el *spin* crea representaciones de la realidad para otorgarles un sesgo favorable” (Cavadas, 2015: 99).

La semilla de la comunicación política profesionalizada hasta esos extremos ha germinado en un terreno especialmente abonado para la manipulación informativa. La reducción de las plantillas de los medios y la multifuncionalidad de los periodistas que han de multiplicarse para atender los actos informativos y distribuirlos por diferentes soportes (Castañares, 2014) convierte a los gabinetes de comunicación en aliados que evita a los redactores tener que asistir personalmente a las diferentes convocatorias.

Ahora bien, difundir una noticia no asegura su influencia en una población cada vez más alfabetizada mediáticamente que es capaz de percibir y analizar el contenido de los medios con una mirada crítica y activa (Renés, 2013). El diagnóstico de Howard Kurtz (1995: 6), experto en comunicación del *Washington Post*, también es aplicable a nuestro país: “Buena parte del público ha desconectado de las noticias, es decir, del tipo de noticias tradicionales, cargadas de políticos y actos oficiales, cubiertos de modo rutinario por los medios. Esta gente ve a los periodistas como mensajeros de un mundo que no les interesa mucho”.

¿Sabemos qué interesa a los espectadores, qué necesitan conocer, qué quieren? En el fondo, el periodismo cívico propugna cambiar la sensibilidad del periodista, de forma que esté más cerca de la ciudadanía que del poder. Algunos directivos ofrecen sugerencias para fomentar el contacto de la emisora con la audiencia, tales como estrechar contactos con las asociaciones de vecinos, promover los acontecimientos multitudinarios de interés local y establecer convenios con asociaciones culturales. Entre las iniciativas que han funcionado con éxito, figuran las siguientes:

- Definir los temas que interesan a los ciudadanos y lograr que los políticos hablen sobre esos temas y aporten soluciones: la economía y los impuestos, la delincuencia y la droga, la sanidad, la familia, la educación y el medio ambiente.
- Conectar con espectadores, asociaciones de vecinos y organizaciones para conocer qué temas interesan y su opinión de los candidatos durante la campaña.
- Crear programas con un formato muy simple: grupos de ciudadanos entrevistan -hacen llegar sus preguntas- a los candidatos.

- Incrementar el análisis: poner en contexto las declaraciones de los políticos en su último mitin; elaborar informes que expliquen la viabilidad de las propuestas de los distintos partidos, o la trayectoria de los candidatos.
- Evaluar la tarea de cada político: leyes aprobadas, propuestas en marcha, número de intervenciones...

En 1995, más de cincuenta emisoras de televisión norteamericanas ya empleaban algún formato de periodismo cívico, en colaboración con prensa y radio local. En España, el Diario de Burgos revolucionó la campaña electoral en 1993, mediante técnicas innovadoras propuestas por el periodismo cívico (uso del contestador telefónico las 24 horas del día, organización de debates con ciudadanos, diseño especial del periódico, etc.). Como señala María José Canel (1995: 23), el periodismo cívico propone “una redención a largo plazo: los periodistas recuperaremos la audiencia sólo si ella y nosotros reestablecemos la conexión con la comunidad, con lo público, (...) si conseguimos que a los ciudadanos les interese lo que pasa más allá de su casa”.

No obstante, conviene apuntar que se trata de un periodismo caro que exige cuantiosas inversiones suplementarias: encargo de sondeos, preparación del personal de la redacción, producción de programas especiales, etc.

## **2.6. Claves del periodismo de proximidad en televisión**

Los directores de informativos locales, si desean implantarse en un mercado cada vez más competitivo y fragmentado, deben reinventar la televisión poniendo en

primer lugar al espectador. Han de informar sobre los asuntos que interesan al público y cubrir sus necesidades reales. Por ello, en vez de tratar infructuosamente de competir con los informativos generalistas, nacionales o autonómicos, se plantea la necesidad de formatos alternativos, con un estilo característico, cimentado en la vocación de "medio informativo de y para la comunidad".

Con este fin, cabe subrayar algunos aspectos:

1. El personal de informativos precisa un conocimiento más profundo de su comunidad, que varía según el lugar, la edad o el nivel cultural. Asimismo, resulta esencial conocer el mercado, para no copiar las fórmulas existentes ni convertirse en una mera reproducción local de las televisiones generalistas.
2. La televisión de proximidad ha de ampliar su oferta informativa, incentivando fórmulas de periodismo cívico y de servicio, que incluyan la voz del ciudadano. De este modo, la televisión local se configura como un elemento dinamizador del sistema social, cercano al espectador. Es recomendable evitar el exceso de información política y dar más importancia a las historias de interés humano.
3. El entorno del profesional de la televisión en los próximos años va a ser el cambio, y requerirá, ante todo, flexibilidad. En este contexto, cabe apuntar la importancia de las nuevas tecnologías en el entorno informativo local. El *pay-per-view*, *video on-demand*, *near video on demand* y otros formatos de la televisión interactiva ofrecen al espectador/usuario la posibilidad de configurar su programación en función de sus gustos e intereses. En definitiva, se impone la

tendencia hacia el *narrowcasting* o al mayor ajuste de los contenidos en función de los intereses del público.

4. Los grupos multimedia deben aprovechar las oportunidades del *crossmedia*, en el que cada fragmento distribuido se convierte en una pieza clave para entender un todo, y producir contenidos *transmedia* que faciliten la inmersión del usuario. En el caso del periodismo, resulta apasionante distribuir la temática informativa a través de varios medios y lenguajes. “El proceso puede empezar con una entrevista en un diario, que luego puede desarrollarse desde otro enfoque en la televisión, producirse un documental (...) y así, sucesivamente, cada medio conforma “el tema” informativo en una nueva forma de informar y comunicar con infinitas posibilidades” (Mainer Blanco, 2015: 445).
5. En las redacciones de los medios locales, los profesionales deben reflexionar sobre los contenidos y técnicas de trabajo que aporten soluciones a los problemas planteados.
6. El público entiende con dificultad algunas informaciones porque el periodista aprovecha poco el potencial del lenguaje audiovisual. A este respecto, se recomienda redactar pensando en la imagen y con estilo conversacional, porque a los espectadores se les conquista con contenidos de calidad, con redactores que elaboran piezas pensando en las necesidades de sus audiencias.
7. Aumentar el diálogo entre los profesionales y el público. Algunas iniciativas para lograrlo están ya en marcha, con ideas tan sugerentes como mantener un canal de WhatsApp que permita la comunicación directa con la gente, un

programa de diálogo con los ciudadanos o un corresponsal en cada barrio. El público ha de sentirse reflejado en su televisión local, porque ésta se hace eco de las cuestiones que afectan a su calidad de vida; porque destaca el punto de vista de los afectados, en vez del de los políticos y porque dedica tiempo y recursos a tender puentes y crear fórmulas de comunicación entre los protagonistas de la vida pública y social.

8. Los periodistas deben fomentar las relaciones con su audiencia a través de sus cuentas en redes sociales (Twitter, Facebook, Instagram...), crear espacios abiertos a la participación y la colaboración y atender las demandas del público con el objeto de hacerlo partícipe de la experiencia informativa.
9. Mayor profesionalización de las redacciones. Muchas redacciones de las televisiones locales cuentan con una plantilla muy reducida. Ello provoca que las informaciones sean poco elaboradas y vayan a remolque de la cobertura de acontecimientos oficiales (ruedas de prensa, actos previstos, etc.), sin apenas recursos para la producción de temas propios e investigaciones.
10. Aunque el esquema de programación sea idéntico para varias emisoras, los contenidos serán característicos para cada una de ellas, si de veras pretenden servir a los intereses de los propios habitantes. La programación ha de diseñarse de acuerdo con las necesidades de la comunidad, de tal manera que sea expresión de la vida local y se base en la producción propia.



Sólo la televisión de proximidad está en condiciones de ofrecer al espectador todo lo que sucede en su entorno y para ello, ha de definir un estilo informativo cercano a su audiencia. Para lograrlo, conviene aprovechar todo el potencial informativo y comunicativo tanto desde la perspectiva de la recepción, la difusión, como de la interacción con la audiencia (Rost, 2012:1). Las transformaciones sufridas en las relaciones entre las fuentes, los periodistas y los receptores (Herrero, 2013: 16), han abierto un nuevo escenario que está cambiando las rutinas productivas, las formas narrativas y los vínculos con las audiencias; en definitiva, una puesta a punto de todos los engranajes del sistema comunicativo.

## **2.7. La televisión de proximidad en España: primeras experiencias de descentralización**

Los primeros conatos de una incipiente televisión de proximidad en España se produjeron pocos años después del inicio de las emisiones regulares de Televisión Española, el 28 de octubre de 1956. La necesidad de extender las emisiones por el resto de la península y la falta de espacio en los estudios del Paseo de la Habana (Romeo López, 2008) influyeron en la decisión de poner en marcha nuevos centros de producción y emisión por todo el territorio nacional.

En 1959 se establecieron los primeros enlaces hertzianos entre Madrid y Zaragoza, Barcelona, Bilbao, Santiago de Compostela, Sevilla y Valencia (Baget, 1975). Ese mismo año se inauguraron los estudios de Miramar, en Barcelona, destinados a producir programas con los que completar la parrilla nacional de la cadena;

varios años después, también para elaborar contenidos exclusivos para Cataluña. Este circuito catalán de TVE, aunque de forma muy embrionaria, marcaría el punto de inicio de la televisión de proximidad en nuestro país.

### **2.7.1. Cataluña y Canarias: primeros centros de producción fuera de Madrid**

El Centro de Producción de Programas (CPP) de Barcelona se puso en marcha el 14 de julio de 1959 aunque unos meses antes, el 15 de febrero, se había llevado a cabo la primera retransmisión televisiva desde la capital catalana que fue un partido de fútbol entre el Barcelona y el Real Madrid (González Mateos, 2008). Los estudios de Miramar se estrenaron con la emisión de un programa de variedades llamado “Balcón del Mediterráneo”, que solo pudieron ver los espectadores de Madrid (Romeo, 2008: 284), y más tarde pasó a denominarse “Club Miramar”, el primer programa emitido para toda España desde Barcelona (Gandolfo, 2009).

Desde su puesta en marcha, Barcelona ha sido el principal centro de producción de Televisión Española fuera de Madrid y, durante los primeros años, fue el único enlace con la UER (Moralejo Herreros y Fernández Mourín, 2008). Por Barcelona pasaban todas las noticias internacionales que se distribuían luego para toda España: los primeros acontecimientos televisivos internacionales como la boda de Fabiola de Mora y Aragón con el príncipe Balduino de Bélgica (Romeo López, 2008), el Tour de Francia o el Festival de la Canción de Eurovisión.

En el CPP de Barcelona nacieron algunos de los programas más populares de la etapa inicial de TVE como “Amigos del martes”, “Las marionetas de Herta Frankel”, “Esta es su vida” con Federico Gallo o “Reina por un día” presentado por Mario Cabré y José Luis Barcelona. En 1964 aparecieron los primeros programas emitidos sólo para Cataluña en lo que pronto comenzó a denominarse “circuit català” que cubría las comunidades de Cataluña y Baleares. Se trataba de una emisión mensual<sup>9</sup>, en lengua catalana, de una hora de duración, que se amplió a dos en 1967 (Corominas y López, 1994). Luego se sumarían otros espacios como “Mare Nostrum”, sobre tradiciones y costumbres de Cataluña, o “Giravolt”, un programa de reportajes que fue cantera para importantes periodistas de la cadena como Rosa María Calaf o Mercé Remolí (RTVV.es, 2008b). Estos programas, que se emitían por la tarde una vez finalizada la programación nacional, pueden considerarse como muestras incipientes de una televisión más cercana a sus espectadores e implicada con la actualidad y la realidad social próxima a su entorno. Un concepto que algunas décadas después quedaría integrado en lo que hoy se conoce como televisión de proximidad.

En 1974 se emitió en el circuito catalán el primer informativo territorial de TVE. Se llamó “Miramar” y se emitía en castellano, pero tras la muerte de Franco, en 1975, la lengua catalana se generaliza tanto en los programas de ficción, primordialmente teatro, como en los informativos y los formatos de entretenimiento. Fue una época dorada con producciones de calidad donde se enmarcan programas de entrevistas como “Personatges”, presentado por la escritora Montserrat Roig; “De bat a bat”, un debate

---

<sup>9</sup> La primera emisión de un programa en catalán fue el 27 de octubre de 1964. Una vez finalizadas las emisiones estatales, los espectadores catalanes pudieron ver en sus receptores la obra de teatro “La ferida lluminosa” de Josep María de Sagarra.

con Joan Castelló; el programa de participación ciudadana “Vosté pregunta” de Joaquim Maria Puyal y teleseries de producción propia como “Doctor Caparrós” con Joan Capri o “Mare i fil, S.L.” con Mary Santpere y Enric Majó que han sido referentes en la producción de contenidos de proximidad más allá de la producción informativa (RTVE.es, 2008a).

El nacimiento prematuro del CPP de Canarias, por el contrario, respondía exclusivamente a necesidades técnicas, ya que la lejanía geográfica con la península y la diferencia horaria eran escollos difícilmente salvables en la década de los sesenta (González Mateos, 2008). El Centro de Producción de Programas en el archipiélago canario se puso en marcha el 11 de febrero de 1964 y hasta el lanzamiento del satélite Intelsat 4, en 1971, funcionó de forma autónoma. Desde allí se emitía la programación nacional, que llegaba en avión con un día de retraso (Romeo López, 2008: 288), y programación propia en exclusiva para el archipiélago. Para superar vacíos en la parrilla a causa de la diferencia horaria, el centro canario comenzó a emitir en 1971 informativos propios como el veterano “TeleCanarias” y también programas de folclore, deporte y entretenimiento local como el popular “Tenderete”, ambos aún en antena.

### **2.7.2. Las décadas de los 70 y 80. Expansión de los centros territoriales**

En la década de los setenta, bajo la dirección de Adolfo Suárez, Televisión Española inició una etapa de expansión de su modelo territorial con la creación de centros regionales por toda la geografía española con el objetivo de configurar su estructura regional (Corominas y López, 1995). Aunque en un primer momento fueron

constituidos como delegaciones o unidades informativas y centrados en la realización de noticias o reportajes para los programas de la cadena, pronto superan esa primera función como meras corresponsalías y comienzan a elaborar programas propios destinados a atender las necesidades informativas y de entretenimiento de cada una de las regiones.

Con la elaboración de esos programas de producción propia con contenidos próximos, la televisión comienza a reflejar la realidad sociocultural y lingüística de España, a la par que contribuye a crear un sentimiento de pertenencia territorial (Francés, 2015). No cabe duda de que con la creación de los centros territoriales de TVE se baja, de forma aún casi inconsciente, un primer peldaño en la aproximación de los contenidos a los diferentes territorios y se facilita, al mismo tiempo, la llegada de la actualidad y la realidad más local a la programación nacional.

En 1970 se crea el centro territorial de TVE en Andalucía; a partir de 1974 comienza a emitirse un informativo regional llamado “Telesur” y posteriormente “Noticias Andalucía”. En 1971 aparecen los centros territoriales de Galicia, País Vasco y Comunidad Valenciana donde, primero de forma esporádica y de manera habitual a partir de la muerte del dictador, utilizan el gallego, el vasco y el valenciano en sus programas. En 1974 se incorpora Asturias a la red de centros territoriales y en 1979 lo hacen Aragón y Baleares. En la década de los ochenta surgen el resto de unidades territoriales que se establecen en cada una de las capitales de las comunidades autónomas que, hasta ese momento, eran atendidas desde otros centros próximos. Es el caso de Navarra (1981), Castilla y León y Murcia (1982), Cantabria (1984), La Rioja,

(1986), Ceuta y Melilla (1987) y Castilla-La Mancha y Extremadura en 1989 (Gandolfo, 2009; Anchel, 2002).

### **2.7.3. El caso valenciano. “Aitana”, informativos y programas**

A principios de los años setenta TVE inicia un proceso de descentralización de su estructura que incluye la transformación de las primitivas unidades informativas en centros regionales con capacidad para generar programación propia. Entre ellos se encontraba el centro regional de Valencia que, desde el año 1974, empezó a emitir un informativo regional denominado “Aitana” que se podía ver en Valencia, Castellón, Alicante, Albacete, Murcia, Ibiza y en la mayor parte de la provincia de Almería (Torres Flores, 2012).

“Aitana” fue, sin duda, un referente importante para los espectadores valencianos que por primera vez podían ver en sus televisores los acontecimientos culturales o festivos de sus localidades y las noticias de su entorno más inmediato. Pronto esos contenidos se extenderían hacia formatos de información deportiva, entrevistas o etnológicos, que en el caso del centro territorial de Valencia aparecen en pantalla en 1979: “Deportes 4:30”, “Viure, art i ofici”, “Aitana Cartelera” o “Gent d’aci”, que se emitían a las cuatro y media de la tarde una vez finalizada la programación nacional (Gandolfo, 2009; Sanmartín, 2014). Antes de la aparición de la televisión matinal en 1986, amplió sus horas de emisión en la franja previa a la apertura de la programación nacional con la serie de dibujos animados “L’Aldea de l’Auró”, por primera vez en la historia doblados al valenciano, y el magazín “Cita a la dos”.

Estas primeras emisiones descentralizadas sirvieron para mostrar paisajes y oficios conocidos, personajes relevantes de la cultura, la sociedad y la política valenciana e, incluso, a los equipos deportivos o entidades festeras de todo el territorio. El centro territorial de la Comunidad Valenciana alcanzó su punto álgido en cuanto a producción propia tras del convenio firmado en octubre de 1998 entre la Generalitat Valenciana y RTVE, donde se acordó la emisión de un informativo diario entre las 14:00 y las 14:30, de lunes a viernes por la primera cadena, dos horas de programación propia entre las 19:00 y las 21:00, también de lunes a viernes por la segunda cadena, y dos espacios de media hora, entre las 20:00 y las 20:30, los sábados y domingos por el segundo canal (Sanmartín, 2014).

Entre los programas emitidos en esa época cabe destacar la reemisión en valenciano de series populares como “La barraca” y “Cañas y barro”, de Vicente Blasco Ibáñez; una edición vespertina del informativo y retransmisiones deportivas de equipos de categorías inferiores o de deportes minoritarios y autóctonos. Las innumerables crisis económicas por las que ha atravesado el ente público estatal y la consolidación de las televisiones autonómicas han ido reduciendo la presencia de la programación propia del centro territorial valenciano, que en la actualidad sólo emite un informativo de media hora a las 14:00 horas y un resumen de ese mismo informativo que se emite entre las 16:00 y las 16:10, una vez finalizado el Telediario-1, ambos por La 1 de TVE.

#### **2.7.4. Aparición de las televisiones locales**

En este panorama centralizado y de monopolio en que se encontraba la televisión en nuestro país, sólo amenizado por la incipiente programación de los centros territoriales, aparece el fenómeno de la televisión local durante los primeros años de la década de los ochenta. Unas emisoras estimuladas por los nuevos aires democráticos y la avidez participativa de diferentes movimientos asociativos que comenzaban a salir de su letargo. Al albur de la falta de regulación administrativa en este campo y de la tolerancia que mostraban algunos de los nuevos dirigentes políticos locales y autonómicos, en 1980 nació la RTV Cardedeu, considerada por los expertos como la primera televisión local comunitaria de España.

Su primera emisión tuvo lugar el sábado 7 de junio de 1980 desde el salón parroquial de ese municipio catalán a través del canal 35 del VHF. La programación continuada debía iniciarse el 24 de junio del año siguiente y el acontecimiento iba a contar incluso con la presencia del presidente del parlamento catalán, Heribert Barrera, pero no llegó a producirse porque el gobernador civil prohibió las emisiones tras la denuncia presentada por RTVE (Pérez Oliva, 1983). La emisora, no obstante, continuó emitiendo esporádicamente hasta que en 1983, la firma de un convenio entre RTVE y la Universidad Autónoma de Barcelona facilitó la legalización de la RTV Cardedeu, que se convirtió así en un experimento jurídico que permitía crear nuevas emisoras públicas de televisión sin legalizar las televisiones privadas.



#### **2.7.4.1. Primeras experiencias de televisión local**

El desarrollo y el abaratamiento de la tecnología de la producción informativa acompañaron el nacimiento del fenómeno de la televisión local. Un medio necesitado de una infraestructura hasta entonces “pesada” y “lenta”, empezó a demostrar que podía competir con otros medios más ligeros como la prensa y la radio (Monedero, 2008). Las primeras experiencias de televisión local, íntimamente ligadas al desarrollo del cable, proceden de Estados Unidos y Canadá donde comenzaron a implantarse en la década de los setenta.

La orografía y la enorme extensión de estos dos países norteamericanos ocasionaban serios problemas en la recepción de la señal de televisión en áreas alejadas de los centros emisores, por lo que el cable se utilizó, al principio, para suplir las deficiencias en la recepción de ondas hertzianas en las denominadas “zonas ciegas”. En esta primigenia aplicación “pasiva” del cable, su función se limitaba a capturar las ondas terrestres y redistribuirlas a través de otro soporte en conurbaciones periféricas. Pero pronto descubrieron las enormes posibilidades comunicativas y de negocio que se abrían con este sistema de difusión televisiva estrictamente local: además de solventar los inconvenientes técnicos en la recepción de los canales estatales, el cable permitía elaborar y distribuir una programación *ad hoc*, próxima a la ciudadanía, y diferenciada de la que emitían las grandes cadenas; una oportunidad de negocio que supieron aprovechar los anunciantes locales.

Así pues, el cable y la televisión local formaron un buen tándem en sus inicios. El desarrollo tecnológico del primero y su nivel de penetración en los hogares han marcado el ritmo de la evolución de la televisión de proximidad, mucho más arraigada en aquellos países donde el cable está más asentado, como Estados Unidos, Canadá y el norte de Europa (López Escobar y Bertrand, 1986) Sin embargo, el desarrollo de la televisión local ha seguido por diferentes derroteros dependiendo de las zonas geográficas.

Por un lado está el modelo norteamericano, orientado primordialmente hacia la obtención de beneficios comerciales aunque también coexiste con otras emisoras públicas y comunitarias (Pérez Feijoo, 2008). Estas emisoras locales privadas actúan como filiales de las grandes cadenas nacionales o bien se sindicán para ofrecer una programación con contenidos atractivos a los que no podrían acceder de manera individualizada. Por otro, está el denominado “modelo de Québec”, en el que prevalece la función social de la televisión de proximidad por encima de los fines comerciales y da prioridad a la creación de identidades culturales a través de una programación participativa de la ciudadanía (López Cantos, 2005; López Lita, 2003).

Este modelo ha tenido su réplica en el continente europeo. Los países del norte de Europa lo importaron en la década de los ochenta, sobre todo Holanda, donde la red de cable está muy extendida, y Bélgica, cuya estructura social dividida en dos comunidades idiomáticas enfrentadas es muy similar a la de Quebec. Ese fue también el modelo que inspiró el nacimiento de la primera televisión local comunitaria en Cataluña, la RTV Cardedéu.

Pero la extensión y desarrollo de la televisión local en Europa también aparece ligada a los procesos de descentralización de los sistemas monopolísticos de comunicación que definieron los años ochenta: en España, TVE, en Italia, la RAI, la ORTF en Francia, la RTP en Portugal... En una segunda etapa, en la década de los noventa, la desregulación alcanzó a las televisiones locales y regionales que se habían ido generalizando en casi todos los países europeos. No obstante, este segundo nivel de descentralización televisiva en Europa dista mucho de ser un fenómeno homogéneo, ya que responde a la gran diversidad cultural, lingüística, política, demográfica y geográfica de las regiones europeas (Garitaonandía, 2000; Moragas, 2003).

Para clasificar los diferentes modelos de descentralización televisiva que definían el mapa televisivo europeo en la década de los noventa, Moragas y Garitaonandía (1994:20-21) propusieron las siguientes siete categorías:

1. Televisión de producción delegada en la región. Son centros regionales que actúan como unidades informativas de una televisión de ámbito nacional. Elaboran contenidos, primordialmente informativos, pero no los emiten en la región o ciudad donde están ubicados. Este modelo fue el utilizado inicialmente por TVE para la mayoría de sus centros regionales y posteriormente en las delegaciones provinciales. También es el caso de los centros regionales de ERT-Salónica (Grecia) y RTP-Porto (Portugal). Este sistema es el que emplean también las televisiones estatales privadas en España.
2. Televisión descentralizada. Son centros regionales dependientes de una televisión de ámbito estatal con un grado de autonomía superior al de las televisiones de producción delegada. Normalmente elaboran y difunden un

informativo para la zona sobre la que actúan aunque sin abandonar su función como proveedores informativos de la cadena nacional de la que dependen. Es el caso de algunos centros regionales de TVE en España, de la RAI en Italia, TV2 en Dinamarca o la ORF en Austria.

3. Televisión con desconexión regional. Es un modelo similar al anterior pero con un mayor tiempo de desconexión de la cadena principal, con contenidos más variados como informativos, reportajes, programas culturales, deportes, concursos y otros formatos de entretenimiento. En esta categoría se incluyen casos como los CPP de Cataluña y Canarias, en España y posteriormente el resto de centros regionales; la BBC Scotland y BBC Wales, en el Reino Unido o France 3, en Francia.
4. Televisión de organización federada. Son organismos televisivos regionales independientes entre sí pero asociados. Se encargan de la gestión de un canal de cobertura nacional y de la producción de programas. Es el caso de las televisiones de los *länder* alemanes y de las compañías regionales privadas de Channel 3, en el Reino Unido.
5. Televisión de gestión autónoma. Son emisoras independientes de ámbito regional o autonómico que emiten una programación completa y generalista dentro de su zona de actuación. Este es el modelo de las televisiones autonómicas españolas, de la holandesa Omrop Fryslan en Holanda y de S4C en el país de Gales.

6. Televisiones regionales de cobertura supranacional, nacional o internacional. En este modelo estarían las televisiones regionales del modelo anterior que emiten para ámbitos superiores a su región gracias a la implantación de las nuevas tecnologías como el satélite y la compresión digital<sup>10</sup>. Es el caso de varios canales regionales alemanes que emiten vía satélite, las televisiones autonómicas españolas que poseen un canal internacional o el caso de las televisiones belgas que se reciben en todo el país gracias a la difusión por cable.
7. Televisión local de influencia regional. Son televisiones que no se pueden considerar propiamente regionales atendiendo a ámbito de difusión, pero que por su carácter metropolitano alcanzan una parte importante de la región en la están asentadas. A esta tipología pertenecen emisoras como Télé Lyon Métropole, en Francia, Tele Lombardia en Milán o IA Brandenburg en Berlín

La creación de las televisiones regionales y locales obedece a diversos motivos que se ven reflejados en sus estructuras organizativas, áreas de cobertura, programaciones, financiación y lengua vehicular, entre otros. Así, algunas, como el Channel 3 (antigua ITV) en Gran Bretaña responden a criterios de índole comercial; las televisiones de los *länder* siguen razones institucionales y de organización de la televisión en Alemania; el proceso descentralizador de las televisiones públicas en España, Reino Unido, Francia o Italia está detrás de los centros regionales de la BBC,

---

<sup>10</sup> Esta clasificación la realizaron sus autores antes de la democratización de las nuevas tecnologías de la comunicación y antes de la aparición de Internet como herramienta globalizadora. En ese contexto, los puntos seis y siete aparecían como elementos diferenciadores, pero en la actualidad, han quedado obsoletos ya que cualquier televisión, nacional, regional o local puede acceder a una difusión global. No obstante, consideramos que la categorización elaborada por estos autores sigue siendo válida en la mayoría de sus puntos.

TVE, France 3 o RAI 3, mientras que son las reivindicaciones políticas de las regiones con una historia, cultura y lengua propias, distintas de las del estado al que pertenecen, las que han propiciado la creación de televisiones autonómicas como TV3 en Cataluña, ETB en el País Vasco, S4C en el País de Gales, Omrop Fryslan en Holanda o TG 4 en Irlanda (De Moragas y Garitaonandía, 1994: 13).

Por lo que respecta al desarrollo de la televisión de proximidad en España, Agustín García Matilla y Francisco Pérez (1997) distinguían tres periodos básicos en la historia de la televisión local en nuestro país. La primera etapa coincidiría con los experimentos de televisión comunitaria en Cataluña, a principios de la década de los ochenta, nacidos a la estela de las radios piratas y las radios libres que reivindicaban un espacio de comunicación propio y la voluntad de recuperar las señas de identidad reprimidas durante el franquismo.

Este modelo “catalán” influido por las experiencias de descentralización televisiva del Quebec y del norte de Europa, dio paso a una segunda etapa marcada por la iniciativa privada y con un carácter más empresarial que asociativo, que alcanzó un mayor grado de aceptación en Andalucía y la Comunidad Valenciana. Desde finales de la década de los ochenta y hasta mediada la de los noventa, las televisiones locales en ambas comunidades experimentaron un desarrollo espectacular. Según el censo elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC), en 2002 se contabilizaban en España 897 televisiones locales: 283 en Andalucía, 122 en la Comunidad Valencia y 115 en Cataluña.

Durante esta segunda etapa se fue abandonando paulatinamente el concepto de televisión comunitaria para buscar otros referentes más comerciales, en sintonía con el modelo norteamericano de televisión local por cable. Paradójicamente, mientras se miraban en ese espejo de comunicación local, se distanciaban de él en cuanto al sistema de difusión: ante la desregulación del sector audiovisual en España, la gran mayoría de las televisiones locales abandonaron el cable y comenzaron a emitir por ondas.

La tercera etapa, que comprendería desde mediados de los noventa hasta la llegada de los nuevos operadores de televisión digital local, se caracteriza por la incorporación al sector de grupos estatales de prensa y radio y por la adopción de fórmulas generalistas en la programación. Comienza entonces a implantarse un modelo de televisión desde una perspectiva comercial, cuyo objetivo fundamental es la obtención de beneficios, con una programación en cadena, orientada principalmente al entretenimiento donde se abrían “ventanas” de producción local (García y Matilla, 1997). Este modelo no consiguió los resultados económicos esperados por los grandes grupos de comunicación estatales que, poco a poco, fueron abandonando el sector local. La muestra más evidente fue el cierre de la mayoría de las emisoras de Localia TV en diciembre de 2008 (Serrano, 2010).

Sin embargo, tras la conclusión del nuevo mapa de televisión digital local surgido a partir de la adjudicación de licencias y el apagón analógico de 2010, comenzó una nueva fase que ha transformado el sector. Javier Marzal y Andreu Casero (2008) consideran que se ha producido una “revolución estructural” que ha supuesto un cambio conceptual que concierne tanto a la naturaleza como al desarrollo de estos medios

locales. Así, convendría añadir una cuarta etapa que García Matilla y Pérez no contemplaban en 1997, ya que cuando estos autores fijaron esa periodización aún no se había aplicado el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Terrestre. Esta última fase incorporaría los diversos desarrollos derivados de la implantación de la tdt en los ámbitos local y autonómico que han traído consigo un considerable descenso de emisoras locales, públicas y privadas, una precarización de los recursos técnicos y humanos y un empobrecimiento de la producción como consecuencia de la crisis económica y publicitaria que atraviesa este sector.

La situación de crisis económica, general y municipal, es una de las causas que explican el fracaso del modelo de la televisión digital local. Muchos ayuntamientos, acuciados por la crisis, no han desarrollado los proyectos de televisión pública de proximidad que les ofrecía la actual ley de TDT-L (Monedero, 2012) ni tampoco parecen en condiciones de financiar a los canales privados a través de la publicidad institucional.

Pero el naufragio de la televisión digital local no obedece sólo a una cuestión económica. La reestructuración del nuevo mapa televisivo local, basado en una planificación por demarcaciones y sin tener en cuenta la realidad analógica anterior, tampoco ha ayudado a que los proyectos televisivos de proximidad lleguen a buen puerto. A estas dos causas se le ha de añadir la explosión del fenómeno Internet donde muchas televisiones locales han encontrado una herramienta barata, sin trabas burocráticas ni limitaciones geográficas que les permiten interactuar con su audiencia (Monedero, 2012).



#### **2.7.4.2. Desarrollo de la televisión local en España**

Aunque la RTV Cardedeu nació como una televisión de carácter comunitario con el objetivo fundamental de garantizar el libre acceso de la ciudadanía al espacio radioeléctrico, no todas las emisoras locales que aparecieron en España en esa época tuvieron similares intenciones. Es cierto, como indicamos anteriormente, que en Cataluña el modelo de Cardedeu se extendió a otras emisoras comunitarias como la de Vallirana, Pineda, Sabadell o Mataró (Pérez Feijoo, 2008). Estos canales contaron con el apoyo de ayuntamientos y asociaciones ciudadanas que vieron en ellos la oportunidad de fomentar el uso del catalán a través de los medios de comunicación y la posibilidad de ofrecer un discurso alternativo al de TVE, que entonces ostentaba una posición de monopolio televisivo. Pero en otros lugares de España donde el fortalecimiento de la lengua propia no jugaba un papel esencial en la construcción de su identidad, las primeras experiencias de televisión local discurrían por derroteros que daban lugar a otras iniciativas.

Así, poco tiempo después de la experiencia de Cardedeu, un empresario instaló en Sanlúcar de Barrameda (Cádiz) un repetidor de televisión para paliar las deficiencias en la recepción de la señal de televisión nacional y distribuirla por toda la localidad a través del cable. En este sentido, al igual que ocurriera en los inicios de la televisión local por cable en Estados Unidos, junto a la señal mejorada de TVE y de otros canales recibidos vía satélite, se comenzaron a distribuir contenidos de programación locales.

Este fue el germen de otro modelo de televisión de proximidad, con una difusión y finalidad distintas que corrió como la pólvora, sobre todo en Andalucía y la Comunidad Valenciana. La difusión ya no era a través de ondas hertzianas sino por cable, y el objetivo primordial era de carácter mercantil, alejándose así del espíritu político-alternativo que caracterizaba a las emisoras comunitarias con arraigo en Cataluña, heredadas del modelo de Quebec.

Estas televisiones locales privadas nacieron disfrazadas de videos comunitarios. En un principio solo abarcaban comunidades de vecinos aunque pronto el cable salió de los edificios y alcanzó barrios enteros o todo el municipio (Fernández Peña, 1999). Su programación era de carácter generalista, basada en películas y contenidos de otras televisiones extranjeras que recibían vía satélite, pero la información, las fiestas y el deporte locales fueron ganando peso dentro de sus parrillas hasta diluir las fronteras entre lo que parecía ser, un video comunitario, y lo que en realidad era, una primitiva red de televisión local por cable (Fernández Peña, 2001).

No obstante, este modelo comercial de televisión local se encontró pronto con las mismas resistencias por parte de la administración del Estado que antes había sufrido el modelo de televisión pública comunitaria. El acoso al que se vieron sometidos los videos comunitarios, aunque con desigual impacto según la zona geográfica (Monedero, 2008), provocó que los empresarios del sector se organizaran en defensa de sus intereses. Así, en 1988 surgió la Asociación de Videos Comunitarios (AVIDECO), donde se integraron la inmensa mayoría de los videos comunitarios de Andalucía y algunos la Comunidad Valenciana (Jones, 1990), entre ellos Tele Elx. Y en 1999, la

Asociación Española de Servicios de Distribución por Cable (AESDICA), con objeto de presionar al gobierno para que regulase el sector (Ventura Fernández, 2001).

Por su parte, los promotores del otro modelo de televisión local imperante en España, la comunitaria, ya había constituido en 1985 la Federación pro-legalización de las televisiones locales en Cataluña “de carácter público, local, de iniciativa popular, producción propia y sin afán de lucro” (Monedero, 2008: 64). Esta federación se postulaba como coordinadora e intermediaria para gestionar la legalización del sector con el gobierno, pero rechazaba el modelo de televisión comercial que se iba extendiendo por Andalucía y Comunidad Valenciana ya que consideraba que en una colectividad local, sólo podría existir un modelo de emisora ciudadana (López Cantos, 2005).

La disyuntiva sobre si los videos comunitarios difundidos a través del cable podían considerarse o no servicios de teledifusión ilegales acabó por dirimirse en los tribunales. En 1986 la Audiencia Provincial de Sevilla y luego el Tribunal Superior de Andalucía dieron la razón a las tesis de un empresario sevillano a quien el gobernador civil de Sevilla había intentado cerrar su video comunitario. La sentencia reconocía la situación de alegalidad del sector pero protegía su actividad al amparo del artículo 20 de la Constitución sobre el derecho de la libre difusión de información.

Esta decisión judicial y otras del Tribunal Constitucional<sup>11</sup> sobre casos similares al anterior ampararon el derecho a emitir de los videos comunitarios. Otras sentencias

---

<sup>11</sup> El Tribunal Constitucional se ha pronunciado en numerosas ocasiones sobre si la ausencia de regulación de la televisión por cable debía conllevar la inactividad de las televisiones locales: 47/94, de 16 de febrero, 98/94, de 11 de abril, 240/94, de 20 de julio, 281/94, de 17 de octubre, 307/94, de 14 de noviembre, 12/95, 16 de enero y 47/96, de 25 de marzo.

posteriores también otorgaban este derecho a las emisiones por ondas terrestres e instaban al legislador a cumplir con su cometido y regular el sector. Esta concatenación de decisiones judiciales permitieron que las televisiones locales siguiesen funcionando pese a carecer de concesión o autorización administrativa.

En 1987, el gobierno central promulgó la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones<sup>12</sup> donde se especificaba que los videos comunitarios quedaban excluidos del concepto de televisión al no considerarse como tal “la emisión o transmisión de imágenes realizadas por instalaciones que sin conexión a redes exteriores y sin utilizar el dominio público, presten servicio en un vehículo, en un inmueble o en una comunidad de propietarios constituida conforme a lo previsto en la Ley o en una manzana urbana de fincas colindantes”. Esta ley amparaba la cobertura legal de los originarios videos comunitarios (instalaciones que no ocuparan el dominio público) pero no a las pequeñas empresas locales de televisión por cable que se escondían tras ellos (Sanmartín, 2014).

Fue la aprobación de la Ley de la Propiedad Intelectual<sup>13</sup>, también en 1987, que afectaba a los derechos de autor de las obras audiovisuales emitidas, la que supuso el principio del fin para los videos comunitarios. Estas empresas hubieron de renunciar a la emisión de películas, que era la piedra angular de su negocio y principal reclamo para captar abonados. Este hecho, unido a la aparición de las televisiones autonómicas y las televisiones privadas, ambas con una importante oferta cinematográfica de primera

---

<sup>12</sup> Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones 31/1987, de 18 de diciembre. Publicado en el BOE nº 303 el 19/12/1987.

<sup>13</sup> BOE nº 275, de 17 de noviembre de 1987, pp. 34163-34176.

calidad, provocó la desaparición de muchas de las televisiones locales que operaban como videos comunitarios (Pérez Feijoo, 2008) y la migración de otras hacia la difusión por ondas terrestres que no se regularía hasta 1995.

### **2.7.4.3. Primer intento de regularización de la televisión local en España**

El primer intento de regularización de la televisión local en España fructificó en la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres<sup>14</sup>, aprobada el 22 de diciembre de 1995, casi quince años después de que apareciera la primera televisión comunitaria en nuestro país. El impulso para acometer la regularización del sector partió del parlamento catalán (Monedero, 2008) que, en 1994, remitió al Congreso un texto con propuestas de aplicación para la televisión local, sin distinguir entre los diversos modos de difusión. Entre estas propuestas se incluía limitar la cobertura al ámbito comarcal y priorizar la titularidad y gestión municipal o la realizada por entidades sin ánimo de lucro, por encima de las emisoras de carácter comercial (López Cantos, 2005).

El sector privado, en cambio, pretendía que se autorizasen las emisoras locales de televisión, solo las comerciales, en grandes ciudades donde suponían que había un nicho de negocio publicitario por explotar. Para canalizar propuestas y ejercer como lobby, en 1991 se constituyó la Asociación de Televisiones Locales (ATEL), que proponía un modelo de televisión local basado en criterios de profesionalidad, calidad, con recursos suficientes, y sin más restricciones que las técnicas, para llegar a un ámbito de cobertura inferior al regional. Poco después, se crearía la Coordinadora Estatal de

---

<sup>14</sup> BOE nº 309 de 27 de diciembre de 1995, pp. 36940- 36944.

Televisión Local (CETEL) que incluye tanto a las televisiones públicas como a las privadas. En este sentido, las posturas patrocinadas por los sectores que defendían una televisión de carácter público basada en la iniciativa popular y las del sector privado, que abogaban por una liberalización del sector, aparecían claramente enfrentadas.

Así las cosas, el Consejo de Ministros aprobó la remisión de los anteproyectos de Ley de televisión local al Congreso de los Diputados a mediados de 1995, aunque no se aprobó hasta diciembre de ese mismo año. Poco después, en marzo de 1996, el PSOE perdería las elecciones dejando paso a los gobiernos del PP de José M<sup>a</sup> Aznar quien, desde un principio, se había opuesto a dicha ley por considerarla excesivamente favorable al sector público. Este hecho impidió elaborar el correspondiente Plan Técnico que desarrollara la aplicación de la Ley 41/1995 de Televisión Local por Ondas Terrestres, que prácticamente nació muerta, volviendo a dejar al sector en una situación de caos organizativo durante varios años más.

La publicación de esta ley, quince años después de la aparición de la primera emisora de televisión local, sirvió para establecer un marco normativo en el cual se debería desarrollar el sistema televisivo local. Sin embargo, como ya hemos venido comentando, su falta de desarrollo provocó un elevado nivel de confusión y vacío que no hizo otra cosa que aumentar la indefinición, el desamparo y el caos organizativo del sector.

La Ley 41/1995 definía la televisión local "como aquella modalidad de televisión consistente en la emisión o transmisión de imágenes no permanentes dirigidas

al público sin contraprestación económica directa por medio de ondas electromagnéticas propagadas por una estación transmisora terrenal en el ámbito territorial señalado en el artículo 3 de esta ley"<sup>15</sup>. Dicho artículo establece el ámbito de cobertura de la televisión local de la siguiente manera:

1. El ámbito territorial cubierto por cada una de las televisiones locales por ondas terrestres vendrá delimitado por el núcleo urbano principal de población del municipio correspondiente.
2. El ámbito de cobertura podrá extenderse a otros núcleos de población del mismo municipio, cuando así lo aconseja el número de habitantes de su población, mediante la instalación de otras estaciones transmisoras que cubran estrictamente estos núcleos y siempre que exista disponibilidad de espectro radioeléctrico para ello, en los términos que reglamentariamente se determine.

El Estado no se atribuía la titularidad del servicio público, pero sí la del espacio radioeléctrico, y por tanto se arrogaba el derecho de asignar las frecuencias. Para ello establecía la distribución de competencias entre el Estado, las comunidades autónomas, con competencias normativas y concesionales, y los ayuntamientos, a los que otorgaba la preferencia en la gestión del servicio de televisión local. En cuanto a los principios que deben inspirar la prestación del servicio, son los mismos que los del Estatuto de RTVE, a excepción del punto siete, que por su naturaleza solo es de aplicación local:

1. La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones.

---

<sup>15</sup> BOE nº 309 del miércoles 27 de diciembre de 1995, pp. 36940- 36944.

2. La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustenten estas últimas y su libre expresión con los límites del apartado 4 del Artículo 20 de la Constitución.
3. El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico.
4. El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la Constitución.
5. La protección de la juventud y de la infancia, de conformidad con establecidos el Capítulo V de la Ley 25/1994.
6. El respeto de los valores de igualdad recogidos en el Artículo 14 de la Constitución.
7. La promoción de los intereses locales, impulsando para ello la participación de grupos sociales de tal carácter, con objeto de fomentar, promover y defender la cultura y la convivencia locales.

Las emisoras podían ser gestionadas por los ayuntamientos, por particulares o por empresas con finalidades comerciales o sin ánimo de lucro. Los modelos de gestión podían ser diversos:

- a. - Emisoras de gestión municipal financiadas por los propios ayuntamientos o a través de una doble financiación mediante subvenciones públicas y publicidad.
- b.- Emisoras privadas de carácter comercial que persiguen una rentabilidad empresarial.
- c.- Empresas privadas sin ánimo de lucro, con una filosofía más próxima al servicio público, con un carácter menos comercial y con una rentabilidad medida en términos sociales.



La Ley 41/1995, en su artículo siete, también prohibía expresamente a las televisiones locales formar parte de una cadena y/o emitir su programación en cadena:

1. Las televisiones locales por ondas terrestres no podrán emitir ni formar parte de una cadena de televisión.
2. A estos efectos, se entenderá que forman parte de una cadena aquellas televisiones en las que exista una unidad de decisión, considerándose que esta unidad de decisión existe, en todo caso, cuando uno o varios socios, mediante la agrupación de acciones, ejerzan la administración de dos o más sociedades gestoras del servicio, posean en estas la mayoría de los derechos de voto, o tengan derecho a nombrar o destituir a la mayoría de los miembros de sus respectivos consejos de administración.
3. Se entenderá que emiten en cadena aquellas televisiones locales que emitan la misma programación durante más del 25% del tiempo total de emisión semanal, aunque sea en horario diferente.
4. No obstante lo anterior, las Comunidades Autónomas competentes podrán autorizar, previa conformidad de los plenos de los Municipios afectados, emisiones en cadena en atención a características de proximidad territorial y de identidades sociales y culturales de dichos Municipios. En tal supuesto se requerirá la conformidad de los gestores del servicio.

Con estas limitaciones se pretendía salvaguardar el carácter local de las emisoras y fomentar la promoción y participación de grupos de intereses locales. Sin embargo, restringir la emisión en cadena a solo un 25% de la programación no garantizaba que el

resto de la programación fuera de carácter local aunque sí impedía la compra conjunta de contenidos externos para ofrecer una parrilla más atractiva (Pérez Feijoo, 2008). Este hecho supuso un lastre para el desarrollo de la televisión de índole comercial y un agravio comparativo respecto a las normas aplicadas a las radios locales (Bonet, 2004), las televisiones por cable o las televisiones autonómicas.

Este artículo siete fue el más indefinido, controvertido y, por ende, el menos aplicado porque apuntaba a línea de flotación de las estrategias de negocio de los grandes grupos de comunicación españoles (Prisa, Correo, Vocento, Zeta, Grupo Godó, COPE) que ya se habían posicionado en los mercados locales con la intención de crear cadenas nacionales soportadas sobre pequeñas emisoras locales. Sus programaciones se ajustaban al modelo que Pierre Musso (1991) denominó televisión “ventana”<sup>16</sup>, es decir, parrillas homogéneas para todo el territorio español salpicadas de desconexiones locales.

Pese a la necesidad de elaborar un marco regulatorio definitivo para las tres formas de difusión de televisión (por ondas terrestres, por cable y por satélite), fue esta última la que tomó la delantera con la aprobación de la Ley 35/1992<sup>17</sup>, de 22 de diciembre, que regulaba la televisión por satélite. Tres años después se promulgaron las leyes que regularían a partir de ese momento la televisión local por ondas terrestres (Ley 41/1995)<sup>18</sup> y la televisión por cable (Ley 42/1995)<sup>19</sup>. Mediante la aprobación de ambos

---

<sup>16</sup> Pierre Musso (1991) estableció que una emisora de ámbito local podía actuar de dos maneras diferentes: como un “espejo” que refleje la realidad local a través de una programación propia, o como una “ventana”, insertando pequeñas desconexiones locales dentro de una programación de ámbito estatal.

<sup>17</sup> BOE nº 308, de 24 de diciembre de 1992, pp. 43876-43877.

<sup>18</sup> BOE nº 309 de 27 de diciembre de 1995, pp. 36940- 36944.

textos se trataba de reorganizar el sector, liberalizando, en cierto modo, la televisión local y repartiendo las competencias entre las tres administraciones del Estado (Pérez Feijoo, 2008: 144).

No obstante, sin un Plan Técnico que desarrollara la ley de las televisiones locales por ondas terrestres, el sector seguía sumido en una indefinición que el nuevo gobierno de España presidido por el Partido Popular no ayudó a clarificar.

#### **2.7.4.4. La Ley 41/1995, una ley que no legisló**

El ejecutivo del Partido Popular nunca se encontró cómodo con la Ley de la Televisión Local Terrestre que había aprobado el gobierno de Felipe González con los votos de Convergència i Unió. Este hecho hacía prever dificultades y modificaciones durante el desarrollo del Plan Técnico que habría de definir el espectro radioeléctrico para otorgar las frecuencias pertinentes. Y efectivamente, en febrero de 1997, el nuevo gobierno del Partido Popular presentó un proyecto para reformar la Ley 41/1995 a través del Plan de Liberalización y de Impulso de la Actividad Económica. Con esta modificación se pretendía dar respuesta a los distintos actores, primordialmente operadores privados que reclamaban un mejor acomodo dentro de la Ley que regulaba el sector (Rozados, 2001), pero sin ninguna intención de abordar de manera integral el sistema audiovisual español en su conjunto (López Cantos, 2005: 60).

---

<sup>19</sup> BOE nº 306, de 23 de diciembre de 1995, pp. 36790 -36796.

Las líneas básicas del Proyecto de Ley elaborado por el PP eran las siguientes:

1. La desaparición del carácter de servicio público de la televisión local por ondas. Se eliminaba la fórmula de concesión y se sustituía por una autorización administrativa.
2. Desaparece la limitación en el número de emisoras autorizadas en un mismo ámbito de cobertura, que solo dependerá de la disponibilidad efectiva del espectro radioeléctrico.
3. Los ayuntamientos ya no tendrán preferencia sobre los operadores privados a la hora de prestar el servicio de televisión local por ondas.
4. En los casos en que los ayuntamientos gestionen una televisión local, no podrán acogerse a un modelo de financiación mixta (subvenciones/presupuestos más publicidad) lo que les obligaría a la elección de un único modelo de financiación.

Estas modificaciones respondían a una evidente intención del gobierno de liberalizar el sector, incorporando progresivamente un régimen de libre competencia en el mercado de las telecomunicaciones, incluido el de la televisión local por ondas terrestres. Sin embargo, la oposición de la mayoría de grupos parlamentarios del Congreso impidió que se materializara esta propuesta y el gobierno la retiró. La respuesta del Partido Popular fue no desarrollar el Plan Técnico de asignación de frecuencias para las emisoras locales (Monedero, 2008: 120), con lo que la Ley 41/1995 permaneció vigente, pero en letargo, hasta la regulación de la Televisión Digital Local.

De esta manera, la televisión local siguió desarrollándose en un contexto sin concreción jurídica, en el que las emisoras creadas a partir de la entrada en vigor de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres (LTLOT) eran ilegales y las que emitían antes de esa fecha estaban en un limbo transitorio a la espera de que le asignaran una frecuencia. El Partido Popular, tras no conseguir el respaldo parlamentario para reformar la única ley aprobada hasta el momento, consiguió llevar a cabo una desregulación invisible (Badillo, 2005) permitiendo la proliferación de emisoras locales y la emisión en cadena de las mismas sin interponer las sanciones pertinentes.

Esa laxitud gubernativa, unida al desinterés por conocer a fondo cuál era la realidad del sector de la televisión local en España, extremadamente atomizado y donde imperaba la “ley de la selva”, hace muy difícil configurar un mapa de emisoras en activo durante los años ochenta y noventa. Aunque en esta primera época es aventurado cuantificar el número de televisiones locales existentes en nuestro país, Fundesco contabilizó 362 emisoras en su Anuario de la Comunicación de 1994: Andalucía, con 131, Cataluña, con 81, y la Comunidad Valenciana, con 45, eran las que contaban con un mayor número de canales detectados.

El mapa de la televisión local en España dibujaba un perfil muy irregular que confirmaba una fuerte implantación en las regiones de la costa mediterránea y bastante más reducida en las zonas de interior.

**Tabla 2.1. Censo de televisiones locales en España en 2002 (AIMC)**

COMUNIDAD AUTÓNOMA	Nº DE TV LOCALES
Andalucía	283
Aragón	22
Asturias	13
Baleares	25
Canarias	47
Cantabria	10
Castilla - La Mancha	41
Castilla y León	55
Cataluña	115
Ceuta y Melilla	4
Comunidad Valenciana	122
Extremadura	20
Galicia	35
La Rioja	6
Madrid	36
Murcia	30
Navarra	6
País Vasco	27
<b>TOTAL</b>	<b>897</b>

Fuente: Censo de televisiones locales AIMC 2002

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)<sup>20</sup> elaboró un censo en 1996 donde se detectaron 881 emisoras locales, tanto de difusión terrestre como por cable. En un segundo informe de la AIMC, publicado en abril de 1999, se referenciaron un total de 741 y en el año 2002, un censo similar elevaba la cifra de emisoras locales a 897. En este último censo aparecía ya reflejado el fenómeno de las redes de televisión locales.

<sup>20</sup> La AIMC destaca en su informe de 2002 la complejidad para elaborar dicho censo ya que dentro del colectivo coexisten emisoras que emiten un día a la semana o solo durante las fiestas de la localidad, con otros canales de amplio presupuesto y con una programación regular y amplia. La variabilidad también se advierte en el sistema de difusión (por ondas hertzianas o por cable) y en la propiedad (municipal, privada o mixta), etc. Fuente: AIMC

Muchas de las emisoras que habían nacido como videos comunitarios, ante la imposibilidad de adaptarse a los requisitos exigidos por Ley 42/1995 que regulaba la televisión por cable, decidieron comenzar a emitir por ondas hertzianas. Otras decidieron ampliar su ámbito de cobertura mediante la creación de redes de emisoras, pero el motivo principal del aumento de operadores locales residía en el interés mostrado por las grandes empresas de comunicación en el mercado de la televisión local, donde preveían encontrar una nueva fuente de negocio y una herramienta de influencia sobre la opinión pública (Pérez Feijoo, 2008; Monedero, 2008).

Así, la estrategia seguida por los grandes grupos de comunicación consistió en comprar pequeñas emisoras locales o asociarlas a sus propias redes. En 2005, Localia, perteneciente al grupo Prisa, contaba con más de 60 emisoras asociadas, y Popular TV, de la COPE, superaba las 50 emisoras (De Haro, 2008). A pesar de que la ley vigente prohibía expresamente y penalizaba la emisión en cadena de las televisiones locales, el gobierno hacía caso omiso y actuaba de manera discrecional en materia de sanciones, dependiendo de la afinidad política de la emisora en cuestión. Para Badillo y Moreno (2004: 97) “las repercusiones en la televisión local ilustran perfectamente las características de la política comunicativa del PP y su habilidad para imponer un modelo neoliberal evadiendo el debate parlamentario, interviniendo frente a la autonomía editorial y equiparando libertad de antena con capacidad técnica”. Así, por ejemplo, en la Comunidad de Castilla y León se permitió la proliferación de televisiones privadas con pretensiones comarcales, afines a la ideología del gobierno central y autonómico, mientras que en Castilla la Mancha se expedientaban emisoras con una línea editorial de oposición (Badillo y Moreno, 2004).

La estrategia desreguladora del gobierno central basada en el “laissez faire, laissez passer” parecía emular el modelo audiovisual italiano en el que las grandes cadenas nacionales privadas habían surgido de la concentración de pequeñas emisoras locales distribuidas por todo el país. Así nació el imperio audiovisual de Silvio Berlusconi, que fue aglutinando los canales locales más rentables a la espera de que la ley permitiera la emisión en cadena (Contreras y Palacio, 2003). Su sistema consistía en emitir los mismos programas enlatados en diferentes horarios para esquivar la prohibición hasta que “la realidad acabó por imponerse y la legislación terminó por aceptar los canales existentes y permitir la emisión en cadena” (Contreras y Palacio, 2003: 112).

En este contexto de relajación se fue fraguando una red clientelar en torno a la televisión local en la que medraban sin pudor empresarios procedentes del sector de la construcción (Chaparro, 2002). Sin conocimientos ni interés por la comunicación de proximidad, la mayoría de estos empresarios utilizaban las emisoras locales como una herramienta para presionar a las autoridades de turno buscando su propio beneficio, accionando los mecanismos del halago o la crítica, según la afinidad política. Esta peligrosa interacción entre partidos políticos y medios de comunicación, por la que ambos tratan de influirse mutuamente para alcanzar sus objetivos, responde a una fórmula mercantilista básica mediante la cual “unos ganan votos y los otros audiencia” (Martínez Nicolás et al, 2005:249). Esta connivencia entre el poder político y los nuevos dueños de la comunicación local, nacida en los años del “limbo regulatorio”, alcanzó su época de máximo esplendor durante el proceso de adjudicación de las frecuencias de televisión digital terrestre, un aspecto al que haremos referencia más adelante.



Así las cosas, las emisoras locales comunitarias fueron desapareciendo a la par que emergían por doquier canales privados. Muchas de estas emisoras ocupaban frecuencias con la única intención de revenderlas posteriormente y no tenían reparos en emitir exclusivamente programación de contenido religioso, erótico y esotérico. En otras ocasiones eran utilizados como meros soportes para llamadas de tarificación adicional y SMS, sin ninguna vinculación con la información de proximidad.

#### **2.7.4.5. De la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres a la TDT-L**

Tras los intentos fallidos de liberalización directa del sector, el Partido Popular optó por explotar el camino indirecto de la digitalización del sector audiovisual (Badillo y Moreno, 2004: 101). Así, la aún vigente Ley 41/95 se modificó varias veces mediante la Ley de Acompañamiento de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. La primera, fue la Ley 53/2002<sup>21</sup>, publicada a finales de diciembre; una reforma que sentaba las bases para la implantación de la tecnología digital terrestre en el sector de la televisión en España y que utilizó a la televisión local como laboratorio de experimentación. Para ello se establecieron unos plazos para aprobar el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local, que venía a sustituir, de facto, aquel otro Plan Técnico de la Televisión por Ondas Terrestres que nunca se llegó a desarrollar.

La segunda modificación fue introducida un año después. Es la Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social<sup>22</sup>, que revisa y aclara aspectos que no habían sido lo suficientemente precisos en la elaboración de la

---

<sup>21</sup> BOE nº 313, de 31 de diciembre de 2002, pp. 46086 – 46191.

<sup>22</sup> BOE nº 313, de 31 de diciembre de 2003 pp. 46874- 46992.

anterior reforma de la Ley 53/2002. Básicamente, sin entrar en especificaciones excesivamente jurídicas ni técnicas, las novedades que presenta esta segunda reforma son:

1. Establece limitaciones a la emisión en cadena de los servicios de televisión
  - a) Sólo podrán conectar sus servicios de difusión para emitir simultáneamente una programación determinada, durante un máximo de 5 horas al día y 25 semanales.
  - b) Reglamentariamente se determinará cuando existe solapamiento en los horarios de emisión de un mismo programa.
  - c) Cuatro de las horas de emisión de los programas originales deberán estar comprendidas necesariamente entre las 13 y las 16 horas y entre las 20 y las 23 horas y deberán corresponder a contenidos relacionados con el ámbito territorial de cobertura del servicio de difusión para el que tengan atribuida la licencia, sin perjuicio de otros contenidos que por vía reglamentaria puedan autorizarse para su emisión durante los citados períodos de tiempo.
2. Establece la obligación de emitir un mínimo de 4 horas diarias y 32 semanales de programación original, obligando a los concesionarios a disponer de instalaciones propias de producción para atender el ámbito local de cobertura.
3. Se reservan una serie de canales múltiples de televisión digital para las capitales de provincia y para las ciudades de más de cien mil habitantes. No obstante, se permite que las Comunidades Autónomas puedan establecer otras demarcaciones para municipios limítrofes que tuvieran una población superior a 25.000 habitantes. De esta manera, aquellas localidades que quieran disponer de

una televisión local propia estarían obligadas a llegar a acuerdos con otras entidades locales próximas para poder compartir un canal.

4. Se permite a los adjudicatarios de concesiones de televisión digital local seguir emitiendo mediante tecnología analógica durante dos años a contar desde el 1 de enero de 2004, es decir, hasta el 1 de enero de 2006, fecha en la que debían cesar sus emisiones las televisiones analógicas que existieran en aquel momento.
5. Ninguna persona física o jurídica que, directa o indirectamente, participe en el capital o en los derechos de voto, en una proporción igual o superior al cinco por ciento del total, de una sociedad concesionaria de un servicio público de televisión de ámbito estatal, podrá tener una participación significativa en otra sociedad concesionaria de ámbito de cobertura autonómico o local, siempre que la población de las demarcaciones cubiertas en cada uno de estos ámbitos por sus emisiones no exceda del 25% del total nacional.

Dos años después, la Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo<sup>23</sup> estableció nuevas modificaciones a la Ley 41/1995:

1. Solamente se podía reservar un programa múltiple para la gestión directa de los ayuntamientos, aunque excepcionalmente, y a criterio de las comunidades autónomas, se podría aumentar a dos.

---

<sup>23</sup> BOE nº 142, de 15 de junio de 2005, pp. 20562 – 20567.

2. Se ampliaba el plazo para que las corporaciones que no hubiesen acordado gestionar un programa del múltiple puedan hacerlo en el futuro.
3. Se amplía el período de concesión administrativa de servicio de televisión local que pasa de cinco años, a diez. Así se equiparan las emisoras locales con el resto de televisiones privadas y autonómicas que disponían de un plazo más largo para amortizar los recursos técnicos y económicos necesarios para la puesta en marcha de las emisoras concesionarias de la televisión digital local.

Ya en pleno proceso de transición digital, dos días a antes de las elecciones generales de marzo de 2004, el gobierno central del Partido Popular aprobó el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, que regulaba el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local<sup>24</sup>. En él se planificaban 265 demarcaciones y 266 múltiplex, ya que se asignaba un múltiplex a cada demarcación, con la excepción de Madrid a la que se le asignaron dos (Sanmartín, 2014: 147). También se determinaban las bandas de frecuencias destinadas a la televisión digital terrestre y, en particular, a los transmisores de cobertura local. No obstante, muchas de estas bandas de frecuencias, atribuidas internacionalmente al servicio de televisión, se encontraban utilizadas en España por estaciones de televisión con tecnología analógica (CAC, 2009; Corominas, 2009), y esta circunstancia se podría mantener hasta el cese de sus emisiones, inicialmente prevista para antes del 1 de enero de 2012.<sup>25</sup> También se establecían plazos para que las

---

<sup>24</sup> BOE nº 85, de 8 de marzo de 2004, pp. 14694 - 14716

<sup>25</sup> Finalmente, el apagón definitivo de las televisiones que emitían en analógico se adelantó a abril de 2010.

comunidades autónomas pudieran presentar modificaciones en cuanto al número y composición de las demarcaciones.

**Tabla 2.2. Demarcaciones de TDT en España por comunidades autónomas (marzo de 2004)**

CC.AA.	DEMARCACIONES	CC.AA.	DEMARCACIONES
Andalucía	58	C. Valenciana	17
Aragón	14	Extremadura	17
Asturias	8	Galicia	20
Baleares	7	La Rioja	3
Canarias	11	Madrid	10
Cantabria	6	Melilla	1
Cataluña	20	Murcia	8
Castilla la Mancha	25	Navarra	5
Castilla y León	21	País Vasco	13
Ceuta	1		

Fuente: elaboración propia a partir del R.D 439/2004, de 12 de marzo

Sin embargo, con la llegada al poder de un nuevo gobierno del PSOE, liderado por Rodríguez Zapatero, se introducen nuevas modificaciones a través del Real Decreto 2268/2004<sup>26</sup>, de 3 de diciembre, debido, primordialmente a las reclamaciones interpuestas por algunas comunidades autónomas. Así, se ajustó el calendario fijado en la Ley 53/2002 que se había retrasado a causa de la lentitud administrativa en la elaboración del Plan Técnico y se volvía a poner el contador a cero a partir de la entrada en vigor de este real decreto (Sanmartín, 2014). De esta manera, se fijaba el 5 de marzo de 2005 como fecha límite para decidir qué programas gestionarían directamente los ayuntamientos y se ampliaba el plazo, hasta el 5 de agosto de ese mismo año, para que las comunidades autónomas convocaran y resolvieran los concursos para la adjudicación del resto de programas. Igualmente se alargaba el periodo transitorio en el que los operadores locales podían simultanear sus emisiones en analógico y digital hasta

<sup>26</sup> BOE nº 292, de 4 de diciembre de 2004, pp. 40315 – 40321.

el primero de enero de 2008. A raíz de estas modificaciones, se crearon diez nuevas demarcaciones en el territorio español pasando de las 265 iniciales a 275. El número total de múltiplex también se amplió de 266 (recordemos que la ciudad de Madrid tenía dos) a 281. En total, se incluyeron cinco demarcaciones que incluían municipios que no estaban planificados previamente y se dividieron otras cinco demarcaciones.

**Tabla 2.3. Demarcaciones y Múltiplex de TDT en España por CC.AA. (diciembre de 2004)**

CC.AA	DEMARCACIONES	MÚLTIPLEX
Andalucía	60	62
Aragón	16	16
Asturias	8	8
Baleares	7	7
Canarias	11	11
Cantabria	6	6
Cataluña	21	24
Castilla la Mancha	26	26
Castilla y León	21	21
Ceuta	1	1
Comunidad Valenciana	18	18
Extremadura	17	17
Galicia	21	21
La Rioja	3	3
Madrid	10	11
Melilla	1	1
Murcia	8	8
Navarra	5	5
País Vasco	15	15

Fuente: elaboración propia a partir del R.D. 2268/2004, de 3 de diciembre.

Por su parte, Barcelona, Cornellá, Sabadell, Málaga y Sevilla obtuvieron un segundo múltiplex (Corominas et al., 2005). La demarcación de Valencia se dividió en

dos, una para la ciudad, y la otra para su área metropolitana (Torrent), por lo que la Comunidad Valenciana pasó de 17 a las 18 demarcaciones actuales.

Este modelo reducía mucho las posibilidades de las televisiones gestionadas por un único municipio ya que obligaba a mancomunarse a todos los ayuntamientos incluidos en la demarcación y alteraba un sector donde existía una fuerte presencia de pequeñas televisiones públicas municipales, que no podrían seguir explotando sus canales de manera individual (Guimerà y Alborch, 2012). Por otra parte, se mantenían las restricciones en cuanto a la sindicación de contenidos. Algunos gobiernos autonómicos, como el catalán, consciente de las consecuencias que podrían acarrear esas limitaciones a los canales locales, orientó su acción política a aliviar la presión económica y legal sobre los operadores (CAC, 2009; Corominas, 2009). En este sentido, “todas las intervenciones fueron en la misma línea: aligerar el grado de exigencia sobre la producción propia y las emisiones conjuntas entre televisiones, así como facilitar vías de ingresos a los operadores privados” (Guimerà, 2016: 140).

El Consell de l’Audiovisual de Catalunya, máxima autoridad reguladora en materia audiovisual de esta comunidad autónoma<sup>27</sup> interpretó, dentro de su ámbito

---

<sup>27</sup> El CAC tiene plena competencia sobre los prestadores de servicios audiovisuales de ámbito autonómico y local establecidos en Cataluña: radios y televisiones dependientes de la Generalitat, televisiones privadas de ámbito catalán, radios y televisiones locales públicas y privadas, y prestadores de nuevos servicios de comunicación audiovisual. Así mismo, el CAC tiene competencias sobre los contenidos de programación de las desconexiones para Cataluña de las cadenas de ámbito estatal. Es quien otorga los títulos para prestar el servicio de comunicación audiovisual y garantiza el cumplimiento de sus condiciones; quien vela por el cumplimiento de la normativa audiovisual sobre pluralismo político, social, religioso, cultural y de pensamiento, lingüístico; porque se cumpla la legislación sobre protección de los niños y los adolescentes, publicidad, misiones de servicio público asignadas a los medios públicos, así como la emisión de informes sectoriales. Es el órgano que promueve la correulación y autorregulación del sector audiovisual y ejerce como árbitro y mediador entre las partes en conflicto. En España solo existen dos organismos reguladores de estas características, el de Cataluña y el de Andalucía.

competencial, que no se consideraría emisión en cadena la difusión de contenidos coproducidos o producidos de forma sindicada entre diversas televisiones del ámbito local (CAC, 2009), una interpretación que recogería posteriormente la Ley General de Comunicación Audiovisual<sup>28</sup> 7/2010, de 31 de marzo (LGCA). Esta nueva ley comenzó a fraguarse cuando el gobierno español tomó la iniciativa de ordenar y actualizar una legislación sobre el audiovisual dispersa, enrevesada y obsoleta, ya que durante casi quince años se había ido parcheando una ley a base de reales decretos, en muchos casos sin consensuar.

Así pues, la normativa estatal introdujo en la LGCA el precepto de sindicación que hasta ese momento solo se aplicaba en Cataluña. Esta nueva ley aportaba, entre otras, dos novedades que afectaban a la televisión local porque favorecían la viabilidad de estos canales al rebajar las exigencias anteriores.

1. Se eliminaba la obligación de emitir 4 horas diarias y 32 semanales de programación original.
2. Aunque se mantenía la prohibición de emitir en cadena más de un 25% del tiempo total de emisión (Ley 41/1995), la Ley General de Comunicación Audiovisual introducía el matiz al que hacíamos referencia en el párrafo anterior: no se considera cadena la emisión de contenidos “coproducidos o producidos de forma sindicada” entre canales sindicados en el ámbito local y se fija en el 12% el mínimo de participación en la coproducción por parte de una emisora para que se pueda aplicar en su caso ese presupuesto legal.

---

<sup>28</sup> BOE nº 79, de 1 de abril de 2010, Referencia: BOE-A-2010-5292.



No obstante, cabe mencionar que estas modificaciones son fruto de una enmienda presentada por el grupo catalán en el parlamento español (Guimerà, 2016), ya que la primera propuesta enviada por el gobierno central al Congreso no mencionaba el tema de la sindicación de contenidos: “No se considerará emisión en cadena la emisión de programas que hayan sido coproducidos o producidos de forma sindicada por los prestadores del servicio de comunicación televisiva de ámbito local, cuando sus ámbitos de cobertura estén dentro de una misma Comunidad Autónoma”<sup>29</sup>.

La propuesta de CiU para introducir este y otros cambios establece el siguiente razonamiento: “Permitir un marco de emisión para las televisiones de ámbito local que haga sostenibles económicamente sus proyectos empresariales, sin que se conviertan en servicios audiovisuales con un ámbito de cobertura autonómico o estatal”. Es decir, se trataba de mantener el modelo de proximidad pero dotándolo de una mayor flexibilidad. Así, la programación sindicada contaría como original y aquellos contenidos sobre los que se tuvieran derechos tampoco contarían como cadena. Esto suponía, de facto, una liberalización del uso de la programación en cadena. Para Guimerà (2016: 146), “estas modificaciones no parecen pensadas para defender a las televisiones que han hecho, hacen o intentan hacer proximidad. (...) De hecho, el modelo de proximidad deja de ser el exigido por las administraciones (...) y pasa a ser una opción a disposición de los concesionarios”.

---

<sup>29</sup> Enmienda 334, Boletín Oficial de las Cortes Generales (BOCG) Congreso de los Diputados. Serie A, 45-6, de 17 de diciembre de 2009.

### 2.7.5. La televisión local en la Comunidad Valenciana

La televisión local en Comunidad Valenciana floreció tempranamente. Ya en la década de los ochenta, las comarcas de Castellón y las del sur de Alicante, aglutinaban un número elevado de emisoras locales, que bien a través del cable, bien a través de ondas terrestres, mostraban la realidad socio-política y cultural de sus respectivas localidades en las pantallas del televisor. Junto a Andalucía y Cataluña, la Comunidad Valenciana lideraba el ranking de los primeros censos de televisión local que elaboró la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, AIMC, en 1999 y 2002.

Según el Libro Blanco del Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana<sup>30</sup> (2003), prácticamente la mitad de las televisiones locales ubicadas en esta comunidad autónoma comenzó a emitir en la década de los ochenta, aunque es entre 1987 y 1988 cuando se aprecia un mayor crecimiento. Según la AIMC (2002), la primera televisión local de la CV de la que se tienen registros fue Tele Carlón de Benicarló (Castellón) que inició sus emisiones en 1984. Emitía una programación íntegramente de producción propia, los lunes, viernes, sábados y domingos desde las cuatro de la tarde hasta la medianoche<sup>31</sup>. En 1985 comenzó Berca TV, una televisión municipal de Algemesí (Valencia) que apenas emitía una hora de programación diaria, de ocho a nueve de la

---

<sup>30</sup> Corporación Multimedia y GPR Consultores elaboraron este estudio entre diciembre de 2002 y marzo de 2003. La Generalitat Valenciana, a través de la Conselleria del Portavoz del Gobierno, sacó a concurso – con fecha de 25 de abril de 2002– la elaboración de esta herramienta de trabajo, con el fin de impulsar la industria audiovisual local y consolidar un sector que se consideraba preferente y estratégico.

<sup>31</sup> Datos recogidos de las fichas enviadas a la AIMC por esas emisoras locales durante la elaboración del censo de 2002.

noche, que posteriormente se redifundía al mediodía<sup>32</sup>. En 1986 nacieron TV Onda (Onda), Canal 56 TV de Vinarós, Canal Ribera TV de Alzira y la Emisora Municipal de Televisión de Puçol (Valencia).

TV Onda, con una programación cien por cien propia, emitía por las mañanas, de lunes a viernes; Canal 56 TV de Vinarós, afirmaba emitir 24 horas diarias de lunes a domingo, con un 90% de programación propia; Canal Ribera TV de Alzira, emitía también las 24 horas con un 75% de producción propia; la Emisora Municipal de Televisión de Puçol (Valencia), por su parte, emitía programación íntegramente propia desde las 18 a las 22 horas de lunes a domingo y los domingos desde las 10 a las 15 horas. Excepto Berca TV y la EMT de Puçol, que eran emisoras municipales, el resto de emisoras locales pioneras en la Comunidad Valenciana eran privadas. Todas ellas emitían a través de ondas hertzianas.

En la provincia de Alicante, la primera televisión local surgió en 1986. Fue TV Costablanca de Torrevieja, un canal privado que disponía de un doble sistema de difusión (ondas y cable), aunque apenas emitía producción propia de proximidad. Se observa (véase tabla 2.4) que en la provincia de Alicante, especialmente en las comarcas del sur, existía una mayor concentración de canales locales privados que se difunden por cable, siguiendo el modelo emprendido por los videos comunitarios andaluces, mientras que apenas se registran televisiones municipales y ninguna comunitaria.

---

<sup>32</sup> Todos los datos sobre las televisiones locales mencionadas, explicitadas por sus responsables, hacen referencia a la situación de dichos canales en fechas próximas al año 2002, que es cuando se elaboró el censo de la AIMC arriba mencionado.

**Tabla 2.4. Primeras televisiones locales de Alicante 1986/1987**

Localidad	Emisora	Año	Titularidad	Difusión	Emisión	Producción propia
Agost	RTV Agost	1987	Municipal	Terrestre	Días alternos de 22 a 24 h.	80%
Banyeres	TV Banyeres	1987	Mixta	Terrestre	(según los acontecimientos)	100%
Benidorm	Canal 55 Marina Baixa	1987	Privada	Terrestre	L/D de 13:30 a 00 h.	25%
Castalla Cox	Movitel TV	1987	Privada	Cable	L/V de 15 a 21 h.	60%
	Tele Color	1987	Privada	Cable	Casi siempre de 20:30 a 21:30 h.	100%
Elx	Tele Elx	1987	Privada	Terrestre y Cable	L/D de 9 a 5 h.	60%
Elda	Tele Elda	1987	Privada	Cable	L/D de 13 a 16 y de 19 a 00 h.	85%
Monóvar	TV Monóvar	1987	Municipal	Terrestre	L/V de 19 a 23 h.	100%
Orihuela	Tele Orihuela	1987	Privada	Terrestre y Cable	L/D de 20 a 1:30 h.	95%
Redován	Tele 4	1987	Privada	Cable	L/D de 14 a 14:30 y de 21 a 21:45 h.	35%
San Miguel de Salinas Torrevieja	TV San Miguel	1987	Privada	Cable	L/D de 12 a 00 h.	80%
	TV Costablanca	1986	Privada	Terrestre y Cable	L/D de 12:30 a 16:30 y de 20:30 a 00:30 h.	25%
Vilajoisa	TV Vilera	1987	Privada	Terrestre	Días alternos de 21:30 a 00 h.	100%
Villena	Canal 28	1987	Privada	Terrestre	Solo en fiestas	100%

Fuente: elaboración propia con datos de AIMC

A continuación nos detendremos en algunas de las características que presentaban estos canales pioneros<sup>33</sup>, donde se podrá observar la variabilidad en cuanto a la titularidad, el sistema de difusión, los horarios de emisión<sup>34</sup> y los porcentajes de producción propia.

En la Comunidad Valenciana, emitían con anterioridad a 2002, 122 canales de televisión local distribuidos de la siguiente manera: 55 en Alicante, 25 en Castellón y 42

<sup>33</sup> Solo hacemos mención a los canales surgidos entre 1986 y 1987, como muestra de las peculiaridades de esas primitivas televisiones locales. El resto de los canales alicantinos que fueron detectados en 2002 por la AIMC los enumeramos en la tabla 2.5 de este capítulo.

<sup>34</sup> En los horarios de emisión se ha respetado la literalidad de las expresiones que utilizaron los canales.

en Valencia. Estas cifras colocaban a la Comunidad Valenciana en el segundo lugar en número de televisiones locales, solo por detrás de Andalucía (283) y ligeramente por delante de Cataluña (115). En total, en España se contabilizaban en ese año 897 canales de televisión local (AIMC, 2002) de muy diversas características en cuanto a propiedad, difusión, horas de emisión y producción. Todas ellas aparecían inmersas en una situación de precariedad administrativa ya que aún no se había puesto en marcha el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local, ni se habían convocado los concursos para la concesión de licencias de las TDT-locales. No obstante, aunque el “apagón analógico” se vislumbraba en el horizonte, estos canales podían seguir emitiendo de manera más o menos permitida. Sin embargo, a pesar de una situación tan inestable, por otra parte habitual en este sector, el número de televisiones locales iba en aumento y en 2005 llegaban a sumar unas 1.500 en toda España (Pérez, 2005).

Para ilustrar la profusión y heterogeneidad de las propuestas audiovisuales de proximidad a principios de este siglo, cinco años después de la aprobación de la Ley de Televisión Local de 1995, sirva como ejemplo el panorama televisivo local en la Comunidad Valenciana, donde Alicante es la segunda provincia de España con más canales (55), solo por detrás de Barcelona (69), aunque con mucha menos población.

**Tabla 2.5 Televisiones locales que operaban en la provincia de Alicante (2002)**

POBLACIÓN	EMISORA	DIFUSIÓN <sup>35</sup>
Albatera	Imagen 21-TV	
Agost	RTV Agost	Terrestre
Alcoi	Onda Mariola Canal 37	Terrestre
Alfas del Pi	TV Alfàs	Terrestre
Alicante	Canal 47 Alicante,	Terrestre
	Canal 37 Alicante	Terrestre
	Localia TV Alicante	Terrestre

<sup>35</sup> Las casillas que permanecen vacías es porque las emisoras consultadas no han facilitado información sobre su sistema de difusión.

<b>POBLACIÓN</b>	<b>EMISORA</b>	<b>DIFUSIÓN</b>
Almoradí	Canal 37 Vega Baja	
	TV de Almoradí	
Altea	TV de Altea	
Aspe	Canal 6	
	Tele Aspe	Terrestre
Banyeres	TV Banyeres	Terrestre
Benejúzar	TV Benejúzar	
Benidorm	Canal 55 Marina Baixa	Terrestre
	TV de Benidorm	Terrestre
Calpe	Canal 27	Terrestre
Callosa Segura	Tele Callosa	Cable
Castalla	Canal 39 TV Intercomarcal	Terrestre
	Movitel TV Local	Cable
Catral	Catral TV/Vega Baja TV	Cable
Cox	Tele Color Cox	Cable
Crevillent	Tele Crevillent	Cable
Dania	Tal TV	
Dolores	TV de Dolores	
Elx	Localia TV Elche	Terrestre
	Tele Elx,	Terrestre y Cable
	Tele Dama	Terrestre
	Tele Canal	
Elda	Tele Elda	Cable
	Vivir TV	Terrestre
Guardamar	TV Guardamar	Terrestre
Ibi	Tele Ibi	Terrestre
Monforte del Cid	TV Municipal de Monforte	
Monóvar	TV Monóvar	Terrestre
Mutxamel	Cetel Mon	Terrestre
Novelda	Tele Novelda	Cable
Ondara	Canal 37 Marina Alta	Terrestre
Onil	TV Onil	Terrestre
Orihuela	Canal 34 Vega Baja	Terrestre
	RTV Vega Baja/Tele Orihuela	Terrestre y Cable
	TV S. Bartolomé	Cable
Petrer	Canal 43	
	Tele Petrer	Terrestre
Pilar Horadada	TV Horadada	Terrestre y Cable
Pinós	Tele Pinós	Terrestre
Rafal	Tele Rafal	
Redován	Tele 4	Cable
Rojales	Tele Thader	
San Miguel de Salinas	TV San Miguel CB	Cable
Santa Pola	TV cable Santa Pola	
Torrevieja	Canal 40	Terrestre
	Costablanca/ TV Torrevieja	Terrestre y Cable
La Vila Joiosa	TV Vilera	Terrestre
Villena	TV Villena Canal 28	Terrestre
<b>TOTAL: 41</b>	<b>TOTAL 55</b>	

Fuente: elaboración propia/AIMC

**Tabla 2.6 Televisiones locales que operaban en la provincia de Castellón (2002).**

POBLACIÓN	EMISORA	DIFUSIÓN
Alcora L'	TV Alcora	
Almassora	Almazora TV	
Almenara	Almenara TV	Terrestre
Benicarló	Tele Carlón	Terrestre
Benicàssim	Radio TV de Benicàssim	Terrestre
Betxí	Betxí TV	
Borriol	TV Borriol	Terrestre
Burriana	Planavisió	Terrestre y cable
Castellón de la Plana	Canal Castelló TV S.L.	Terrestre
	TV de Castellón	Terrestre
	Canal 38 Visión Castellón	Terrestre
	Localia TV Castellón	Terrestre
Jérica	Tele Bando Jérica	Cable
Lucena del Cid	TV Lucena	
Montán	TeleBando Montán	Cable
Morella	Localia TV Nord	Terrestre
Onda	TV Onda	Terrestre
Segorbe	TV Canal C.B.	Terrestre
Vall d'Uixó	TV La Vall / Vallvisión	Terrestre
Villafranca del Cid	TV Vilafranca	Terrestre
Vila-real	Localia Vila-real	Terrestre
Vinarós	Canal 56 TV	Terrestre
	Canal Maestrat	Terrestre
	TV Vinarós	Terrestre
	Canal Nord	
<b>TOTAL: 19</b>	<b>TOTAL: 25</b>	

Fuente: elaboración propia/AIMC

**Tabla 2.7 Televisiones locales que operaban en la provincia de Valencia (2002).**

POBLACIÓN	EMISORA	DIFUSIÓN
Aielo de Malferit	Canal 7 / TV Aiolo	Terrestre
Alcublas	TeleBando Alcublas	Cable
Algemesí	Berca TV	
Alzira	Canal 6 Ribera TV	Terrestre
Canals	TV Canal	
Carlet	Tele Carlet	Terrestre
Chella	Chella TVL	
Cofrentes	Tele Bando	Terrestre
Cullera	Tele Cullera	Terrestre
Gandía	Gandía TV	Terrestre
	TV Mediterráneo	Terrestre
Higueruelas	Tele Bando	Cable
Mislata	Canal 25 TV	Terrestre
Navarrés	TV Navarrés	Terrestre
Oliva	Televisió d'Oliva	
Ollería L'	TV Ollería	Terrestre
Ontiyent	MK Localia TV Vall d'Albaida	Terrestre
	TV Ontinyent	Terrestre
Paterna	Canal 7	
Pobla de Vallbona, La	Tele Pobla	
Puig, El	Canal 11 EMTV	

<b>POBLACIÓN</b>	<b>EMISORA</b>	<b>DIFUSIÓN</b>
Puçol	EMTV de Puçol	Terrestre
Quart de Poblet	Metropolitana de Cable	
Requena	RTV Requena	
Sagunt	Tecavicas	Cable
	Canal 7 TV Camp de Morvedre	
Silla	TV Silla / Telehorta Silla	
Sueca	Sueca Televisió	Terrestre
	Canal 30 TV	
Torrent	Tele Comarca TV	
	Canal 31 Digital	Terrestre
Valencia	Canal 47 Valencia	Terrestre
	La Mega Televisión	Terrestre
	PTV Cable Valencia	Cable
	Valencia Te Ve	Terrestre
	XTV Televisión Musical	Terrestre y Cable
	Al Tanto TV	
	Canal 13 TV	
	Canal 44	
	Digital Valencia-Canal 30	
	Valencia Te Va	
Xirivella	Xirivella TV Canal 48	Terrestre
<b>TOTAL: 28</b>	<b>TOTAL: 42</b>	

Fuente: elaboración propia/AIMC

Este desarrollo caótico y alegal (Badillo, 2005) en que se encontraba el sector audiovisual local en la Comunidad Valenciana debería haberse ordenado a través del Plan Nacional de la Televisión Digital Local (RD 2268/2004) que marcaba como fecha límite para finalizar las emisiones analógicas el 1 de enero de 2008. Ese era el momento en que el mapa audiovisual local procedería a su normalización definitiva (Prado, 2004). Sin embargo, los consiguientes retrasos en el cumplimiento de los plazos establecidos y la nefasta política de comunicación llevada a cabo por algunos gobiernos autonómicos, en especial el valenciano, han prolongado la agonía de un sector que, en 2016, aún no se ha regularizado en la Comunidad Valenciana. Pero vayamos por partes.

La Ley 10/2005 de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo fijó el 31 de diciembre de 2005 como fecha tope para la convocatoria y



adjudicación de licencias de TDT-L. Igualmente, esta normativa, determinaba que aquellos operadores que no obtuvieran licencia digital deberían cesar sus emisiones en un período de seis meses (Marzal y Casero, 2009: 104), pero ninguno de esos compromisos se cumplieron en los plazos previstos.

La Generalitat sacó a concurso público la adjudicación de concesiones para explotar los programas de televisión digital local privada, el 5 de julio de 2005<sup>36</sup>. La convocatoria se ceñía a 14 de las 18 demarcaciones valencianas, ya que las de Denia, Gandía, Vall d'Uixò-Segorbe y Utiel-Requena aún no tenían asignadas las frecuencias. El concurso para la asignación de programas en estas cuatro demarcaciones no se realizó hasta el año 2010, una vez ejecutado el “apagón analógico” y las adjudicaciones se resolvieron en febrero de 2011. En ese momento ya se evidenciaban las dificultades económicas para sacar adelante proyectos televisivos de tdt local en la Comunidad Valenciana, ya que solo se pudieron adjudicar cinco de los doce canales disponibles.

En el pliego de cláusulas técnicas y administrativas se especificaban, sin ánimo de exhaustividad, los siguientes requisitos tendentes a revitalizar el sector audiovisual de proximidad y el uso del valenciano en la programación:

1. Los concesionarios debían reservar el 20% de sus contenidos anuales para emitir obras audiovisuales y cinematográficas valencianas. En esta cláusula se especificaba que no computaban como tales obras los informativos, las retransmisiones deportivas, los concursos, la publicidad y los espacios de televenta.

---

<sup>36</sup> DOGV nº 5.042, de 5 de julio de 2005, pp. 23856 – 23858

2. Los canales concesionarios debían difundir programas originales, como mínimo seis horas diarias y 48 semanales.
3. Los operadores podrían syndicar sus contenidos, previa autorización, siempre que no se emitiese en cadena (es, decir que no se emitieran los mismos programas simultáneamente) ni ésta se practicase por dos o más canales dentro de la misma demarcación.
4. Que se utilizara el valenciano, al menos, durante el 25% del tiempo de emisión en cada franja de programación. Los operadores adjudicatarios de las demarcaciones de Vall d'Uixò-Segorbe, Utiel-Requena, Elda y Orihuela-Torrevieja, quedaban eximidos al considerar la Generalitat que son zonas históricamente castellano hablantes.<sup>37</sup>
5. Las concesiones otorgadas a los operadores no podrían ser transferidas y cualquier acto o negocio jurídico requerirá la autorización administrativa por parte de la Generalitat.
6. Reservar un 10% del tiempo de emisión a obras europeas de productoras independientes de las entidades televisivas, la mitad de ellas correspondientes a los últimos cinco años.

---

<sup>37</sup> Esta decisión no tuvo en cuenta que algunas de esas demarcaciones eran lingüísticamente heterogéneas, como la de Elda, donde se incluyen municipios como Monóvar, Petrer o El Pinós que son valencianoparlantes. O la de Orihuela-Torrevieja, donde está incluida Guardamar del Segura, considerada una isla valencianoparlante en la comarca de la Vega Baja. En el caso de la demarcación de Vall d'Uixò-Segorbe, la Generalitat solicitó al gobierno central que se desagregaran en dos demarcaciones distintas ya que la primera de las localidades es de predominio lingüístico valenciano mientras que en la segunda se habla exclusivamente castellano. El gobierno no lo autorizó.

En este concurso fueron admitidas las solicitudes de 74 empresas para un total de 42 programas (tres programas por cada una de las catorce demarcaciones que salían a concurso). Las demarcaciones más solicitadas fueron Castellón (23), Benidorm (20), Valencia (19), Torrent (15) y Alicante (13) En todas las demarcaciones se presentaron más solicitudes que emisoras analógicas estaban en funcionamiento (Sanmartín, 2014).

Para evaluar todas las solicitudes, la Generalitat delegó en una empresa externa, Doxa Consulting, que fue quien realizó el proceso de baremación, igual que lo había hecho en el concurso para la adjudicación de los programas de cobertura autonómica. La mesa de contratación asumió como propia la decisión de esta empresa, lo que daría origen a la anulación de todo el proceso concesional tras una sentencia del Tribunal Supremo de julio de 2012<sup>38</sup>, que admitió el recurso de amparo interpuesto por Tele Elx, una de las empresas solicitantes que no obtuvo licencia en dicho concurso de 2005. El recorrido judicial de este proceso de anulación se tratará con más detalle en el capítulo tres de esta tesis, ya que forma parte de la historia reciente de este canal, objeto principal de la presente investigación.

---

<sup>38</sup> Tribunal Supremo. Sala de lo Contencioso-Administrativo. Sección: Séptima. Sentencia sobre Recurso de Casación nº 5128/2008. Fecha de sentencia: 18/07/2012.

**Tabla 2.8. Resultado del concurso de adjudicación de las TDT-L privadas en la Comunidad Valenciana (2006)<sup>39</sup>.**

DEMARCACIÓ	EMPRESA CONCESIONARIA	DEMARCACIÓ	EMPRESA CONCESIONARIA
ALCOI	43 TV, SL.	ALACANT	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL EDITORES
	CANAL 37 TELEVISIÓ DE ALICANTE		CANAL 37 TELEVISIÓ DE ALICANTE
	HOMO VIRTUALIS		EDITORIAL PRENSA ALICANTINA
BENIDORM	43 TV, SL.	ELX	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL EDITORES
	UNEDISA TELECOMUNICACIONES		UNEDISA TELECOMUNICACIONES
	TELE NOTICIAS, SL		LIBERTAD DIGITAL TV
ELDA	43 TV, SL	ORIHUELA TORREVIEJA	COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL EDITORES
	HOMO VIRTUALIS, SA		HOMO VIRTUALIS, SA
	CONSORCIO DE TELEVISIÓ COMARCAL		TV ORIHUELA, SL.
CASTELLÓ	TV CS RETRANSMISIONES, SL.	MORELLA	TV CS RETRANSMISIONES
	PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA		PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA
	UNEDISA TELECOMUNICACIONES		COMUNICACIONS DELS PORTS
VINARÓS	PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA	ALZIRA	MEDITERRÁNEA INFORMATIVA TELEVISIÓ
	TV CS RETRANSMISIONES		RIBERA TELEVISIÓ
	MEDIOS AUDIOVISUALES DEL MAESTRAT		LIBERTAD DIGITAL TV
ONTINYENT XÀTIVA	TELECOMARCA	SAGUNT	COMERCIAL ALYMA
	TELEVISIÓ COMARCAL DE LA COSTERA		HOMO VIRTUALIS
	LOCALIA TELEVISIÓ VALENCIA		LIBERTAD DIGITAL TV
TORRENT	UNIPREX VALENCIA, TV	VALENCIA	UNEDISA TELECOMUNICACIONES
	RADIO DIFUSIÓ TORRE		TELECOMARCA S.A.
	LIBERTAD DIGITAL TV		EDITORIAL PRENSA VALENCIANA

Fuente: elaboración propia / DOGV nº 5.194 de 8 de febrero de 2006

La resolución de los concursos, autonómico y local, la hizo pública el entonces conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Generalitat Valenciana,

<sup>39</sup> DOGV nº 5.194 de 8 de febrero de 2006

Esteban González Pons, durante el transcurso de una rueda de prensa, el día 30 de diciembre de 2005.

El resultado de este concurso público, en la Comunidad Valenciana y en otras, evidenció un comportamiento por parte de las autoridades políticas más interesadas en confeccionar mapas audiovisuales favorables a sus tesis ideológicas que en impulsar el desarrollo del sector, especialmente el de las televisiones locales con vocación y tradición de proximidad. En este sentido, Javier Marzal y Andreu Casero (2009: 105) sostienen que “el proceso, pilotado por las comunidades autónomas, se está viendo fuertemente afectado por el clientelismo” que tiende a favorecer o a marginar empresas comunicativas dependiendo de si “comparten o no sus postulados”.

Así, se constata que en los concursos para la adjudicación de canales de tdt locales y autonómicos privados en comunidades autónomas gobernadas por el Partido Popular obtienen una fuerte representación cadenas con un perfil conservador como Popular TV (vinculada a la Conferencia Episcopal Española y la cadena COPE), Libertad Digital (propiedad del locutor Federico Jiménez Losantos), Unedisa (editora del periódico El Mundo), Vocento o el Grupo Intereconomía (Badillo, 2007). Por el contrario, en aquellas comunidades presididas por el Partido Socialista, es Localia (perteneciente al grupo Prisa) quien obtiene un mayor número de concesiones. Se trata de una situación llamada a perpetuar en el entorno digital uno de los grandes vicios estructurales del sistema audiovisual español: el servilismo de la televisión local al poder político (Marzal y Casero, 2009: 105).

López Cantos (2007:94) insistía sobre este aspecto al afirmar que el proceso de adjudicaciones de la TDT-L en la Comunidad Valenciana reflejaba una “mediación política indisimulada” y que la pretendida pluralidad del sector era puramente testimonial. Pero comprobemos esta afirmación a través de los hechos. Si observamos de cerca el resultado del proceso concesional en la Comunidad Valenciana se detecta claramente este comportamiento arbitrario. Los operadores que obtuvieron un mayor número de concesiones pertenecían a grupos mediáticos estatales sin apenas vinculación con el territorio valenciano, poca experiencia en el sector, y escasa o nula presencia dentro del marco audiovisual de proximidad.

De las 76 emisoras que estaban en funcionamiento en la Comunidad antes de la implantación del PNTDT-L, 16 lograron, al menos, una concesión (Sanmartín, 2005:63) y solo siete de ellas fueron a parar a televisiones independientes (Fortuny, 2012): Ribera TV (Alzira), Canal 56 Televisión Comarcal (Castellón), Televisió Comarcal de la Costera (Xàtiva), Nord Televisió (Morella), TV Intercomarcal (Elda-Villena), Canal Vega Baja (Orihuela) y Noticias Te Ves (Benidorm). Por el contrario, entre las emisoras que se quedaron sin licencia de tdt se contabilizaban un gran número de canales considerados históricos de localidades como Vinarós, Benicarló, Benicàssim, Onda, Castellón o Elche. Tampoco obtuvo licencia un reciente proyecto de televisión de proximidad de calidad, Info TV, que comenzó a emitir en 2005 una programación íntegramente en valenciano. Optaba a tres licencias locales y una autonómica pero no consiguió ninguna. Estas televisiones se vieron obligadas a migrar a internet o, en muchos casos, a cerrar.

En total, los 42 programas licitados en la Comunidad Valenciana se repartieron entre 23 empresas que se detallan en la Tabla 2.9. ordenadas en sentido descendente según el número de adjudicaciones obtenidas.

**Tabla 2.9. Empresas concesionarias TDT-L privadas en la CV, nº de concesiones y demarcaciones (2006).**

EMPRESAS	CONCESIONES	DEMARCACIONES
Homo Virtualis	4	Alcoi, Elda, Sagunto, Orihuela/Torrevieja.
Unedisa Telecomunicaciones	4	Benidorm, Elche, Castellón, Valencia
Libertad Digital Televisión	4	Elche, Alzira, Sagunto, Torrent
43 TV	3	Alcoi, Benidorm, Elda
Comunicación Audiovisual Editores	3	Alicante, Elche, Orihuela/Torrevieja
TV CS Retransmisiones	3	Castellón, Morella, Vinarós
Produccions Informatives La Plana	3	Castellón, Morella, Vinarós
Canal 37 TV Alicante	2	Alicante, Alcoi
Telecomarca	2	Ontinyent/Xàtiva, Valencia
Editorial Prensa Ibérica	2	Alicante, Valencia
Tele Noticias	1	Benidorm
Consorcio TV Comarcal	1	Elda
TV Orihuela	1	Orihuela/Torrevieja
Comunicacions dels Ports	1	Morella
Medios Audiovisuales del Maestrat	1	Vinarós
Mediterránea Informativa TV	1	Alzira
Ribera TV	1	Alzira
TV Comarcal La Costera	1	Ontinyent/Xàtiva
Localia TV Valencia	1	Ontinyent/Xàtiva
Comercial Alyma	1	Sagunto
Radio Difusión Torre	1	Torrent
Uniprex Valencia	1	Torrent

Fuente: elaboración propia con datos extraídos del DOGV nº 5.194 de 8/2/2006

Observando la Tabla 2.9 se constata que son Homo Virtualis (del grupo Intereconomía), Unedisa Telecomunicaciones (filial de la editora de El Mundo)<sup>40</sup> y Libertad Digital Televisión (del grupo Libertad Digital, ligado al periodista Federico Jiménez Losantos) los más favorecidos en el reparto, con cuatro licencias cada uno. Además del abultado número de concesiones, hay que remarcar que dichas adjudicaciones se producen en los núcleos de población más cotizados. Unedisa, por ejemplo, obtiene licencias en las demarcaciones de Valencia, Castellón y Elche y

<sup>40</sup> En 2005, el director de El Mundo era Pedro J. Ramírez.

Libertad Digital, en las de Elche y Torrent (ésta última aglutina todo el cinturón metropolitano de Valencia). Sin embargo, un análisis más detenido permite vislumbrar una operación mediática encubierta que no se detecta a simple vista. Nos estamos refiriendo a la consagración del grupo Mediamed como principal actor del ecosistema audiovisual valenciano.

### **2.7.5.1. Mediamed como paradigma del fracaso de la TDT-L en la Comunidad Valenciana**

El grupo Mediamed Comunicación Digital no obtuvo ninguna licencia para explotar programas en el concurso de la TDT-L en la Comunidad Valenciana. Sin embargo, controlaba accionarialmente el capital de cinco sociedades concesionarias que disponían de licencias en 13 de las 14 demarcaciones valencianas: Telecomarca (2), Comercial Alyma (1), 43 TV (3), Mediterránea Informativa Televisión, (1) y Comunicación Audiovisual Editores, (3). También poseía, aunque no en un porcentaje mayoritario (33%), acciones en TV CS Retransmisiones (3) (Fernández Alonso et al., 2007: 214-215).

Esta empresa se constituyó en 2005 con la clara intención de actuar como “un quinto canal autonómico” (Sanmartín, 2013:187) gracias a la posibilidad de syndicar contenidos que había permitido el gobierno valenciano. La estrategia de Mediamed se estructuró en dos etapas. La primera, antes de la convocatoria del concurso, consistió en adquirir participaciones minoritarias en pequeñas emisoras locales que posteriormente se presentarían como licitadoras con diversos nombres (Comunicación



Audiovisual Editores, 43 TV, etc.). La segunda, una vez obtenida la concesión, fue ampliar su paquete de acciones hasta alcanzar el 51% y hacerse con el control de dichos canales.

La sociedad Mediamed Comunicación Digital S.A. se alió con distintos empresarios procedentes del sector de la televisión local analógica, la publicidad y la construcción<sup>41</sup> para lograr licencias en el concurso de televisión digital local en la Comunidad Valenciana (Campos Freire, 2008). Al frente de Mediamed aparece el empresario José Luis Ulibarri, y entre sus accionistas está el periodista Antonio Martín Beaumont, ambos en la órbita del Partido Popular<sup>42</sup>. La impunidad con la que llegó a actuar este grupo de comunicación creado “ex novo” para hacerse con un gran número de emisoras de televisión locales queda patente en las declaraciones realizadas por el presidente de la Federación Valenciana de Televisión (FVT), Alejandro Rodríguez, a un periodista del diario Levante: “él [Ulibarri] ya sabía que le iban a adjudicar las 13 licencias de TDT e iba diciendo que quien no le vendiera a él la emisora de televisión se iba a quedar sin concesión y se iba a comer los equipos con patatas”<sup>43</sup>.

---

<sup>41</sup> En su capital participaban Corrado Holding 21 S.L., Producciones Audiovisuales Digitales de Alicante S.L., Engloba Grupo de Comunicación, Anroca 91 S.L., Construcciones Navales Palacio S.L., Herseca Inmobiliaria S.L. y otros

<sup>42</sup> Martín Beaumont es editor de El Semanal Digital y fue máximo dirigente de Nuevas Generaciones del Partido Popular. José Luis Ulibarri es un constructor y promotor inmobiliario leonés que desarrolló el cable y la televisión analógica en Castilla-León. En 2007 compró el Diario de León. Fue presidente de la Televisión de Castilla y León. También era propietario, entre otras compañías, de Producciones Audiovisuales de Alicante.

<sup>43</sup> El artículo mencionado, del periodista Paco Cerdà, “Empresarios de televisiones locales se querellan contra Pons por dar 13 licencias de TDT a un imputado en Gürtel”, se publicó en el *Diario Levante EMV* el 18 de marzo de 2010. Recuperado de: <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2010/03/18/empresarios-televisiones-locales-querellan-pons-dar-13-licencias-tdt-imputado-gurtel/688536.html>

La marca comercial con la que surgió Mediamed fue Tele7. Cuando se configuró esta cadena de televisión, algunas de las emisoras integradas en el grupo ya tenían una actividad consolidada en demarcaciones como Gandía, Valencia, Sagunto, Elda y Castellón. Al poco tiempo se construyeron centros de producción en Alcoi, Elche, Alicante y en el Puerto de Sagunto (Valenciano, 2010). En la capital valenciana, Tele 7 se ubicó en los Estudios Galaxia, propiedad de uno de los socios iniciales, en los que se invirtió gran cantidad de dinero para adecuar las instalaciones. En contra de la creencia generalizada de que la desaparición del grupo Mediamed obedeció exclusivamente a la imputación de Ulibarri en el caso Gurtel, el periodista Pere Valenciano, que vivió desde dentro el proceso de desmantelamiento de este grupo mediático, relata que “la dilapidación inicial de dinero, las diferencias entre los socios, los errores en la gestión y el insuficiente 'feedback' con la administración valenciana fueron las notas que marcaron el desarrollo del proyecto de Tele 7”<sup>44</sup>.

El pacto con la empresa Abertis para distribuir la señal de las emisoras provocó un agujero en las arcas de la cadena que hizo insostenible el proyecto. Ante los reiterados impagos, Abertis cortó las señales en Alicante y Castellón y posteriormente en Valencia. Ono, con la que se había contratado la fibra óptica para unir todos los centros de producción, también suspendió sus servicios, lo que supuso, en la práctica, la imposibilidad de emitir una programación autonómica y, al mismo tiempo, las desconexiones comarcales (Valenciano, 2010).

---

<sup>44</sup> Información extraída del blog del periodista Pere Valenciano, que en septiembre de 2009 asumió la dirección autonómica del grupo Mediamed. Recuperado de: <http://perevalenciano.blogspot.com.es/2010/07/television-adios-tele-7-ii.html>

Al margen de Mediamed, el empresario leonés también compró la concesión de la Televisión Municipal de Valencia, que tuvo que vender a finales de 2009 a la empresa 123 Comunicaciones a raíz de su imputación en el caso Gurtel. En la actualidad, el grupo está en suspensión de pagos por lo que no ha podido optar al nuevo reparto de licencias que ha elaborado el gobierno valenciano en 2015, del que hablaremos más adelante.

El fiasco del grupo Mediamed como paradigma de las erróneas políticas de comunicación local llevadas a cabo por gobierno valenciano no debería ocultar comportamientos similares que afectan a otros grupos, de menor entidad, pero que repiten un modelo de clientelismo que comenzó durante las legislaturas de Eduardo Zaplana. En este sentido, cabe mencionar al grupo Tabarka Media, vinculado a Genoveva Reig<sup>45</sup>, ex directora general de RTVV y mano derecha de Zaplana. Este grupo mediático local se creó en 1997, poco antes del concurso para la adjudicación de nuevas frecuencias radiofónicas de 1988<sup>46</sup>, alentado por el entonces presidente de la Generalitat (Martínez Gallego, 2013) quien situó a Reig al frente del proyecto. En 2002 englobaba, entre otras, a las mercantiles Arco Mediterráneo, SA; Canal 37 Televisión Alicante, SA; Onda Mariola; Televisión Vega Baja; Visión Castellón; Medipres Valencia, Difusión Torre, SA; Radio Algemés y Valencia Teva (El País, 2002)<sup>47</sup>.

---

<sup>45</sup> Genoveva Reig comenzó su carrera periodística en la Cadena SER de Alicante. Cuando Eduardo Zaplana alcanzó la alcaldía del ayuntamiento de Benidorm tras una polémica moción de censura contra el gobierno socialista municipal, Reig se convirtió en su jefa de prensa. Con este bagaje profesional, Zaplana la aupó hasta puestos de máxima responsabilidad dentro de su gobierno al frente de la Generalitat. Primero fue directora general de Comunicación del gobierno valenciano y posteriormente directora de RTVV.

<sup>46</sup> Decreto 38/1998 de 6 de abril del Gobierno Valenciano por el que se establece el régimen de concesión de emisoras de radiodifusión sonora de FM y la inscripción de las mismas en el Registro de Concesionarios. DOCV 3.218 pp. 4659.

<sup>47</sup> [http://elpais.com/diario/2002/12/18/cvalenciana/1040242686\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2002/12/18/cvalenciana/1040242686_850215.html)

Posteriormente se uniría a Tabarka el empresario alicantino Angel Fenoll, imputado en otro destacado caso de corrupción político, el “caso Brugal”:

Según informes policiales, entre 2005 y 2008 el grupo Tabarka, dirigido por Genoveva Reig y cuyo mayor accionista por entonces era el empresario alicantino Ángel Fenoll (imputado luego en el caso Brugal y antes condenado en firme por delito electoral), recibió casi un millón de euros de la Diputación de Alicante, presidida por José Joaquín Ripoll, principal representante del zaplanismo en las comarcas del sur del País Valenciano. Ángel Fenoll, según las grabaciones policiales del caso Brugal, entró en el grupo Tabarka Media para sostenerlo económicamente y ampliar su red de emisoras (especialmente de televisiones), a petición de José Joaquín Ripoll. Solicitó, eso sí contrapartidas: concesiones relativas a su negocio central, la recogida y tratamiento de basuras. (...) La ampliación mediática del grupo Tabarka se relacionó también con las concesiones de emisoras de televisión digital terrestre efectuadas por la Generalitat Valenciana el 30 de diciembre de 2005. (Martínez Gallego, 2013:107)

Y efectivamente, Tabarka Media obtuvo dos frecuencias de televisión digital local en 2005 en las demarcaciones de Alcoi y Alicante bajo el nombre de Canal 37 Televisión de Alicante. López Cantos (2007) interpreta este juego en el reparto de concesiones de TDT-L como un intento por contentar a las diferentes corrientes internas del PPCV. Por ello, las frecuencias otorgadas a Tabarka, grupo próximo al zaplanismo perpetuado en Alicante en la figura del presidente de la Diputación, José Joaquín Ripoll, distan mucho de las concedidas a los nuevos grupos más afines al gobierno de Francisco Camps (Mediamed, Unedisa, Homo Virtualis, Libertad Digital). En este sentido, todo indica que las políticas de concesiones de televisión digital local en 2005 no son más

que una actualización de las iniciadas por Zaplana para el reparto de frecuencias de radio a finales de los años ochenta (Piqueras et al., 2011), un negocio a repartir entre empresarios amigos con el objeto de afianzar sus estructuras políticas y personales dentro y fuera de la Comunidad Valenciana.

### 2.7.5.2. Panorama incompleto de la TDT-L privada en la Comunidad Valenciana

Como hemos referido con anterioridad, el Tribunal Supremo anuló el concurso de la TDT-L privada en la Comunidad Valenciana en julio de 2012. El Alto Tribunal amparó un recurso de la emisora Tele Elx que devolvió el proceso al punto de partida, obligando al gobierno valenciano a realizar una nueva baremación de las empresas solicitantes. El Consell aplazó la ejecución de dicha sentencia hasta pocos días antes de su salida del gobierno tras perder las elecciones autonómicas en mayo de 2015. El resultado de esta nueva baremación realizada por la mesa de contratación, asesorada por un comité de expertos, dio un vuelco en la composición del mapa de la televisión digital local en esta Comunidad.

**Tabla 2.10. Comparativa de adjudicación de licencias de TDT-L en la Comunidad Valenciana 2006/2015.**

DEMARCACIÓN	EMPRESAS ADJUDICATARIAS 2005	EMPRESAS ADJUDICATARIAS 2015
ALCOI	43 TV, SL. CANAL 37 TELEVISIÓN DE ALICANTE HOMO VIRTUALIS	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA CANAL 37 TELEVISÓN DE ALICANTE CANAL 37 TELEVISIÓN MARINA ALTA
ALACANT	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES CANAL 37 TELEVISIÓN DE ALICANTE EDITORIAL PRENSA ALICANTINA	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES TELEVISIÓN, MEDIOS Y PUBLICIDAD

<b>BENIDORM</b>	43 TV, SL. UNEDISA TELECOMUNICACIONES TELE NOTICIAS, SL	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA CANAL 37 TELEVISIÓN MARINA ALTA 43 TV S.L.
<b>ELX</b>	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES UNEDISA TELECOMUNICACIONES LIBERTAD DIGITAL TV	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA SERVICIOS DE DIFUSIÓN DE TELEVISIÓN TELE ELX TELEVISIÓN, MEDIOS Y PUBLICIDAD S.A.U.
<b>ELDA</b>	43 TV, SL HOMO VIRTUALIS, SA CONSORCIO DE TELEVISIÓN COMARCAL	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA 43 TV S.L HOMO VIRTUALIS, SA
<b>ORIHUELA TORREVIEJA</b>	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES HOMO VIRTUALIS, SA TV ORIHUELA, SL.	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES HOMO VIRTUALIS, SA
<b>CASTELLÓ</b>	TV CS RETRANSMISIONES, SL. PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA UNEDISA TELECOMUNICACIONES	TV CS RETRANSMISIONES S.L. EDITORIAL PRENSA VALENCIANA FRANCISCO JESÚS CANALES
<b>MORELLA</b>	TV CS RETRANSMISIONES PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA COMUNICACIONS DELS PORTS	TV CS RETRANSMISIONES EDITORIAL PRENSA VALENCIANA PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA
<b>VINARÓS</b>	PRODUCCIONS INFORMATIVES LA PLANA TV CS RETRANSMISIONES MEDIOS AUDIOVISUALES DEL MAESTRAT	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA TV CS RETRANSMISIONS DE LA PLANA ENRIQUE J. ADELL BOVER / RADIO TELEVISIÓN DE CASTELLÓN (empatadas)
<b>ALZIRA</b>	MEDITERRÁNEA INFORMATIVA TELEVISIÓN RIBERA TELEVISIÓ LIBERTAD DIGITAL TV	RIBERA TELEVISIÓ EDITORIAL PRENSA VALENCIANA PUNTO 7 SERVICIOS AUXILIARES DE TELEVISIÓN
<b>GANDÍA</b>	COMARQUES CENTRALS TV SL INVERSIONES ESPECIALES DEL MEDITERRÁNEO S.L.	

<b>ONTINYENT XÀTIVA</b>	TELECOMARCA TELEVISIÓ COMARCAL DE LA COSTERA LOCALIA TELEVISIÓ VALENCIA	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA VALENCIA TE VE S.A. LOCALIA TELEVISIÓ VALENCIA
<b>SAGUNT</b>	COMERCIAL ALYMA HOMO VIRTUALIS LIBERTAD DIGITAL TV	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA VALENCIA TE VE S.A. LOCALIA TELEVISIÓ VALENCIA
<b>TORRENT</b>	UNIPREX VALENCIA, TV RADIO DIFUSIÓ TORRE LIBERTAD DIGITAL TV	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA RADIO DIFUSIÓ TORRE TELECOMARCA S.A
<b>UTIEL REQUENA<sup>48</sup></b>		
<b>VALENCIA</b>	UNEDISA TELECOMUNICACIONES TELECOMARCA S.A. EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA RIBERA TELEVISIÓ
<b>DENIA</b>	COMARQUES CENTRALS TV S.L CANAL 37 TV MARINA ALTA	
<b>VALL D'UIXÒ SEGORBE</b>	GRUPO CASTELLONENSE DE MEDIOS S.L	

Fuente: elaboración propia

El concurso para adjudicar las cuatro licencias de TDT-L pendientes en 2005, en las demarcaciones de Denia, Vall d'Uixò-Segorbe, Gandía y Utiel-Requena se resolvió en 2011, por lo que no se encuentran afectadas por la sentencia del Tribunal Supremo (2012) que ha dado origen al reordenamiento de las licencias efectuado en 2015.

<sup>48</sup> La adjudicación de licencias de TDT local de la demarcación de Utiel-Requena, realizada en 2011, quedó desierta al retirarse la única oferta existente. En Denia y Gandía solo se adjudicaron dos de los programas ofertados y en Vall d'Uixò, uno. En total, cinco programas de los 12 salidos a concurso.

El nuevo gobierno bipartito, presidido por Ximo Puig, asumió la puntuación heredada del ejecutivo saliente al considerar que esta forma sería jurídicamente menos compleja que tratar de convocar un nuevo concurso a partir de cero. La nueva propuesta de adjudicación, como se puede observar en la Tabla 2.10, reordena por completo el mapa audiovisual valenciano de proximidad. Una de las novedades más reseñables es la concesión a la empresa Editorial Prensa Ibérica (grupo editor de los diarios Levante e Información de Alicante) de 14 licencias de televisión digital, una en cada demarcación de las que se han reordenado. Este hecho abre la puerta a una más que probable cadena autonómica privada encubierta que vendría a sustituir lo que en su día trató de poner en marcha el grupo Mediamed.

En el momento de concluir la presente investigación, algunos de los licitadores de los nuevos lotes adjudicados aún se encuentran en proceso de acreditar la documentación preceptiva, prevista en el pliego de cláusulas administrativas particulares, de conformidad con la decisión de la mesa de contratación. De acuerdo a la Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010, las nuevas concesiones se otorgan para un período de quince años, con posibilidad de prórroga. El gobierno valenciano ha adjudicado definitivamente los lotes correspondientes a las demarcaciones de Elda, Morella, Sagunto, Torrent, Valencia, Castellón y Vinarós. Las otras siete demarcaciones restantes no se han adjudicado todavía porque las empresas se están demorando en presentar la documentación exigida en los requisitos.

La tramitación no está resultando fácil. La reordenación se ha realizado en base a las mismas empresas solicitantes del concurso 2005 pero durante los diez años



transcurridos desde entonces, el mapa de la televisión local en la Comunidad Valenciana ha cambiado sustancialmente. Unas empresas se vieron abocadas al cierre por la crisis del sector, están en suspensión de pago, o simplemente ya no están interesadas en este mercado. Otras, aquellas que no obtuvieron licencia en 2005 y que ahora sí podrían tenerla, desaparecieron tras el apagón analógico de 2010. Pero se presentan más escenarios que demuestran la complejidad del proceso. Por ejemplo, empresas que cambiaron de propietario, que vendieron o alquilaron sus licencias a otros operadores y que podrían quedarse ahora sin poder emitir. O el caso singular de Tele Elx, que resulta esclarecedor sobre la situación caótica que atraviesa el sector audiovisual de proximidad tras este reordenamiento.

Este canal siguió emitiendo de manera ilegal enfrentándose a numerosas órdenes de cierre y a una multa de 500.000 euros que le impuso la Generalitat por negarse a cesar sus emisiones; multa que la televisión local aún no ha pagado por estar recurrida judicialmente. Su obstinación, hasta el punto de pedir amparo al Tribunal Supremo que le dio la razón en 2012, está en el origen de este reordenamiento de licencias. El gobierno de Alberto Fabra, en la última rebaremación sobre las propuestas presentadas en el concurso de 2005, propuso a Tele Elx como concesionaria de una de las tres frecuencias de la demarcación de Elche. Parecía un final feliz; sin embargo, al tener deudas pendientes con la Administración (la multa de 500.000 euros a la que hacíamos referencia) esta emisora local no cumple los requisitos exigidos en el pliego de condiciones y volverá a quedar excluida.

Las empresas del grupo Mediamed, que obtuvieron licencias en 13 demarcaciones en 2005, ahora solo las obtendrían en seis de ellas, aunque la mayoría permanecen cerradas o alquiladas a terceros. No obstante, al estar en suspensión de pago desde 2013, tampoco podrá optar a ellas, motivo por el cual la lista de posibles concesionarios va corriendo. Por su parte, Libertad Digital ha perdido las cuatro licencias de Alzira, Sagunto, Torrent y Elche, unas emisoras que nunca emitieron programación local y que en los últimos años se habían alquilado a otras empresas.

Homo Virtualis (Intereconomía) consigue mantener las licencias en Elda y Orihuela-Torrevieja pero pierde las de Alcoi y Sagunto. Unedisa Telecomunicaciones (El Mundo) ha perdido todas las licencias que obtuvo en 2005. Por el contrario, Ribera Televisión, una de las televisiones que se ha mantenido, conserva su concesión en la demarcación de Alzira y consigue otra en la de Valencia. Y una de las sorpresas de este reordenamiento ha sido la propuesta de adjudicación para la televisión de la Universidad Politécnica de Valencia en la demarcación de la capital. Sin embargo, aunque la UPV ha presentado la documentación y había recibido ya la adjudicación definitiva, finalmente ha renunciado, por lo que esa frecuencia se quedará vacante ya que el gobierno valenciano no tiene previsto volver a sacarla a concurso.

TV CS Retransmisiones (vinculada al diario Mediterráneo) mantiene sus tres licencias de Castellón, Morella y Vinarós. Canal 37 Televisión de Alicante se queda con tres licencias, dos en Alcoi y una en Benidorm, mientras que Tele Noticias S.L., propiedad de un empresario benidormense y concejal de Ciudadanos por Benidorm, pierde la licencia con la que operaba desde 2005. Sin embargo, aunque las

adjudicaciones definitivas de las siete demarcaciones pendientes no se harán públicas hasta finales de junio de 2016, la configuración del mapa audiovisual local en la Comunidad Valenciana aún está por definir. Se inicia ahora un período de compra-venta de canales que se habrá de observar con atención porque se abren muchas incógnitas.

Algunas de las emisoras locales que estaban emitiendo legalmente y que ahora se han quedado sin licencia, por ejemplo Tele Noticias de Benidorm, se plantean negociar un alquiler con la nueva empresa adjudicataria. Otras, que tenían alquilada la licencia a empresas que la han perdido, tendrán que abrir negociaciones con las recién llegadas, que en algunos casos sólo persiguen intereses económicos. En esa situación se encontraría Sucro TV (canal de los ayuntamientos de Sueca y Algemesí) que emite en la demarcación de Alzira por una frecuencia asignada a Libertad Digital que ya no tiene. También es el caso de Televisión de Alcoi, que tenía alquilada la licencia a Homo Virtualis. Y queda por despejar la ecuación de Tele Elx, que tiene por delante un plazo de seis meses para llegar a acuerdos con alguno de los nuevos concesionarios o deberá cerrar sus emisiones definitivamente.

El horizonte no aparece en absoluto despejado y se espera una avalancha de denuncias por parte de empresarios de canales locales que se han visto afectados por esta reordenación de licencias. El presidente de la Asociación de Televisiones Valencianas de Proximidad, Francisco Canales,<sup>49</sup> ha informado a esta investigadora que interpondrá una querrela contra el anterior conseller, Esteban González Pons (PP) por el perjuicio económico causado durante estos diez años. Canales, que obtuvo en 2010 una

---

<sup>49</sup> Entrevista personal realizada a Francisco Canales el 9 de junio de 2016.

concesión en la demarcación de Vall d’Uixò-Segorbe, acaba de obtener otra licencia en la demarcación de Castellón que se le negó en 2006. Así las cosas, conviene detenernos en el mapa de las televisiones locales en la Comunidad Valenciana antes de que se produzca la reasignación definitiva de canales:

**Tabla 2.11. Panorama de la TDT-L en las demarcaciones de Alicante (junio 2016).**

ALCOI	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	43 TV SL.	CANAL 12 TV (alquilada)	NO
	CANAL 37 TELEVISIÓN DE ALICANTE	CANAL 8 (alquilada)	NO
	HOMO VIRTUALIS	TELEVISIÓN DE ALCOI (alquilada)	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

ALICANTE	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES	INFORMACIÓN TV	SI
	CANAL 37 TELEVISIÓN DE ALICANTE	CANAL 12 TV (alquilada)	SI
		CANAL 8 (alquilada)	NO
PÚBLICA	CONSORCIO DE TELEVISIÓN COMARCAL DE L’ALACANTÍ (gestionada por la empresa Arte Quatre Víctor S.L. desde junio de 2016)	ALACANTI TV	SI

BENIDORM	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	43 TV SL.	CANAL 12 TV (alquilada)	NO
	UNEDISA TELECOMUNICACIONES	BAZAR TV (alquilada)	NO
	TELE NOTICIAS, SL	NOTICIAS TE VES	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

ELX	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES	CANAL 12 TV (alquilada)	SI
	UNEDISA TELECOMUNICACIONES	BAZAR TV (alquilada)	NO
	LIBERTAD DIGITAL TV	TBN-ENLACE (alquilada/ocupada)	SI
PÚBLICA	NO DISPONE DE CONCESIÓN	TELE ELX	SI
	NO CONSTITUIDA		

ELDA (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA ALICANTINA	INFORMACIÓN TV (reciente adjudicación)	NO
	COMERCIAL NORMASAL	-(reciente adjudicación)	NO
	CONSORCIO DE TELEVISIÓN COMARCAL	INTERCOMARCAL TV	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

ORIHUELA TORREVEJEA	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL EDITORES	CANAL 12 TV (alquilada)	NO
	HOMO VIRTUALIS S.A	TBN-ENLACE (alquilada/ocupada)	SI
	TV ORIHUELA, SL.	CANAL VEGA BAJA TV	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

DENIA	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	COMARQUES CENTRALS TV S.L	TV COMARCAL	SI
	CANAL 37 TV MARINA ALTA	CANAL 12 TV (alquilada)	NO
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

**Tabla 2.12. Panorama de la TDT-L en las demarcaciones de Valencia (junio 2016).**

ALZIRA	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	MEDITERRÁNEA INFORMATIVA TELEVISIÓN	CANAL 12 TV (alquilada)	NO
	RIBERA TELEVISIÓ	RIBERA TELEVISIÓ	SI
	LIBERTAD DIGITAL TV	SUCRO TV (canal público de los ayuntamientos de Sueca y Algemés)	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

GANDÍA	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	COMARQUES CENTRALS TV SL	TV COMARCAL	SI
	INVERSIONES ESPECIALES DEL MEDITERRÁNEO S.L.	TELE 7 SAFOR	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

ONTINYENT/ XÀTIVA	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TELEVISIÓN (reciente adjudicación)	NO
	TELEVISIÓ COMARCAL DE LA COSTERA	TV COMARCAL	SI
	LOCALIA TELEVISIÓN VALENCIA (pendiente de adjudicación definitiva)	MK LOCALIA TV	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

SAGUNT (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV (reciente adjudicación)	NO
	PÚBLICA	NO CONSTITUIDA	

TORRENT (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV (reciente adjudicación)	NO
	RADIO DIFUSIÓN TORRE	TELE 7 VALENCIA	SI
	RIBERA TELEVISIÓN	RIBERA TELEVISIÓN (reciente adjudicación)	NO
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

VALENCIA (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV	SI
	UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA (ha renunciado y no se volverá a sacar a concurso)		
	RIBERA TELEVISIÓN	RIBERA TELEVISIÓN (reciente adjudicación)	NO
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

**Tabla 2.13. Panorama de la TDT-L en las demarcaciones de Castellón (junio 2016).**

CASTELLÓ (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	TV CS RETRANSMISIONES	TV CS MEDITERRÁNEO	SI
	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV (reciente adjudicación)	NO
	FRANCISCO J. CANALES HIDALGO	TEVE 4	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

MORELLA (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV (reciente adjudicación)	NO
	TV CS RETRANSMISIONES	TV CS MEDITERRÁNEO	SI
PÚBLICA	COMUNICACIONES ELS PORTS	NORD TV	SI
	NO CONSTITUIDA		

VINARÒS (DEFINITIVA)	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	EDITORIAL PRENSA VALENCIANA	LEVANTE TV (reciente adjudicación)	NO
	TV CS RETRANSMISIONES	TV CS MEDITERRÁNEO	SI
	MEDIOS AUDIOVISUALES DEL MAESTRAT	CANAL 56	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

VALL D'UIXÒ-SEGORBE	EMPRESA CONCESIONARIA	NOMBRE DEL CANAL	EMISIÓN
PRIVADAS	GRUPO CASTELLONENSE DE MEDIOS S.L	TEVE 4	SI
PÚBLICA	NO CONSTITUIDA		

### 2.7.6. Apuntes sobre la evolución de la televisión autonómica en España

Aunque, de facto, las televisiones locales fueron las primeras en romper el monopolio de TVE, hasta la llegada de los primeros canales autonómicos no comienza a vertebrarse el espacio comunicativo audiovisual de proximidad en nuestro país. En la España de los años ochenta, la estructura organizativa y de producción de TVE no podía satisfacer las inquietudes descentralizadoras en materia de comunicación más cercana y en lenguas distintas al castellano que demandaban los ciudadanos en el nuevo Estado de las Autonomías (Marcos Calvo, 2008:104). En un principio, la intención del gobierno central fue crear un tercer canal de ámbito regional de Televisión Española pero las comunidades autónomas, lideradas por el País Vasco y Cataluña, no aceptaron imposiciones ni tutelas en este sentido y crearon sus propios organismos de radio y televisión adscritos, únicamente, a sus respectivos gobiernos autonómicos.

Así, las primeras radiotelevisiones autonómicas surgieron en las comunidades reconocidas como nacionalidades históricas casi “con fórceps social” (Zallo, 2015a), exceptuando la Televisión de Galicia que se creó ya conforme a la Ley del Tercer Canal. En cualquier caso, la coexistencia con RTVE no fue fácil. Este ente público estatal, que veía con recelo los nuevos canales autonómicos, se negó a facilitar códigos y enlaces, dificultó las retransmisiones deportivas internacionales, vetó que pudieran

pertenecer a la UER y retenía los equipamientos importados en las fronteras (Zallo, 2015a).

Estos primitivos conflictos entre RTVE y los nuevos canales autonómicos, sobre todo a cuenta de aspectos técnicos en el uso de la red, acabaron en 1986 tras el nombramiento de Pilar Miró como nueva directora del Ente Público Estatal lo que supuso el reconocimiento, de facto, de la realidad de la televisión autonómica. La Ley 46/1983 del Tercer Canal fue derogada el 1 de mayo de 2010 por la Ley General de Comunicación Audiovisual aunque nunca se había hecho uso de ella al haberse creado las televisiones autonómicas al amparo de los ordenamientos jurídicos de las respectivas Comunidades Autónomas.

#### **2.7.6.1. La Ley del Tercer Canal**

El 26 de diciembre de 1983, el gobierno central aprobaba la Ley 46/1983 Reguladora del Tercer Canal<sup>50</sup> que tenía por objeto la puesta en funcionamiento de un tercer canal de titularidad estatal que sería otorgado en régimen de concesión en el ámbito territorial de cada comunidad autónoma, previa solicitud de los órganos de gobierno de éstas. Esta ley, antes de su aprobación, ya había tenido que adoptar numerosos cambios. En un principio, pretendía regular un tercer canal regional de TVE que sería gestionado, en parte, por los gobiernos autonómicos, donde se preveía la emisión de una programación conjunta para todo el territorio nacional y la transmisión a través de una red de emisores de titularidad estatal.

---

<sup>50</sup> BOE nº 4, de 5 de enero de 1984, pp. 247- 248 (vigente hasta el 1 de Mayo de 2010).



La ley presentaba algunas limitaciones como, por ejemplo, haber ignorado la existencia de los Estatutos de Autonomía, las lenguas co-oficiales en determinados territorios y la prohibición expresa (en 1993) de emitir por cable o satélite. Sin embargo, todas esas intenciones quedaron superadas por la actuación de comunidades como Euskadi y Cataluña que decidieron crear sus respectivos entes públicos de radio y televisión antes de la aprobación de la Ley del tercer canal, para lo cual desarrollaron su propia red técnica para transportar las señales sin tener que depender de RTVE. De hecho, con anterioridad a la ley estatal, el parlamento vasco ya había aprobado el 20 de mayo de 1982 la Ley del Ente Público Radio Televisión Vasca atendiendo a las competencias recogidas en su estatuto de autonomía donde especifica que al gobierno vasco le correspondía el desarrollo legislativo de las normas básicas del Estado en materia de medios de comunicación social dentro de su territorio.

Bernat López et al. (1995: 153-158) distinguen tres fases en la implantación y desarrollo de la televisión autonómica en España. La primera abarcaría de 1982 a 1985, período en el que nacieron ETB, TV3 y la Televisión de Galicia. La segunda, de 1986 a 1989, en la que se incorporarían los canales autonómicos de Andalucía, Comunidad Valenciana y Madrid. La tercera, a partir de 1996, donde se sumarían todas las demás. Sin embargo, Julián Sanmartín (2013:73) considera conveniente dar por cerrada en 2001, con el inicio de las emisiones de Radio Televisión Castilla la Mancha, la tercera de las etapas que establecían López et al. (1995) y añadir una cuarta. Este último período abarcaría desde 2002 hasta la actualidad y vendría definido por la implantación de televisiones autonómicas en casi todas las comunidades y sobre todo, por la aparición de operadores autonómicos de gestión privada.

### **2.7.6.2. Las televisiones autonómicas pioneras: ETB, TV3 y Televisión de Galicia**

Como hemos mencionado anteriormente, Euskal Telebista nació en 1982, cuando en España todavía se estaba negociando la Ley del Tercer Canal, que sería la base jurídica para las televisiones autonómicas. Un año después, el 30 de mayo de 1983, el parlamento catalán aprobaba la Ley de Creación de la Corporación Catalana de Radio y Televisión y regulaba los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat de Catalunya. Ambos canales, ETB y TV3, iniciaron sus emisiones con anterioridad a la aprobación de la Ley del Tercer Canal. La siguiente cadena autonómica en ver la luz fue la Televisión de Galicia que inició sus emisiones regulares el 24 de julio de 1985 aunque se mantuvo en pruebas hasta el 29 de septiembre. En los tres casos se trata de televisiones que nacen con una voluntad de conseguir la normalización lingüística (Miguel de Bustos y Casado, 2015: 62), aunque en el caso de ETB, el gobierno vasco utilizó la televisión como “una herramienta de autoafirmación nacional” (Guimerà y Blasco, 2012: 38-39).

La televisión vasca se inauguró el día de fin de año de 1982 con un discurso del entonces lehendakari, Carlos Garaikoetxea, aunque sus emisiones regulares se pusieron en marcha el 16 de febrero de 1983. La televisión autonómica catalana, TV3 comenzó sus emisiones en periodo de pruebas el 10 de septiembre de 1983 con motivo de la diada nacional de Cataluña y continuó ofreciendo emisiones esporádicas a medida que expandía su propia red de repetidores por la geografía catalana. Finalmente inició sus emisiones regulares el 16 de enero de 1984, con una programación diaria de cuatro horas entre las ocho de la tarde y la medianoche, apenas once días después de la

publicación de la Ley del Tercer Canal en el Boletín Oficial del Estado. La emisora autonómica catalana fue autorizada oficialmente el 26 de diciembre de 1984, casi un año después de iniciar sus emisiones regulares, mientras que ETB nunca solicitó esta autorización al estar emitiendo por competencia estatutaria directa. Atendiendo a la Ley del Tercer Canal, ETB y TV3 ampliaron pronto sus canales: la televisión vasca creó ETB 2 (en castellano) en 1986 y la catalana hizo lo propio, en 1988, poniendo en marcha el Canal 33.

Estos canales autonómicos aportaron al espectador una programación con una cultura y una lengua propias (Pérez Feijoo, 2008:120), pero sin apartarse del modelo programático generalista de la televisión estatal. Para Contreras y Palacio (2003:65) estas televisiones reproducían “casi milimétricamente, el modelo empresarial y programático de TVE” y, salvando las peculiaridades introducidas por los objetivos de normalización lingüística, “son bastante coincidentes en sus grandezas y sus miserias con Televisión Española”. Precisamente sobre este asunto, el de la normalización social de las otras lenguas del Estado a través de las televisiones autonómicas, han debatido a fondo los expertos en comunicación. Una de las primeras preguntas que generó debate giraba en torno a si era pertinente, o no, desarrollar canales autonómicos en regiones que no poseen lengua propia distinta del castellano. En las «I Jornadas sobre Televisión Autonómica», celebradas en Zaragoza en 1984, la mayoría de expertos señalaba que, “si bien el argumento lingüístico es importante, no es el único, defendiendo la existencia de un modelo de televisión que permita un mayor pluralismo informativo y ofrezca contenidos de proximidad” (Albornoz y Cañedo, 2015: 32).

Efectivamente, estas televisiones pioneras apostaron desde un principio por una programación generalista y de producción propia, y emitían en las lenguas autóctonas de sus respectivos territorios, aunque en Euskadi se subtitulaba en castellano. En 1988, coincidiendo con la Ley de la Televisión Privada en España, TV3 inicia las primeras desconexiones provinciales para programas informativos, con lo que se refuerza la información de proximidad. A este factor hay que sumarle un incipiente desarrollo de la ficción de producción propia, primordialmente retransmisiones teatrales, series dramáticas y algunas *sitcom*, que obtienen un gran respaldo por parte de la audiencia. Juana Gallego (1999) analizó en «Els serials catalans: un nou producte amb denominació d'origen» la popularidad este fenómeno, considerado como un refuerzo de los elementos de proximidad impulsado por la televisión catalana (Albornoz y Cañedo, 2015).

En esta primera etapa del desarrollo de las televisiones autonómicas, también cabe mencionar las primeras aproximaciones colaborativas entre los tres primeros canales autonómicos que, en 1986, aunaron esfuerzos y recursos, a través de la Organización de Radios y Televisión Autonómicas, para intercambiar imágenes entre sí y cofinanciar la adquisición de productos audiovisuales externos (Anchel Cubells, 2002: 37). En 1989, tras la aparición de otras televisiones autonómicas, este organismo se transformó en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA) donde actualmente se integran once cadenas, tras el cierre de RTVV en 2013.

### 2.7.6.3. La expansión: Canal Sur, Telemadrid y Canal 9

Alentadas por la creación de ETB, TV3 y Televisión de Galicia, el resto de comunidades autónomas se apresuraron en poner en marcha procedimientos para constituir sus propios organismos de radiodifusión. Así, en 1989 aparecen otros tres canales autonómicos de televisión en Andalucía, Madrid y Comunidad Valenciana. Canal Sur inició sus emisiones el 28 de febrero, Telemadrid, el 2 de mayo, y Canal 9 empezó a emitir de forma regular el 9 de octubre, aunque sus respectivas leyes de creación datan de años anteriores<sup>51</sup>.

La resistencia del gobierno central presidido por Felipe González, que no veía con buenos ojos la multiplicación de la oferta de televisiones autonómicas ni creía en la viabilidad económica de los proyectos, retrasó la autorización para la puesta en marcha de estos canales hasta 1988. Según relata José María Áncel (2002: 35-36) en su tesis “Canal 9: historia de una programación (1989-1995)”, el Partido Socialista veía en las televisiones autonómicas “un aparato para el fortalecimiento de los barones regionales. Hasta el punto de que Felipe González llegó a desautorizar en público los proyectos televisivos de Lerma (...) Al parecer, a la directiva del PSOE le preocupaba especialmente los telediarios y la pérdida de presencia de los líderes estatales”.

Frente a la primera etapa, donde se priorizan más cuestiones lingüísticas e identitarias, en esta fase comienzan a aparecer televisiones en regiones sin lengua propia, a excepción de la Comunidad Valenciana, cuyos objetivos de servicio público se

---

<sup>51</sup> Las leyes de creación de los entes databan de 1984 en el caso de Madrid y la Comunidad Valenciana, y de 1987 en el caso de Andalucía,

fundamentan en otros aspectos (Miguel de Bustos y Casado, 2015:62). Durante los siguientes diez años, la ampliación de las televisiones autonómicas sufrió un parón hasta que en 1999 surgió la televisión canaria que traería consigo un nuevo modelo basado en la externalización de parte de la producción.

#### **2.7.6.4. La externalización de las televisiones autonómicas**

Entre 1999 y 2006 comenzaron su andadura siete nuevas televisiones autonómicas en España que introducen novedosos modelos de gestión con el objeto de reducir gastos y adecuarse a sus coberturas territoriales y a los recursos de los que disponen (Marcos Calvo, 2008). La primera, por orden cronológico, fue Televisión Canaria que arrancó sus emisiones el 21 de agosto de 1999. Este canal fue el primero que apostó por la externalización de la producción al adjudicar la realización de programas y la gestión de la publicidad a una empresa privada, Productora Canaria de Televisión Canaria (PCTC), quien puso en marcha dos centros de producción, uno en Santa Cruz de Tenerife y otro en Las Palmas, más una delegación en cada una de las cinco islas restantes del archipiélago. Esta productora se encargaba de toda la programación del canal excepto de los informativos (Albornoz y Cañedo, 2015; 40-41).

Este modelo de gestión encetado por la televisión canaria, tuvo su réplica en el resto de canales autonómicos que surgieron en esta etapa, a excepción de la la Televisión de Castilla la Mancha. Este canal comenzó su primera emisión en diciembre de 2001 aunque hasta abril de 2002 no lo hizo de forma regular. En 2005 se crearon Extremadura Televisión, la televisión balear IB3 y TPA, la televisión del Principado de

Asturias. Aragón TV apareció en abril de 2006 y en septiembre de ese mismo año se creó la Radio Televisión Murciana. También las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla cuentan con televisión pública. Televisión de Melilla, creada en 1994, y Radio Televisión de Ceuta, que emite desde el año 2000. Estas dos últimas emisoras junto a Extremadura Televisión no están integradas en la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA). Otras tres comunidades, La Rioja, Castilla y León y Navarra poseen televisiones autonómicas de carácter privado desde 1998, 2009 y 2012 respectivamente, mientras que Cantabria aún no dispone de ningún organismo autonómico de radio y televisión.

La adopción mayoritaria, por parte de estos canales, de un modelo de gestión basado en la externalización de la producción trajo de nuevo a debate la obsolescencia de la normativa de la Ley del Tercer Canal que prohibía explícitamente externalizar los servicios informativos. La gestión de estas nuevas televisiones supuso un desafío en toda regla a dicha ley, ya que buena parte de ellas delegaron en empresas externas, todas o algunas de las fases de producción de los programas informativos (De Bustos y Casado del Río, 2012). Esta “rebelión neoliberal” respecto al modelo de gestión, encabezado por estas televisiones de la tercera hornada, se normativizó a raíz de la aprobación de la Ley 6/2012<sup>52</sup>, que modificó la Ley General de la Comunicación Audiovisual<sup>53</sup> de 2010, y permitió flexibilizar los modos de gestión de los medios audiovisuales autonómicos. Una flexibilización que en el caso de la Televisión Autónoma de Murcia se ha convertido en una privatización en toda regla, ya que

---

<sup>52</sup> BOE nº 184, de 2 de agosto de 2012, pp 55139 -55143.

<sup>53</sup> BOE nº 79, de 1 de abril de 2010.

desde febrero de 2015, Murcia es la primera comunidad autónoma cuya televisión pública está gestionada de forma íntegramente privada (Marzal, 2015: 13).

En este sentido, cabe señalar que las relaciones entre operadores autonómicos y empresas privadas subcontratadas afectan a la política de recursos humanos y técnicos pero no a la responsabilidad de la línea editorial de los informativos que siguen recayendo sobre la televisión pública (Sarabia et al., 2012), así como la gestión del archivo y la documentación de todos sus contenidos. El caso de la televisión de Murcia “pone en jaque la concepción de servicio público que hemos conocido hasta el momento” (Marzal, 2015: 13) porque va más allá de otras iniciativas de externalización, como la llevada a cabo por la televisión aragonesa. Aragón TV también está gestionada de manera privada pero mantiene una plantilla reducida que gestiona los servicios informativos.

No obstante, independientemente del modelo de gestión adoptado por las televisiones autonómicas, no cabe duda de que éstas han colaborado en la difusión de la realidad más próxima de cada comunidad. Han contribuido a la difusión de las lenguas del Estado, a la construcción de universos referenciales propios, y han hecho visibles a las instituciones autonómicas en un marco audiovisual excesivamente centralista. Así mismo, han servido para revitalizar las industrias culturales y el tejido audiovisual autóctono, que son dos de las misiones del servicio público autonómico. No obstante, como apuntan Juan Carlos de Miguel y Miguel Ángel Casado (2015), el fenómeno de externalización masiva que se está generando en los últimos años en las televisiones autonómicas amenaza la supervivencia de las pequeñas productoras locales, incapaces



de competir contra grandes empresas del sector. Estos autores convienen en señalar que no se trata de demonizar esos procedimientos, sino de gestionar adecuadamente una externalización equilibrada que sería “deseable y necesaria para el desarrollo de la actividad de las televisiones autonómicas” (Miguel de Bustos y Casado, 2015:72).

En este sentido, cabe destacar que las televisiones autonómicas que gozan con mayor respaldo por parte de sus audiencias son las de comunidades con lengua propia. TV3 es líder de audiencia en Cataluña desde 2009. En total, en mayo de 2016, el conjunto de las televisiones autonómicas alcanzaron un promedio de cuota de pantalla del 7,4%<sup>54</sup>. TV3, con un 11.9% es la cadena líder en su ámbito de emisión y la autonómica que consigue la cuota de pantalla más alta. También destacan sobre el promedio general TVG, con un 9.8%, Canal Sur, con un 8.5% y Aragón TV (8.5%).

Algunas televisiones autonómicas han realizado una firme apuesta por la producción propia marcando un antes y un después dentro del sector audiovisual de proximidad, sobre todo en el terreno de la ficción. Es el caso de series que han arrasado en audiencia como Poble Nou, Nissaga de Poder o Plats Bruts, y más recientemente, Cites, Nit i Dia o La Riera en TV3; Goenkale, en ETB; Pratos Combinados y El Faro, en TVG, y Plaza Alta o Arrayán, en Canal Sur, que están en el origen del buen momento que vive la ficción española. Además consiguen muy buenos resultados en sus informativos y arrasan cuando programan acontecimientos festivos y culturales de su propia comunidad. Por el contrario, los peores resultados los cosechan cuando intentan

---

<sup>54</sup> Información extraída del Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva (mayo 2016) elaborado por Barlovento Comunicación según datos de Kantar Media. El informe está disponible en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-mayo2016.pdf>

competir con las cadenas generalistas estatales. Este hecho confirma el éxito de la fórmula cuando se combinan proximidad y calidad. En este sentido, la experiencia de Canal 9 es paradigmática porque refleja la decadencia y el desprestigio de un modelo de televisión autonómica pública acorralada por sus propios errores y por las políticas de comunicación neoliberales que no consideran necesarias estas televisiones como un servicio público esencial.

#### **2.7.6.5. Nacimiento, desarrollo y colapso de Canal 9**

La cadena autonómica valenciana se puso en marcha en octubre de 1989 y en los primeros años sus índices de audiencia llegaron a rozar el 20% (Bas Portero, 2015) cuando la mitad de su parrilla se nutría de programación propia. El primer director general, Amadeu Fabregat, fue consciente desde el primer momento de que la televisión pública debía conseguir buenos índices de audiencia que le permitieran financiar la producción propia. En este sentido, no dudó en apostar por el cine y por el fútbol como fórmula magistral que le sirviera de gancho para atraer y consolidar la audiencia. José María Anchel (2002) se hacía eco de las palabras de Fabregat durante una comparecencia ante la comisión de control de RTVV en 1992:

Creo que estamos en un punto de consolidación en que cada vez es más fácil aumentar la parte pública de la rejilla de programación. Recuerdo muy bien los principios, hace tres años, cuando la gente veía sobretodo fútbol y películas, y ahora resulta que ven sobre todo lo que fabricamos nosotros (...), mientras el modelo presupuestario sea mixto tendrán que convivir Fulles Grogues con Lina Morgan. (Anchel, 2002: 282)

Y entre esa programación que “fabricaba” Canal 9 habría que recordar espacios como “El show de Joan Monleón”, un concurso muy popular que contaba con invitados de entidades festeras y vecinales; “Fulles Grogues”, un programa donde se daban a conocer episodios y personajes históricos recientes de la Comunidad Valenciana; “Dossiers”, un formato de reportajes informativos de calidad; “Les mil i una” o “Inés de Nit”, *talk-shows* muy valorados por la audiencia; o concursos como “Paco, Paco, Paco”, “Original i Còpia” o “Amor a Primera Vista” que llegó a ser el programa más visto de la cadena.

También fueron importantes en la parrilla inicial de Canal 9 programas de debate como “De bat a bat” o “Carta blanca”, aunque este último tomó una deriva hacia el espectáculo y la polémica que introdujo a la cadena en unos derroteros próximos a la telebasura que tuvieron su punto álgido con el programa “Tómbola”. Tampoco hay que olvidar la incipiente ficción propia, con telenovelas como “Russafa, 56”, “Herència de Sang” o “Negocis de familia”, que consiguieron índices de audiencia muy respetables.

Sin embargo, la obsesión por emular el comportamiento de las cadenas privadas, la externalización de buena parte de la programación, la partidización de los informativos, que durante muchos años habían gozado del refrendo del público, y la nefasta gestión de buena parte de sus dirigentes condujeron a la cadena a una espiral de decadencia. Los escándalos de corrupción “político-televisivos” y una mal entendida concepción de lo que esperaban los espectadores de su televisión autonómica, abocaron a este canal a un desprestigio que acabó de la peor manera con el cierre fulminante de la

cadena el 29 de noviembre de 2013, un tema sobre el que profundizaremos más adelante.

Lo que parece cierto es que los preceptos básicos que definió el Consejo de Administración de RTVV en su Plan de Actuación, recogido en Bas Portero (2015), sobre las actividades que debía desarrollar el ente público, así como las líneas generales que debía seguir su programación no se cumplieron. Bas Portero, (2015: 178-179) recoge algunos de los puntos incluidos en este Plan que ahora repasaremos, sin ánimo de exhaustividad:

1. Difusión y defensa de los derechos fundamentales, de las libertades públicas y de los valores fundamentales de la persona.
2. Promoción y divulgación de la cultura, las costumbres y las tradiciones del pueblo valenciano.
3. Proyección de las estructuras económicas, culturales y sociales de la Comunidad Autónoma, evitando el recurso al tópico o el estereotipo.
4. Atención especial al uso, y no solo a la promoción y la defensa, del valenciano en las emisiones de radio y televisión.
5. Aplicación de los criterios de objetividad, veracidad e imparcialidad en el tratamiento informativo de los hechos.
6. Conocimiento de la realidad histórica de los valencianos y conexión entre los diferentes pueblos, comarcas y provincias, fomentando el conocimiento mutuo y los lazos solidarios.

Otra de las porfías no menores que amenizaron la intrahistoria de RTVV fue el uso de la lengua. Aunque el texto legal no especificaba que el valenciano debía ser la única lengua utilizada, la controversia entre la sociedad valenciana se ha perpetuado hasta la actualidad cuando vuelve a abrirse el debate sobre si Canal 9 debe ser bilingüe o monolingüe en valenciano. Para Garitaonandía (1990), la búsqueda de resultados de audiencia o la rentabilidad económica no deberían ser criterios a tener en cuenta para establecer el uso de las lenguas autóctonas, ya que “uno de los objetivos de las políticas de comunicación de las autonomías con lengua propia debe ser normalizar y recuperar el uso de sus lenguas vernáculos” (Garitaonandía 1990: 309-310).

Al final, en Canal 9 se optó por la fórmula del bilingüismo. Según datos oficiales proporcionados por las memorias de RTVV, durante los primeros años de emisión el uso del valenciano se situó en torno al 60% de media y a partir del año 1997, con la incorporación de Punt 2, el segundo canal autonómico totalmente en valenciano, el porcentaje de uso de la lengua propia repuntó hasta el 73% (Bas Portero, 2015:185). No obstante, la frialdad de las cifras maquillan una realidad distorsionada que esconde una castellanización indiscutible de los contenidos de Canal 9 en las franjas con más audiencia (películas, series, etc.). Lo que no cuentan los datos es que el uso del valenciano quedó relegado a los informativos y a algunos programas de producción propia, cada vez más escasos, que se emitían en franjas horarias alejadas del *prime time*. Tampoco mencionan que Punt 2, con una programación primordialmente cultural, tenía una audiencia residual en consonancia con la mayoría de estos segundos canales. No obstante la polémica sobre el uso del valenciano nunca quedó zanjada en RTVV, a veces incluso azuzada desde dentro, como cuando Amedeu Fabregat hizo público un

documento donde se prohibía utilizar una serie de vocablos más cercanos a las variantes expresivas del catalán oriental (Bas Portero, 2015).

Así pues, ni la pluralidad y objetividad informativas ni el fomento del valenciano ni la promoción y la divulgación de las estructuras económicas, culturales y sociales de la Comunidad Autónoma, sin caer estereotipos, definieron el modelo comunicativo de la extinta Canal 9. O mejor dicho, la falta de modelo. Coincidimos con Miquel Francés (2015:205) en que “la escalada de corrupción de los últimos años, la práctica del clientelismo político (...), el olvido del pluralismo informativo o la ausencia de una gestión eficaz y profesionalizada en algunos entes televisivos públicos” han dañado seriamente el espíritu que debería haber imperado en las televisiones autonómicas en España. Más aún, cuando esta acumulación de factores ha sido utilizada como excusa para privatizar cadenas autonómicas o, en el peor de los casos, cerrarlas, olvidando que el derecho a recibir una información de calidad y próxima al ciudadano, es inherente a cualquier sociedad democrática. En este sentido, apunta Francés (2015) que la solución pasa por generar un modelo sostenible que conjugue diversidad sociocultural, pluralidad informativa y eficacia en la gestión de contenidos de calidad. A Canal 9 no le ofrecieron la oportunidad de regenerarse, de hacer ajustes en un modelo errático, y se convirtió en un paradigma de lo que no debe ser una televisión autonómica. Tras la reapertura de la televisión griega, también ostenta el dudoso honor de ser la única televisión pública, en España y en Europa, que ha cesado sus emisiones por una decisión política.

#### 2.7.6.6. RTVV: Despedida y cierre

El 29 de noviembre de 2013, a las 12:19 del mediodía, se ejecutaba la Ley de Liquidación del 27 de noviembre de 2013<sup>55</sup> con la que el Consell, por un estrecho margen de 49 votos a favor y 43 en contra, extinguía las emisiones de RTVV. Un fundido a negro en las pantallas y en las ondas radiofónicas que había comenzado la medianoche anterior con el enmudecimiento de las emisiones de Nou Ràdio. Era el punto y final de un proyecto de televisión de proximidad que había comenzado 24 años atrás.

El cierre de la televisión autonómica de la Comunidad Valenciana fue el primero que se producía en una televisión regional en España pero también el primero en toda Europa donde tan sólo encontramos el precedente de la televisión pública griega, esta de ámbito estatal, que fue reabierta apenas un año después de haber cesado sus emisiones. Conviene señalar que la decisión de cerrar Canal 9 no obedeció a razones de índole económica, como se afanaba en explicar el presidente Fabra, sino estrictamente políticas (Marzal et al.; 2015), fruto de una pésima planificación económica y del modelo de televisión pública que se había implantado en la cadena a partir de la llegada del PP al gobierno de la Generalitat. Una gestión que triplicó el número de trabajadores en apenas quince años. En 1995, cuando Eduardo Zaplana fue nombrado presidente de la Generalitat, la plantilla de Canal 9 la componían 653 personas; con Francisco Camps subió hasta 1.496, y cuando Alberto Fabra la cerró, el número de trabajadores superaba las 1.820 personas. “El modo en que se hizo la

---

<sup>55</sup> DOCV nº 7162 de 28 de noviembre de 2013, pp. 34525.

selección de personal en las etapas de Eduardo Zaplana y Francisco Camps fue igualmente un ejercicio plutocrático ajeno a los principios de concurso público y de igualdad de oportunidades” (Zallo, 2015b:96).

Este espectacular aumento de trabajadores fue inversamente proporcional a los niveles de audiencia obtenidos por la cadena que habían caído, durante ese mismo período, desde un 21% a un 8,1% para acabar en un insignificante 4%, porcentajes que deslegitiman un servicio público e indican una profunda desafección ciudadana. Los datos venían a confirmar una actuación propia del clientelismo político, caracterizada, entre otras, por hinchar las plantillas incorporando trabajadores fieles a los sucesivos líderes políticos. Por otra parte, se despreciaron los recursos públicos al autorizar el endeudamiento del ente, se diseñó una parrilla con una producción cada vez más externalizada, con mínimas inversiones en el sector audiovisual valenciano, y escasamente vinculada al territorio más próximo, que fue alejando cada vez más a su audiencia natural.

Cuando el Partido Popular llega al poder, en 1995, Canal 9 tiene un desfase presupuestario de 16 millones de euros que hasta ese momento eran cubiertos por el presupuesto del Consell. Desde ese año, la Generalitat deja de asumir la diferencia entre ingresos y gastos de RTVV y en 1999, el gobierno de Eduardo Zaplana modifica la ley y autoriza el endeudamiento del ente cuando la deuda ya había subido hasta los 69 millones. Como asegura Miquel Alberola en su artículo “Así se llevó a la quiebra a RTVV” (El País, 2012), a esto hay que añadir un desmesurado incremento del gasto como consecuencia de la compra de producciones externas a precios muy por encima



del mercado, de derechos deportivos multimillonarios y del incremento de la plantilla al tiempo que disminuía la producción propia. Una política que abocó al ente a la quiebra económica y que disparó la deuda hasta los 1.200 millones de euros.

También cabe resaltar que la política inflacionista de recursos humanos no parece que fuera consecuencia de una planificación racional del trabajo si se tiene en cuenta que se realizó en paralelo a la progresiva externalización de la producción propia. Si en 1995 la TVV gastó 18 millones de euros en la compra de productos elaborados por productoras externas, este presupuesto era ya de 43 millones en el año 2000 y de 57 en 2006. Una televisión manirrota que pagó 67 millones de euros por los derechos deportivos de los tres equipos de primera división de la Comunidad, 22 millones a Bernie Ecclestone por los derechos de emisión del Gran Premio de Europa de Fórmula 1, 81 millones por la Copa de América, o 16 millones invertidos por la visita del Papa que fueron a parar, en su mayoría, a empresas de la Gurtel (Zallo, 2015:102).

Por otra parte, las continuas manipulaciones de los informativos, el alejamiento del medio de importantes sectores sociales y la escasa innovación y libertad creativa de los productos que ofrecía el canal acabaron hundiendo las audiencias. Curiosamente, en los peores momentos, los productos autóctonos y en valenciano fueron los únicos que siguieron contando con el apoyo del público. Así lo demuestran las audiencias de series de ficción como “L’Alqueria Blanca”, siempre rondando el 19% de *share*, o formatos de infoentretenimiento como “Gormandia”, “El poble del costat” o “Trau la llengua”, todos ellos con audiencias muy por encima de la media de la cadena.

Con el fracaso de la gestión económica y de personal, la pérdida de audiencia y el desprestigio político, las excusas para el cierre estaban servidas. En este sentido, los dirigentes políticos del PP valenciano consideraron que RTVV era la víctima propicia ya que había sido la diana, durante los últimos años, del descontento y la ira de buena parte de la población valenciana. Pero la operación de “acoso y derribo” contra Canal 9 se remontaba dos años atrás. El 9 de enero de 2012, la dirección del Ente anunció al comité de empresa la decisión de acometer un expediente de regulación de empleo (ERE) para despedir a una parte importante de la plantilla. Para asesorarse, contrató los servicios de la empresa Garrigues Abogados por 125.000 euros. Anteriormente, en diciembre de 2010, ya había encargado un informe a la firma PricewaterhouseCoopers por 185.000 euros, para analizar las causas técnicas que originaban la legalidad del ERE. Este fue el informe que utilizó la empresa cuando se iniciaron las negociaciones con los sindicatos el 24 de julio de 2012. La intención era reducir la plantilla de 1.695 trabajadores que tenía la empresa en junio de 2012 a 400.

Una drástica reducción de 1.295 trabajadores que, como demostró el informe “Biax i mancances de l’informe de PricewaterhouseCoopers sobre RTVV. A propòsit de la qualitat periodística”, realizado por expertos del área de Periodismo de la Universidad de Valencia<sup>56</sup>, carecía de rigurosidad y denotaba un absoluto desconocimiento de la realidad del trabajo periodístico, despreciando el concepto de calidad de los productos elaborados.

---

<sup>56</sup> Este contrainforme, encargado por el comité de empresa de RTVV fue elaborado por la profesora Carolina Moreno y los profesores Josep Lluís Gómez Mompert y Francesc-Andreu Martínez Gallego, que emitieron un documento muy crítico con el informe de PwC.

Las negociaciones concluyeron después de diez reuniones en las que no se consiguió alcanzar ningún acuerdo, a pesar de que los representantes de los trabajadores pusieron sobre la mesa una oferta para reducir la plantilla hasta los 1.135 empleados, con un ahorro de 41 millones de euros por año. Finalmente, la empresa aprobó entre el 21 y el 22 de agosto de 2012, de forma unilateral, el despido de 1.198 trabajadores y la reducción de la plantilla hasta los 480 (Gómez Mompart y Martínez Gallego, 2015:146). El 18 de diciembre de ese mismo año, los empleados de RTVV comenzaron a recibir, por goteo, los correos electrónicos que les anunciaban su inclusión o no en el ERE, una suerte de lotería que desestabilizó emocionalmente a los trabajadores y creó tensiones entre la plantilla. Esta situación se prolongaría hasta el 31 de agosto de 2013, fecha prevista para la ejecución de la última fase de despidos que afectaba a 186 trabajadores. Sin embargo, estos no llegaron a producirse al considerar Rosa Vidal, la nueva directora general del Ente, nombrada por el Consell en abril de 2013, que los datos aportados por el informe de Garrigues Abogados concluían que de producirse estos despidos se podría ver afectada la viabilidad técnica de las emisiones.

El 4 de noviembre de 2013 el Tribunal Superior de Justicia de la Comunidad Valenciana declaró la nulidad del ERE que obligaba a la empresa a reincorporar a los trabajadores a sus puestos de trabajo. Esta sentencia del TSJCV provocó una inmediata reacción por parte del Consell y el presidente, Alberto Fabra, anunciaba al día siguiente su intención de proceder al cierre de RTVV ante la imposibilidad, dijo, de asumir los costos de la readmisión de los trabajadores y la necesidad de priorizar la inversión en

sanidad, educación o servicios sociales (Levante, 5 de noviembre de 2013)<sup>57</sup>. “En el comunicado sobre el cierre emitido por el Gobierno valenciano se culpaba, de forma velada pero perfectamente comprensible, a la nueva directora general, Rosa Vidal, de los errores de aplicación del ERE que habían llevado al TSJCV a declarar su nulidad” (Gómez Mompart y Martínez Gallego, 2015:148).

Así las cosas, el comité de empresa de RTVV presentó una oferta para realizar un nuevo ERE con criterios más equitativos y respetuosos con los derechos de los trabajadores, asumiendo recortes salariales, de jornada laboral, y la suspensión temporal de algunos contratos para no incrementar el gasto más allá de los casi 70 millones de euros previstos en el contrato-programa firmado meses antes entre la Generalitat y RTVV S.A.U. No obstante, el Consell se mantuvo inalterable y ejecutó el cierre el 29 de noviembre de 2013.

Los días transcurridos entre el anuncio y la ejecución del cese de las emisiones devolvieron a Canal 9 su antiguo esplendor, con unos índices de audiencia cercanos al 30% en los momentos previos al cierre definitivo de la cadena. Los trabajadores decidieron tomar el control de las emisiones, denunciar las irregularidades cometidas por los equipos de dirección durante todos esos años e invitar a actores políticos y sociales, habitualmente vetados en Canal 9. A decir verdad, la línea editorial diseñada por Rosa Vidal “chocó frontalmente con las estrategias de comunicación del Partido

---

<sup>57</sup> El comunicado oficial del Consell, donde anunciaba la decisión de cerrar RTVV se recogen en numerosos medios de comunicación. El diario Levante lo publicaba en su versión digital, el mismo día 5 de noviembre. Recuperado de: <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2013/11/05/consell-estudia-cierre-rtvv/1048197.html>

Popular, que veía cómo desde su aparato de propaganda se podía cuestionar la gestión de la Generalitat e informar libremente sobre los numerosos casos de corrupción que le acechaban” (Gil Puértolas, 2015: 256). En opinión de la mayoría de periodistas consultados, que habían continuado trabajando después del primer ERE, Vidal no interfería en las decisiones informativas y todo indicaba que la intención de la nueva directora era hacer una radiotelevisión de servicio público y de proximidad que se hiciera eco de todas las sensibilidades y tendencias políticas.

Pero no fueron sólo esos 1.695 trabajadores los que se vieron afectados por el cierre de la radio y la televisión autonómicas. El peso estratégico de RTVV en el desarrollo económico, social, cultural y lingüístico de la Comunidad Valenciana es un hecho constatado, pero se manifiesta especialmente relevante en la consolidación del sector audiovisual, seriamente preocupado por el retroceso en las iniciativas y la pérdida de puestos de trabajo (Francés, 2015; Soler y Marzal, 2015). Un informe realizado en 2001 por el Grupo Corporación Multimedia para la Generalitat Valenciana constataba que la industria audiovisual autonómica estaba compuesta por unas 600 empresas, con un volumen de facturación estimado entre 400 y 465 millones de euros y que generaba un empleo directo para 7.000 trabajadores (Grupo Corporación Multimedia, 2001:9). Por otra parte, un estudio realizado por Accenture para la FORTA (2012) señala que RTVV fue la cadena autonómica que menos contribuyó a la economía de su territorio: la contratación de RTVV con productoras autóctonas solo representaba el 13% del total de la facturación externalizada (Soler y Marzal, 2005). Estos datos evidencian el alejamiento de la televisión autonómica del tejido empresarial valenciano, en aras de otras productoras de ámbito estatal bien posicionadas ideológicamente dentro del

Partido Popular. En este sentido, conviene recordar que el cierre de RTVV ha significado el derrumbe de un sector que se encontraba “apuntalado” desde hacía tiempo. Según la Asociación de Productores Valencianos (EAVF, 2014), el 90 % de los trabajadores del sector audiovisual valenciano estaba en paro en julio de 2014, por lo que a los 1.700 puestos de trabajo perdidos por el cierre de RTVV hay que añadir otros 4.000 de empresas productoras, estudios de doblaje o empresas de servicios y auxiliares.

El Comité de Expertos en Comunicación de las Universidades Valencianas (CECUV, 2015), encargado de elaborar un documento<sup>58</sup> que sienta las bases para el reordenamiento del espacio comunicativo y la reapertura de la nueva RTVV, resumía así la situación desastrosa del sector audiovisual valenciano a finales de 2015:

1. Más de un 90% de paro en el sector audiovisual, según la Federació d'Empreses Audiovisuales Valencianes (EAVF, 2014).
2. Durante los últimos años de vida de la cadena pública, los impagos han arrastrado a decenas de empresas de la Comunidad Valenciana, que han tenido que cerrar.
3. El número de empresas productoras que se mantienen en actividad se ha reducido de 200 en 2008, a 120 en 2013 y a poco más de una treintena en 2015.

---

<sup>58</sup> El citado documento “Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió. Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes” fue elaborado por un grupo de diez profesores de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universitat Jaume I de Castellón, la Universitat de València, la Universitat Politècnica de València, la Universitat d'Alacant, la Universitat Miguel Hernández de Elche (entre los que se cuenta la autora de esta tesis doctoral) y la Universidad Cardenal Herrera CEU de Valencia. El objetivo final de este informe es servir como material de referencia para la Comissió Parlamentària sobre el Sistema Comunicatiu Valencià que debatirà próximamente en les Corts Valencianes sobre la restitución del servicio público de radiotelevisión en la Comunidad Valenciana, así como una nueva regulación de todo el sistema comunicativo valenciano.

4. Más de 4.500 trabajadores del sector audiovisual está en el paro, sin perspectiva de recolocación en la Comunidad Valenciana.
5. Más de un 60% de paro entre los periodistas, según la Unió de Periodistes Valencians (UPV, 2015).
6. Destrucción de docenas de empresas en el sector de la comunicación publicitaria desde el inicio de la crisis en 2007.
7. RTVV acumula una deuda de más de 1.200 millones de euros, uno de los factores que impide la liquidación de la empresa.
8. El proceso de liquidación de RTVV ha costado más de 200 millones de euros y todavía no ha concluido.
9. El mantenimiento de las infraestructuras de RTVV, el pago de derechos de emisión de series y películas, el alquiler mensual del solar de la sede de la cadena pública en Alicante, etc., representan un gasto de más de un millón de euros mensuales.
10. La Ciudad de la Luz de Alicante, una infraestructura cinematográfica que costó a la Generalitat Valenciana más de 270 millones de euros, se enfrenta a una sentencia del Tribunal General de la Unión Europea que obliga a devolver la inversión pública.
11. La concesión de licencias de TDT de 2006 ha sido anulada por el Tribunal Supremo en 2012, una sentencia que aún no ha sido aplicada en su totalidad y que genera mucha inseguridad jurídica en el sector privado.

12. Cierre de numerosas televisiones y radios municipales por la falta de recursos debida a la aplicación de medidas de austeridad por la crisis económica.
13. Situación de ilegalidad de las radios comunitarias, un ámbito que no ha sido regulado nunca.

Parece evidente concluir que el cierre de RTVV, además de un drama humano y un ataque frontal al derecho a la información en lengua propia del pueblo valenciano, también ha supuesto un importante impacto económico, social y cultural difícil de evaluar. Los partidos de la oposición durante la anterior legislatura del Partido Popular, a pesar de haber sido reiteradamente ninguneados por Canal 9, se opusieron al cierre de la cadena autonómica y respaldaron las reivindicaciones de los trabajadores. Todos ellos incluyeron en sus programas electorales para las elecciones autonómicas de mayo de 2015 la promesa de reabrir RTVV si llegaban al gobierno de la Generalitat. Esa situación ya se ha producido y parece que la decisión es firme. Sin embargo, el laberinto jurídico que envuelve el cierre de Canal 9 está ralentizando un proceso que apenas ha comenzado.

#### **2.7.6.7. RTVV: el camino hacia la reapertura**

Desde el día del cierre de RTVV, en las pantallas de los hogares valencianos sólo se pueden ver unas cartas de ajuste por las frecuencias por las que antes emitían Nou, Nou2 y Nou24 (los tres canales de RTVV), y un silencio absoluto por las frecuencias de Nou Ràdio y Si Ràdio. Desde el día siguiente al cierre de las emisiones la



sociedad valenciana puso en marcha toda una serie de iniciativas para reclamar la vuelta de la cadena pública valenciana. Los trabajadores de la cadena, los partidos políticos de la oposición, las universidades, los empresarios y trabajadores del sector audiovisual, los profesionales del periodismo, los creativos de la cultura y los sectores más favorables a la lengua valenciana gritaban en las calles “RTVV tornarà” mientras trabajaban en la elaboración de propuestas para el futuro modelo de la radio y la televisión públicas de la Comunidad Valenciana. Un trabajo extenso y documentado que ha tenido su eco en la Comissió Parlamentaria de Radiotelevisió Valenciana i l’Espai Audiovisual que crearon les Corts Valencianes, encargada de elaborar la nueva ley reguladora de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalitat Valenciana.

(...) La nueva ley tendrá que nacer de los trabajos de la comisión parlamentaria creada al efecto, previa audiencia o consulta con los representantes de los usuarios de los medios audiovisuales, los representantes de los extrabajadores de RTVV, los empresarios del sector audiovisual y de las tecnologías de la información y la comunicación, los representantes de los diversos colectivos del sector audiovisual que se considere oportuno, así como las universidades, expertos y centros de innovación e investigación de la comunicación audiovisual” (Ley 12/2015 de 29 de diciembre)<sup>59</sup>.

La ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat, derogaba la anterior ley 5/2015, de 2 de abril, y el artículo 2 de la Ley 4/2013, de 27 de noviembre, por las que se suprimía la prestación de los servicios de radiodifusión y

---

<sup>59</sup> Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat. DOCV n.º. 7689 de 31.12.2015

televisión de ámbito autonómico y la disolución y liquidación de Radiotelevisión Valenciana. Votaron a favor los grupos parlamentarios del PSOE, Compromís y Podemos y se abstuvieron Ciudadanos y Partido Popular. Este era el primer paso para devolver la radiotelevisión pública a los valencianos. ¿Pero qué modelo de radiotelevisión?

Transcurridas las audiencias y antes de agotar los plazos establecidos en la ley 12/2015, la ponencia designada al efecto presentó el 2 de mayo de 2016 a la Comissió de Radiotelevisió Valenciana i de l'Espai Audiovisual la Proposición de Ley del Servicio Público Audiovisual de la Generalitat. El texto contó con los votos favorables de los representantes del Partido Socialista, Compromís y Podemos, la abstención del representante de Ciudadanos y el voto en contra del miembro del Partido Popular.

El texto propuesto recoge las principales preocupaciones de los sectores implicados al objeto de evitar las posibles intromisiones del poder político en el control del nuevo organismo que, en la propuesta de ley, recibe el nombre de Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació y que será la sociedad titular de los derechos de emisión que corresponden a la Generalitat. Así pues, la propuesta de ley se divide en cinco títulos que resumimos a continuación, sin ánimo de profundizar en su argumentario, que por otra parte, aún no es definitivo.

1. El primero incluye las disposiciones de carácter general: indica el objeto del mismo, el contenido y los principios que deben observarse en la prestación del servicio público. Así mismo, se establece un mandato marco, con una duración de seis años, donde se recogen los objetivos generales de la función de servicio

- público encomendados a la corporación, y un contrato-programa que se desarrollará cada tres años.
2. El título segundo se dedica a la naturaleza y organización de la corporación y establece la creación de un Consejo Rector, un Consejo de la Ciudadanía, un Consejo de Informativos y la Dirección General.
  3. En el título tercero se fijan los principios básicos de la producción y la programación.
  4. En el capítulo cuarto se regula el régimen económico y del personal.
  5. En el quinto se establecen los instrumentos de control y seguimiento de la actividad de la Corporación, fijando un control parlamentario, un control económico, presupuestario y financiero por parte de la Sindicatura de Comptes y el control del Consell de la Generalitat.

Esta propuesta de ley incluye algunas novedades respecto a su predecesora que merece la pena destacar. Al margen de establecer criterios generales similares a otros textos normativos de esta índole, también prevé la firma de convenios con entidades educativas o de ocupación para fomentar la formación y el conocimiento en nuevas tecnologías e innovación o prestar una especial atención a la información de proximidad. Pero lo más destacado es, sin duda, aquellos puntos que hacen referencia a la gobernanza de la nueva Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

El Consell Rector se establece como el máximo órgano de gobierno y administración de la Corporación y estará compuesto por diez personas, cinco a

propuesta de los grupos políticos de Les Corts, uno a propuesta del Consell de la Ciutadania, dos a propuesta del Consell de l'Audiovisual de la Comunidad Valenciana y otro a propuesta de los trabajadores de la Corporación. La presidencia será elegida, por mayoría de dos tercios de Les Corts, de entre las tres propuestas que le haga llegar el Consell de l'Audiovisual. Estas tres personas deberán ser seleccionadas mediante un concurso público. Otro órgano destacado será el Consell de la Ciutadania que debe asesorar al Consell Rector en materia de programación y contenidos. Estará compuesto por trece miembros seleccionados en un concurso público y abierto entre personas con la condición política de valencianos y valencianas, mayores de 16 años y siguiendo los criterios que establezca el futuro reglamento. Entre otras competencias el Consell de la Ciutadania deberá elaborar informes sobre la calidad y la idoneidad de la programación, recoger sugerencias de los usuarios, actuar como defensor de la audiencia y hacer propuestas al Consell Rector para mejorar la calidad de la programación.

El Consell d'Informatius será el órgano interno de la Corporación que tendrá como objetivo facilitar la participación de los profesionales que elaboran la información para velar por la independencia, objetividad y veracidad de los contenidos informativos difundidos por los medios de la Corporación. También tendrá la facultad de informar con carácter vinculante sobre las propuestas de nombramientos para la dirección de informativos de la cadena. Por último la nueva Corporació Valenciana de Mitjans Audiovisuals también tendrá una Dirección General que propondrá el Consell Rector de entre los profesionales que acrediten los méritos suficientes y que superen el concurso público que se convocará al efecto. La candidatura propuesta tendrá que recibir el apoyo de las tres quintas partes de la correspondiente comisión parlamentaria, será nombrado

para un periodo de tres años y se encargará de la dirección ejecutiva de la Sociedad Anónima de Medios de Comunicación de la Comunidad Valenciana y de las demás sociedades que dependan de la corporación.

La ley anuncia la creación de dos canales de radio, uno generalista y otro temático, dirigido a fomentar la cultura y la música de producción valenciana. En principio, la ley fija la obligatoriedad de emitir, al menos, un 50% de música en valenciano. En lo que respecta a la televisión, el proyecto de ley propone la creación de tres canales, uno generalista, otro temático, con contenidos de información internacional, nacional y comarcal y productos de interés cultural y social, y un tercero de contenidos infantiles. También se articulará una plataforma tecnológica que oferte contenidos interactivos y transmedia en valenciano con el objetivo de buscar nuevos públicos y convertir a la Corporación en la vanguardia de los contenidos transmedia.

Otra novedad importante que aporta la proposición de ley para la reapertura de RTVV es la creación del Consell Audiovisual de la Comunidad Valenciana (CACV) que tiene la misión de velar por el respeto de los derechos, libertades y los valores constitucionales y estatutarios en el ámbito de la comunicación y los medios audiovisuales en la Comunidad Valenciana. Este Consell, compuesto por personas de reconocido prestigio y experiencia en el ámbito de la comunicación audiovisual, se configurará como una autoridad independiente sobre toda clase de operadores y concesionarios de titularidad o gestión pública o privada. También tendrá competencias reguladoras y sancionadoras sobre los contenidos del sector y su mandato no podrá

coincidir con el habitual de una legislatura para desvincular su nombramiento de intereses partidistas.

Por lo que respecta a los trabajadores de la desaparecida RTVV, la propuesta de ley prevé ajustarse a los acuerdos establecidos en el ERE suscritos en su día para la provisión de puestos de trabajo provisionales y temporales durante la puesta en marcha del nuevo organismo. Para los puestos de trabajo definitivos se convocarán las correspondientes pruebas selectivas abiertas y públicas aunque se valorará la experiencia acumulada y la superación de las anteriores pruebas de acceso<sup>60</sup>.

En el momento de cerrar este trabajo de investigación, el calendario de Les Corts tiene previsto para los días 23 y 24 de junio las comparecencias de participación ciudadana ante la comisión. El 12 de julio es la fecha fijada para el debate de las enmiendas en la comisión parlamentaria y el día 20 del mismo mes está previsto someter a aprobación la creación de la nueva Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació en el pleno de Les Corts. Para antes de agosto está prevista la aprobación definitiva de la Llei del Servei Públic de RTVV y, si todo sigue los trámites previstos, los nuevos canales de radio y televisión de la Corporació Valenciana de Mitjans Audiovisuals podrían estar en antena el próximo mes de noviembre, cuando se cumplirán tres años del fundido a negro de la anterior RTVV.

---

<sup>60</sup> Este punto es uno de los más polémicos, debido a la inseguridad jurídica que genera y los recelos ante la posibilidad de volver a contar con la misma plantilla que sucumbió a las presiones ejercidas por los antiguos dirigentes de RTVV, muchos de los cuales estarían afectados por esta medida. El grupo parlamentario de Podemos, que es quien lleva la iniciativa en los trabajos de recuperación del servicio de radiotelevisión pública en la Comunidad Valenciana, es partidario de respetar, de alguna manera, los derechos adquiridos por los extrabajadores, pero ni el PSOE ni Compromís parecen respaldar esta opción, por lo que, con toda probabilidad, este punto será rectificado durante la tramitación de la propuesta de ley.

### 2.7.7. Nacimiento de la Televisión Privada

La Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones de 1987<sup>61</sup> estableció por primera vez en España un marco jurídico básico que marcaba las líneas maestras a las que habría de ajustarse la prestación de las diversas modalidades de telecomunicación en los sectores público y privado. Con esta ley se imponía la liberación de las telecomunicaciones, la libre competencia entre canales, la protección de la producción propia europea y se establecían condiciones para la publicidad y la programación con el fin de defender a la ciudadanía (Pérez Feijoo, 2008:121). Un año después, el gobierno aprobó la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada<sup>62</sup> que pondría el punto final al proceso de liberalización de las emisiones de televisión en España. Las tres primeras licencias se concedieron a Telecinco, Antena 3 Televisión y Canal Plus, esta última codificada y de pago. Posteriormente, en noviembre de 2005, el gobierno otorgó dos licencias de TDT privada de ámbito estatal a La Sexta, una para emitir en digital y otra en la modalidad de simulcast. Así mismo, Canal Plus, del grupo Sogecable, abrió definitivamente sus emisiones y se convirtió en Cuatro.

Los primeros canales privados comenzaron a emitir durante el primer semestre de 1990. Antena 3 fue el primero en iniciar sus emisiones regulares el 25 de enero. Telecinco lo hizo a partir del 3 de marzo, mientras que Canal Plus comenzó a emitir en pruebas el 8 de junio del mismo año y en septiembre de forma regular. La llegada de las emisoras privadas fue acogida con expectación aunque las audiencias no les acompañaron en sus comienzos. En su primer año de emisión los dos canales privados

---

<sup>61</sup> BOE nº 303, de 19 de diciembre de 1987, pp. 37409 – 37419.

<sup>62</sup> BOE nº 108, de 5 de mayo de 1988, pp. 13666-13669.

en abierto fueron superados por TVE-1 y, en muchas ocasiones, por las televisiones autonómicas en sus respectivos territorios (Anchel, 2002:225-226). Lo que si cambió en la televisión en España, con la aparición de los nuevos canales estatales, fue el modelo de programación que hasta la fecha había estado marcado por la titularidad pública de los canales y la exigencia de calidad y servicio público.

La ampliación de la oferta conllevó la aparición de una competitividad desmedida y una lucha por la captación de una audiencia cada vez más fragmentada, que ha continuado su proceso de atomización hasta la actualidad. Las televisiones privadas trajeron consigo conceptos hasta entonces desconocidos como la contraprogramación, la televisión basura y el infoentretenimiento (Pérez, 2008) que acabarían colonizando las ofertas programáticas de otros canales autonómicos como Canal 9.

Las cuotas de pantalla se convierten en el único indicador válido para los anunciantes y los productos televisivos que no arrastran tras de sí audiencias millonarias comienzan a descolgarse hacia franjas alejadas de las horas de máximo consumo televisivo. Así, en lo que parece una guerra de “todo por la audiencia” van apareciendo formatos como “¿Quién sabe dónde?” en TVE, “La máquina de la Verdad”, en Telecinco, o programas especiales basados exclusivamente en el morbo como los que realizaron Antena 3 y Canal 9 sobre los crímenes de las niñas de Alcàsser. Más tarde vendrían los llamados programas del corazón como “Tómbola”, en Canal 9, “Aquí hay tomate”, de Telecinco, o “¿Dónde estás corazón?”, en Antena 3 que también protagonizaron intensas polémicas y escándalos.



Sin embargo, también cabe señalar que la aparición de las televisiones privadas incrementó de forma considerable la pluralidad informativa y el número de programas de debate y opinión aunque con fórmulas más espectacularizadas y polemistas que las existentes hasta el momento. En lo que respecta a la programación de proximidad, estos canales no se caracterizaron por atender las necesidades informativas de territorios subestatales, a pesar de que la Ley de la Televisión Privada exigía la territorialización de parte de su programación.

Canal Plus, y luego su sucesora en abierto, Cuatro, nunca se interesaron por ello, y tan sólo emitieron desconexiones informativas en los primeros años. En el caso de Antena 3 estos informativos regionales se pusieron en marcha en la primavera de 1999 en Cataluña, Comunidad Valenciana, Andalucía, País Vasco y Castilla y León, entre las dos y las dos y media de la tarde. También Telecinco emitió informativos en desconexión a finales de los noventa aunque en ambos casos pronto desaparecieron de sus parrillas. En la actualidad sólo Antena 3 mantiene un informativo territorial en Canarias que se emite de lunes a viernes a las tres de la tarde. Estas dos cadenas originarias, Tele 5 y Antena 3, ahora integradas en los grupos Mediaset y Atresmedia respectivamente, absorbieron a las otras dos cadenas privadas, Cuatro y La Sexta. En diciembre de 2009 Tele 5 anunció la integración de la cadena Cuatro dentro de su grupo, y Antena 3 absorbió a La Sexta en diciembre de 2011, dando lugar a los dos gigantes mediáticos que dominan, en la actualidad, el sector audiovisual en España.

### **2.7.8. El fracaso de las primeras plataformas digitales**

El canal Quiero TV comenzó a funcionar el 5 mayo de 2000. Un año antes, el 18 de julio de 1999, el gobierno concedió a la sociedad Onda Digital S.A. una licencia para la explotación a nivel estatal del servicio público de Televisión Digital Terrestre con difusión codificada, es decir de pago, que se comercializó bajo el nombre de Quiero TV. La aparición de esta plataforma “supuso un gran cambio dentro del panorama televisivo en España” (Sabés Turno, 2002a: 38) porque entraba a competir con las otras dos plataformas que emitían vía satélite, Vía Digital y Canal Satélite Digital, y con las redes que ofrecían programación a través del cable.

El gobierno pretendía impulsar la introducción de la televisión digital en nuestro país a través de estas plataformas, la de Quiero TV y posteriormente Veo TV y Net TV a las que también se les concedieron licencias. Sin embargo el prematuro fracaso de Quiero TV, obligo a replantearse la estrategia, lo que supuso un parón importante para la migración digital y una deriva precipitada hacia el sector de la televisión local y autonómica, sobre los que recayó el peso de la digitalización. El fracaso se veía venir. La falta de un plan técnico apropiado y sobre todo la escasez de receptores preparados para recibir la señal digital aventuraban un fiasco, ya que la mayoría de los espectadores ignoraba la existencia de dichas plataformas, que además eran privadas y de pago (Pérez Feijoo, 2008:277). Quiero TV ofrecía a sus abonados 14 canales temáticos, pago por visión y acceso a Internet, pero el índice de conexión a la red en España a comienzos de 2002 era muy escaso (Soto y Ribes, 2003). Durante sus dos años de emisión, Quiero TV apenas consiguió 200.000 abonados aunque en 2002, en lugar de aumentar el número de

usuarios, se redujo hasta 90.000. Ante la insostenibilidad económica del proyecto, la plataforma cesó sus emisiones el 30 de Junio de 2002.

### **2.7.9. La digitalización y el incremento de la oferta televisiva**

El 29 de julio de 2005, el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre y el reglamento para la prestación del servicio con la intención de impulsar esta nueva tecnología. Hasta ese momento las emisiones en digital estaban copadas por las plataformas de emisión por satélite y por cable debido, sobre todo, a que el número de receptores para la TDT era muy escaso. Este plan también adelantaba el apagón analógico, previsto inicialmente para 2012, al 3 de abril de 2010. Finalmente, y después de la reasignación de frecuencias, las emisiones regulares en TDT comenzaron de forma definitiva el 30 de noviembre de 2005.

Desde ese momento, los hogares españoles podían recibir hasta 20 canales de televisión estatales más los autonómicos que emitían en cada territorio. Televisión Española aumentó su oferta añadiendo a La 1 y La 2, que ya emitían en analógico, los canales temáticos 24h., Teledeporte y Clan TV.

Antena 3 empezó a emitir Antena Neox y Antena Nova para un público juvenil y femenino. Telecinco añadió a su oferta los canales Telecinco Sport y Telecinco Stars y Sogecable ofertó su nuevo canal en abierto Cuatro, más CNN+ y 40 Latino. También Veo TV duplicó su oferta con un segundo canal que realquiló sucesivamente a

Intereconomía TV y Sony TV. Net TV ofrecía su primer canal más el musical Fly Music. Pronto se añadió La Sexta, que también obtuvo licencia para emitir en analógico hasta el apagón de 2010, y su segundo canal, Telehit, que más tarde se transformó en Hogar 10.

Este mapa digital se vio trastocado como consecuencia de una sentencia del Tribunal Supremo, en diciembre de 2011, que anulaba la concesión de nueve canales. La empresa Infraestructuras y Gestión había recurrido el acuerdo del gobierno de Zapatero en julio de 2010 por el que se le concedió un múltiplex completo (4 canales) a cada una de las empresas que ya poseían licencias de TDT. El cese de las emisiones de estos nueve canales digitales afectó a Atresmedia, que hubo de cerrar tres y a Mediaset, Veo TV y Net TV, que hubieron de cerrar dos canales cada una de ellas. Posteriormente, en octubre de 2015, el gobierno concedió otras seis nuevas licencias con lo que la oferta actual se ha situado en un total de 26 canales nacionales que emiten en abierto para todo el territorio, a los que hay que añadir los respectivos canales autonómicos y las emisoras de cobertura local o comarcal.

#### **2.7.10. Resumen de la situación actual de la TDT-L en la Comunidad Valenciana**

Como ya ha quedado reflejado con anterioridad, la televisión local se desarrolló en España en un auténtico limbo jurídico que no se intentó regular hasta la publicación de Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres, la ley 41/95 de 22 de diciembre. Esta ley nunca llegó a ser efectiva al no publicarse el reglamento técnico correspondiente que tenía que regular su desarrollo. El sector continuó, por tanto, en una situación de

inseguridad jurídica hasta que la quiebra de la plataforma digital de pago Quiero TV en 2002 obligó al gobierno a convertir a la televisión local en el motor principal de la implantación de la TDT en España.

La ley de televisión digital terrestre establecía que los múltiplex debían ser adjudicados por los gobiernos autonómicos en un concurso público y abría la puerta para que uno de los canales se reservase para ser gestionado, directa o indirectamente, por parte de los ayuntamientos incluidos en la demarcación, constituidos en consorcio público. Finalmente, el 12 de marzo de 2004 se aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local que dividía el país en 265 demarcaciones y 266 múltiplex, al asignarse dos a la demarcación de Madrid. Este plan técnico fue modificado por el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero en el Real Decreto 2268/2004, de 3 de diciembre, como consecuencia de las reclamaciones efectuadas por diferentes comunidades autónomas. Las modificaciones ampliaron el número de demarcaciones hasta las 275 y otorgaban un segundo múltiplex a cinco demarcaciones más: Málaga, Sevilla, Barcelona, Cornellà de Llobregat y Sabadell. También se modificaron los plazos para la convocatoria de los concursos de adjudicación y para el apagón analógico de las televisiones locales, que se adelantó al 3 de abril de 2010.

En cuanto a los canales autonómicos, la Generalitat Valenciana debía distribuir dos múltiplex con capacidad para cuatro canales cada uno de ellos. El primer múltiplex se distribuyó entre Radio Televisión Valenciana (dos canales) y los otros dos se adjudicaron, mediante concurso público, a dos operadores privados. Uno para Popular TV (COPE), hoy rebautizada como Mediterráneo TV, y el otro para el grupo editor del

diario Las Provincias<sup>63</sup>. El segundo múltiplex se reservó para emitir la señal de Canal 9 en alta definición.

Por lo que respecta a la Comunidad Valenciana, las modificaciones implicaron la creación de una nueva demarcación para la ciudad de Valencia y la ampliación de los límites de las de Orihuela-Torrevieja, Alcoi y Vall d'Uixó-Segorbe para incluir a los municipios de Albaterra, Onil y Jérica, respectivamente. Sin embargo, el gobierno central rechazó la división en dos de la demarcación de Vall d'Uixó-Segorbe, por criterios lingüísticos, y negó la creación de un múltiplex propio para Alicante y Castellón.

Así pues, en la Comunidad Valenciana quedaron configuradas 18 demarcaciones, las de Morella, Vinarós, Castelló y Vall d'Uixó-Segorbe, en la provincia de Castellón; las de Sagunt, Valencia, Torrent, Utiel-Requena, Alzira, Gandia y Ontinyent-Xàtiva, en la de Valencia; y Denia, Alcoi, Benidorm, Alacant, Elda, Elx y Orihuela-Torrevieja, en la de Alicante.

La aplicación de la sentencia del Tribunal Supremo que anuló el concurso de la TDT local de 2005 en la Comunidad Valenciana se produjo el 23 de junio de 2015. Esta nueva rebaremación de las empresas solicitantes ha supuesto la pérdida de las licencias para la mayoría de los grupos de comunicación estatales que habían resultado favorecidos en la primera resolución del concurso. De hecho, Unidad Editorial

---

<sup>63</sup> Esta segunda licencia otorgada a Las Provincias fue cambiando progresivamente nombre y contenido: TeVa Televisión, LP Te Va, Las Provincias TV y La 10 Comunidad Valenciana hasta que cerró sus emisiones en 2013.

Telecomunicaciones, editora de El Mundo, y Libertad Digital, han perdido las cuatro licencias que tenían cada una. Homo Virtualis, del Grupo Intereconomía, sólo mantiene dos de las cuatro que obtuvo, las de Elda y Orihuela-Torreveja. El grupo Mediamed de Comunicación digital ha perdido siete de las 13 licencias que obtuvo en 2005, aunque con toda probabilidad no se le asignará definitivamente ninguna al estar el grupo en suspensión de pago y no cumplir los requisitos exigidos.

Por el contrario, Editorial Prensa Ibérica, que sólo emitía en Valencia y Alicante, tiene ahora licencia para emitir en las 14 demarcaciones que han sido objeto de nueva adjudicación. En total, los grandes grupos de comunicación estatales, con líneas editoriales afines al Partido Popular, han perdido 13 de las 21 licencias que tenían en la anterior adjudicación. No obstante, cabe recordar que la mayor parte de estas emisoras incumplieron sistemáticamente los preceptos que regían el concurso ya que no emitieron nunca programación de proximidad. Por demarcaciones, las nuevas licencias han quedado repartidas de la siguiente manera:

1. En Castellón han resultado beneficiadas Editorial Prensa Valenciana, S.L., TV CS Retransmisiones, S.L. y Francisco Jesús Canales.
2. En Morella, Editorial Prensa Valenciana, S.L., Producciones Informatives La Plana, S.L. y TV CS Retransmisiones, S.L.
3. En Vinarós, Editorial Prensa Valenciana, S.L., TV CS Retransmisiones de La Plana, S.L. y en tercer lugar empatan Enrique J. Adell Bover y Radio Televisión de Castellón, S.A.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Al final, la licencia ha sido para Radio Televisión de Castellón.

4. En Alzira han obtenido licencia Ribera Televisión S.L.U, Editorial Prensa Valenciana, S.A. y Punto 7 Servicios Auxiliares de Televisión S.L.
5. En la demarcación de Ontinyent-Xàtiva los concesionarios han sido Editorial Prensa Valenciana, S.L., Punto 7 Servicios Auxiliares de Televisión S.L. y Televisión Comarcal de La Costera S.A.
6. En Sagunt las empresas adjudicatarias han sido Editorial Prensa Valenciana S.A., Valencia Te Ve S.A. y Localia Televisión Valencia S.L.U.
7. En Torrent, los nuevos adjudicatarios son Editorial Prensa Valenciana S.A., Radio Difusión Torre S.A. y Telecomarca S.A.
8. En Valencia ciudad repite Editorial Prensa Valenciana S.A. y obtienen licencia por primera vez la Universidad Politécnica de Valencia<sup>65</sup> y Ribera Televisión S.L.U.
9. En la demarcación de Alcoi las adjudicaciones han sido para Editorial Prensa Alicantina S.L., Canal 37 Televisión de Alicante S.A.U. y Canal 37 Televisión Marina Alta S.L.
10. En la ciudad de Alicante repiten Editorial Prensa Alicantina S.L. (del mismo grupo que Editorial Prensa Valenciana) y Comunicación Audiovisual Editores S.L. y obtiene licencia, por primera vez, Televisión, Medios y Publicidad S.A.U.
11. En Benidorm las licencias han recaído sobre Editorial Prensa Alicantina S.L., Canal 37 Televisión Marina Alta S.L. y 43 TV S.L.

---

<sup>65</sup> La UPV, finalmente, ha renunciado a la licencia y no explotará ese canal, que se quedará vacío.



12. En Elda los canales han sido para Editorial Prensa Alicantina S.L., 43 TV S.L. y Homo Virtualis S.A.
13. En Elche han obtenido licencia Editorial Prensa Alicantina S.L., Servicios de Difusión de Televisión Tele Elx S.A.U.<sup>66</sup> (la emisora que presentó y ganó el recurso contra el primer concurso) y Televisión, Medios y Publicidad S.A.U.
14. En Orihuela-Torreveija ha conseguido una frecuencia Editorial Prensa Alicantina S.L., Comunicación Audiovisual Editores S.L. y Homo Virtualis S.A.

En las otras cuatro demarcaciones de la Comunidad Valenciana, Vall d'Uixó-Segorbe, Utiel-Requena, Gandia y Dénia, no ha sido necesario readjudicar las frecuencias ya que quedaron fuera del primer concurso y, por tanto, no resultaron afectadas por el recurso judicial ni por la sentencia del Tribunal Supremo.

Estas nuevas adjudicaciones, si bien han otorgado licencias a un mayor número de empresas locales vinculadas a sus respectivos territorios, han incurrido en dos errores importantes. Uno de ellos ha sido la no concesión de licencias a algunos canales actualmente en emisión y con gran arraigo entre sus espectadores como Nord TV, en Morella, Intercomarcal, en Elda, Tele Noticias, en Benidorm, Canal Vega Baja, en Orihuela-Torreveija y Televisión de Alcoi, en Alcoi, que emite por la frecuencia que le traspasó Homo Virtualis, adjudicataria del primer concurso.

---

<sup>66</sup> Esta emisora no podrá recibir la adjudicación definitiva al no cumplir los requisitos exigidos en el concurso, ya que mantiene una deuda con la Administración como consecuencia de la multa de 500.000 euros que le impuso el gobierno valenciano anterior (PP) por seguir emitiendo ilegalmente. No obstante, en el momento de cerrar esta investigación, estaba negociando con una de las empresas adjudicatarias para alquilar la licencia.

Por otra parte se han concedido licencias a grupos de comunicación que ya no existen como es el caso de Homo Virtualis, que abandonó y traspasó todas las frecuencias que obtuvo, Localia Televisión, ya desaparecido, o Comunicación Audiovisual Editores que quebró y vendió o alquiló parte de sus frecuencias a 12 TV.

No obstante, en las demarcaciones donde hasta el momento se han confirmado las adjudicaciones, una vez que las empresas adjudicatarias han aportado la documentación necesaria para demostrar que cumplen los requisitos y que pueden hacerse cargo de las licencias de emisión, se están corrigiendo estos errores. En el caso de Elda, la Generalitat ha confirmado la licencia a Editorial Prensa Alicantina y a Consorcio Comarcal de Televisión (Intercomarcal TV), y Comercial Normasal en sustitución de 43 TV y Homo Virtualis que no han podido demostrar que cumplen los requisitos que marca la ley o, sencillamente, ya no existen. En la demarcación de Morella, Produccions Informatives de La Plana ha sido sustituida por Comunicacions Els Ports (Nord TV), y se han confirmado las otras dos adjudicaciones a Editorial Prensa Valenciana y TV CS Retransmisiones. En Castellón se han confirmado las tres adjudicaciones previstas en el concurso y en Vinarós se ha concedido autorización a Editorial Prensa Valenciana, TV CS Retransmisiones y Radio Televisión de Castellón.

En Sagunt la única emisora confirmada es la de Editorial Prensa Valenciana mientras que las otras dos han quedado desiertas al no cumplir ninguno de los solicitantes los requisitos necesarios. En Valencia ciudad han recibido autorización para emitir los tres adjudicatarios del concurso, Editorial Prensa Valenciana, Universidad Politécnica de Valencia (UPV) y Ribera Televisión, aunque tras la retirada de la UPV,

ha quedado libre un canal. Por último, en Torrent, se ha confirmado la adjudicación de Editorial Prensa Valenciana y Radio Difusión Torre mientras que la licencia de Telecomarca ha sido, finalmente para Ribera Televisión.

En el momento de cerrar esta investigación quedan por confirmar las adjudicaciones en siete demarcaciones y, previsiblemente los cambios respecto a lo previsto continuaran ya que ni Homo Virtualis, ni Localia, ni Comunicación Audiovisual Editores están mostrando interés por controlar las licencias obtenidas.

En la actualidad en las demarcaciones de Alicante sólo emiten emisoras de pequeños empresarios locales mientras que, significativamente, las televisiones adjudicadas a los grandes grupos de comunicación, o están cerradas o reemiten programas de tele venta, tarot o telepredicadores. Un hecho este que debería haberse tenido en cuenta a la hora de readjudicar las frecuencias de la TDT local. De los cuatro canales de que dispone cada múltiplex, en el de Dénia sólo emite en la actualidad TV Comarcal; en Alcoi la única televisión local que aparece en antena es Televisión de Alcoi, que utiliza una frecuencia traspasada; en Benidorm tan sólo se puede sintonizar Noticias Te Vés; en Elda, Intercomarcal TV; en Orihuela-Torrevieja la histórica Canal Vega TV y TBN-Enlace, un canal de telepredicadores que también emite en Elche, junto con 12 TV. En esta demarcación también emite Tele Elx. Las licencias de esta demarcación aún están pendientes de confirmación.

Sin duda, la demarcación de Alicante ha sido la que ha tenido mayor fortuna durante todo este periodo. Si bien dos de las concesiones privadas han cambiado de

propietario en diversas ocasiones, casi siempre ha mantenido los cuatro canales en activo. En la actualidad emiten dos emisoras privadas, 12 TV e Información TV y el único canal local público que funciona en la Comunidad Valenciana, Alacantí TV, gestionado por una empresa privada. Cabe recordar que se constituyó otra televisión local pública en la demarcación de la ciudad de Valencia, Televisión Municipal de Valencia, que emitió desde junio del 2007 hasta enero de 2012. El ayuntamiento le adjudicó la explotación a una empresa del grupo de José Luis Ulibarri, pero la mala planificación y el inicio de la crisis condujeron a la empresa a un círculo de impagos y despidos que precipitaron su cierre.

Sin embargo, esta situación caótica que ha caracterizado a la estructura audiovisual de proximidad en la Comunidad Valenciana, a la que han contribuido unos políticos más interesados en tejer una red clientelar que en promover la viabilidad del sector, ha tenido algún efecto positivo. Las televisiones locales valencianas han aprendido que funcionar como reinos de taifa no les aporta ninguna ventaja competitiva. Tras un primer intento asociativo bajo el nombre de Federación Valenciana de Televisión, de corto recorrido, el sector ha comenzado a regularizar su situación a través de la Asociación de Televisiones Valencianas de Proximidad (ATEVAP), formada por empresarios independientes que gestionan televisiones locales.

En la actualidad son 17 miembros que están coordinando sus actividades para compartir programación y syndicar contenidos. Una vez al año se reúnen los responsables de las cadenas para decidir qué eventos retransmiten en directo conjuntamente todos los canales asociados. Cada televisión aporta tres acontecimientos

importantes en su demarcación, que comparte con las demás. Entre ellos están los Moros y Cristianos de Alcoi, de Petrer, la Semana Santa de Orihuela, el Misteri d'Elx, las Fallas de Valencia, el carnaval de Vinarós, o la cabalgata de los reyes magos de Alcoi.

Independientemente de estos actos que se emiten en directo y en cadena, la asociación dispone de una plataforma FTP donde diariamente suben, al menos, una noticia de sus respectivas localidades a la que tienen acceso todas las cadenas sindicadas. Eso permite a muchas de ellas incluir en sus informativos noticias del resto de la Comunidad. En ocasiones algunas televisiones solicitan coberturas sobre algún tema de interés local que se produce en otras localidades. En estos casos, la televisión que actúa sobre esa demarcación cubre la información solicitada y envía las imágenes a través de la plataforma común. En la actualidad, la ATEVAP mantiene una fluida relación con la Agrupació de Televisions Digitals Independents (TDI), una asociación catalana de operadores locales que se ha unido ante el reto digital. La ATEVAP y la TDI intercambian noticias en catalán, especialmente con las televisiones comarcales de Castellón que usan el valenciano como lengua vehicular. Esta asociación de televisiones de proximidad en la Comunidad Valenciana tiene un horizonte esperanzador ya que sus inquietudes están siendo tomadas en consideración por el nuevo gobierno de la Generalitat que rediseña la configuración del espacio comunicativo valenciano.

En este nuevo mapa audiovisual de proximidad que se está reconfigurando en la Comunidad Valenciana, aún no se vislumbra con claridad el lugar que ocupará Tele Elx. Este canal de televisión, de talante numantino, tendrá que negociar con alguna de las

empresas que resulten definitivamente adjudicatarias en su demarcación si quiere continuar abanderando la prestación de los servicios de televisión de proximidad en Elche. Durante los últimos 29 años, si exceptuamos el período en el que compartió espacio audiovisual con Localia Elche, esta emisora ha ejercido un monopolio televisivo local en su zona de referencia. Sin embargo, esto no ha sido suficiente para afianzar un proyecto cuya principal amenaza ha venido, casi siempre, desde el campo de la política y no del de sus competidores sectoriales. Para poder entender correctamente esta paradoja será necesario remontarse a los inicios de Tele Elx, conocer su historia, su programación de proximidad, su vinculación afectiva con la ciudad y su propuesta informativa a lo largo de los años. En todos estos aspectos profundizaremos en los siguientes capítulos.



## **CAPÍTULO 3**

### **HISTORIA Y EVOLUCIÓN DE LA TELEVISIÓN LOCAL EN ELCHE**

#### **3.1. Introducción**

El día 27 de marzo de 1987 comenzaron las emisiones en pruebas de Tele Elx. La emisora nació como medio audiovisual de carácter local coincidiendo con el período de máxima ebullición de las televisiones locales en España, sobre todo en las comunidades autónomas del arco Mediterráneo. En ese momento, en la Comunidad Valenciana emitían ya otros canales locales: Tele Carlon (Benicarló 1984), Berca TV (Algemesí 1985), Canal 6 Ribera TV (Alzira 1986) EMTV (Puçol 1986), TV Onda (Onda 1986), Canal 56 TV (Vinarós 1986) y TV Costablanca (Torrevieja 1986) y otros diez más (AIMC, 2002). Estos canales, de propiedad pública, privada o mixta y con diversos sistemas de difusión, nacieron en la provincia de Alicante casi a la par que Tele Elx (AIMC, 2002).

Elche fue la primera gran ciudad valenciana que dispuso de un medio de estas características, pero la singularidad de esta emisora no radica en ser la pionera de las televisiones locales en la Comunidad Valenciana, ni siquiera de la provincia de Alicante, sino en la envergadura de su propósito. Se trata de un proyecto que se mantiene ininterrumpidamente durante casi 30 años, con una programación estable los siete días de la semana, una producción propia amplia y de calidad, enmarcada en un grupo de comunicación multimedia y en el entorno urbano de una ciudad con más de 200 mil habitantes.

Tele Elx es producto del tesón de tres socios fundadores: un empresario del calzado, Julián Méndez<sup>67</sup>, otro del sector de la comunicación, Antonio Rodes<sup>68</sup>, y el periodista ilicitano Pepe Andreu<sup>69</sup>, que apostaron por la creación de un nuevo medio de comunicación local en Elche, aunque originariamente el proyecto no se encauzara hacia el sector audiovisual. La primera intención fue fundar un periódico local siguiendo la estela del diario La Prensa, una iniciativa que el periodista Jesús Sánchez Carrascosa había puesto en marcha en Cartagena a finales de 1986. Sin embargo, ésta fue una idea de corto recorrido ya que tras visitar al director del mencionado diario cartagenero, los tres socios desecharon la propuesta inicial por considerarla una mala inversión. “Cuando fuimos a verle [a Sánchez Carrascosa] nos invitó a comer para celebrar el cierre del

---

<sup>67</sup>El empresario Julián Méndez Murcia fue fundador de la empresa de calzado Salvador Artesano, directivo del Elche CF y presidente del Ilicitano. Murió en 2013.

<sup>68</sup> Profesor del Instituto Politécnico de Elche, fue portavoz del PCE en el Ayuntamiento de Elche entre 1979 y 1983. Desde que fundara Tele Elx ha estado vinculado a empresas de comunicación. En 2012 fue secretario general del PSOE en Elche y portavoz municipal en el Ayuntamiento. Desde noviembre de 2015 es director general de la Sociedad Proyectos Temáticos de la CV.

<sup>69</sup> Periodista de dilatada experiencia en el mundo radiofónico. Fue director de Radio Elche, de RNE en Tortosa, Elche y Alicante y de Onda Cero en Elche. Murió en 2007.



diario, unos veinte días después de haberlo puesto en marcha. Eso fue absolutamente disuasorio para nosotros” (Rodes, 2013)<sup>70</sup>.

Una segunda idea de negocio que contempló este grupo de empresarios ilicitanos fue poner en marcha unos mini cines en Elche. Incluso llegaron a encargarse de la elaboración del proyecto a Iván Aranda, uno de los primeros integrantes de la plantilla de lo que finalmente sería Tele Elx: “Ya teníamos el local cuando cambiaron la idea de las multisalas de cine por la de una televisión por cable según el modelo que empezaba a funcionar en Sevilla como video comunitario” (Aranda, 2014)<sup>71</sup>.

Rodes sitúa el momento de la concepción de Tele Elx el 28 de enero de 1987, tras leer una noticia publicada ese mismo día en el diario El País, cuyo titular decía así: *“El Supremo declara legal el vídeo comunitario al considerarlo un medio distinto a la televisión”*. Esta sentencia a la que hacía referencia el diario, determinante en la génesis del proyecto de Tele Elx, fue el resultado de una enconada polémica judicial entre el gobierno central y asociaciones de videos comunitarios que se remontaba a 1985. En ese contexto socioeconómico, el video comunitario se encontraba en plena expansión en toda España, especialmente en Andalucía, donde se postulaba como una potente alternativa a la programación televisiva de ámbito estatal y autonómico.

Los gobernadores civiles, siguiendo instrucciones de Madrid, habían ordenado clausurar diversas instalaciones de videos comunitarios en numerosas provincias españolas, entre ellas las de la empresa Capite Sintonía de Sevilla. El Gobierno Civil

---

<sup>70</sup> Entrevista personal realizada a Antonio Rodes el 28 de noviembre de 2013

<sup>71</sup> Entrevista personal realizada a Iván Aranda el 16 de junio de 2014.

decretó la interrupción de las emisiones pero la mencionada empresa y la Asociación Andaluza del Vídeo Comunitario (Avideco) recurrieron ante la Audiencia Territorial de Sevilla que el 7 de marzo de 1986 dictó una orden de suspensión cautelar que les permitió continuar con su actividad basándose en el artículo 20.5 de la Constitución (De la Torre, 1987).

La Administración, a través de la Abogacía del Estado y el Ministerio Fiscal, junto a la Asociación Videográfica Española, apelaron entonces al Tribunal Supremo, que en noviembre de ese mismo año dictó sentencia definitiva favorable a los videoclubes. Dicha resolución vino a zanjar, por el momento, una porfía judicial con gran disparidad de criterios en cuanto a fallos por toda la geografía española. El Alto Tribunal consideraba constitucional la actividad de los videos comunitarios, señalaba que eran diferentes de la televisión y añadía que, atendiendo a la inexistencia de normas reguladoras, no podían ser proscritos por un acto administrativo.

Esta sentencia del Tribunal Supremo actuó como detonante para el nacimiento de Tele Elx y en ella se amparó la empresa para configurar su identidad inicial como video comunitario. Este perfil, no obstante, se iría metamorfoseando hacia el de una televisión local a medida que fueron apareciendo normas, como la Ley de Propiedad Intelectual de noviembre de 1987<sup>72</sup> que regulaba sobre la exhibición de obras audiovisuales. A raíz de esta ley, los videos comunitarios, que se consideraban exentos de pagar derechos de autor acogidos al dictamen del Tribunal Supremo que calificaba su actividad como exhibición privada, debieron reconducir su modelo de

---

<sup>72</sup> [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-25628](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-25628)

negocio y aunar esfuerzos para comprar y distribuir obras audiovisuales de producción ajena.

No obstante, fue la aprobación de la Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT)<sup>73</sup> en diciembre de 1987 la que amenazó seriamente la supervivencia de los videos comunitarios, donde se escondían las incipientes televisiones locales privadas, al prohibir el cableado aéreo entre las manzanas de casas, que era el sistema empleado hasta entonces para transportar la señal videográfica más allá de un bloque de viviendas.

Siguiendo el curso cronológico de los acontecimientos y antes de que la LOT de diciembre de 1987 abriera un segundo campo de batalla para la supervivencia de los videos comunitarios, el 31 de enero de ese mismo año Rodes y Andreu viajaron hasta Sevilla para reunirse con el abogado de Avideco, Juan José Clavero, con objeto de conocer los pormenores de la sentencia del Tribunal Supremo. Allí contactaron con el presidente de Avideco, Antonio Pallarés, quien poco después se convertiría en asesor técnico y socio minoritario durante los inicios de la nueva empresa. La casualidad y el empeño de un grupo de emprendedores ilicitanos en crear un medio de comunicación local dieron como resultado la constitución de Elche Comunicaciones S.A, nombre mercantil de la empresa conocida popularmente como Tele Elx y de Cablexprés, la sociedad que desarrollaría la red de cable.

---

<sup>73</sup> [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143)

### 3.2. Orígenes de Tele Elx

Apenas tres meses después de ese viaje a Sevilla, los socios de Tele Elx consiguieron la financiación necesaria para poner en marcha el proyecto y comenzar a cablear la ciudad. Para ese cometido contaron con el beneplácito de la administración local que no puso demasiados obstáculos políticos a pesar de que técnicamente no se ajustara a las leyes vigentes. El entonces secretario general del PSOE en Elche, Diego Macià, reconocía la dudosa legalidad del proyecto al semanario *Época* (1987):

Existe el problema de los videoclubes, y el señor alcalde ha hablado ya con ellos. También está el problema de los cables por la ciudad, que deben ser enterrados antes de cinco años. Hay dudas e interpretaciones sobre la legalidad de este tipo de sistema, porque lo que tenemos aquí, hablando con claridad, es una televisión local aunque ellos la llamen video comunitario. Aparte de la legalidad, yo creo que no se deben poner muchas trabas a ningún tipo de comunicación. Por eso Tele Elx me parece bien. (Herrero, 1987: 64)

De la misma manera se expresaba, un cuarto de siglo más tarde, Luis Torres<sup>74</sup> (2014), cuya familia compraría pocos años después la empresa que gestionaba Tele Elx: “El inicio de una red de cable en Elche en el año 1987, si no hubiera estado tolerado, favorecido y permitido por el gobierno local, no hubiera podido ser.”

Cabe subrayar que el gobierno local actuaba con la complacencia del resto de grupos municipales de la oposición. Todos compartían las ansias de pluralidad

---

<sup>74</sup> Entrevista personal realizada a Luis Torres los días 24 de marzo y 7 de junio de 2014.

televisiva que eran un denominador común en la España de los años ochenta, donde no acababa de completarse el mapa audiovisual ante los retrasos en la aprobación de la ley de televisiones privadas. En Elche, el gobierno municipal estaba en manos del grupo socialista pero los partidos de la oposición, Alianza Popular, CDS e Izquierda Unida, no solo alentaron esta iniciativa sino que la utilizaron como arma política contra el gobierno central, también en manos del PSOE, que se resistía a ceder el monopolio informativo de las televisiones públicas.

El concejal y presidente local de AP, Manuel Ortuño, consideraba que “Tele Elx es muy importante y hay que potenciarla (...) Ya quisiera ser TVE una sombra de lo que es Tele Elx. Yo tengo un problema y quiero protestar, e inmediatamente se ponen a mi disposición las cámaras” (Herrero, 1987: 64)”. Al presidente del CDS, Jafet Pinedo, lo único que le preocupaba del nuevo canal eran sus desavenencias con los empresarios de los videoclubs que salían perjudicados, pero su satisfacción era palpable y así lo expresaba en la revista *Época* (1987): “El pueblo está encantado con Tele Elx. Nosotros también. Se preocupa de la vida política. Nos llama a todos. Si quiero decir algo, lo digo mañana” (Herrero, 1987: 65). De la misma forma se expresaba Juan Antonio Oltra, concejal de IU en el ayuntamiento de Elche, para quien la pluralidad informativa de Tele Elx dejaba en evidencia la falta de ella en TVE: “Nosotros no tenemos ninguna queja sobre su imparcialidad. [...] Es evidente que preferimos la televisión local a la Televisión Española, parcial, manipulada y con una total falta de independencia.” (Herrero, 1987: 65).

Con el panorama político municipal despejado, Tele Elx se encontró con vía libre para manejarse a su antojo dentro de su propio ecosistema local. La inversión inicial, de 25 millones de pesetas, la realizaron los socios a través de fondos propios y préstamos pero enseguida hubo una ampliación de capital hasta los 125 millones. “Yo estaba muy asustado porque no teníamos ni idea de dónde nos habíamos metido. Éste era un negocio de bolsillo profundo y nosotros no teníamos esa capacidad económica”, explica Antonio Rodés (2013).

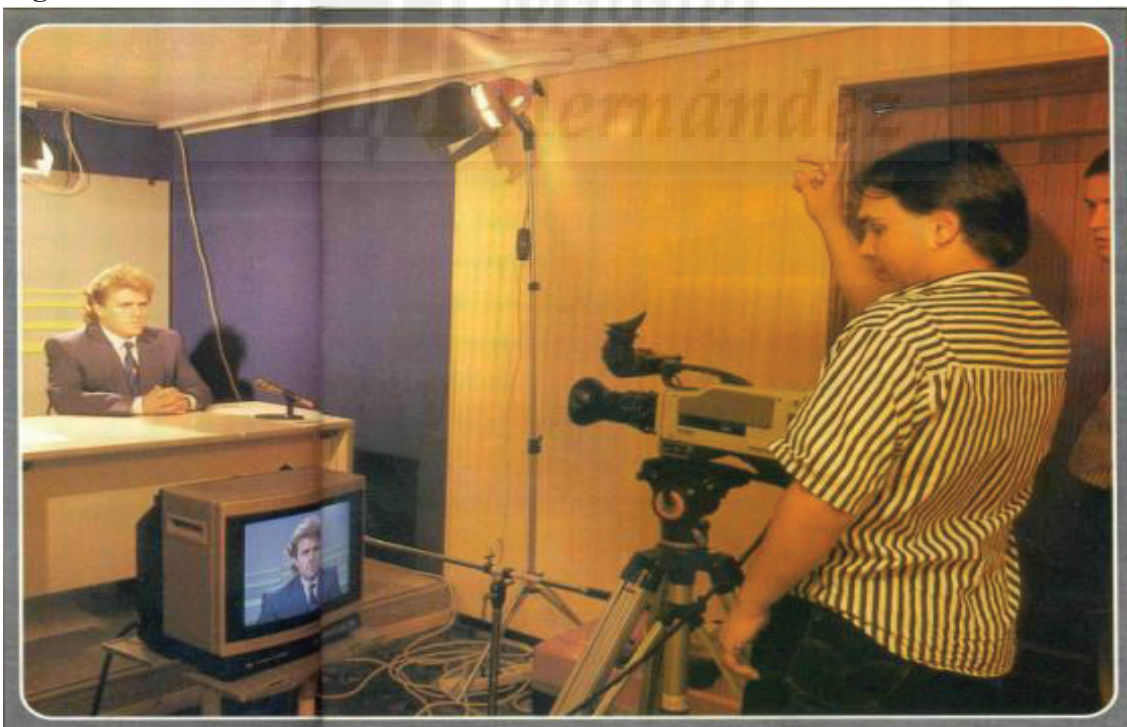
Las tensiones económicas de Tele Elx procedían de la deficitaria financiación de un proyecto cuya magnitud desconocían, ya que ignoraban la inversión que suponía cablear toda una ciudad. Algunas de esas tensiones vendrían provocadas por el éxito del negocio que les obligaba a extender las redes de cable por zonas alejadas del centro de la ciudad y a una velocidad vertiginosa. La avidez audiovisual de la población ilicitana se correspondía con la de un país donde únicamente se podían ver los dos canales de TVE y en algunas comunidades, como Cataluña o Euskadi, un tercer canal autonómico. Cuando nació Tele Elx, en Elche se recibían los dos canales públicos estatales y TV3, cuya señal llegaba a las comarcas alicantinas desde noviembre de 1986 gracias a iniciativas populares, agrupadas en el colectivo *Amics de TV3*, y favorecidas en muchos casos por gobiernos locales, que habían instalado una red de repetidores por toda la Comunidad Valenciana.

La posibilidad de que los ilicitanos se reconocieran audiovisualmente en la programación que ofrecían esos canales era remota. La información de proximidad que

recibían hasta que llegó Tele Elx procedía exclusivamente de radios locales o de los dos diarios provinciales que tenían delegaciones en la ciudad, Información y La Verdad.

Tele Elx se ubicó inicialmente en un entresuelo de pocos metros cuadrados en la avenida del País Valenciano donde el estudio no ocupaba más de catorce metros cuadrados. Los recursos técnicos eran escasos: dos cámaras de 8 mm, un equipo casero de edición y una unidad móvil de segunda mano. Los primeros en recibir las emisiones de Tele Elx fueron los vecinos de los barrios de Altabix y Carrús y en los tres años siguientes la cobertura del cable alcanzó toda la zona centro y barrios obreros como San Antón, Los Palmerales, El Plà y el Sector V.

**Figura nº 3.1. Primer estudio de Tele Elx en 1987**



Fuente: Revista Época, nº 122

Durante el período de pruebas, que duró apenas un mes, se emitían exclusivamente películas con la finalidad de captar abonados que, por una cuota de mil pesetas mensuales, recibían una variada oferta cinematográfica. Como señala Iván Aranda:

Al principio todo era muy precario. Como no podíamos hacer un cableado por toda la ciudad, teníamos micro centros emisores a los que había que llevar los programas grabados para distribuirlos mediante videos comunitarios instalados en pisos de cada zona. Eso duró unos siete u ocho meses porque los abonados empezaron a crecer rápidamente y pudimos acometer el cableado de toda la ciudad (Aranda, 2014)

Sin embargo, las pretensiones de Tele Elx sobrepasaban desde un principio las limitaciones de un vídeo comunitario. Su vocación era convertirse en un canal con una programación generalista, aunque circunscrito a un ámbito territorial local, y apostar por la información de proximidad en Elche, un terreno entonces baldío dentro del sector audiovisual. Precisamente debido a esa escasez de oferta televisiva, con un limitado desarrollo de los canales autonómicos y con una televisión privada aún por legislar<sup>75</sup>, Antonio Rodes planificó Tele Elx como un cuarto canal: “Debía ser una televisión generalista, con una programación ambiciosa repleta de informativos, programas especiales y películas” (Rodes, 2013).

Que Tele Elx apostaba desde un principio por la información local se evidenciaba también en la composición del equipo de profesionales que lo conformaba,

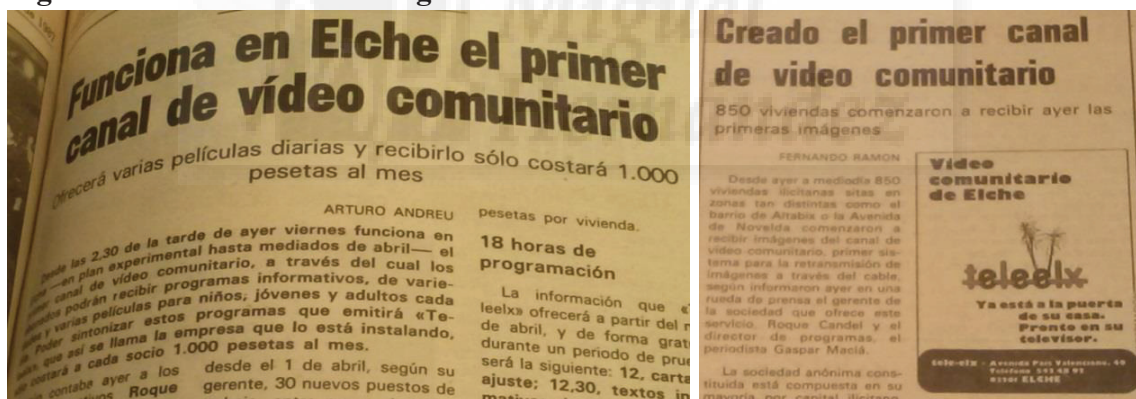
---

<sup>75</sup> La ley 10/1988 de televisión privada en España se publicó en el BOE 108 el 5 de mayo de 1988, más de un año después del nacimiento de Tele Elx.



con “un selecto y prestigioso plantel de periodistas locales y comunicadores llegados de otros medios de comunicación ilicitanos” (Álvarez, 2013)<sup>76</sup>. Iván Aranda, que impartía cursos de cine en la Universidad Popular y tenía la experiencia necesaria para montar la parte técnica del nuevo canal, fue el primer realizador y también el reclutador y formador de los operadores de cámara. Gaspar Macià, primer director de informativos y programas, se encargó de la infraestructura periodística y de seleccionar a los colaboradores. Aquel equipo de pioneros de la televisión local en Elche estaba formado por seis personas: dos redactores, dos cámaras, un montador y otro profesional que simultaneaba tareas periodísticas y técnicas. En cuanto se iniciaron las emisiones regulares con programas de entretenimiento se incorporó otro grupo de colaboradores<sup>77</sup>.

Figura 3.2. Noticias de la inauguración de Tele Elx



Fuente: diario La Verdad y diario Información 28/3/1987

La puesta en funcionamiento en período de pruebas de Tele Elx fue el viernes 27 de marzo de 1987. Sus emisiones se prolongaban más de doce horas en las que mezclaban programas de producción propia y producción ajena. La primera parrilla

<sup>76</sup> Entrevista personal realizada a Conchi Álvarez el 10 de octubre de 2013

<sup>77</sup> Entre los integrantes de la primera plantilla de Tele Elx estaban Gaspar Macià, Pepe Soto, Iván Aranda, Maite Vilaseca, Pepe Pastor, Pepe Bernabéu, Paco Vicente, Tomás Romero, Rosmari Alonso, Pallarés Ripalda y Lola Puntos.

presentaba una programación adaptada al consumo familiar con espacios dirigidos a diferentes públicos y edades según se detalla en la siguiente tabla.

**Tabla 3.1. Primera Programación de Tele Elx**

<b>12:00</b>	Carta de ajuste	<b>19:30</b>	Videos musicales
<b>12:30</b>	Textos informativos de interés general	<b>20:00</b>	Reportajes informativos
<b>14:00</b>	Reportajes informativos	<b>20:30</b>	Programa informativo especial
<b>14:30</b>	Programa informativo especial	<b>21:00</b>	Película autorizada para jóvenes
<b>17:30</b>	Película infantil	<b>22:30</b>	Película de noche
<b>19:00</b>	Dibujos animados		

Fuente: Elaboración propia con información del diario La Verdad

El período de pruebas duró menos de un mes y el jueves 24 de abril de 1987 se presentó en público el nuevo canal en un acto celebrado en el hotel Huerto del Cura al cual asistieron las autoridades locales encabezadas por el alcalde socialista Ramón Pastor, el comisario jefe de policía José Luis Querol y una nutrida representación de personalidades de la vida política, social y deportiva de la ciudad. Esta puesta de largo perseguía dos objetivos: presentar a los ilicitanos la programación de Tele Elx y los profesionales que la hacían posible, y también eliminar la resistencia detectada en una parte de la población para suscribirse a un proyecto audiovisual de dudosa legalidad ya que no existía una legislación clara sobre los videos comunitarios. Rodes (2013) afirma que reunir al alcalde y al comisario de policía en la presentación oficial de Tele Elx fue una brillante estrategia comercial ya que “de un plumazo” resolvieron el problema. Cuando comenzaron las emisiones en prueba ya contaban con 850 viviendas conectadas y el día de la presentación ante la sociedad ilicitana, apenas un mes después, los

responsables informaban de que ya había 15.000 ilicitanos que recibían la señal del video comunitario en sus hogares.

Figura 3.3. Noticias de la presentación de Tele Elx



Fuente: diario La Verdad (a la izq.) y diario Información (a la dcha.) 26/4/1987

No obstante, la resistencia al proyecto de Tele Elx no procedía de sus potenciales abonados sino del colectivo de empresarios de videoclubes de la ciudad; un grupo de 135 propietarios de este tipo de establecimientos que vieron amenazados sus negocios ante la pujanza del nuevo canal de video comunitario que tenía previsto emitir hasta cuatro películas diarias. El malestar por la competencia desleal era fundado ya que en sus comienzos Tele Elx utilizaba como gancho el cine y los documentales sobre temas locales sin asumir ningún coste por la exhibición cinematográfica. Así, alquilaba las películas en esos mismos videoclubes y luego los difundía a través de su red de cable (Aranda, 2014). Al día siguiente de la presentación de la nueva emisora de televisión local, los representantes del sector de videoclubes se concentraron ante el ayuntamiento mientras una comisión se reunía con el alcalde en funciones, José Fornés,

para exigir que no se concediera a Tele Elx autorización administrativa para cablear la ciudad o que se les permitiera a ellos también la posibilidad de hacerlo. Los empresarios argumentaban, aunque era un tema que no competía a la administración municipal, que se estaban emitiendo ilegalmente películas cuya propiedad era de las productoras y que no tenían permiso para hacerlo.

A pesar de esos dos frentes abiertos, el cableado aéreo de la ciudad y la oposición de las productoras a autorizarles la emisión de películas, Tele Elx continuó afianzándose en el menú televisivo de los ilicitanos. El colectivo de empresarios de videoclubes no consiguió su propósito inicial de que cerraran el nuevo canal pero logró instalar una red de cable paralela desde donde competir con Tele Elx e incluso ofrecer una exigua programación local. La disputa por la emisión de películas fue el detonante de la primera crisis de Tele Elx. Durante un largo período, este canal se enfrentó a una batalla legal contra las *majors* que se negaban a venderles los derechos de las películas que emitían.

Yo iba al juzgado y les llevaba la relación de películas que íbamos a emitir cada mes. Aportaba la carta dirigida a las multinacionales del cine donde les pedía que me las vendieran. Como no querían hacerlo y yo las iba a emitir igualmente, depositaba en el juzgado el dinero correspondiente a los derechos de autor, con lo cual salvábamos la vía penal. Ellos siempre iban por la vía penal, nunca por la vía civil de reclamarnos una cantidad, y siempre lo perdieron. Nosotros no queríamos defraudar, queríamos tener acceso a esos bienes culturales. (Rodes, 2013)

Al dejar de emitir películas competitivas, se produjo paulatinamente una desafección de los abonados cuyo número se redujo desde los 17.000 hogares conectados en los momentos cumbre, hasta los 9.500 cuando el canal atravesó uno de los períodos más críticos de su historia. Sin embargo, las causas de esta crisis que obligaron a Tele Elx a replantearse su supervivencia empresarial y que propiciaron un cambio en el modelo de televisión que ofrecían no deben achacarse exclusivamente a la pérdida de competitividad en su oferta cinematográfica. En octubre de 1989 apareció la televisión autonómica valenciana, Canal 9. Los canales privados de ámbito estatal Antena 3 y Tele 5, comenzaron sus emisiones en diciembre de 1989 y marzo de 1990, respectivamente, y Canal +, con una programación codificada la mayor parte del tiempo aunque con varias horas de emisión en abierto, llegó a las pantallas de los españoles en septiembre de 1990.

Aquel baldío audiovisual donde germinó la propuesta de Tele Elx como un cuarto canal generalista en la capital del Baix Vinalopó, con una suma inédita de cine de calidad más información de proximidad, comenzó a competir con otras cadenas estatales que emitían en abierto de manera gratuita. Todos estos factores que confluieron a principios de la década de los noventa obligaron a Tele Elx a reinventarse. La solución pasaba por sustituir la antigua red de un solo canal por otra de banda ancha con capacidad para transmitir multitud de canales de televisión captados vía satélite que no se podían ver en los hogares españoles porque las antenas parabólicas aún no estaban al alcance de la mayoría de las familias. Pero ese proyecto superaba con creces las posibilidades financieras de una empresa que había surgido como un videoclub comunitario.

### **3.3. La consolidación de la empresa: Del video comunitario a la red de banda ancha**

A principios de la década de los noventa se produjo una importante transformación en el panorama audiovisual español con la puesta en marcha de varios canales de televisión autonómicos (Canal 9 inició sus emisiones el 9 de octubre de 1989) y de tres televisiones privadas de ámbito estatal. Esta multiplicación de la oferta televisiva, si bien no interfería en el menú de proximidad de Tele Elx, que nunca encontró competencia, ni siquiera con la consolidación de la cadena autonómica, sí que obligó, por el contrario, a replantearse aquella otra vocación primigenia de televisión generalista de ámbito local. No hay que olvidar que, además de la información de proximidad, el gran reclamo comercial de Tele Elx fue desde el principio la emisión de varios pases diarios de películas. La ampliación de la oferta cinematográfica de los nuevos canales privados, por un lado, y la entrada en vigor de la modificación de la Ley de Propiedad Intelectual<sup>78</sup> por otro, hicieron económicamente inviable la posibilidad de competir. Sus abonados no tenían la necesidad de pagar por contenidos de ficción cinematográfica de calidad que podían obtener en abierto de manera gratuita, lo que provocó una pérdida importante de clientes.

Este nuevo paisaje audiovisual obligó a Tele Elx a replantearse su proyecto inicial que avanzó en dos direcciones. La primera fue el incremento de la producción

---

<sup>78</sup> Ley 20/1992, de 7 de julio, de modificación de la Ley 22/1987, de 11 de noviembre de Propiedad Intelectual. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-16413](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-16413)



propia para contrarrestar la pérdida de los contenidos de ficción de calidad, una huida hacia delante difícil de mantener por mucho tiempo:

Tele Elx seguía emitiendo películas aunque de calidad muy inferior y tuvimos que incrementar la programación propia. Luego empezamos con la multidifusión de programas para llenar huecos porque la televisión es muy cara de hacer y no pudimos mantener el ritmo de producción al caer los ingresos (Rodes, 2013).

La segunda fue el cambio de la antigua red por otra “más moderna, de última tecnología, de banda ancha, desplegada sobre la ciudad a partir del año 1992” (Torres, 2014). Así, aquel video comunitario con pretensiones de televisión generalista de ámbito local, que nació al amparo de una sentencia del Tribunal Supremo, fue mutando en una empresa instaladora de telecomunicación, que se convertiría en el sostén económico de Tele Elx. El esfuerzo inversor que suponía este nuevo desafío tecnológico fue un reto infranqueable para los antiguos socios que hubieron de realizar una ampliación de capital en la que se incorporó la familia Torres.

Invertir ahí [en la red de banda ancha] fue una decisión empresarial magnífica y muy satisfactoria. Tuvimos socios internacionales de fondos de capital riesgo ingleses y americanos, la Caja de Ahorros del Mediterráneo y el operador AUNA, con sus socios de referencia que eran las eléctricas más importantes del país [...] Una red de comunicación siempre está en continua metamorfosis, pero el embrión fue la que se inició en el año 92 [...] Nosotros entramos por aquello, que empresarialmente acabó y acabó bien, no por el canal local.” (Torres, 2014).

La aparición en escena de la familia Torres fue una tabla de salvación para una situación económica insostenible que los antiguos socios habían tratado de solventar acudiendo a fórmulas societarias que les permitieran captar recursos. Antonio Rodes (2013) era consciente de que el proyecto siempre estuvo mal financiado: “Íbamos por detrás de las necesidades [...] y esto produjo tensiones financieras muy fuertes, a veces propiciadas por el éxito.” Y en este contexto de estrangulamiento económico al que hacía referencia Rodes nació Cosistel SAL.

### **3.3.1.- El “caso Cosistel”**

Aunque el entramado mercantil vinculado a Tele Elx excede nuestro objeto de estudio, creemos relevante mencionar algunos episodios de carácter jurídico-político que marcaron significativamente el devenir de la empresa a comienzos de la década de los noventa. Se trata del “Caso Cosistel”, un asunto sobre presuntas irregularidades en la concesión de una subvención a una cooperativa que llegó a generar centenares de noticias en los medios de comunicación valencianos. El trasfondo del caso, independientemente de la verdad judicial, hay que buscarlo en la coyuntura política del momento. El PSPV gobernando con mayoría absoluta en la Generalitat y en el ayuntamiento de Elche y el Partido Popular, con Eduardo Zaplana en pleno auge, intentando su desgaste mediático. Por otro lado, rencillas entre empresarios locales del sector de la comunicación que azuzaban el debate. Pero vayamos por partes. Cosistel SAL fue una sociedad anónima laboral, constituida el 12 de enero de 1990, dedicada a la instalación de redes y telecomunicación. Esta cooperativa estaba formada por socios y trabajadores de Tele Elx.



Cuando tuvimos que cambiar la red, Tele Elx no podía asumirlo económicamente y entonces la inversión la asume Cosistel con la aportación de capital de algunos socios de Tele Elx y algunos de sus trabajadores para crear una Sociedad Anónima Laboral donde también permanecieron los socios iniciales de la empresa. Cosistel se convirtió así en la propietaria de la nueva red multicanal”. (Rodes, 2013)

Según la información aportada por Antonio Rodes, consejero delegado de Cosistel, la inversión que se realizó para renovar el cableado de la ciudad fue de 400 millones de pesetas. Para ello se solicitó un préstamo a la Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM) acogiéndose a las condiciones que había fijado la Generalitat para las sociedades anónimas laborales que consistía en subvencionar un 4% de los intereses que cobraba la entidad financiera. Pero el proceso de constitución de Cosistel, según el mismo Rodes, y refrendado posteriormente por los resultados de la comisión de investigación que sobre este asunto se constituyó en el Parlamento valenciano<sup>79</sup>, aparecía con numerosas irregularidades.

Nos concedieron 30 millones de pesetas con la condición que tuviéramos como mínimo 16 socios-trabajadores pero solo encontramos una decena porque las condiciones económicas no eran muy buenas. Al tiempo, una empresa de la competencia nos denunció porque no teníamos el mínimo de trabajadores y la Conselleria [...] nos retiró la subvención. (Rodes, 2013)

---

<sup>79</sup> Las conclusiones de la última sesión de la comisión parlamentaria sobre el caso Cosistel se han recuperado de:  
[http://www.cortsvalecnianes.es/DSCCVCGI/BASIS/DSCCV/WEB/DSCCV\\_PDF\\_V/DDD/III%200000500%20%20%20CCO.pdf](http://www.cortsvalecnianes.es/DSCCVCGI/BASIS/DSCCV/WEB/DSCCV_PDF_V/DDD/III%200000500%20%20%20CCO.pdf)

Los hechos de este caso aparecen recogidos en el diario de sesiones de las Cortes Valencianas en el transcurso de la Comisión de Investigación sobre la subvención otorgada a la empresa Cosistel SAL. Dicha comisión tuvo lugar en tres sesiones durante los meses de junio y julio de 1994, a instancias del grupo parlamentario del Partido Popular tras ser rechazada la petición de Izquierda Unida por defecto de forma.

Siguiendo el hilo de los acontecimientos, tal y como se expusieron en la comisión parlamentaria, una resolución del director general de Empleo de la Generalitat del 4 de abril de 1991 concedió a Cosistel una subvención de 30.656.250 millones de pesetas. Una de las exigencias legales a toda sociedad anónima laboral (SAL) para optar a este tipo de ayudas era que el 51% de sus miembros fueran trabajadores de dicha empresa. En el caso de Cosistel, este número debía ser de 16 personas, requisito que no cumplía la empresa solicitante en el momento de su constitución, en enero de 1991. A partir de ahí tiene lugar un baile de fechas sobre cuándo y cómo consiguió Cosistel cumplir ese requisito básico, sin el cual no podría haber obtenido dicha subvención.

Una concatenación de circunstancias poco afortunadas auspició la creación del “caso Cosistel”. La primera fue el retraso en la presentación de resultados de una investigación interna abierta en la propia consellería de Trabajo. La segunda se atribuye a la falta de diligencia en atender los requerimientos de la Inspección de Trabajo de Alicante, que investigaba a Cosistel desde junio de 1992. La tercera fue la denuncia del propietario de Radio Elche, Juan Garrigós<sup>80</sup> que en 1993 interpuso una demanda por la

---

<sup>80</sup> La rivalidad entre Tele Elx y otra televisión local, “Canal 34-Televisión de Elche”, posteriormente Localia Elche, se sitúa en el origen de esta polémica que pasó de ser un simple proceso administrativo a

subvención otorgada a Cosistel. Todos estos factores convirtieron lo que podría haber sido un simple expediente sancionador a una empresa, en una polémica mediática y política que el Partido Popular aprovechó para desgastar al PSPV que gobernaba con mayoría absoluta en Elche y en la Comunidad Valenciana. Tele Elx ya no era aquel adalid de la libertad de información tal y como habían sostenido los representantes locales de todas las formaciones políticas al comienzo de sus emisiones. Ese idilio inicial se tornó en acusaciones de haberse convertido en un medio proclive al partido socialista y que detrás del “caso Cosistel” se escondía una operación política diseñada para salvar las deficitarias cuentas de la empresa<sup>81</sup>.

A raíz de las noticias que aparecían en los medios de comunicación, el PPCV solicitó la apertura de una comisión de investigación para exigir responsabilidades políticas al entonces conseller de Trabajo, Martín Sevilla, a su antecesor al frente de dicha consellería, Miguel Doménech y al director general de Empleo, José Luis Durán. Informaciones difundidas por Radio Elche<sup>82</sup>, a las que el PP daba crédito, sostenían que Martín Sevilla pertenecía al consejo de administración de Cosistel. Éste se defendió de dichas acusaciones interponiendo una denuncia por difamación en los juzgados de Elche y compareciendo voluntariamente en las Cortes Valencianas en mayo de 1994 para dar explicaciones sobre el asunto antes de que se constituyera la comisión de investigación.

---

ser objeto de debate en una comisión de investigación parlamentaria. Juan Garrigós era el propietario de Radio Elche y de Canal 34-Televisión de Elche.

<sup>81</sup> D.A. (1994). El fiscal cita a declarar como inculpados a los siete miembros del Consejo de Cosistel. *ABC*, 17 de diciembre de 1994, 71 Recuperado de:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1994/12/17/071.html>

<sup>82</sup> D.A. (1994). Lerma, agobiado por el escándalo Cosistel, exime de toda responsabilidad a su consejero Martín Sevilla. *ABC* 25 de mayo de 1994, 69. Recuperado de:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1994/05/21/069.html>

En julio, el portavoz del PSPV en dicha comisión parlamentaria presentó la ponencia en la que sostenía que no había habido ninguna irregularidad en la subvención a Cosistel aunque se habían producido errores e incorrecciones en algunos documentos debidos a “cierta ligereza burocrática” que se deberían corregir. No se aceptó ninguna responsabilidad política. El resultado de la votación de la ponencia final fue de once votos a favor y cuatro en contra.

En ese momento [cuando les retiraron la subvención] Cosistel ya había vendido la red de cable a otra empresa con capital fresco y se había reconvertido en una empresa instaladora. El tema tenía poco recorrido judicial pero el ABC lo convirtió en una causa contra el gobierno socialista y Eduardo Zaplana lo utilizó contra Joan Lerma como muestra de la corrupción de los socialistas en la Comunidad Valenciana. La causa estuvo abierta durante muchos meses pero acabó archivada y ni siquiera se devolvieron los millones de la subvención porque hubiera significado el cierre de la empresa y el despido de sus 20 trabajadores.” (Rodes, 2013)

El cierre de la comisión parlamentaria no acabó con el recorrido político ni judicial del “caso Cosistel”. En mayo de 1995, el PPCV ganó las elecciones autonómicas en la Comunidad Valenciana pero no se olvidó del caso. En octubre de ese mismo año, el diputado nacional del PP, Rafael Hernando, preguntaba al Gobierno sobre todas las subvenciones que podría haber recibido Cosistel de fondos estatales y europeos<sup>83</sup>. En noviembre, el PP anunció su intención de reabrir la investigación sobre

---

<sup>83</sup> La pregunta formulada al Gobierno aparece recogida en el Boletín Oficial de las Cortes Generales del 9/10/1995. Recuperado de: [http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L5/CONG/BOCG/D/D\\_299.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L5/CONG/BOCG/D/D_299.PDF)

el “caso Cosistel”<sup>84</sup> mientras el diputado popular en las Cortes Valencianas, Rafael Maluenda, acusaba al exconseller socialista Martín Sevilla de falsear datos en la documentación que éste había presentado en los juzgados de Elche.

Las pesquisas judiciales, por su parte, continuaron abiertas en los juzgados de Elche hasta octubre de 1996, cuando se decretó el sobreseimiento del caso. A pesar de que la Justicia no pudo probar que se hubiera cometido algún delito, estos años de investigaciones administrativas, judiciales y parlamentarias minaron la reputación de Tele Elx. La campaña mediática emprendida por medios próximos al PP propició que la imagen pública de esta televisión local quedara vinculada al partido socialista. Desde entonces, la desconfianza entre Tele Elx y el PPCV se mantuvo en estado latente hasta que años después volvieron a enfrentarse judicialmente por la concesión de las licencias de TDT-L en la Comunidad Valenciana.

### **3.3.2.- Med Telecom: La pugna por el control de la red de cable**

En julio de 1992, en plena crisis del “caso Cosistel”, la familia Torres compró la compañía instaladora de cable en Elche, que era incapaz de asumir una inversión tan elevada, y creó la empresa Desarrollo y Sistemas del Cable S.A. para impulsar la red de banda ancha en la ciudad y culminar la renovación del cableado que los anteriores gestores habían comenzado. Esta nueva sociedad adquirió también los derechos sobre Tele Elx. Así, el canal de televisión local se mantuvo como emblema del grupo

---

<sup>84</sup> Picó, J.F. (1995). El Partido Popular anuncia la reapertura de la investigación del caso Cosistel. *ABC*. 3 de noviembre de 1995, 76 Recuperado de: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1995/11/03/076.html>

empresarial, gracias al arraigo conseguido entre la ciudadanía y no tanto por su viabilidad económica.

Nuestra historia dice que Tele Elx no ha generado beneficios jamás y que ha costado dinero a sus propietarios. También es verdad que se dedicaban a otro negocio principal, que era el cable. Digamos que lo que costaba Tele Elx bien valía para estar cimentando el negocio importante que era el desarrollo de la red de cable. El resultado de explotación de Tele Elx, aisladamente, no era un objetivo en sí mismo. Después sí lo ha sido, pero ninguna televisión local que no tenga el respaldo de un gobierno municipal puede compensar los gastos de salir todos los días al aire. (Torres, 2014)

La supervivencia de Tele Elx no se entiende sin el apoyo económico de un grupo de empresas vinculadas a este canal local mediante lazos familiares, societarios y también emocionales que en ningún momento abandonaron a su suerte aquel proyecto de televisión que Luis Torres reconocía que nunca fue económicamente viable por sí mismo. Esa inyección económica situó al grupo de Tele Elx<sup>85</sup> como un operador de cable local bien afianzado en su radio de acción que le permitió expandirse mediante asociaciones estratégicas por la ciudad de Alicante y otras poblaciones como Quart de Poblet y Alaquàs, en la provincia de Valencia. La modernización y expansión de la red de cable supuso una inversión de 723.335.000 pesetas (4.347.330 €) por parte de la empresa Desarrollo y Sistemas del Cable SA, que en 1995 ofrecía a sus abonados 25 canales de televisión terrestres y por satélite (Sanmartín, 2014).

---

<sup>85</sup> Estas sociedades vinculadas a Tele Elx tienen diversas identidades jurídicas, mercantiles y accionariales, aunque todas ligadas a la familia Torres, por lo que para simplificar lo que podría convertirse en un entramado societario ininteligible que no es objeto de nuestra investigación, nos referiremos a todas ellas como grupo Tele Elx. En el caso en que la sociedad referida tenga una identidad propia muy conocida, como Med Telecom, nos referiremos a ella por su nombre.

No hay que olvidar que a principios de los años noventa, cuando la familia Torres tomó el control del grupo Tele Elx, en España se estaba gestando la Ley de las Telecomunicaciones por Cable que se aprobó en diciembre 1995 y todos los actores tomaban posiciones ante lo que se preveía un importante nicho de negocio. Los operadores que competían para ofrecer servicios integrales de comunicación eran conscientes de que su beneficio empresarial no dependía de la televisión por cable pero sí que era su “carta de presentación”. La Secretaría General de Comunicaciones contabilizaba 802 operadores que ofrecían servicios de televisión por cable en el momento de aprobarse la Ley, 45 de ellos en la Comunidad Valenciana (34 en la provincia de Alicante, 8 en la de Valencia y 3 en Castellón) aunque sólo nueve de estos operadores disponía también de una televisión local (Sanmartín, 2004). Tele Elx, incluida en la operadora Desarrollo y Sistemas de Cable, era una de ellas. Esto le permitió solicitar licencias provisionales para seguir operando hasta diciembre de 1998 y obtener posteriormente dos concesiones especiales de operador de cable y una licencia B1 de operador de telefonía concedida por la Comisión del Mercado de Telecomunicaciones (Ramos, 2008).

Después de la aprobación del Plan Técnico del Cable se configuraron las demarcaciones y salieron a concurso las licencias para explotar comercialmente las redes de cable. La operadora ONO obtuvo la concesión para toda la Comunidad Valenciana aunque en Elche no lo tuvo fácil para introducirse porque se encontraron con una ciudad cableada por un operador local que entre su oferta multicanal incluía uno muy arraigado en la sociedad ilicitana: Tele Elx. En 1997 ese operador local se constituyó como Med Telecom S.A. para prestar servicios de televisión, telefonía y

datos de manera integrada. Med Telecom dispondría, como se ha mencionado anteriormente, de concesiones especiales otorgadas a aquellos operadores locales que estuvieran en ejercicio con anterioridad a la entrada en vigor de la Ley de 1995<sup>86</sup>.

En poco tiempo, unos 23.000 clientes recibían en sus hogares más de 100 canales de televisión, telefonía e Internet. Esta posición privilegiada dentro del mercado local de las telecomunicaciones atrajo el interés de fondos de inversión extranjeros que en aquella coyuntura buscaban invertir en este sector en España, especialmente en empresas familiares como ésta.

Entre los años 1999 y 2003 pusimos la fibra óptica para ofrecer los servicios de telefonía e Internet, aparte de la televisión. Hubo que hacer una central de conmutación, gestionar los nodos de internet..., eran palabras mayores. El grupo de empresas llegó a tener 450 trabajadores en plantilla en los momentos álgidos, entre técnicos, comerciales, ingenieros y el personal de redacción. (Rodes, 2013)

Así llegaron fondos de inversión como Baring Communications Equito e Invercova I y II a la operadora de cable Med Telecom. En enero del año 2000, la empresa de cable ilicitana realizó una ampliación de capital social de 660.343.000 de pesetas<sup>87</sup> para dar entrada a dos nuevos accionistas: Retevisión S.A., en aquel momento

---

<sup>86</sup> Conchi Álvarez, directora de Tele Elx, explicó al investigador Julián Sanmartín (2014) que estas licencias especiales que la CMVT concedió en 1998 a Med Telecom y a Corporación Alicantina de Cable SA (ambas del grupo Tele Elx) no fue por el hecho de haber iniciado su actividad con posterioridad a la aprobación de la LTC sino porque ambos operadores habían comenzado a ofrecer, además de televisión por cable, servicios de telefonía e internet.

<sup>87</sup> Así consta en el acta del Consejo de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 16 de marzo de 2000, en relación con el Expediente 2000/1857. Recuperado de: [http://telecos.cnmc.es:8080/c/document\\_library/get\\_file?uuid=d0ef03a7-d4ab-4ce8-922d-e091332c828e&groupId=10138](http://telecos.cnmc.es:8080/c/document_library/get_file?uuid=d0ef03a7-d4ab-4ce8-922d-e091332c828e&groupId=10138)



el segundo operador de telefonía fija en España por detrás de Telefónica, y la Caja de Ahorros del Mediterráneo. El capital social de Med Telecom superaba ampliamente los dos mil millones de pesetas.

En 2003, los diarios económicos publicaban una operación financiera de gran calado: la absorción de la operadora de cable Med Telecom por el holding de empresas de telecomunicaciones Auna<sup>88</sup>. En el acuerdo comercial, Auna entregaba el 1,5% de las acciones de su filial, Auna Telecomunicaciones, a cambio de la totalidad del capital de Med Telecom. Así, Auna se implantaba en la Comunidad Valenciana con una cartera que superaba los 23.000 clientes en un radio de acción centrado en Alicante y Elche.

Tuvimos buenas ofertas y en el año 2003 vendimos a Auna toda la red de fibra óptica que después pasó a manos de Orange y que, finalmente ha acabado siendo propiedad de ONO. Los accionistas locales nos quedamos tan sólo con el canal local de televisión, Tele Elx, y una emisora de radio que hoy emite como Radio Marca [en la actualidad, Tele Elx Radio Marca]. (Rodes, 2013)

Todos los operadores de cable que han sucedido a Med Telecom llevan incorporada la señal de Tele Elx en su oferta multicanal.

---

<sup>88</sup> Auna ya participaba en Med Telecom con un paquete del 10%. El resto del accionariado estaba repartido entre la CAM (30,2%); los fundadores (35,7 %); la sociedad de capital riesgo Barings Communications Equito (19,28%); y los fondos Invercova I y II (4,82%) que a su vez estaban participados también por la CAM, Bancaja y la Generalitat Valenciana.

### **3.4.- El grupo multimedia de Tele Elx**

El entramado societario y mediático que tiene como empresa matriz a Tele Elx tuvo desde su origen una marcada vocación multimedia. A escala local, este grupo de comunicación se avanzó en más de una década a las estrategias empresariales que desarrollaron los grandes medios nacionales a finales de los años noventa. La necesidad obligó a Tele Elx a emprender simultáneamente un proceso de convergencia empresarial y tecnológica entre el canal de televisión y la primitiva sociedad instaladora de cable que posteriormente se convertiría en una importante red de telecomunicación local. Luego se incorporaron al grupo una emisora de radio y una revista para desembocar en una primitiva plataforma digital multimedia, Infoexpres, que en la actualidad opera como Teleelx.es.

Este proceso convergente entre las diversas sociedades que componen este grupo de comunicación local, sus plantillas y redacciones modificó, de forma gradual, la esencia de las rutinas de trabajo del grupo tanto en la búsqueda, la elaboración y la distribución de sus productos audiovisuales hasta culminar en lo que Salaverría y García Avilés (2008) consideran el grado máximo de convergencia: la integración. A continuación repasaremos de manera individualizada la identidad de cada uno de los medios que componen el grupo Tele Elx. Lo haremos siguiendo, en la medida de lo posible, el orden cronológico de su constitución aunque en el caso del canal de televisión, al ser un objeto de estudio transversal en esta investigación, obviaremos los orígenes del mismo al haber sido expuesto en epígrafes anteriores.

### 3.4.1.- Radio Exprés

En 1989, la mercantil “Producciones Imagen y Sonido S.A., vinculada al canal de televisión local, obtuvo una concesión radiofónica de la Generalitat y comenzó a emitir con el nombre de Radio Exprés. Esta emisora hermana compartió desde el principio sus instalaciones con Tele Elx y en la actualidad emite programación local la mayor parte del día. No siempre fue así ya que durante sus veinticinco años de existencia ha ejercido como emisora asociada de otras cadenas radiofónicas de ámbito estatal: Antena 3 Radio hasta el año 1992; Cadena COPE hasta octubre de 2011 y desde esa fecha, con Radio Marca. En la actualidad Radio Exprés ha cambiado su nombre por el de Tele Elx Radio para unificar la imagen de todos los medios del grupo y aprovechar el bagaje de identidad que aporta la marca líder. Esta emisora se puede sintonizar en el 101.4 del dial de FM. También se puede seguir en *streaming* a través del portal teleelx.es y de las aplicaciones para dispositivos móviles disponibles a través de su página web.

Su parrilla de programación propia ha ido ganando peso, en tiempo y contenidos, respecto a etapas anteriores en las que actuaba como delegación local. En un informe sobre el Estado de la Comunicación en Elche realizado en 2009 se contabilizaban un total de ocho desconexiones locales<sup>89</sup>: dos espacios deportivos, un magacín, cuatro informativos breves y otro de duración más extensa (García Avilés y Arias, 2009). En 2015, la producción local de Tele Elx Radio se amplió hasta trece

---

<sup>89</sup> Los datos recogidos en el informe elaborado por el Grupo de Investigación en Comunicación de la Comunidad Valenciana (GICOV) de la Universidad Miguel Hernández hacen referencia a un periodo en que Radio Exprés estaba asociada a la cadena COPE

horas diarias de emisión de lunes a viernes, de siete de la mañana a ocho de la tarde, momento en el que conecta con Radio Marca. Durante el fin de semana ofrece un magacín local de 9 a 14 horas y un programa deportivo de tres horas, cuyo horario de emisión se ajusta al calendario de partidos del Elche C.F.

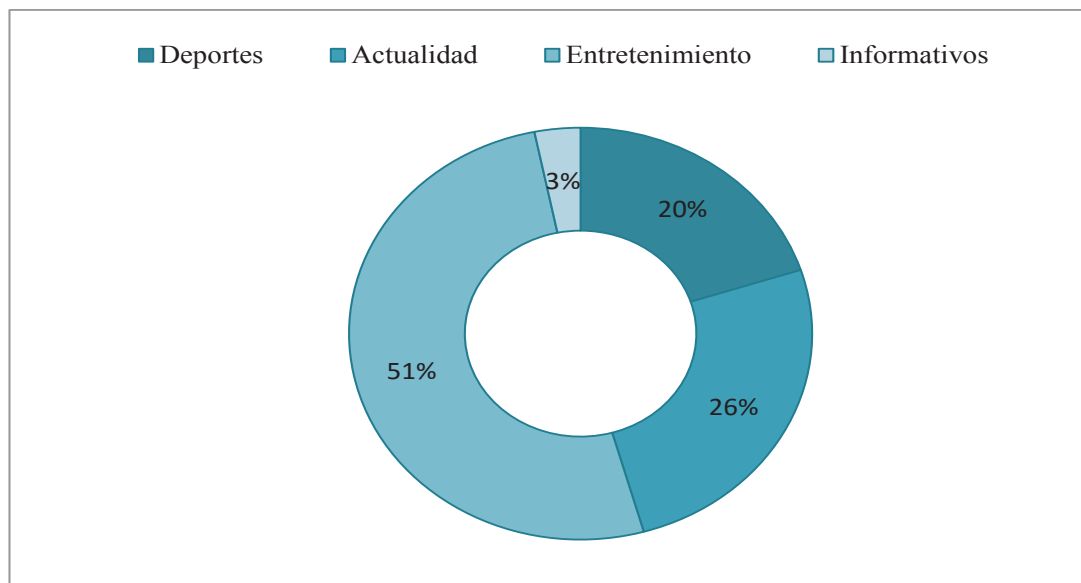
Los contenidos de actualidad local protagonizan la oferta matinal con dos magacines diarios: “Elx bon día”, con un formato desenfadado más cercano a la revista de prensa, y “La Glorieta”, un magacín de corte clásico donde predomina la información municipal y de servicio a la ciudadanía. Este segundo programa, conducido por la directora de Tele Elx, suele marcar la agenda informativa del día para todo el grupo de comunicación ya que por sus micrófonos pasan los actores que protagonizan la actualidad política, social, económica y cultural de Elche. Una cuarta parte del tiempo total de las emisiones de esta emisora se destina a este tipo de programas contenedores que simultanean su emisión en radio, televisión e internet.

Los espacios de entretenimiento son los más numerosos dentro de la parrilla de Tele Elx Radio con tres programas diarios de lunes a viernes y uno que ocupa toda la franja matinal durante los fines de semana. Se trata de magacines con un empaquetado distendido donde los contenidos sociales, culturales y musicales adquieren más relevancia, a diferencia de los programas de actualidad local que mencionamos en el párrafo anterior, donde los contenidos políticos asumen un mayor peso específico. En esta categoría se incluyen los formatos de “A buenas horas”, “Para ti”, “Vive la tarde” y “Fin de semana”, que suponen el 51,2% de la programación radiofónica de este canal.

Otra de las apuestas programáticas de Tele Elx Radio en cuanto al contenido es, sin duda, la información deportiva local con dos programas diarios de lunes a viernes, “Elche en punta” y “El remate”. Esta oferta tiene continuidad durante los fines de semana con el programa “estrella” de la radio, “El Marcador”, donde se retransmiten en directo los partidos del Elche C.F. El tiempo destinado al deporte de proximidad alcanza un 20% del total de la programación semanal de Tele Elx Radio.

Por último, nos referiremos a los espacios informativos puros, considerando éstos como aquellos que ofrecen exclusivamente información en formato clásico de boletín o noticiario radiofónico. Este tipo de programas tiene una presencia residual en la parrilla de Tele Elx Radio, con un insignificante 3,2%. Se trata de un pequeño informativo de quince minutos donde se resumen los contenidos más relevantes de los magazines de actualidad local emitidos a lo largo de la mañana y se avanzan los temas del noticiario principal del grupo, Tele Nit, que se emite por la noche en el canal de televisión. Sin embargo, sería un error considerar que este porcentaje tan exiguo de informativos “puros” en Tele Elx Radio supone un tratamiento insuficiente de la información de proximidad. Más bien al contrario, la fórmula parece razonable porque evita redundancias innecesarias y se ajusta a los nuevos modelos de distribución de la información de un grupo multimedia. Hay que tener en cuenta que dicha información se va desgranando a lo largo de toda la mañana en los diferentes espacios radiofónicos, que está disponible en el portal teleelx.es y que se va actualizando a través de las redes sociales del grupo, de las que nos ocuparemos más adelante. La distribución porcentual de los contenidos de Tele Elx Radio se puede apreciar de una manera más evidente en el gráfico inferior.

**Gráfico 3.1. Contenidos de programación de Tele Elx Radio. Otoño/Invierno 2015**



Fuente: elaboración propia

En la tabla 3.2 se detalla la oferta de programación de la emisora durante la temporada otoño-invierno de 2015 y su distribución dentro de la parrilla semanal.

**Tabla 3.2. Programación semanal de Tele Elx Radio en 2015**

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
07:00	ELX BON DIA					Conexión nacional	
08:00							
09:00	LA GLORIETA						
10:00							
11:00	A BUENAS HORAS					FIN DE SEMANA	
12:00							
13:00	INFORMATIVOS						
13:15	ELCHE EN PUNTA						
14:00	INFORMATIVOS/ELCHE EN PUNTA (Redifusión)						
15:00	PARA TI					Conexión nacional	
16:00	EL MARCADOR						
17:00	VIVE LA TARDE						
18:00	(horario flexible según días y hora de los partidos del Elche C.F.)						
19:00	EL REMATE						
20:00	CONEXIÓN NACIONAL CON RADIO MARCA						

Fuente: elaboración propia con información de Teleelx.es

Para elaborar esas 78 horas de programación semanal propia, Tele Elx Radio cuenta con un equipo de 11 personas que suelen realizar funciones polivalentes de control técnico, redacción, locución e interacción en redes sociales. Este fenómeno de polivalencia profesional y convergencia de redacciones se produce por una combinación de factores tecnológicos, empresariales, productivos, profesionales y espaciales que han incentivado el acercamiento entre medios que antes gozaban de una mayor autonomía. Esta confluencia es consecuencia, por un lado, del abaratamiento de las nuevas tecnologías de la comunicación y la democratización de su uso, que han facilitado el acceso para los medios locales. Por otro, de la crisis publicitaria, agravada en el caso de Tele Elx por la situación de ilegalidad en la que se ha mantenido el canal de televisión desde 2006, que ha supuesto una importante pérdida de ingresos. Para sortear este último obstáculo, la empresa ha reducido su plantilla, ha unido las redacciones y ha fomentado la polivalencia de sus profesionales. En el caso de los periodistas, esta polivalencia la entendemos, siguiendo a García Avilés (2006), como la capacidad de elaborar y difundir noticias en varios soportes y viene provocada, en la mayoría de los casos, por un proceso de convergencia de redacciones

En cuanto a sus contenidos, Tele Elx Radio apuesta por una oferta que interese más a la gente, con temáticas que sintonizan con el llamado periodismo de servicio que se caracteriza por ofrecer a sus oyentes datos útiles para su vida cotidiana (López, 2004b). De esta forma, se prima un tipo de información muy próxima al ciudadano, abierta a colectivos sociales, donde se favorece la participación activa a través de temas lúdicos y culturales mediante formatos híbridos que suman información y entretenimiento.

### 3.4.2. Revista Tele Elx

Aquella primitiva aspiración de fundar un diario local que tuvieron los socios fundadores y que, como hemos explicado, nunca se llevó a cabo, se plasmó años más tarde en la edición de una revista que perseguía tres objetivos principales:

1. Servir de guía para la programación de Tele Elx y del resto de canales que difundían a través de su red de cable.
2. Impulsar Radio Exprés
3. Afianzar la imagen de la marca del grupo a través de la promoción de las “estrellas” de la cadena.

El viernes 15 de mayo de 1992 salió a la calle, encartado en el diario Información de Alicante, el primer número de la revista semanal Tele Elx. La editaba Cosistel S.A.L. y la dirigía Juanjo Cardenal. Anteriormente había habido otro intento que no había funcionado. El editorial de ese primer número, “De nuevo con ustedes”, se refería a la conveniencia de ofrecer este servicio complementario a la oferta televisiva ante “el continuo reclamo” de los abonados. Con esta revista se pretendía dar información de las programaciones televisivas de los distintos canales que se ofrecían a través de la red: “Haremos especial hincapié en aquellos canales que solo pueden captarse a través de la red de cable y que hoy son canales ciegos al no contar con ningún soporte de información orientativa”, explicaba el editorial.

Además de la programación de Tele Elx y la de los cinco canales nacionales públicos y privados que operaban en España en aquel momento, la revista incluía la



programación de tres televisiones autonómicas (TV3, Canal 9 y Canal Sur) y los canales internacionales captados por satélite que Tele Elx distribuía a sus abonados: Screensport, Galavisión, MTV, TVE Internacional, RTL, La Cinq y Eurosport.

Tele Elx Revista también incluía pequeños reportajes sobre temas de actualidad<sup>90</sup>, entrevistas a personajes locales y secciones de salud, gastronomía, pasatiempos y bolsa de trabajo. Durante un tiempo promocionó su propia plantilla, tanto de Tele Elx como de Radio Exprés, a través de una sección llamada “Autorretrato” donde se daban a conocer detalles personales de las caras y voces más conocidas del grupo. Estas entrevistas podrían considerarse un ensayo de creación de un *star system* propio para afianzar la imagen de marca, una estrategia de posicionamiento que posteriormente ha proliferado en otros grupos mediáticos. Otro de los cometidos de la revista era instruir a sus abonados sobre las nuevas posibilidades que ofrecía la instalación de la banda ancha, cómo funcionaba la teledifusión por cable o sobre las leyes que regulaban el sector. La revista Tele Elx desapareció en 1994 cuando su director, Juanjo Cardenal, abandonó la cadena para incorporarse a otros destinos profesionales.

---

<sup>90</sup> Entre los contenidos de la revista Tele Elx había reportajes de proximidad como “Elche frente al SIDA” “Que se va El Altet” o “Ir de putas”, sin olvidar otros temas de actualidad internacional como “Yugoslavia: la guerra de todos” o “Juegos Paralímpicos”. También se incluían una o varias entrevistas con personajes relevantes de la sociedad ilicitana como el pintor Sixto Marco o el reportero de guerra José Félix Abad.

Figura 3.3. Portada nº 1 de Tele Elx Revista y secciones de números sucesivos



Fuente: Revista Tele Elx 1992

### 3.4.3. El canal 41: la emisión en abierto de Tele Elx

Tele Elx ha emitido por cable desde el momento de su creación hasta el día de hoy al ir incluida en el paquete multicanal que ofrece la operadora Vodafone (antes ONO) que gestiona en la actualidad la red de cable en Elche, pero desde el año 1995 se pudo ver también por ondas a través del canal 41 de la UHF. La razón de este cambio

no estribaba tanto en la competencia de las otras dos televisiones locales que en esa época emitían por ondas en Elche sino en la promulgación de la Ley de de Televisión Local por Ondas Terrestres de 1995 que aprobó el gobierno socialista de Felipe González al final de su última legislatura. Concretamente, la razón se podía leer en su Disposición Transitoria Única donde se establecía que todas las televisiones locales que estuvieran emitiendo por ondas terrestres antes del 1 de enero de 1995 podrían seguir haciéndolo hasta que se convocaran los concursos públicos y se adjudicaran las concesiones correspondientes. “Fuimos al notario y le dijimos: sintonice el canal 41 y vea que estamos emitiendo. Sin abandonar el cable empezamos a emitir por ondas y el motivo fue la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres del diciembre del 95” (Torres, 2014).

Luis Torres sostiene que atendiendo a esa ley del año 1995, publicada en el BOE, Tele Elx cumplía los requisitos para ser considerada una televisión legal ya que la desidia de los legisladores a la hora de desarrollar el plan técnico y la asignación de frecuencias “no tenían por qué pagarla los ciudadanos” (Torres, 2014). Efectivamente, en marzo de 1996 cambió el gobierno del Estado, llegó al poder el Partido Popular, que se había opuesto en su día a la aprobación de dicha ley, y paralizó su desarrollo tras no obtener el consenso necesario para modificar algunos aspectos. Las televisiones locales siguieron inmersas en su particular “abismo regulatorio” hasta que se fijó el marco de la Televisión Digital Terrestre Local en 2004.

En la ficha de Tele Elx<sup>91</sup> que recogía el censo de la AIMC en 2002 ya consta ese doble sistema de difusión por cable y ondas terrestres. Entre los datos aportados por este canal aparece su segunda ubicación, en la calle Vicente Blasco Ibáñez, la red de emisoras locales a la que pertenecía, UNE, el porcentaje de producción propia, un 60%, la cuota mensual de abono, 14 euros e incluso el precio de un spot publicitario en *prime time*, 90 euros.

Cuando Tele Elx se pudo ver simultáneamente por cable y por ondas, el canal amplió su zona de influencia a otras localidades próximas como Torrellano, El Altet, Crevillente o Santa Pola a las que antes no podía acceder por la servidumbre que imponía el cableado. En ese momento ya habían aparecido otras dos televisiones locales más en Elche que se distribuían por ondas terrestres<sup>92</sup> lo que supuso una competencia desconocida hasta entonces para esta emisora pionera en el mercado audiovisual local.

En anteriores episodios de crisis vividos en Tele Elx, como el de la reducción de la oferta cinematográfica, el canal había apostado de forma decidida por la producción propia. Su estrategia consistió en una amplia oferta de programas de entretenimiento realizados dentro y fuera de los estudios, llevando la televisión a las plazas, a los colegios e institutos, a las salas de fiesta, a la playa e incluso a lugares como Ibiza y Mallorca donde se grabaron programas con ilicitanos que residían en las islas, avanzándose así a los formatos de *reality* que han triunfado posteriormente en la

---

<sup>91</sup> Tele Elx está censada en la ficha 455 del Censo de Televisiones Locales elaborado por la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) en la página 334.

<sup>92</sup> Esas nuevas televisiones locales de Elche fueron Televisión de Elche (1994) y Canal 39 (1995) a las que nos referiremos más explícitamente en un epígrafe posterior.

televisión (Alonso, 2013). Esa fórmula de supervivencia, basada exclusivamente en recursos propios humanos y técnicos, no resistió largo tiempo y hubieron de recurrir a otras técnicas como la redifusión de contenidos y la incorporación a redes de televisión local para compartir franjas de emisión común.

Cuando Med Telecom vendió la empresa de cable desaparecieron también los ingresos provenientes de los abonados que habían sostenido a Tele Elx desde sus orígenes. El grupo hubo de comenzar una nueva etapa sin ese respaldo financiero y mantenerse exclusivamente con las aportaciones derivadas de la publicidad y del patrocinio de algunas entidades de carácter público o mixto. Como explica Rosmari Alonso (2013)<sup>93</sup>:

Fue una etapa dura. Tuvimos que fijar nuestra prioridad en la información y olvidarnos de todos esos programas de entretenimiento que habíamos hecho en años anteriores. Ya no podíamos tener ni productores, ni maquilladoras ni todo ese despliegue de personal al que estábamos acostumbrados. Menos mal que la radio funcionaba muy bien y durante ese tiempo sostuvo económicamente a la tele.

La programación empezó a rellenar esos huecos que no se podían cubrir a través de producción propia con la redifusión, una práctica bastante común entre las televisiones locales, pero inédita en la historia de este canal. En 2002, Tele Elx se incorporó a una de las múltiples redes de televisiones locales que surgieron en el entorno audiovisual de proximidad, UNE. Esta red, a la que pertenecían 63 emisoras distribuidas por todo el país, estaba participada por dos empresas del entorno de

---

<sup>93</sup> Entrevista personal realizada a Rosmari Alonso, actual jefa de informativos de Tele Elx, el 7 de noviembre de 2013.

Telecinco: Publimedia para gestionar la publicidad y la agencia Atlas que proporcionaba contenidos informativos. UNE ocupaba el segundo lugar en el ranking de hogares españoles que tenían sintonizado algunos de sus canales asociados, con una penetración del 24,3%. Localia, que también tenía emisora en Elche, ocupaba el primer puesto con un 24,9% (Román, 2005).

Sin embargo, esta relación no fructificó y poco después, en 2004, Tele Elx se asoció con la cadena Popular TV, propiedad de la Conferencia Episcopal (De Haro, 2008). Durante esa época existía una estrecha relación entre ambos medios ya que la emisora del grupo, Radio Expres, mantenía un convenio en vigor con la cadena COPE desde 1992.

Nada hacía presagiar la debacle que se avecinaba tras las adjudicaciones de licencias de TDT-L que estaban a punto de salir a concurso. Las expectativas de Tele Elx ante un panorama prometedor se hicieron evidentes al abandonar los antiguos estudios de la avenida de Blasco Ibáñez donde habían permanecido los últimos 15 años para trasladarse a una nueva sede en la calle La Fira. Era octubre de 2003. En estas instalaciones, situadas en el centro de Elche, junto a la basílica de Santa María, “se refuerza considerablemente el aspecto técnico del canal, adaptando su emisión a las nuevas tecnologías y poniendo en marcha Infoexpres” (Tele Elx, 2007: 31). La empresa matriz que englobará a partir de este momento el canal de radio, el de televisión y el futuro portal web pasa a denominarse Firamedia.

En la actualidad, Tele Elx se nutre exclusivamente de programas de producción propia que redifunde en diversas franjas horarias y establece sinergias entre las parrillas de televisión y radio. Durante la mañana el peso de la programación recae sobre Tele Elx Radio desde las 10 hasta las 14 horas y se puede ver en televisión a través de una webcam instalada en el estudio. Toda la programación se difunde por *streaming* en su página web y está disponible a través de una aplicación para dispositivos móviles de IOS y Android.

Esta convergencia de redacciones y programaciones entre los diferentes medios que componen hoy el grupo Tele Elx es producto de una tendencia generalizada en el sector de los medios de comunicación, de la crisis económica y publicitaria pero sobre todo de la agónica situación vivida por este canal durante la última década. Casi diez años de resistencia activa como televisión ilegal desde que la Generalitat no le concediera ninguna de las tres licencias privadas de TDT-Local en la demarcación de Elche.

#### **3.4.4. Infoexpres**

En ese contexto de ilegalidad en el que se desenvolvía el canal de televisión local, tras ser excluido en el reparto de concesiones de TDT-L, nació Infoexpres, un ciberdiario que se nutría de los contenidos aportados por la televisión y la radio del grupo de Tele Elx (García Avilés y Carvajal, 2010). Este portal de información local puesto en marcha en 2007 ha evolucionado hasta convertirse en el actual Teleelx.es, una



plataforma *on line* más moderna y mejor diseñada que mantiene el espíritu aglutinador de contenidos de su grupo multimedia (Campello, 2015)<sup>94</sup>.

Infoexpres fue la respuesta del grupo Tele Elx ante la necesidad de incorporarse al nuevo ecosistema digital de periodismo hiperlocal que se venía desarrollando en Elche desde principios del año 2000. En este caso no fueron pioneros como lo habían sido en el sector audiovisual a finales de la década de los ochenta. Los diarios La Verdad e Información ya habían creado sus ediciones digitales donde incorporaban noticias de Elche; Radio Elche Cadena Ser publicaba los contenidos de su emisora local en su página web; otras instituciones públicas y privadas, como el Ayuntamiento o el Elche C.F., contaban ya con plataformas *on line* donde ofrecían información de servicio al ciudadano y en 2006 apareció *ésElx*, el primer cibermedio digital de la ciudad (Arias, 2010).

El nacimiento de Infoexpres se enmarcaba también dentro de un plan de empresa más ambicioso que perseguía mejorar la reputación corporativa del grupo Tele Elx. Para ello, Firamedia encargó un plan integral de comunicación para optimizar sus objetivos empresariales y asentar la imagen de la entidad en la sociedad. Este grupo de comunicación local, que había perdido parte de su influencia mediática con el incremento de la competencia televisiva y tras ser excluido de las licencias de tdt, buscaba recuperar su posición como referente informativo entre la opinión pública ilicitana. Infoexpres surgió con la filosofía de replantearse el concepto de proximidad en

---

<sup>94</sup> Entrevista realizada a Salvador Campello, responsable del portal Teleelx.es el 23/11/2015



un entorno digital que sirviera a la vez como nexo de unión entre los dos medios con los que ya contaba el grupo y como una estrategia de posicionamiento en la red con vistas al futuro (García Avilés y Carvajal, 2010).

Para desarrollar este nuevo medio en una situación de inestabilidad económica era imprescindible ahondar en el proceso de convergencia entre las distintas redacciones y contar con la participación de los redactores existentes que debían ampliar sus tareas para dotar de contenidos el nuevo soporte digital. No obstante, esta polivalencia funcional junto a la falta de destrezas informáticas de la mayoría de los redactores y el desconocimiento de las nuevas narrativas digitales se hicieron patentes en los primeros diseños de Infoexpres donde se conseguía ahorrar costos pero a costa de rebajar la calidad de sus contenidos. El análisis de la página web realizada por la empresa Homo Sapiens detectó las fragilidades de Infoexpres tanto en aspectos formales de diseño, como de posicionamiento empresarial y de contenidos. Entre ellas destacaban:

1. Falta de estructura en el *home* con mucho recorrido en la pantalla
2. Desaprovechamiento del espacio al tener las noticias un formato rectangular
3. Falta de jerarquización y actualización de los temas
4. Inexistencia de información propia del web
5. Carencia de enlaces internos y externos que den profundidad a las noticias
6. Ausencia de imagen corporativa

García Avilés (2013:311) describía el diseño de Infoexpres como “fundamentalmente estático” y constataba que en su navegación, “los sumarios no incluyen menús desplegables, acompañan a las cabeceras y se mantienen en las páginas

interiores de modo que se transmite cierta sensación de continuidad”. Para corregir esos defectos de falta de operatividad y accesibilidad, se llevaron a cabo varios rediseños con los que consiguieron ampliar el número de usuarios únicos mensuales desde los 15.000 iniciales, a 30.000 en 2010 y a 85.000 en la actualidad, con un portal totalmente renovado que opera bajo la marca teleelx.es (Campello, 2015).

Respecto a los contenidos ofrecidos, Infoexpres marcó desde el principio un modelo donde se prestaba más atención a temas sociales, deportivos y de servicios que no a los tradicionales de política y economía que ocupaban espacios más relevantes en el resto de cibermedios locales. En la actualidad, Infoexpres ha evolucionado hacia una plataforma multimedia, Teleelx.es, de la que nos ocuparemos más adelante.

Una vez descritos todos los medios que han formado o forman parte del grupo Tele Elx desde sus orígenes hasta la actualidad, es conveniente centrarnos en el canal de televisión que es nuestro principal objeto de estudio. No obstante, para entender la posición de relevancia que ha ocupado Tele Elx dentro de su contexto sociocultural y hallar las claves que la relegaron durante años a una situación de ilegalidad administrativa, es necesario fijar nuestra atención en sus alrededores mediáticos audiovisuales. Desde 1987 Tele Elx desarrolló su actividad en solitario si excluimos la aparición episódica de un canal promovido por un grupo de empresarios de videoclubes locales que intentaron, sin éxito, competir con él. Pero a mediados de la década de los noventa irrumpieron en el espacio radioeléctrico de Elche otras ofertas audiovisuales que introdujeron variables, hasta entonces desconocidas para Tele Elx, como la lucha por la audiencia, por el patrocinio institucional y el mercado publicitario local.

### 3.5.- Las otras televisiones locales de Elche

Mientras Tele Elx, a pesar de los baches económicos, se consolidaba como televisión de proximidad, crecía como grupo mediático de referencia en la ciudad y ampliaba su red de cableado de banda ancha, en Elche fueron apareciendo otras ofertas de televisión local. El primer canal que surgió como competencia de Tele Elx, poco después de su inauguración, se llamó Televisión Ilicitana (TVI). La iniciativa, sin demasiado recorrido y hoy casi olvidada, partió de un grupo de propietarios de videoclubes que ocuparon el canal 34 de UHF. Esta efímera televisión local empezó emitiendo exclusivamente películas en horario nocturno y posteriormente amplió su programación con información local que presentaba Conchi Álvarez. TVI creó también una pequeña red de cable por el centro de la ciudad hasta que fue absorbida por Tele Elx, que compró parte de su equipamiento técnico, sobre todo cámaras profesionales de U-Matic, y fichó a la propia Álvarez (Aranda, 2014).

Una vez contrarrestado aquel primer conato de competencia, Tele Elx no encontró rival en el sector audiovisual local hasta diciembre de 1994 cuando apareció la segunda de las televisiones locales de la ciudad. En un principio se llamó Canal 34, luego pasó a denominarse Televisión de Elche y en su última etapa, en el año 2000, se convirtió en Localia TV tras unirse a la red de emisoras de televisión local que lideraba el grupo Prisa a través de Sogecable. Su propietario era Juan Garrigós, dueño también de Radio Elche, que desde entonces mantuvo una pugna no disimulada con la emisora decana por el liderazgo de la televisión local en Elche. Esta abierta hostilidad tuvo su máximo exponente con la intervención activa de Garrigós en el “caso Cosistel”, como

mencionamos en epígrafes anteriores. Esta televisión, que emitía por el canal 41, desapareció al no obtener licencia de TDT<sup>95</sup> para operar en Elche y no ser económicamente viable para el grupo Prisa que cerró su red de televisiones locales el 31 de diciembre de 2008.

Según datos recogidos en el censo de televisiones locales elaborado por la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación (AIMC) en 2002, Localia Televisión de Elche emitía 24 horas de lunes a domingo, con un 24% de programación propia, en un área de cobertura que abarcaba Elche, Santa Pola, y Vega Baja. Su sistema de difusión era exclusivamente terrestre y el precio de un spot de 20 segundos en *prime time* se situaba en 36 euros.

Los escasos estudios de audiencia sobre las televisiones locales en España no suelen desagregar los datos de cada canal debido a la irrelevancia de los porcentajes y a la falta de interés de los mercados publicitarios. Por ello, las audiencias locales aparecen registradas de manera global o, en el mejor de los casos, distribuidas por cadenas de emisoras locales que no incluyen fichas individualizadas de cada canal asociado. Esa ausencia de mediciones oficiales y fiables nos lleva a recurrir a los sondeos propios que muchas de esas televisiones locales encargan con una periodicidad irregular a la empresa Infortécnica<sup>96</sup>.

---

<sup>95</sup> Localia tuvo 12 emisoras de televisión en la Comunidad Valenciana, en Alcoi, Alicante, Castellón, Denia, Elche, Gandía, Javea, Vinaròs, Ontinyent, Morella, Utiel-Requena y Valencia. En el concurso de licencias de TDT en la Comunidad Valenciana, la Generalitat solo le concedió una en la demarcación de Ontinyent-Xàtiva que no se llegó a explotar.

<sup>96</sup> Infortécnica es una empresa de medición de audiencias especializada en medios locales y regionales. Todos los informes se han recuperado de: [http://www.infortecnica.com/audience\\_esp.php](http://www.infortecnica.com/audience_esp.php)

Localia TV de Elche cuenta con informes de audiencia realizados por dicha empresa durante los años 2002 a 2005. Los resultados obtenidos en esas diferentes encuestas revelan que la audiencia de esta emisora en la franja horaria asociada a ventanas de información local (de 20 a 22 horas) superaba los diez mil espectadores de media. Consultados todos los informes hechos públicos, comprobamos que los datos oscilan muy poco entre unos y otros, por lo que hemos seleccionado uno al azar como muestra de la audiencia de este canal: el sondeo de enero de 2003<sup>97</sup>.

En el último sondeo realizado, "Localia - TV de Elche" es conocida por más del 80 por ciento de la población de Elche y su comarca. El número de telespectadores asiduos alcanza en Elche y Santa Pola un 64 por ciento de la población. Más de 140.000 personas la sintonizan de forma habitual. La media diaria que dedica a la emisora sus asiduos es de 21 minutos. La audiencia media para el total de la población en el área de difusión de la comarca es de casi 13 minutos. El share en Elche y su comarca arroja un porcentaje del siete por ciento del conjunto total de las emisoras que se reciben en el área. En determinadas zonas de la capital el share alcanza el nueve por ciento, índice que supera en cuatro puntos al porcentaje medio de las televisiones locales españolas. El GRP's de la emisora para el conjunto de la comarca es de 16.000 telespectadores, con un incremento del 10 por ciento desde el último sondeo realizado el pasado verano. La punta de mayor audiencia se sitúa en la franja horaria de 20 a 22 horas, periodo que absorbe la mitad de la audiencia. (Infortécnica, 2003)

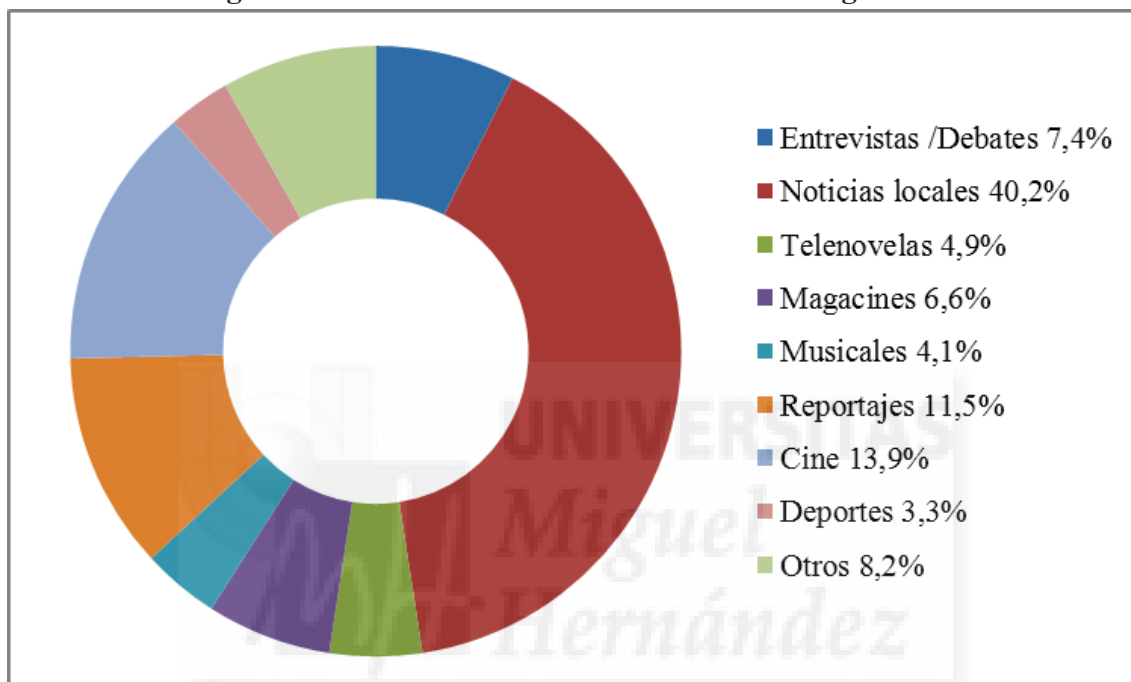
Entre los programas de producción propia más conocidos por la audiencia aparecía el informativo "Noticias Localia Elche", "Crónica de una semana", "Localia

---

<sup>97</sup> El informe se puede consultar en <http://www.audiencia.org/estudios/11156/>

Club”, “Mucho Elche”, “La entrevista” o “Bolsa de trabajo”. En el siguiente gráfico se muestran los géneros con más audiencia de este canal, entre los que destacan, a mucha distancia del resto, con un 40%, los espacios informativos locales.

**Gráfico 3.2. Programas más vistos de Localia TV de Elche. Agosto 2003.**



Fuente: elaboración propia con datos de Infortécnica. Informe agosto 2003

La tercera televisión local de Elche apareció en las pantallas de los ilicitanos en 1995 con el nombre de Canal 39 Baix Vinalopó y se definía a sí misma como una televisión comarcal. Su propietario era Sacramento Alvear, un conocido periodista que había trabajado en numerosos medios de comunicación de Elche y muy ligado al sector audiovisual. Algunos años antes de poner en marcha la televisión local, Alvear había fundado una productora “Dragón Producciones Audiovisuales S.L.” y formaba parte de la Asociación de Empresas de Servicios de Video, Cine y Televisión de la Comunidad Valenciana desde 1990. Este tercer canal local de Elche, atendiendo al orden

cronológico de aparición en las pantallas, emitía por ondas hertzianas a través del canal 39 de la UHF y su cobertura, según se recoge en la ficha del censo de AIMC 2002, abarcaba todo el sur de la provincia de Alicante. Su primera sede estuvo situada en Santa Pola.

Por circunstancias técnicas<sup>98</sup>, en el año 2000 se vio obligado a trasladarse del canal 39 al 48 y cambió su nombre definitivo por el de Tele Dama. En la información proporcionada al censo de la AIMC por la propia empresa en el año 2002, aseguraba emitir 24 horas diarias aunque con una producción propia del 25%. Durante los primeros años ofrecía programación local propia, primordialmente informativos, pero con el transcurso del tiempo acabó conectada con cadenas de concursos telefónicos, videoclips y tele chats. A diferencia de los otros dos canales locales que operaban en Elche, de Tele Dama no se conocen datos de audiencia y tampoco formó parte de ninguna red de televisiones locales hasta que se abrió el concurso para obtener una frecuencia de televisión local privada en la Comunidad Valenciana. Ya bajo la marca de Tele 7, nombre comercial con el que operaba la empresa Comunicación Audiovisual Editores (antigua Tele Dama), obtuvo una de las tres licencias de TDT-L en la demarcación de Elche y se incorporó al grupo Mediamed. Este canal, el único de los tres adjudicatarios que tenía una infraestructura previa para poder emitir desde el primer momento, reunió un plantel de trabajadores, muchos de ellos provenientes de Tele Elx, y puso en marcha una programación local basada sobre todo en espacios informativos.

---

<sup>98</sup> Punt2 cambió su frecuencia al canal 39, ocupado ilegalmente por el canal que dirigía Alvear, cuando el gobierno central concedió el canal 62 desde donde emitía el segundo canal de TVV, a Quiero TV.

Sin embargo, en 2009, hubo de cerrar y despedir a todos sus trabajadores tras conocerse la implicación del empresario José Luis Ulibarri, uno de los mayores accionistas del grupo Mediamed, en la trama Gurtel. La cadena entró en crisis, se declaró en concurso de acreedores y cerró todos sus canales de televisión digital local. En algunos casos, han vendido o alquilado las licencias obtenidas a otras empresas. La licencia de Elche la tiene alquilada actualmente el canal 12 TV, de la empresa Invercom, aunque no dispone de recursos técnicos ni humanos para desarrollar una programación local y se limita a emitir los mismos contenidos de la emisora que 12 TV tiene alquilada en la demarcación de Alicante.

En este epígrafe dedicado a las emisoras de televisión local que compitieron con Tele Elx no hemos hecho referencia a la audiencia de ésta ya que, al ser objeto de nuestra investigación, analizaremos este tema con más profundidad en posteriores epígrafes. Sin embargo, a este respecto cabe mencionar que si Tele Dama no fue rival que ensombreciera la hegemonía de Tele Elx ni en el liderazgo de la información audiovisual de proximidad ni en el mercado publicitario local ni tampoco en el respaldo obtenido por parte de la audiencia, no ocurrió lo mismo con Localia Televisión de Elche. Si nos atenemos a los sondeos encargados a Infortécnica por ambos canales en un período coincidente<sup>99</sup>, los resultados arrojan una ligera ventaja a favor de Localia TV de Elche.

---

<sup>99</sup> Aunque los sondeos no se realizaron exactamente en el mismo período, ya que Tele Elx encargó el suyo en enero de 2005 y Localia TV de Elche, en abril de ese mismo año, la escasa diferencia temporal entre ambos informes nos permite establecer una comparación bastante aproximada de la audiencia de ambos canales a principios de 2005.



**Tabla 3.3. Comparativa de audiencia Tele Elx/ Localia TV Elche (2005).**

	Sintonizado	Seguidores habituales	Espectadores	Tiempo diario	GPR's <sup>100</sup>	Share
TELE ELX	63%	57%	100.000	21 minutos	13.000	7%
LOCALIA	69%	63%	120.000	12 minutos	18.000	7%

Fuente: elaboración propia con datos de Infortécnica.

Los resultados expuestos en la tabla superior muestran un mayor número de hogares que tenían presintonizado en sus televisores el canal de Localia; la cantidad de ciudadanos que afirmaban conectar con esa cadena de forma habitual también era superior, así como el total de espectadores. Sin embargo, los seguidores habituales de Tele Elx aseguraban ver su programación (21 minutos diarios) durante mucho más tiempo que los de Localia (12 minutos diarios). Este hecho constataría un alto grado de fidelidad entre la audiencia de Tele Elx a determinados programas que formaban parte de su menú informativo desde hacía años. Nos estamos refiriendo al noticiario Tele Nit, cuya emisión coincidía, y sigue haciéndolo, con la franja de máxima audiencia de las televisiones locales.

Por otra parte, no hay que olvidar que en el año 2005, que nos ha servido de referencia para establecer esta comparación entre las audiencias de ambos canales, Localia TV de Elche era una emisora asociada al grupo Localia. Excepto en las ventanas de desconexión de cada operador local, esta cadena, con una fuerte implantación en todo el Estado, ofrecía una programación generalista con contenidos de producción externa, capaz de competir con otras televisiones de ámbito nacional y autonómico, donde se incluían películas, teleseries de éxito y partidos de fútbol de

<sup>100</sup> Gross Rating Points expresan el número de impactos producidos por una campaña o spot televisivo.

segunda B. Tele Elx, sin embargo, ha mantenido su carácter independiente durante casi toda su trayectoria. A excepción del corto período en que formó parte de la red local UNE y posteriormente de Popular TV (año en el que se efectuó el sondeo al que hace referencia la tabla 3.3) y de la época inicial, la programación de Tele Elx se ha nutrido de contenidos estrictamente locales.

Una vez esbozado el panorama televisivo de proximidad en Elche desde una perspectiva histórica, de oferta de contenidos locales de producción propia, de niveles de penetración social y de audiencia, resulta cuanto menos curioso que la única de las tres televisiones locales que obtuviera licencia en el concurso de adjudicaciones de TDT-L fuera la antigua Tele Dama.

### **3.6.- El proceso de concesiones de la TDT-L en Elche**

El sector de la TDT-L en la Comunidad Valenciana evoluciona a un ritmo tan vertiginoso que corremos el riesgo de que la información aportada caduque antes de que esta investigación llegue a su término. De hecho, cuando se comenzó esta tesis Tele Elx era una televisión local ilegal que emitía sin licencia sobre la que pesaba un apercibimiento de cierre y una multa de 500.000 euros. Posteriormente, al ganar un recurso ante el Tribunal Supremo en 2012, que dejó en suspenso todas las adjudicaciones de televisiones locales en la Comunidad Valenciana, se convirtió en “alegal” a la espera de un nuevo baremo. En la actualidad, la Generalitat ha rectificado, y en una polémica resolución tomada por el PP durante el período de interinidad

mientras se conformaba el nuevo gobierno, concedió a Tele Elx aquella licencia que le negó en 2006<sup>101</sup>.

Durante estos casi 10 años de ilegalidad, Tele Elx ha vivido una de las peores crisis de toda su trayectoria y a punto ha estado de echar definitivamente el cierre tras un cuarto de siglo de historia siendo el referente informativo de los ilicitanos. La perseverancia de Luis Torres, su confianza en que la justicia, tarde o temprano, les daría la razón y la tenacidad de algunos de sus trabajadores que han aceptado trabajar más por menos salario, son los puntales que han mantenido vivo el canal durante la travesía de su particular desierto.

Pero vayamos despacio en la reconstrucción cronológica de estos acontecimientos que amenazaron la supervivencia de Tele Elx y que han supuesto una reestructuración del mapa audiovisual de proximidad valenciano. El día 5 de julio de 2005 la Generalitat Valenciana convocó el concurso público<sup>102</sup> para la adjudicación de concesiones para la explotación de programas de TDT-Local privadas en 14 de las 18 demarcaciones en que se había dividido la Comunidad Valenciana<sup>103</sup>. Tele Elx optó a una de las tres licencias privadas de la demarcación de Elche. De entre todas las candidaturas, la suya era la más arraigada social e históricamente pero fue excluida en el

---

<sup>101</sup> El Mundo (2015). El PP dio días antes de irse una red de 14 TDT a “Levante” e “Información”. *El Mundo* 13 de noviembre de 2015. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/11/13/5645a5f1ca47411e728b4577.html>

<sup>102</sup> La convocatoria se publicó en el Diario Oficial de la Comunidad Valenciana nº 5.042 del 5 de julio de 2005 pp. 23858-23860. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/05/pdf/2005\\_X7800.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/05/pdf/2005_X7800.pdf)

<sup>103</sup> Las cuatro demarcaciones excluidas de este concurso público fueron Denia, Gandía, Vall d’Uixó-Segorbe y Utiel-Requena, que aún no tenían adjudicado un canal. Su licitación no se produjo hasta el 5 de febrero de 2010.

primer reparto de adjudicaciones que realizó el gobierno del PP en la Generalitat el 30 de diciembre de 2005<sup>104</sup>.

En total, a este concurso se presentaron diez propuestas que pretendían obtener una concesión de TDT-L en la demarcación de Elche. Tres de ellas, Tele Elx, Radio Comunicación S.A (Localia Elche) y Comunicación Audiovisual Editores (antigua Tele Dama) ya operaban en analógico en esta demarcación. Las otras siete no disponían de ninguna infraestructura previa. Las empresas que presentaron ofertas fueron las siguientes:

1. Unedisa Telecomunicaciones SLU
2. Televisión, Medios y Publicidad SLU
3. Televisión Digital Independiente de Valencia
4. Telecanal del Mediterráneo SL
5. Servicios de Difusión TV Tele Elx SAU
6. Comunicación Audiovisual Editores
7. Editorial Prensa Alicantina
8. Homo Virtualis
9. Libertad Digital Televisión SA
10. Radio Comunicación SA

---

<sup>104</sup> La convocatoria señalaba que el órgano de contratación disponía de un plazo máximo de cinco meses, desde la publicación del anuncio de la convocatoria, para la adjudicación de las concesiones. El plazo podía ser prorrogado, como máximo, hasta el 31 de diciembre de 2005. Sin embargo, las concesiones se adjudicaron el 30 de enero de 2006; es decir, fuera del plazo establecido en la propia convocatoria, incluida la prórroga del mismo

La Generalitat encargó a la empresa Doxa Consulting la redacción del pliego de cláusulas administrativas, las prescripciones técnicas y también la valoración de las propuestas presentadas. La mesa de contratación de la Generalitat, formada para este concurso, asumió como propias las valoraciones de dicha empresa externa, lo que supuso, años después, la anulación del proceso como explicaremos más adelante. Julián Sanmartín (2014) tuvo acceso a este baremo realizado por Doxa Consulting. Incluimos el resumen de la puntuación total por el valor del documento.

**Tabla 3.4. Puntuaciones del concurso TDT-L en la demarcación de Elche (2005).**

Empresas	Propuesta Tecnológica	Propuesta Económica	Propuesta Programación	Total Puntuación
Comunicación Audiovisual Editores	138	109	130	377
Editorial Prensa Alicantina	132	96	127	355
Homo Virtualis S.A.	132	102	124	358
Libertad Digital Televisión S.A.	142	114	110	366
Radio Comunicación S.A.	133	103	122	358
Serv. Difusión de TV Tele Elx S.A.U.	134	89	124	347
Telecanal del Mediterráneo	120	97	117	334
TV Digital Independ. de Valencia S.L.	125	94	123	342
TV, Medios y Publicidad S.A.U.	128	108	122	358
Unedisa Telecomunicaciones S.L.U.	142	113	116	371

Fuente: elaboración propia con datos de la tesis doctoral de Julián Sanmartín (2014)<sup>105</sup>

Como se ha podido observar en la tabla 3.4., en la demarcación de Elche, las empresas adjudicatarias<sup>106</sup> de los tres canales privados fueron los que aparecen reflejados en la Tabla 3.5.

<sup>105</sup> El documento original le fue facilitado a Sanmartín por Juan Garrigós, director de Radio de Elche y de la desaparecida Localia TV Elche

<sup>106</sup> Resolución dictada con fecha 30 de enero de 2005 por el Conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Generalidad Valenciana por la que se adjudican las concesiones para la explotación

**Tabla 3.5. Concesiones de TDT-L privadas en la demarcación de Elche en 2006.**

Demarcación	Concesionarias	Marca
ELCHE	Comunicación Audiovisual Editores	Tele 7
	Unedisa Telecomunicaciones	Aprende Inglés
	Libertad Digital	Libertad Digital TV

Fuente: elaboración propia

De los tres canales de televisión locales con presencia en la ciudad de Elche, se quedaron fuera los dos con más arraigo popular y más audiencia: Tele Elx y Localia. Entre las empresas concesionarias, Unedisa, perteneciente al grupo El Mundo, nunca ha emitido contenidos locales y su frecuencia ha estado ocupada por el canal Aprende Inglés. Por su parte, Libertad Digital, vinculada al periodista Federico Jiménez Losantos, ofreció programación local en esta demarcación durante un período corto en el que este canal estuvo dirigido por el periodista Sacramento Alvear<sup>107</sup> pero la mayor parte del tiempo emitía en cadena. Posteriormente alquiló la frecuencia a otra televisión local, Única TV, que también ha dejado de emitir. El propio Alvear reconocía la precariedad del proyecto, que se veía reflejado tanto en el equipo como en los contenidos, durante su intervención en las IV Jornadas Internacionales de Periodismo de la UMH:

---

de programas de televisión digital terrestre con cobertura local en la CV. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2006/02/08/pdf/dogv\\_5194A.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2006/02/08/pdf/dogv_5194A.pdf)

<sup>107</sup> Alvear vendió su participación en Comunicación Audiovisual Editores (Tele 7) con la que obtuvo licencia de TDT-L en la demarcación de Elche y se incorporó como director de la emisora local otorgada a Libertad Digital.

Nos encontramos con que se estaban haciendo unos informativos que no eran los que queríamos: simplemente se acudía a ruedas de prensa, se montaba, se hacía un informativo de quince minutos y ya está. (...) Nos planteamos si debíamos hacer lo que se está haciendo en la mayor parte de la televisión local en TDT, ¿vamos a hacer una radio televisada, nos sentamos aquí cuatro o cinco y hablamos? (...) Nosotros hemos ido a por otro segmento del mercado y tratamos de hacer programas sectoriales para ver si aquella gente que iba a las televisiones a contar los suyos y no podía, sale y a partir de ahí empezamos a plantearnos el informativo. ¿Por qué? Pues porque habíamos despedido a toda la plantilla y hemos tenido que crear equipos nuevos. (González Mesa et al, 2009:84)

Ni Unedisa ni Libertad Digital tenían ningún tipo de vinculación con el sector audiovisual de Elche. Tampoco disponían previamente de contactos con alguna emisora local que les facilitara el asentamiento en la ciudad, por lo que debían partir de cero. Comunicación Audiovisual Editores, sin embargo, sí disponía de una infraestructura mínima que le permitió arrancar sus emisiones con una producción informativa propia y una plantilla de trabajadores que conocían el entorno social y comunicativo locales. Este grupo se constituyó sobre la base de pequeñas televisiones locales que ya operaban en analógico en aquellas demarcaciones donde pretendían conseguir licencias. En Elche lo hicieron a través de Tele Dama, que emitía desde 1995 aunque en los últimos años se había convertido en un canal que solo emitía videoclips y anuncios eróticos.

No obstante, detrás de este grupo de pequeñas emisoras locales, agrupadas bajo el nombre de Comunicación Audiovisual Editores, operaba Mediamed, propiedad de un

grupo de empresarios próximos al Partido Popular<sup>108</sup>, que fue tomando participaciones en el accionariado de estas televisiones locales hasta hacerse con el control. La estrategia de Mediamed consistía en adquirir paquetes minoritarios de acciones de Comunicación Audiovisual Editores y otras pequeñas emisoras locales antes de la adjudicación del concurso de las TDT-L en la Comunidad Valenciana y una vez conseguidas las licencias, obtener porcentajes mayoritarios que le dieran el control de esas sociedades<sup>109</sup>.

En realidad, para salvar las apariencias, Mediamed no obtuvo directamente las concesiones, sino que participó en terceras empresas adjudicatarias en porcentajes diversos y, poco después de la adquisición, se convirtió en dueño de la mayor parte del capital de tales empresas. (...) La marca con la que surgió esta televisión fue Tele7, que se vino abajo cuando Ulibarri fue imputado en el caso Gurtel. Por entonces, el empresario leonés, al margen de Tele7, poseía la concesión de la Televisión Municipal de Valencia que también tuvo que vender a finales de 2009, tras su imputación, a la mercantil 123 Comunicaciones. La estrategia de construcción de grupos mediáticos a través del control de las concesiones administrativas de frecuencias de radio y frecuencias de TDT no sólo se desmoronó por el efecto conjunto de la imputación judicial de algunos empresarios de los medios receptores de las adjudicaciones y de la crisis económica, sino también por el fallo del Tribunal Supremo que el 18 de julio de 2012 declaraba nula la resolución del Conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación para la

---

<sup>108</sup> Entre los principales accionistas de Mediamed se encontraban empresarios como José Luis Ulibarri (presidente de Mediamed hasta 2007 e implicado en el caso Gurtel) y el periodista Antonio Martín Beaumont. También empresarios valencianos próximos al PP como Francisco García del Moral, Ángel Raga, Juan Carlos Gómez Pantoja, Andrés Selma y el alicantino Perfecto Palacio.

<sup>109</sup> J.B. (2011). El grupo Mediamed entra en concurso de acreedores. *Expansión.com*. 8 de junio de 2011. Recuperado de: <http://www.expansion.com/2011/06/07/valencia/1307471359.html>



explotación de programas de televisión digital terrestre. (Martínez Gallego, 2013:108)

El propietario de Tele Elx, Luis Torres, afirma haber recibido también una visita por parte de un representante de la firma Price Waterhouse poco tiempo antes de que se adjudicaran las licencias de TDT-L en la Comunidad Valenciana donde fue sondeado sobre la posibilidad de vender acciones del canal:

Venía a proponerme una operación mercantil, que, por mucha tarjeta de Price Waterhouse que trajera, no tenía ningún sentido. Y como no tenía ningún sentido no pudimos seguir hablando. ¿Comprar antes de un concurso?, pero si mañana esto podría no valer nada...Estaba todo claro, estaba todo ideado. (...) Él me tenía que haber dicho que si no vendía nos quedaríamos fuera de la concesión y yo le habría contestado ‘pues ahí estamos y ahí vamos a estar’ pero no tuvo agallas para decírmelo. (Torres, 2014)

El reparto de las adjudicaciones que realizó el gobierno valenciano en diciembre de 2005 y que Tele Elx tildó de arbitrario, causó indignación en la emisora y en buena parte de la ciudad de Elche. Sin embargo, Torres (2014) considera que este reparto no se hizo con la intención explícita de dañar a Tele Elx sino que las presiones ejercidas sobre la Generalitat por parte de grupos de comunicación estatales afines ideológicamente al PP surtieron efecto. Aunque afirma que no tiene ninguna evidencia al respecto, consideramos relevante y autorizada su opinión sobre cómo sucedieron los hechos:

Yo creo que la Generalitat tenía un plan para ocupar una licencia en cada demarcación. Lo habría hecho igual cualquier partido que estuviera gobernando. Los políticos actúan así, quieren controlar la información.

En este caso se habrían reservado un canal en cada demarcación que gestionarían a través del grupo Mediamed. Pero en Elche quedaban dos licencias privadas más para repartir. Una sería para Unedisa porque ¿quién le negaba una licencia a Pedro J. Ramírez? y la otra sería para Tele Elx. Yo creo que estuvimos mucho tiempo en las quinielas hasta que llegó Federico Jiménez Losantos, con Libertad Digital, y les pidió otra licencia para Elche. Y a ver quién le dice que no a Federico, que saca los cañones inmediatamente...Pues fue Tele Elx quien se quedó sin concesión. Eso, sinceramente, creo que fue lo que ocurrió. (Torres, 2014)

Tele Elx, tras conocer que no había obtenido licencia para operar en TDT, interpuso un recurso contencioso administrativo contra la Generalitat Valenciana que pasó por distintas instancias judiciales hasta que el Tribunal Supremo le diera la razón en 2012. El primero de estos recursos se dirimió en el Tribunal Superior de Justicia Valenciano (TSJV) que falló en contra de Servicios de Difusión TV Tele Elx SAU el 18 de julio de 2008. Meses más tarde, en septiembre, Tele Elx interpuso un recurso de casación ante el Tribunal Supremo que fue admitido a trámite. En julio de 2012, el Alto Tribunal anuló la resolución por la que se adjudicaron las 42 concesiones para la explotación de programas de televisión digital terrestre con cobertura local en la Comunidad Valenciana.<sup>110</sup>

El Tribunal Supremo explicaba como motivo de fondo que la Mesa de Contratación no había realizado, como exigía la ley, la valoración de las propuestas de

---

<sup>110</sup> La sentencia completa del TS se encuentra disponible en: <http://www.poderjudicial.es/stfls/SALA%20DE%20PRENSA/NOVEDADES/SENTENCIA-TDT%20LOCAL-VALENCIA.doc> El fallo se puede consultar en los anexos.

las mercantiles concurrentes a las concesiones; lo había hecho la consultora privada Doxa Consulting requerida a tal efecto por el conseller González Pons y que las empresas que no obtuvieron adjudicación no pudieron conocer la valoración otorgada a las distintas ofertas, por lo que tampoco pudieron cuestionarlas. El fallo del Supremo devolvió el proceso de adjudicación de la TDT local en la Comunidad Valenciana al punto de partida de 2005, ya que, si bien no obligaba a la Generalitat a convocar otro concurso, instaba a la Mesa de Contratación a realizar un nuevo baremo aunque sin marcar plazos.

La resolución a este conflicto se prolongó hasta el 23 de junio de 2015. Dos días antes de que las Cortes Valencianas votaran la investidura del nuevo presidente de la Generalitat, el socialista Ximo Puig, la Mesa de Contratación resolvió el concurso convocado en 2005 que posteriormente había anulado el Tribunal Supremo en 2012. El resultado de esta nueva baremación distaba mucho de la primera, especialmente en la demarcación de Elche, ya que Servicios de Difusión TV Tele Elx SAU obtenía la licencia deseada.

**Tabla 3.6. Concesiones de TDT-L en la demarcación de Elche en 2015.<sup>111</sup>**

Demarcación	Concesionaria	Marca
<b>ELCHE</b>	Editorial Prensa Alicantina S.L	Información TV
	Servicios de Difusión de TV Tele Elx SAU	Tele Elx
	Televisión, Medios y Publicidad SAU	Antigua Localia
	Consortio público	

Fuente: elaboración propia

Durante estos casi diez años de litigio ente la Generalitat y Tele Elx, la cadena ha atravesado uno de los períodos más traumáticos de su historia. Tras el apagón analógico, Tele Elx recibió el 14 de abril de 2010 una comunicación de la Dirección General de Promoción Institucional de la Generalitat donde se le requería para que dejara de realizar las emisiones de televisión digital terrestre sin concesión administrativa “bajo apercibimiento de que, si en el plazo de cinco días hábiles a contar desde la recepción de este escrito, no han cesado las mismas, se incoará el correspondiente expediente sancionador”<sup>112</sup>. La comunicación de dicho expediente sancionador la recibieron en Tele Elx el 3 de agosto de 2010, con quince días para formular alegaciones. La resolución donde se dictaminaba la orden de cese de las emisiones y una multa de 500.000 euros tuvo lugar el 12 de enero de 2011. Tras la presentación de un recurso de alzada por parte de Tele Elx, ante la Secretaría

<sup>111</sup> En el momento de finalizar esta tesis doctoral estas adjudicaciones aún no son definitivas y podrían sufrir modificaciones si las empresas adjudicatarias no cumplen los requisitos exigidos por la administración autonómica en el pliego de condiciones.

<sup>112</sup> El documento al que se hace referencia, incorporado a los anexos, fue entregado a esta investigadora por Luis Torres.

Autonómica de Comunicación, dependiente de la consellería de Presidencia, el 24 de marzo de 2011 se confirmaron la sanción y el cierre de la televisión. Esto dio lugar a un nuevo contencioso administrativo interpuesto el 14 de junio de 2011 para tratar de impedir que se cumpliera la orden de la Generalitat.

Los frentes judiciales abiertos entre la administración autonómica y Tele Elx eran varios. Por una parte estaba el recurso interpuesto ante el Tribunal Supremo (que luego dio lugar a la anulación del concurso de adjudicación de la tdt-local en la Comunidad Valenciana) y por otro, también estaba la denuncia por la no emisión del canal Tele 7, adjudicatario de una de las concesiones. Esta denuncia la había interpuesto Tele Elx en noviembre de 2010 arguyendo que la Ley General del Audiovisual consideraba que la no emisión de alguna de las cadenas que habían obtenido licencia era causa de extinción automática de la concesión, pidiendo, en consecuencia, la convocatoria del oportuno concurso. La respuesta de la Generalitat llegó el 23 de febrero de 2011, donde se indicaba que no podía exigirse a los concesionarios (de tdt local en Elche) el inicio o la reanudación de las emisiones.

A principios de febrero de 2012 la Dirección General de Promoción Institucional volvió a comunicarse con Tele Elx para informarle de los trámites de ejecución de la orden de cierre ya que la cadena no había atendido la orden de cese de las emisiones.

A tal efecto se les concede un plazo de cinco días hábiles, a contar desde la recepción de este requerimiento, para comunicar a esta Dirección General el cese de las emisiones o su consentimiento a la entrada solicitada y para señalar el día y la hora en que se franqueará la entrada al centro emisor (...) a los funcionarios, que necesariamente habrá de ser

entre los días 27 de febrero a 2 de marzo de 2012, en horario de 11 a 14 horas. De no prestarse el consentimiento requerido, la Administración solicitará autorización judicial para entrar en el centro emisor a fin de ejecutar la orden de cese adoptada. (Dirección General de Promoción Institucional de la Generalitat Valenciana, 2012)<sup>113</sup>

Esta orden nunca llegó a ejecutarse. Pocos meses después, en julio de 2012, el Tribunal Supremo dio la razón a Tele Elx y anuló el proceso de adjudicación de la TDT local en la Comunidad Valenciana.

Este enrevesado periplo judicial, si bien no consiguió paralizar la actividad de Tele Elx, si tuvo consecuencias relevantes para la cadena en múltiples facetas. Con una situación legal tan inestable, los ingresos publicitarios cayeron en picado lo que supuso un recorte drástico de la plantilla y por ende, una disminución en la cantidad y calidad de la programación. Sin embargo, esta crisis también permitió visualizar el arraigo popular que había conseguido entre su audiencia, e incluso entre los que no eran seguidores habituales. La ciudadanía, que sentía Tele Elx como “su televisión” se movilizó en las redes sociales a través de diversos foros agrupados bajo el eslogan de “No al cierre de Tele Elx”<sup>114</sup> con multitud de seguidores. Luis Torres explicaba así las muestras de solidaridad de la población ilicitana:

---

<sup>113</sup> La comunicación del Expediente sancionador 6/10 TV a Servicios de Difusión de TV Tele Elx SAU, facilitada a esta investigadora por Luis Torres, se adjunta en anexos.

<sup>114</sup> La página de Facebook a la que hacemos referencia se puede consultar en <https://www.facebook.com/No-al-cierre-de-Tele-Elx-170451796311405/timeline>

Nos hemos sentido arropados no sólo por la audiencia sino por el pueblo de Elche. Ha sido generalizado el apoyo de toda la ciudad. Asociaciones, partidos políticos, sindicatos, colectivos de todo tipo (...) Había gente que venía aquí, hacían concentraciones en la puerta. (...) También en redes sociales se abrieron foros contra el cierre de Tele Elx; éste fue el medio por el que más se nos hizo llegar el apoyo. Porque además, nosotros no fomentamos eso. (...) No hicimos esa campaña explícita ni demandamos el apoyo. Eso no quiere decir que si hubiera tenido que hacerse la hubiéramos llegado a hacer, pero no hubo necesidad. No quisimos trasladar a través de las pantallas de televisión el drama que se estaba viviendo en esta casa. (Torres, 2014)

El anuncio del cierre de Tele Elx originó, además de una ola de solidaridad popular, un rifirrafe entre las fuerzas políticas municipales que tuvo su principal campo de batalla en los medios de comunicación locales<sup>115</sup>. Tele Elx abrió el Tele Nit del 15 de diciembre de 2010 con un bloque de información sobre sí misma donde informaba sobre los diferentes posicionamientos de los partidos políticos con representación municipal, PP, PSOE y EU, además de un editorial sobre la trayectoria de la cadena y su implicación profesional y emocional con la ciudad de Elche<sup>116</sup>.

---

<sup>115</sup> Los medios de comunicación local de Elche se han hecho eco del conflicto jurídico entre Tele Elx y la Generalitat a lo largo de todos los años en que se ha mantenido abierto. Los enlaces siguientes recogen una muestra de ello: “Las cosas claras” es un artículo de opinión del concejal ilicitano Manuel Latour (PP) Información 1/4/2011 <http://www.diarioinformacion.com/opinion/2011/05/01/cosas-claras/1121881.html> ; “Tele Elx seguirá emitiendo pese a que la Generalitat reitera la orden de cierre”. La Verdad. 20/4/2011 <http://www.laverdad.es/alicante/v/20110420/elche/teleelx-seguira-emitiendo-pese-20110420.html> ; “Mollà defiende la TV dirigida por la pareja de su padre”. ABC 1/11/2012 <http://www.abc.es/20121101/alicante/abcp-molla-defiende-dirigida-pareja-20121101.html>

<sup>116</sup> El informativo al que hacemos referencia, emitido el 15/12/2010 se puede ver en <https://www.youtube.com/watch?v=vLRQpzf5yXQ>

En el momento en que se redacta esta tesis aún no se ha acabado de definir el nuevo mapa de la TDT-L en la Comunidad Valenciana. La propuesta de adjudicación que realizó el gobierno en funciones del presidente Fabra, que el nuevo ejecutivo valenciano se ha visto obligado a asumir, no genera derecho alguno. Ahora falta que las empresas seleccionadas certifiquen su interés en gestionar unos canales de televisión local que en la mayoría de los casos se han demostrado económicamente inviables y que justifiquen que siguen cumpliendo los requisitos exigidos. En un principio, se estableció un período de dos meses para constatar la disponibilidad de las nuevas empresas adjudicatarias pero el plazo se ha cumplido sin que hasta el momento se haya hecho pública ninguna decisión al respecto.

Por lo que respecta a Tele Elx, la intención manifestada por Luis Torres tras conocer la nueva baremación donde se le concede licencia de TDT-L en su demarcación es firme en cuanto a su propósito de seguir prestando el servicio público de televisión en Elche. No obstante, la multa de 500.000 euros que le impuso la Generalitat, y que Tele Elx no ha pagado, puede desbaratar las posibilidades de obtener la adjudicación definitiva de la licencia. Todo indica que no obtendrá esa licencia definitiva aunque se están explorando otras posibilidades como alquilar la frecuencia a alguna emisora local que sí haya obtenido licencia definitiva. A pesar de su lucha por seguir emitiendo, Luis Torres (2014) alberga dudas sobre la viabilidad de resucitar un concurso cuyas bases se remontan once años atrás sin tener en cuenta los nuevos escenarios económicos y tecnológicos:



Ese plan está totalmente desfasado. La crisis ha demostrado que eso era un cuento de hadas y que el marco del cuento de hadas no se puede aplicar a un concurso donde la gente invierte dinero, se compromete a invertir y a hacer una serie de programaciones con un riesgo importante. Por lo tanto, el marco de cuento de hadas no sirve para un concurso. Tendrían que definir un nuevo servicio público adaptado a las circunstancias que vive la sociedad y en concreto las ciudades. Pero el modelo que se diseñó al principio de los años felices, antes de que estallara la burbuja financiera e inmobiliaria, actualmente es inabordable. No tiene sentido, es irreal. Es un exabrupto que no tiene nada que ver con las condiciones actuales para poder invertir y desarrollar un servicio. Por lo tanto, el problema no está ahora en las normas administrativas, es que hay que volver a diseñar un plan de televisión local que tenga sentido. ¿Qué me preguntas? ¿Qué va a hacer Tele Elx? Seguir prestando el servicio. (Torres, 2014)

### **3.7. Radiografía de Tele Elx en la era de Internet**

El presente y el futuro de Tele Elx se llaman Teleelx.es. Se trata de un portal multimedia donde la empresa integra toda la información disponible en sus tres canales, televisión, radio y diario digital e interactúa con su audiencia a través de las redes sociales. Teleelx.es ha tomado el relevo de Infoexpres "que era una página antigua, poco usable, no adaptada a los nuevos cánones estéticos y por supuesto sin integración en las redes sociales" (Campello<sup>117</sup>, 2015). La migración tecnológica que ha experimentado Tele Elx en los últimos cinco años ha cambiado no solo la manera de

---

<sup>117</sup> Entrevista personal realizada a Salvador Campello, periodista y gestor de contenidos de Teleelx.es, el 23 de noviembre de 2015

difundir sus productos audiovisuales sino también la forma de producirlos al establecer sinergias entre las antiguas redacciones que trabajaban por separado.

El salto cualitativo experimentado por Tele Elx, desde una concepción analógica de la estructura empresarial hasta el reordenamiento actual de los sistemas de producción, se cimienta sobre la convicción de Luis Torres de que el futuro de la comunicación local pasa por internet. Y a esa tarea de reciclaje ha dedicado sus esfuerzos durante el último lustro, a pesar de que ha coincidido con la etapa más difícil de la cadena, o precisamente por ello:

Todavía durará algunos años pero los grandes suministradores de señales de todo tipo, de empaquetamiento, van a ser los proveedores de Internet. (...) Para mí donde realmente esto toma una proyección que va a generar una eclosión, una progresión de hábitos distintos de consumo de los medios, va a ser cuando Internet traspase las murallas que lo contenían en el ordenador y pase a los dispositivos móviles. (Torres, 2014)

El proceso de transición tecnológica en Tele Elx comenzó en 2012 con la contratación de un periodista experto en Innovación para que diseñara y gestionara un nuevo portal corporativo donde se visualizara todo el potencial informativo de la cadena. Tras dos años de adaptación, en noviembre de 2014 se presentó la nueva imagen de Teleelx.es en un acto social celebrado en un restaurante de la ciudad. Ese fue el momento en el que los distintos medios convergieron bajo la marca paraguas Teleelx, bandera y máximo exponente de la identidad del grupo: Tele Elx tdt, Tele Elx radio y Teleelx.es, que sustituye a la primigenia Infoexpres.

Que Teleelx.es es un portal de información local de Elche se percibe al primer vistazo a través de un diseño limpio, moderno y memorable. “Si esta página es de Elche, tiene que notarse que es de Elche y que la gente lo reconozca enseguida. Entonces, parece una tontería, pero le pusimos un grafismo que coincide con el del Tele Nit y que tiene detrás la silueta de la ciudad”, explicaba Campello (2015). Además de perseguir la identificación con la ciudad, la página web incorpora recursos que facilitan la lectura, con mucho contenido audiovisual y acceso directo a las redes sociales en las que está presente Tele Elx: twitter, Facebook y YouTube.

El diseño de la web de Tele Elx recuerda al usuario el aspecto de una pantalla de televisión, con fotografías grandes y cuadradas y primeros planos de los protagonistas de la información, desde donde se accede directamente a la noticia. Desde la página de inicio hay enlaces a la radio y la televisión que se están emitiendo en directo y a los comentarios que realizan usuarios y redactores en las redes sociales. La implementación de una webcam en el estudio radiofónico permite que la radio y la televisión emitan en paralelo cuando esta última no ofrece programación propia.

El tratamiento de la información en Teleelx.es responde a criterios periodísticos 2.0 en la creación de contenidos en y para la Red donde incorporan la hipertextualidad, la interactividad y el acceso a diversas plataformas multimedia, inherentes a una cultura audiovisual presidida por las denominadas terceras y cuartas pantallas. De esta manera, aunque la redacción de Tele Elx está integrada, los contenidos reciben un tratamiento especializado para cada uno de los medios que posteriormente se traducen a un lenguaje narrativo digital:

Cuando diseñé la página web vi que lo más atractivo sería que las noticias tuviesen dos titulares. El primero es más llamativo y el segundo, más informativo, aparece cuando te colocas encima de la imagen con el ratón. Yo me encargo de poner el flash del llamador, luego el titular, de jerarquizar los temas y de ir subiendo noticias complementándolas con todo el lenguaje audiovisual propio de la página web. (Campello, 2015)

En el informe “Imagen, impacto, reputación y liderazgo de los medios de comunicación en la ciudad de Elche” (Centro de Investigación Operativa, 2016:23) se constata que el medio digital local que visitan con mayor frecuencia los ilicitanos es el diarioinformación.com (56%), seguido de teleelx.es (23%), de laverdad.es (18%) y de elchedigital.es (14%). Aunque Campello (2015) explicaba que Teleelx.es está diseñada para atraer a un público joven, de entre 25 y 45 años, que conoce el lenguaje de internet y que sabe “que cuando pasan el ratón por encima de la imagen encuentran enseguida otro titular que les explica más”, los resultados del informe mencionado anteriormente no le dan la razón. La página de Teleelx.es la visitan primordialmente personas mayores y con poca formación académica: los encuestados que afirman consultar Teleelx.es tienen entre 55 y 64 años (46,2%); les siguen las cohortes con edades comprendidas entre 45 y 54 años (37%), mientras que los jóvenes de 18 a 24 años apenas consultan esta página web (15,2%). Respecto al nivel de estudios, los encuestados sin ningún tipo de formación son los usuarios más frecuentes (60%), seguidos de aquellos que tienen estudios universitarios (29,2%).

En este sentido, se comprueba que la audiencia más joven es una asignatura pendiente para Tele Elx. Pertenecen a una generación que no ha crecido vinculada

sentimentalmente a la programación infantil que emitía la cadena a principios de la década de los noventa. Para conectar con los hábitos de consumo mediático de este tipo de público, Tele Elx ha implementado nuevos soportes para dispositivos móviles, en iPhone y Android, que en los primeros diez meses tuvo más de seis mil descargas. Gracias a estas aplicaciones móviles, los usuarios de Teleelx.es pueden estar informados permanentemente de la actualidad de su ciudad desde cualquier punto del mundo y recibir notificaciones cuando se produzcan noticias de alto interés para la ciudadanía. Igualmente, estas aplicaciones permiten ver la televisión y oír la radio en directo a través de *streaming*, descargar programas a la carta y acceder a toda la información de servicio que ofrece el portal.

Salvador Campello considera imprescindible que Tele Elx brinde a sus usuarios el valor añadido que supone incluir una información muy próxima al ciudadano. Y es precisamente en ese terreno de cercanía en todos los niveles (social, político y económico) donde la comunicación local puede jugar su mejor baza ante la información homogénea que presentan los medios nacionales. La información de proximidad, planteada en los términos anteriores, debe ser el resultado de la discusión de una comunidad sobre temas que son de su interés. Así, López, Galindo y Villar (1998:3) recomiendan a los medios locales una serie de actividades a su alcance, que Tele Elx ha practicado desde sus inicios, y que continúan impregnado la filosofía de esta cadena en la era de Internet:

1. Crear hábitos para que la audiencia interiorice la parrilla de programación.
2. Explotar los acontecimientos sociales del entorno local donde los medios estatales o regionales no pueden competir.

3. Dar cobertura especial a personajes de interés popular en la localidad.
4. Utilizar como recursos eficaces la redifusión de los programas ya que los protagonistas y la audiencia son un mismo sujeto.
5. Ofrecer coberturas colaterales de acontecimientos de interés general.
6. Valorar la magnitud de acontecimientos inesperados, como los sucesos.
7. Cuidar las fuentes oficiales de proximidad y trabajar la documentación y el archivo propios.
8. Organizar y/o participar en acontecimientos sociales, culturales y deportivos.

Comprobamos ahora cómo aplica Tele Elx esas acciones fortalecedoras de la información de proximidad en el nuevo escenario comunicativo. Independientemente de adaptar las noticias a las narrativas que exige cada medio, de interactuar con la audiencia a través de las redes sociales y de facilitar la recepción mediante aplicaciones para dispositivos móviles, su página web se asemeja a los modelos de periodismo hiperlocal que José Luis González (2009) estudió en la redacción del diario estadounidense News & Observer donde se priorizan los contenidos que ofrecen a los usuarios, fundamentalmente en Internet. Estos contenidos con valor añadido para la ciudadanía más próxima son: el tiempo, el deporte, las fiestas populares, los blogs especializados, las ofertas de empleo, el obituario, la información de servicios y el club de amigos de Tele Elx.

La información meteorológica local ha ganado su propio espacio dentro de la programación televisiva pero también como contenido de referencia en la página web. Para ello se ha instalado una cámara web en el exterior de los estudios, en un lugar

simbólico para los ilicitanos porque enfoca directamente a la plaza de la basílica de Santa María.

Hay mucha gente que, cuando se levanta por la mañana, lo primero que hace es conectarse a la aplicación y ver a través de su móvil la ventana de Tele Elx para ver el cielo y saber si tiene que abrigarse o si no. Desde la misma cama están viendo la información del tiempo y la predicción para hoy y para mañana escrita. (Campello, 2015)

El deporte local también tiene sección propia en la web, con un redactor que se dedica a recuperar toda la información que generan la radio y la televisión para extraer las principales declaraciones y darle formato digital. Junto al deporte y al tiempo, otro de los referentes de Teleelx.es son las fiestas y tradiciones populares a las que los diarios locales no pueden dedicarle tanto espacio. “Con las estadísticas en la mano yo me fijé que las noticias relacionadas con el mundo de las fiestas triplicaban las visitas de las que hablaban de política o sociedad, por eso les creamos un apartado”, explicaba Salvador Campello (2015). En esta sección se incluyen las retransmisiones de eventos populares como las procesiones de Semana Santa, las representaciones del Misteri o las fiestas de agosto, de las que Tele Elx realiza una amplia cobertura en directo pero que buena parte de su audiencia no puede ver, precisamente por estar participando de ellas. Esta estrategia sirve para fomentar otro tipo de fuentes no institucionales como comparsas o cofradías que envían a Tele Elx noticias sin el suficiente interés para la mayoría de medios, pero que Teleelx.es recoge en esta sección.

Siguiendo con esos contenidos de valor añadido que ofrece Teleelx.es, abordamos la sección de blogs que desarrollan colaboradores externos, donde tienen

cabida los entrenamientos físicos, la moda, la astronomía o la educación. Estos colaboradores se retroalimentan a su vez de espacios propios tanto en radio como en televisión. El obituario se hace en colaboración con una empresa de servicios funerarios y traslada al mundo digital una costumbre muy arraigada en la sociedad ilicitana: colgar esquelas en las zonas más concurridas de la ciudad para informar de los fallecimientos y del lugar de celebración de los duelos. De esta manera, se facilita el envío de flores o mensajes de condolencia a las familias desde la web de Teleelx.es.

Los servicios ciudadanos también están presentes en la web con información referente a loterías, horarios de autobuses, instalación de mercadillos populares, cartelera de cine y farmacias de guardia. Igualmente, una de las secciones con más visitas es la referida al empleo donde aparecen ofertas y demandas de trabajo así como cursos de formación que se renuevan diariamente. Por último, como estrategia para reforzar el departamento comercial, Teleelx.es también ha creado un Club de Amigos para que se adhieran los comercios locales a quienes se les da una pegatina que los identifica como colaboradores a cambio de ofrecer descuentos a los clientes que se presenten como miembros de este club.

Retrotrayéndonos a las estrategias propuestas por López y otros (1998), a las que hicimos referencia anteriormente, detectamos un alto grado de cumplimiento de las mismas. Por tanto, consideramos que Tele Elx transita por la era de Internet con un vigor comunicativo que lo sigue manteniendo como marco de referencia de identidad de la colectividad de la que se nutre y para la que trabaja, verificando las premisas de



López y otros (1998:2) cuando manifiestan que “un medio local existe en relación con un espacio social con el que mantiene una relación de retroalimentación mutua”.

### **3.7.1. Recursos técnicos**

Tele Elx se ubica en la calle La Fira, en el centro histórico de la ciudad, junto a la basílica de Santa María. Sus instalaciones ocupan un edificio de tres plantas y sótano. En la tercera planta se alojan las dependencias de dirección. En la segunda, la redacción única de informativos y programas, un despacho para la jefatura de informativos y una sala de reuniones multiuso. En la planta baja se ubican la recepción, la sala de espera para los invitados, las cabinas y el estudio de radio. En el sótano están el plató de televisión, el control de realización, tres cabinas de edición, el archivo audiovisual y una pequeña sala para peluquería y maquillaje.

**Figura 3.4. Imágenes de las instalaciones de Tele Elx en 2016<sup>118</sup>**



Fuente: imágenes propias, de Tele Elx y de ValeroMedia.

<sup>118</sup> Arriba, a la izquierda, el estudio de realización; a la derecha, estudio de Tele Elx radio. En el centro, plató de televisión con diferentes sets para programas y para el informativo Tele Nit. Abajo, la redacción de informativos.

Pero Tele Elx no siempre fue así. Cuando comenzaron, en 1987, se instalaron en un entresuelo de la Avenida del País Valenciano donde había un plató de apenas catorce metros cuadrados. Luego, conforme la empresa se fue consolidando, se trasladaron a una sede más amplia en la Avenida Blasco Ibáñez, “pero hubo épocas en que se llegaron a tener hasta cinco locales, entre los estudios, oficinas de atención al cliente o la central de conmutación que estaba en el polígono de Carrús”, recuerda Rodes (2013).

Las infraestructuras y los medios técnicos crecían a la par. En los inicios, Tele Elx funcionaba con equipos de formato doméstico. Explica Aranda (2014) que al entonces jefe de informativos, Pepe Soto, “le daba vergüenza ir a grabar con las cámaras de súper 8, pero pronto nos pasamos a U-Matic que era el formato con el que trabajaban las televisiones profesionales en aquel tiempo”. Durante los años de gran producción de programas propios, los medios técnicos se ampliaron con ocho o nueve equipos ENG y una unidad móvil para hacer retransmisiones en directo. Cuenta Antonio Rodes (2013) que Tele Elx fue la primera televisión local que alquiló un satélite para retransmitir en directo un partido del Elche C.F. cuando el equipo se jugaba el ascenso a Segunda División en el campo del Getafe. La revista del grupo se hacía eco de este acontecimiento:

La retransmisión en directo que el pasado domingo 10 de mayo ofreció Tele Elx para sus abonados, marcó un hecho histórico en la evolución de las televisiones por cable en España. Mediante enlaces de fibra óptica y microondas se enviaron las imágenes del partido, tomadas por la unidad móvil de Tele Elx, hasta la estación de lanzamiento de señales vía satélite. Mediante el EUTELSAT II, F-2, se emitieron las señales hasta el centro operador de Tele Elx, desde donde se canaliza la señal hasta los

hogares de nuestros abonados. Ingenieros y técnicos de Cosistel y Tele Elx, junto con los operadores de Telefónica dejaron zanjadas las conexiones unos días antes del partido. Los profesionales de Tele Elx supieron dar la emoción que merecía el acontecimiento, que no es más que un avance de lo que pueden esperar nuestros abonados en el próximo *play-off*. El resto, ustedes lo conocen. (Revista Tele Elx, 1992: 3)

En la actualidad, Tele Elx cuenta con un plató con cuatro decorados diferentes que se van cambiando según las necesidades de producción: uno es exclusivamente para el informativo Tele Nit, otros dos se utilizan para la grabación de programas como magazines, entrevistas y debates y otro, pintado de verde para insertar un croma-key, es para deportes. En el plató se ubican tres cámaras de estudio robotizadas, una en el suelo y dos fijas en el techo. Hay una cuarta cámara más antigua, que solo graba un plano fijo, que se utiliza en contadas ocasiones.

Junto al plató se ubica el control de realización totalmente digitalizado. Son las dependencias de José M<sup>a</sup> Rubio, que ejerce las tareas de realizador, operador de cámara, montador y locutor de muchas de las noticias del Tele Nit: “Excepto escribir las noticias, hago de todo” (Rubio, 2015)<sup>119</sup>, explica este trabajador polifacético que entró a trabajar en Tele Elx en 1990 para realizar labores de continuidad. En el control de realización, los antiguos magnetoscopios han dado paso a ordenadores que utilizan el programa de edición digital Magix. Explica Rubio que, “básicamente [el control] es una mesa de realización donde mezclamos las señales de las tres cámaras con el ordenador. La mesa de sonido, donde mezclamos el sonido de los micros y luego una tituladora y el

---

<sup>119</sup> Entrevista personal realizada a José M<sup>a</sup> Rubio el 3 de diciembre de 2015.

control de las cámaras robotizadas” (Rubio, 2015). En las tres cabinas de edición, los magnetoscopios también han sido sustituidos por ordenadores con programas de edición digital. “Y luego, ya dentro, está lo que llamamos el cuarto de cámaras y el archivo”, sigue explicando Rubio (2015) mientras conduce a esta investigadora al lugar donde se guarda el tesoro audiovisual de Tele Elx.

Se calcula que el archivo de imágenes de Tele Elx, que no para de aumentar, contaba en 2007 con casi 40.000 horas de grabación almacenadas en diversos formatos: 8mm, Beta, VHS y DVD (Tele Elx, 2007). Toda la programación desde 1987 hasta 2004 está archivada en VHS aunque hay otras cintas de recursos que aún permanecen en formatos más antiguos y que José M<sup>a</sup> Rubio se encarga de digitalizar. Es la historia audiovisual de la ciudad y de su gente durante los últimos 30 años a la que, de momento, solo tienen acceso los investigadores pero no el gran público.

Es un material muy valioso. Nosotros lo cuidaremos, lo digitalizaremos y algún día reflexionaremos sobre cómo poner a disposición del pueblo de Elche los fondos audiovisuales que tenemos aquí. Alguna institución se ha interesado sobre el tema del archivo audiovisual, sobre todo en la última etapa del gobierno socialista, y hubo algunas conversaciones pero luego la economía cayó y dejó de tener sentido el hablar. No es un tema de primera necesidad, es importante, pero no de primera necesidad y los poderes públicos tienen que centrarse en lo prioritario para los ciudadanos. El día que pase esta etapa probablemente podamos continuar con la reflexión de cómo poner al alcance de los ilicitanos ese material. (Torres 2014)

El trabajo de digitalización del archivo audiovisual va lento porque solo hay una persona encargada de llevarlo a cabo durante los paréntesis de su actividad cotidiana. Además de la programación, en Tele Elx se acumulan centenares de cintas de recursos audiovisuales. Son fragmentos de imágenes en bruto que han sido utilizadas para editar las noticias a lo largo de todos estos años y que sirven como base para elaborar otras piezas con imágenes de archivo. Esta tarea es más urgente porque todavía hay unas 500 horas de recursos en cintas de U-Matic anteriores al año 2000, que no están catalogadas, y a las que no pueden acceder porque se necesitan reproductores en desuso y mucho tiempo para buscar. Los recursos del año 2000 en adelante, cuando se cambiaron los equipos, están archivados en cintas de DVD y también se alojan en un servidor externo. Son unas mil horas de grabación de entre los años 2000 y 2012.

De las del año 2000 para acá sí que hay un archivo en un ordenador. Se compró un programa, el *Filemaker*, donde se han ido metiendo las fichas de todo lo que hay, en qué cinta está, en qué minuto, en qué fecha se grabó y qué hay grabado. Pero del año 2000 hacia atrás, hasta 1987 está en U-Matic y no está catalogado. Te tendrías que venir aquí y mirar, cinta por cinta, lo que hay. Que hay muchas cosas, porque del año 87 hasta el 2000 son 13 años que están aquí metidos. (Rubio, 2015)

Luis Torres (2014) considera que queda mucho camino por recorrer hasta completar la digitalización de todo el archivo y más aún para que éste sea accesible: “Se necesitaría un buscador muy avanzado para poder llegar a los programas porque la gente no siempre recuerda el día, el año o la noticia concreta que quiere ver. No sé, de momento es ciencia ficción” (Torres, 2014).



En otras estanterías del archivo se guardan los equipos de grabación ENG; tres cámaras digitales Panasonic que se utilizan, indistintamente, para informativos, deportes y grabaciones publicitarias. A estos recursos técnicos hay que sumar dos unidades móviles para el desplazamiento de los equipos. No obstante, cuando se producen hechos relevantes que Tele Elx cubre en directo, la cadena suele contratar los servicios de empresas externas. Buen ejemplo de ello son las pasadas elecciones municipales de 2015, cuando se contrató a la empresa Mediapro para establecer conexiones en directo desde las diferentes sedes electorales.

### **3.7.2. Recursos humanos**

La introducción de las nuevas tecnologías en las empresas de comunicación locales ha fomentado la convergencia mediática y la integración de las que hasta entonces se habían comportado como redacciones separadas (Larrañaga, 2008). Esta modificación de las estructuras organizativas ha provocado una revisión a fondo de las rutinas de trabajo de los profesionales, especialmente los periodistas, que se han visto abocados, en el peor de los casos a perder su empleo y en el mejor, a encajar sus nuevos roles laborales dentro de grupos multimedia que se desenvuelven en entornos digitales (Luzón, 2001; Masip, 2003; García Avilés, 2002). Este doble planteamiento de convergencia mediática y de redacciones presenta una dicotomía entre un modelo de negocio basado en el ahorro de costes empresariales que suponen las nuevas tecnologías y una acumulación de tareas para los profesionales que hace que se resienta la calidad de su producción informativa (Quinn, 2005).

En Tele Elx, esta doble convergencia se ha venido produciendo durante los últimos cinco años con serias repercusiones, sobre todo para el componente humano que ha asumido este proceso con no pocos sacrificios, tanto en salarios y recortes de personal como en una acelerada reconversión de sus funciones.

Los recursos humanos de Tele Elx han tenido años de esplendor pero desde que se convirtió en una televisión ilegal al no obtener concesión administrativa para emitir en TDT, los trabajadores han sufrido los envites de una crisis empresarial de la que apenas comienzan a recuperarse. Si a esta eventualidad intrínseca de Tele Elx se le añade la crisis económica y la reconversión tecnológica y organizativa del sector, como apuntábamos anteriormente, el cóctel ha estado a punto de hacer volar por los aires un grupo multimedia que ha conseguido sobrevivir, a pesar de todo, como referente de la información de proximidad en Elche.

Es tarea difícil exponer en este trabajo la evolución de la plantilla durante estos casi treinta años de existencia de Tele Elx porque no quedan registros más allá de la memoria de aquellos que forman o han formado parte de ella en algún momento. Tampoco lo creemos excesivamente relevante para esta investigación sino para enfatizar dos cuestiones. La primera es poner en valor la labor pedagógica que ha ejercido, y sigue ejerciendo, esta televisión local en la formación de profesionales audiovisuales, no solo en la ciudad de Elche sino en toda la Comunidad Valenciana. No en vano este canal es anterior a la puesta en marcha de la extinta RTVV, que en sus inicios recurrió a muchos profesionales que habían adquirido experiencia durante su trabajo en Tele



Elx.<sup>120</sup> La segunda cuestión está relacionada con los procesos de convergencia que han experimentado todas las empresas periodísticas, y especialmente las del entorno audiovisual, ante una revolución tecnológica de primer orden que las ha atacado en su línea de flotación.

En el primer caso, la aparición de Tele Elx en 1987 supuso un importante revulsivo dentro del sector audiovisual de la ciudad. La plantilla pionera estaba formada por periodistas llegados de otros medios de comunicación locales, como Gaspar Macià, Pepe Soto o Maite Vilaseca, y por personal técnico que pudiera acreditar conocimientos en el campo audiovisual, ya que todavía no existían centros de formación especializada en la zona.

El equipo técnico de emisiones, que no incluía a los encargados del cableado, estaba compuesto por seis o siete personas entre cámaras, realizadores y diseño gráfico. Pepe Pastor asumió tareas de ayudante de realización y Pepe Bernabéu, que era un buen informático, se encargó del diseño gráfico. Luego, había dos cámaras que también eran tramoyistas del Gran Teatro. (Aranda, 2014)

Iván Aranda, el primer jefe técnico de Tele Elx, conserva los horarios de trabajo de 1987 que nos permiten reconstruir la plantilla de esos años iniciáticos donde se mezclan el personal propio y los colaboradores: 17 personas para cubrir una programación que comenzaba al mediodía, con el Teletexto, y finalizaba a las 0:30 horas.

---

<sup>120</sup>Entre ellos se encuentran periodistas que trabajaron en Canal 9 como Ramón Enric Cánovas o M<sup>a</sup> José Pastor, operadores de cámara como Salvador Guadalcázar y Rafa Macià o realizadores como Pepe Pastor. Otros profesionales que se formaron como becarios en Tele Elx, también pasaron a formar parte de las plantillas de TVE (Antonio Parreño) o de Antena 3 (Isabel Selva o Mónica Carrillo).

**Tabla 3.7. Horarios de trabajo de la plantilla de Tele Elx (1987).**

<b>HORARIOS DE TRABAJO</b>	
Gaspar Macià	10-14 y 17-21
Pepe Soto	10-15 y 18-21
Maite Vilaseca	11-15 y 17-21
Iván Aranda	10-14 y 17-21
Manolo Alarcón	10-15 y 17-20
Pepe Pastor	10-14 y 17-21
Paco Vicente	10-15 y 17-20
Tomás Romero	10-14 y 16-20
Pepe Bernabéu	10-14 y 18-22
Lola Puntos	10-14 y 18-22***
Juan Carlos Lezcano	18,30-0,30 *
Javier	12,30-18,30 *
Elena	10-14 y 17-20 **
Rosmari	10-14
Moraleda	17-21
Fernando	10-13 y 19-20
José M <sup>a</sup> Priego	11-13 y 16-18
*Sábados 15-1. Domingos y festivos 14-24	
** Sábados 10-15	
*** Domingos y fiestas 10-14	

Fuente: elaboración propia con datos del archivo documental de Iván Aranda.

En el año al que hace referencia la tabla anterior aún no había nacido Radio Exprés, que contó con plantilla propia, ni tampoco están incluidos los técnicos que se encargaban de cablear la ciudad. En los puntos álgidos de desarrollo del cable “el grupo de empresas llegó a tener 450 trabajadores en plantilla entre técnicos, comerciales, ingenieros y el personal de redacción” (Rodes, 2013). Con ese volumen de trabajadores,

se firmó un convenio colectivo, auspiciado por Ramón Freixas, pero dentro del sector del metal. Sin embargo, tras la venta de Medtelecom a Auna, Tele Elx perdió su principal fuente de ingresos y comenzó a caminar sola sin la muleta financiera que había representado la empresa de cable. Este hecho trajo consigo una primera ola de despidos y reconversiones funcionales. Sirva de ejemplo el caso de José M<sup>a</sup> Rubio, que de técnico de continuidad se hubo de reciclar en operador de cámara, montador y realizador para mantener su puesto de trabajo. En la redacción de informativos también se dejó sentir el azote de los recortes de personal, sobre todo en las rutinas de trabajo.

Al principio, cuando teníamos muchos redactores trabajando para los informativos, podíamos organizar el trabajo incluso por áreas. (...) Ahora [esta entrevista se realizó en 2014] no podemos tener esa especialización. Nuestros redactores tienen que saber de todo y el trabajo lo distribuimos más por horarios y por las posibilidades que nos deja la agenda diaria. Antes, para sacar un tema de tribunales podíamos tener un redactor dos días dedicado a ese trabajo ahora eso es absolutamente imposible. Cuando yo dirigía el informativo teníamos tres periodistas con su cámara correspondiente, dos colaboradores y yo, que estaba coordinando y haciendo el trabajo que se podía hacer desde la redacción. Tres equipos al completo incluso con su coche correspondiente. Ahora para informativos tenemos un cámara y dos periodistas, y otro periodista colaborador que refuerza la redacción cuándo hace falta. La tecnología también facilita más las cosas. Los redactores llevan su propia cámara digital, que es más ligera y muy sencilla de utilizar, y cubren, por lo general, ruedas de prensa. También estamos adaptando los ordenadores para que cada periodista pueda editar los videos desde su propia mesa de redacción. La tendencia es ir hacia el “periodista-orquesta”. Luego también hay más cámaras y técnicos para otros departamentos como deportes o publicidad

aunque, si la actualidad lo exige y no hay incompatibilidades, podemos utilizar alguno de esos equipos para informativos. (Álvarez, 2013).

Desde 2010, impelidos por la inseguridad jurídica a la que se enfrentaba el canal de televisión, la crisis publicitaria, la reconversión tecnológica y el recorte de las plantillas, Tele Elx comenzó un proceso de convergencia entre sus medios y sus trabajadores que ha desembocado en una redacción única. Actualmente, en Tele Elx tdt, Tele Elx Radio y Teleelx.es trabajan 26 personas que se distribuyen de la siguiente manera, según fuentes de la empresa: Periodistas: 7; Técnicos: 5; Administración: 2; Recepción: 1; Dirección Comercial: 1; Dirección General: 1; Comerciales: 4; Colaboradores: 5.

Aunque muchos de los integrantes de la plantilla actual son supervivientes de los recortes y hace años que trabajan en Tele Elx, este grupo está incorporando nuevos perfiles profesionales, como Salvador Campello, que realiza las funciones de gestor de contenidos web, o Daniel González, que ejerce de periodista multimedia. Ambos son jóvenes y titulados en Periodismo por la Universidad Miguel Hernández, que está contribuyendo a la profesionalización de las redacciones de los medios locales. Son periodistas no viciados por las rutinas de trabajo tradicionales y expertos en el uso de las nuevas tecnologías de la información que han asumido tareas formativas para que sus compañeros se adapten a las exigencias de una redacción convergente, multitarea y digital.

### 3.8. La audiencia de Tele Elx

Las televisiones locales, antes y después de la implantación de la TDT-L, son prácticamente invisibles para los dos organismos encargados de medir las audiencias en España: Kantar Media y la AIMC, a través del Estudio General de Medios (EGM). Los estudios generalistas no pormenorizan los resultados de los medios locales con un grado de fiabilidad aceptable y los agrupa bajo la categoría única de “local”.

En la tercera oleada del Estudio General de Medios de 2015, la audiencia del conjunto de televisiones locales en España alcanzaba un 0,4% de *share*<sup>121</sup>. Muchos de estos medios que actúan en ámbitos geográficos reducidos han padecido tradicionalmente esta orfandad estadística que afecta a sus modelos de negocio. Para paliar esta situación de desamparo, cada vez son más los que recurren a los servicios de la empresa Infortécnica, especializada en elaborar estudios de audiencia a pequeña escala en las áreas específicas donde se difunde el medio que lo solicita.<sup>122</sup>

Tele Elx comenzó a trabajar de manera habitual con Infortécnica a partir de 2005 y desde entonces, esta empresa ha elaborado doce informes sobre la audiencia de este canal de televisión local<sup>123</sup>. Para valorar la evolución de Tele Elx durante estos diez años nos detendremos en el primero de estos informes, el correspondiente a 2005,

---

<sup>121</sup> Los datos a los que hacemos referencia se pueden consultar en <http://www.aimc.es/Acceso-a-los-datos,88.html>

<sup>122</sup> 4 Infortécnica es una empresa barcelonesa que se creó en el año 2000. Su trabajo consiste en la realización y certificación de estudios de audiencia de medios de comunicación en el área específica de difusión del medio, ya sea un municipio, una región, un país o todo un continente. Los estudios se realizan mediante entrevistas telefónicas, con un nivel de confianza del 95,5%.

<sup>123</sup> Todos los informes sobre la audiencia de Tele Elx están accesibles en la página web de Infortécnica <http://www.audiencia.org/infomed.php?Id=1127>

cuando aún no se había resuelto el concurso de las TDT-L y en el último, elaborado en mayo de 2015, tras la celebración de las últimas elecciones municipales y autonómicas.

Según el sondeo realizado por Infortécnica en enero de 2005<sup>124</sup>, un 94% de los ilicitanos conocía la emisora y un 57% de ellos, más de 100.000 espectadores, afirmaba seguirla de forma habitual. El 72% de los que se reconocían seguidores de esta cadena local la veían durante la franja nocturna y su programa favorito, con un 57,3%, era el informativo local. La empresa le atribuía a Tele Elx un 7% de *share*.

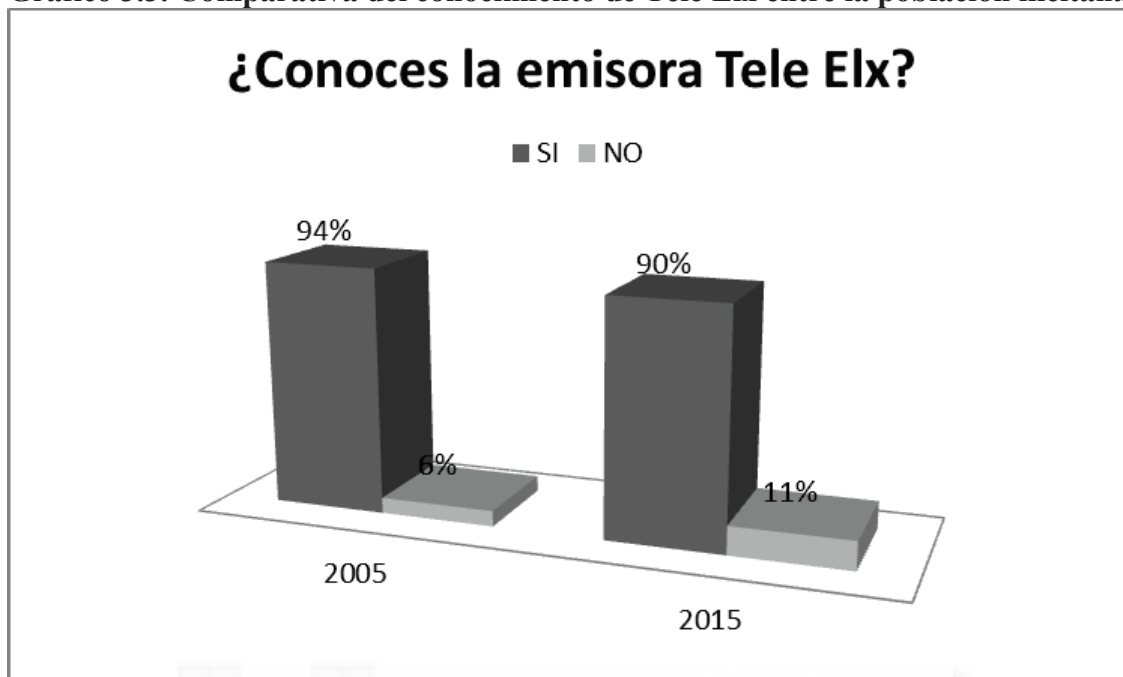
En 2015<sup>125</sup>, aunque el porcentaje sigue siendo muy elevado, la población que dice conocer Tele Elx ha bajado hasta el 89,1%. En el último mes habían seguido su programación más de 150.000 personas y el *share* obtenido por la cadena fue del 8,8%. Entre los seguidores habituales de Tele Elx existe una proporción similar de varones que de mujeres. Los datos aportados por los sondeos, referidos a cohortes de edad, únicamente hacen referencia al porcentaje de ilicitanos que manifiesta conocer el canal sin especificar, si además de conocerlo, también son espectadores. Sin embargo, aunque conscientes de la pobreza estadística de esta referencia, consideramos digno de mencionar el rejuvenecimiento de la población que dice conocer este canal. Los menores de 35 años, con un 93,4%, superan los porcentajes de las otras franjas de edad mayores que se sitúan en torno al 88%, en lo que respecta a conocimiento de Tele Elx.

---

<sup>124</sup> El sondeo se realizó a una muestra 587 personas sobre un Universo de población de mayores de 15 años residentes en Elche. El método fue una entrevista telefónica, aleatoria y de distribución proporcional a la extensión de la población, obteniendo una muestra proporcional y significativa de cada grupo de sexo y edad.

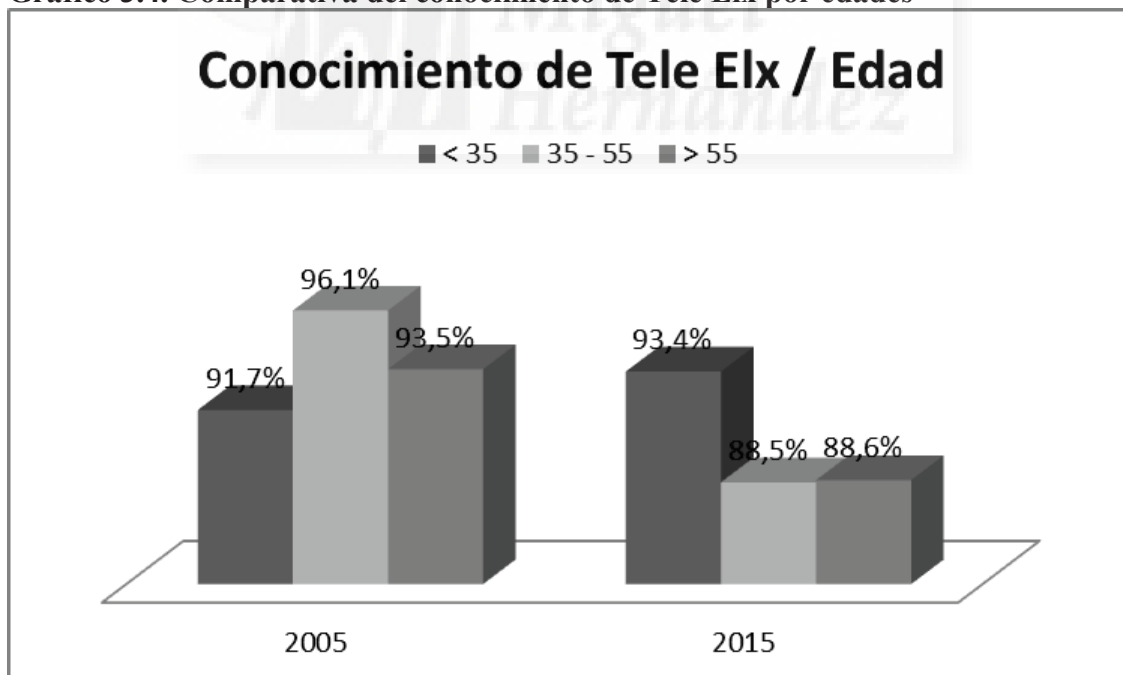
<sup>125</sup> Sondeo telefónico realizado sobre una muestra de 356 personas mayores de 15 años residentes en Elche a través de un muestreo probabilístico, aleatorio simple, y con un margen de error del 5,3%.

Gráfico 3.3. Comparativa del conocimiento de Tele Elx entre la población ilicitana



Fuente. Elaboración propia con datos obtenidos de los informes de Infortécnica

Gráfico 3.4. Comparativa del conocimiento de Tele Elx por edades

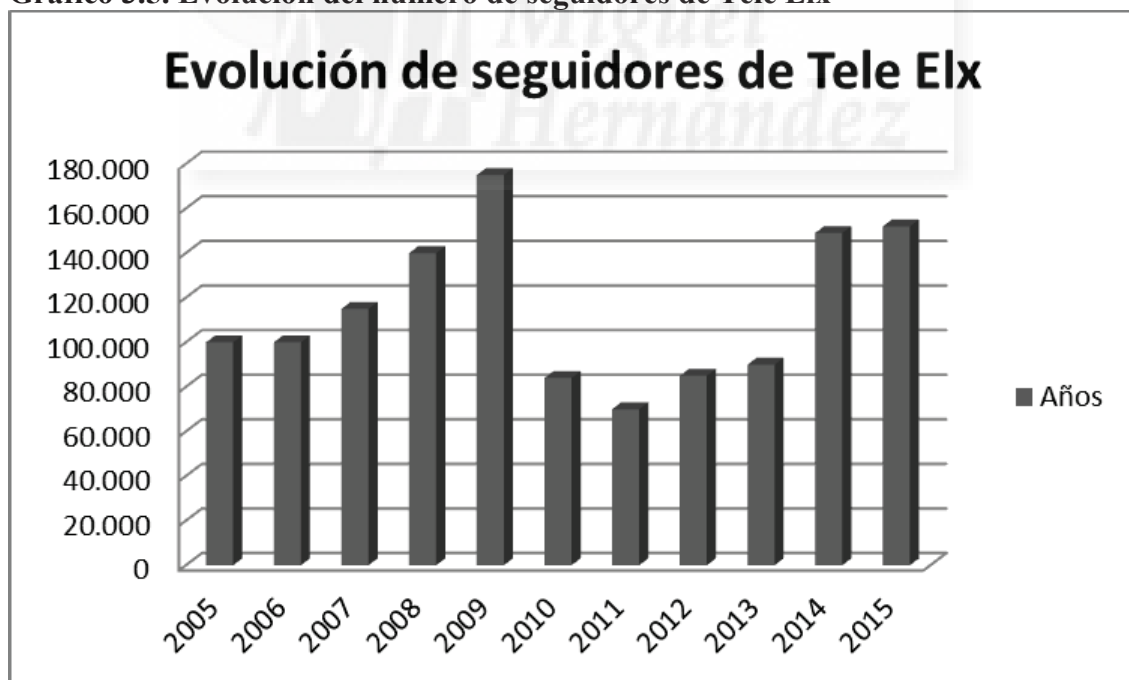


Fuente. Elaboración propia con datos obtenidos de los informes de Infortécnica

En cuanto al número de seguidores de Tele Elx, en el gráfico 3.5 se observa una tendencia alcista hasta el año 2009, cuando se alcanzó un pico de 175.000 espectadores

habituales, y un descenso vertiginoso durante el período 2010-2013, con apenas 80.000. Conviene recordar que en 2010 se produjo el apagón analógico y que Tele Elx hubiera debido cerrar sus emisiones al no tener licencia para emitir en TDT. Hasta julio de 2012, cuando el Tribunal Supremo falló a favor de los intereses de este canal local, devolviendo el proceso de adjudicación de licencias de TDT-L a la casilla de salida, Tele Elx vivió un bienio negro que también se refleja en sus datos de audiencia. Sin embargo, a partir de 2013 se invierte la tendencia y en los dos últimos años vuelve a dispararse el número de seguidores. La recuperación de la audiencia coincide con la puesta en marcha del portal Telelx.es, la unificación de sus redacciones y la apuesta por las tecnologías digitales y las redes sociales para interactuar con sus usuarios.

**Gráfico 3.5. Evolución del número de seguidores de Tele Elx**



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de los informes de Infortécnica



Por otra parte, Tele Elx también ha mostrado su interés en conocer cómo responden los ilicitanos ante uno de los mayores retos a los que se enfrenta una televisión de ámbito local: las elecciones municipales. Para ello, Infortécnica ha elaborado dos sondeos de audiencia específicos sobre los programas especiales durante las jornadas electorales municipales y autonómicas celebradas el 27 de mayo 2007 y el 25 de mayo de 2015. En el primero de ellos, de los 90.000 residentes en Elche mayores de 15 años que siguieron los resultados de las elecciones por televisión, 36.000 lo hicieron a través de Tele Elx. La emisora consiguió ese día un *share* del 20% a las nueve de la noche (24.600 telespectadores de un total ponderado de 125.000), índice que se dobló entre quienes siguieron las elecciones por televisión. En el segundo de los sondeos, correspondiente a 2015, el 55,2% de los encuestados que se reconocen seguidores de la emisora, cerca de 90.000 personas, siguieron la programación especial realizada por este canal local.

A pesar de los esfuerzos por obtener datos de audiencia fiables, esta es una rémora con la que han de coexistir los medios de comunicación locales que carecen de una base estadística sólida con la que abordar a sus inversores publicitarios. El modelo de negocio de Tele Elx, una televisión local de titularidad privada, se asentó durante mucho tiempo sobre un sistema dual de abonados más publicidad. Sin embargo, tras la venta de su red local de cable a Auna, se sostiene exclusivamente gracias al pequeño comercio de proximidad, al patrocinio de algunas grandes marcas con sede en la ciudad y al apoyo de las instituciones públicas. Este sostén financiero público, según Luis Torres (2014) no llega en la actualidad al 25% del total de ingresos publicitarios de la emisora.

[Vivimos] exclusivamente de publicidad privada, en su mayoría, y también de publicidad institucional: del Ayuntamiento de Elche, algo de la Diputación, nada de la Generalitat. Aunque hubo una excepción en la época de Zaplana (...) en la que nos dieron alguna campaña. Pero por ejemplo, en televisiones que han emitido en Elche, como Tele 7, tenían publicidad institucional que Tele Elx no tenía y sus audiencias no se podían ni comparar. Financiarlos [las instituciones públicas] no nos han financiado pero han contribuido mediante patrocinios, campañas de información. Igual que con cualquier otro medio de comunicación local. (Torres, 2014)

Estas ayudas institucionales que llegaban en forma de patrocinios o de campañas municipales disminuyeron hasta casi desaparecer durante los años más críticos de los recortes públicos. En el caso de Tele Elx, esta situación se vio agravada por la situación de ilegalidad en que se encontraba la emisora, con diversas disputas jurídicas contra la Generalitat que se hacían extensivas a los gobiernos municipales, como el de Elche, presidido por el Partido Popular. “Sin embargo, aunque el PP empezó muy desconfiado, ahora ya hay una relación de normalidad. De poca inversión publicitaria para lo que estamos haciendo, pero la relación ha mejorado mucho”, explicaba Torres (2014) que considera que la falta de respaldo publicitario por parte del Ayuntamiento se debe más a la crisis financiera municipal que a supuestos castigos por presuntas desavenencias políticas.

La gran mayoría de los prestadores privados de TDT-L reciben ayudas económicas públicas de algún tipo mediante subvenciones directas, como en el modelo catalán, o a través del encargo de programas de proximidad (Guimerà, 2011). Esta

última fórmula para obtener ingresos públicos la ha utilizado Tele Elx durante toda su trayectoria. Sin embargo, ha rehusado otras vías de financiación, presentes en el sector desde la década de los noventa, como la tele venta, los SMS Premium o los concursos esotéricos que muchos canales locales han explorado a costa del desprestigio que ello supone para la cadena (Guimerà, 2011).

Volviendo a los estudios de audiencia, la aparición de Internet y los nuevos modelos de consumo mediático están abriendo una brecha que pone en cuestión la objetividad de los métodos de control tradicionales. Para Bowman y Willis (2003:54), “Internet ha ayudado a fracturar los medios masivos al empoderar a la audiencia que toma un rol más activo cuando interactúa con los medios”. Así, por un lado nos encontramos una proliferación de canales que fragmentan la audiencia y por otro, una explosión del consumo televisivo a través de terceras y cuartas pantallas que ponen en tela de juicio la credibilidad de los datos basados en técnicas de audiometría o sondeos telefónicos.

La aparición de *Google Analytics* como una herramienta eficaz de medición en el ecosistema digital favorece el posicionamiento de los medios pequeños, cuyas endebles audiencias pasaban desapercibidas. “Nosotros confiamos en ese mundo digital donde los hábitos y los perfiles de los consumidores están perfectamente definidos. Queremos ampararnos en esa tecnología que hace que sea pública y notoria nuestra capacidad de llegar a la gente”, explicaba Luis Torres (2014) que se muestra satisfecho con los resultados de Teleelx.es que puede mostrar a sus anunciantes. El gestor del portal, Salvador Campello, facilita a los comerciales los datos trimestrales que no paran de

aumentar tanto en visitas como en número de páginas vistas: “Nosotros tenemos que vender la gente que nos consume porque a mí no me importa que un anuncio se haya visto una vez o cien veces, me importa que lo hayan visto cien personas” (Campello, 2015).

El número de usuarios únicos que visitaban mensualmente la página web de Teleelx.es, a finales de 2015, era de 82.000, casi tres veces más que los que lo hacían cuando se puso en marcha Infoexpres en 2012. El número de accesos rondaba los 185.000 y las páginas vistas superaban las 382.000.



## CAPÍTULO 4

### LA PROGRAMACIÓN DE TELE ELX

#### 4.1. De la programación generalista a la especialización en proximidad

El concepto de programación en televisión ha estado tradicionalmente relacionado con el ejercicio de encadenar diferentes contenidos televisivos que se emitían y consumían simultáneamente. Sin embargo, la multiplicación del número de emisores y de contenidos diversos, unido a la rotura de la secuencialidad introducida por internet han supuesto un giro en lo que hasta hace poco entendíamos como programación televisiva (Arana, 2011). Programar en televisión es mucho más que un ejercicio de concatenación de productos audiovisuales que conforman una parrilla dirigida a una audiencia determinada, generalista o específica. La complejidad de esta acción comunicativa de las emisoras lleva implícitas una serie de implicaciones sociales, económicas e ideológicas que conforman la identidad del canal.

Los modelos de programación generalista responden a un tipo de consumo televisivo masivo que tiende a satisfacer una dieta mediática apta para todos los

públicos (Contreras y Palacio, 2003). Tanto los contenidos como los formatos deben saciar el apetito de una audiencia heterogénea en edad, sexo y extracción social, con niveles económicos y culturales diversos. Sin duda, la tarea de los programadores resultaba más sencilla cuando solo existían unas pocas cadenas, pero la llegada de la televisión digital y sus infinitas posibilidades tecnológicas, la multiplicación de soportes y canales, y la implementación de Internet como un macromedio que lo engloba todo, ha complicado la construcción del andamiaje programático televisivo.

Las estrategias de programación han evolucionado gradualmente siguiendo el compás de un sistema de comunicación cada vez más complejo. La primera etapa del desarrollo de la televisión en Europa se caracterizó por la escasez de canales, la mayoría de titularidad pública y ámbito estatal, cuyos objetivos fundacionales perseguían educar, informar y entretener a públicos masivos intergeneracionales e interclasistas. En ese modelo próximo al concepto de despotismo ilustrado televisivo era fácil programar. El paradigma básico de la acción comunicativa se reducía a tres agentes con unas funciones bien definidas que seguían el orden establecido por Laswell, Weaver y Shannon a mediados del pasado siglo: el emisor, el mensaje y el receptor o audiencia (García Avilés, 2015: 140-149).

Ese fue el modelo europeo, y especialmente el español, hasta mediados los años ochenta; unos canales sin apenas competencia donde el emisor (las cadenas de televisión) ejercía un poder omnímodo sobre los mensajes (programas) y mantenía un férreo control sobre una audiencia cautiva. Pero esa situación de privilegio cambió de raíz con la llegada de las emisoras privadas, la aparición de las televisiones de

proximidad y, sobre todo, con la multiplicidad de canales que ha traído consigo la digitalización televisiva e Internet. La Sociedad Red plantea un nuevo paradigma que sitúa a las audiencias o usuarios como centro neurálgico de un nuevo modelo comunicativo donde “múltiples actores interactúan desde cualquier lugar con *feedback* en tiempo real, los medios y usuarios se integran en un flujo constante, y el mensaje se configura en torno a los individuos” (García Avilés, 2015: 164).

Emili Prado (2015) define el escenario televisivo actual como “una confluencia de dos revoluciones en curso, la de las redes y la digitalización, que está cambiando radicalmente el panorama de los medios” cuya sombra se extiende sobre la oferta de contenidos audiovisuales que “fluye por diferentes plataformas, adoptando formas ecológicas en función del contexto tecnológico y de la apropiación de esas tecnologías por los públicos en cada latitud” (Prado, 2015: 39).

En esta televisión sin fronteras territoriales ni tecnológicas se ha trastocado el orden de los tres elementos básicos del sistema comunicativo hasta llegar a convertir a la audiencia en emisor, la programación en mensaje y el canal y el anunciante en destinatarios. “El hecho de que la audiencia también se convierta en emisor a través de diferentes canales modifica no sólo la producción informativa, sino también la organización del medio, el modelo de negocio, la distribución, la relación con la audiencia y, por supuesto, la función del periodista” (García Avilés, 2016:2).

Emili Prado (2015) también incide en el cambio de paradigma que introduce esta nueva etapa, denominada metatelevisión o post-televisión, donde la audiencia

reconvertida en usuaria se erige como actor principal del proceso comunicativo. Así, mediante este ejercicio de empoderamiento, adquiere el máximo protagonismo sobre la programación televisiva a través de sus experiencias de consumo de televisión de flujo o televisión de stock:

La audiencia masiva, característica del medio desde su inicio, convive con la fragmentada, la segmentada, la micro, la individual y la conectada. Esta última categoría, la audiencia conectada, introduce un nuevo factor de agregación no basado en la contigüidad física, sino en la conexión con otros espectadores simultáneamente al consumo. (...) Este tipo de audiencia da lugar a diferentes manifestaciones, que van de la social tv a la recomendación a los pares, que influye en la generación de menús compartidos que después tendrán repercusión en el establecimiento de la agenda de la comunicación personal, presencial en los grupos de agregación social sobre el territorio y mediada tecnológicamente en los grupos de agregación social en el ciberespacio. (Prado, 2015:46)

Así pues, las cadenas de televisión y los responsables de elaborar sus parrillas se han ido adaptando a las exigencias de un público que cuenta con una oferta ilimitada y toda la tecnología al alcance de su mano donde las pantallas se han convertido en metáfora de la comunicación digital. Navarro Güere y otros (2012) consideran que este cambio de paradigma comunicacional presenta un escenario fresco, rico y todavía confuso en el que la televisión adopta un relevante papel mediador con una gramática propia. “Por una parte [las pantallas] son un soporte de visualización unidireccional y por otra son mediadoras, propician el diálogo (...) bidireccional: trascienden su propia materialidad física como superficie tangible y trascienden la entidad física del usuario



(...) para ofrecer interactividad, simulación e inmersión” (Navarro Güere y otros, 2012: 24).

La televisión ya no es sinónimo de televisor. La migración hacia otras pantallas parece imparable y las redes sociales están destronando a la pantalla tradicional en lo que se refiere al consumo de información y entretenimiento (Echegaray, 2015). Este desplazamiento propicia nuevos modelos de producción más creativos y un aumento de las oportunidades para la innovación y evolución del audiovisual como medio y como lenguaje. Los portales de televisión en Internet se han convertido en distribuidores de productos audiovisuales a través de diversas pantallas: la del ordenador, la del televisor y las de los dispositivos móviles. Esta sinergia entre televisiones tradicionales y on line permite rentabilizar el material audiovisual almacenado de las cadenas, atrae a los internautas hacia los canales de televisión, aumenta los consumos diferidos y multiplica la audiencia social (Ruano, 2010). La creación de estos portales audiovisuales fomenta la unión de contenidos de entretenimiento, informativos y de servicios de Internet. La información fluye a través de la televisión en directo y las noticias elaboradas en la redacción se actualizan al instante. Se pueden visionar videos ya emitidos o imágenes en tiempo real desde webcam situadas en cualquier punto del territorio. También posibilita el acceso a páginas web de programas, como realitys o series, donde se ofrecen contenidos enriquecidos sobre los protagonistas, avances de capítulos, chats para conversar con los intérpretes y foros donde se comunican los seguidores.

YouTube es ya el principal referente de la televisión en internet. En este sentido, además de sus propios portales web, las grandes cadenas ofrecen sus contenidos más

representativos, especialmente los de entretenimiento, a través de esta red social para llegar a nuevas audiencias más interesadas en la búsqueda de contenidos que de canales de televisión.

Tele Elx, que ha transitado por los distintos períodos evolutivos de la televisión desde la década de los ochenta, tampoco se ha mantenido al margen de este seísmo que ha perturbado las estructuras programáticas de la televisión en poco más de una década. Al comienzo de esta investigación formulábamos la siguiente hipótesis de trabajo: “Tele Elx ha evolucionado desde un modelo de televisión generalista difundida en un ámbito geográfico local hacia un modelo de televisión temático de proximidad difundida en un ámbito global”. En este punto, conviene recordar qué entendemos por televisión de programación generalista y de proximidad, no tanto desde la perspectiva del modelo de difusión/recepción sino desde el de los contenidos y servicios que ofrecen una y otra. Para Cebrián (2004: 14) “los objetivos de llegar a unos públicos u otros y las modalidades de pago establecen las diferencias reales entre unos canales y otros”.

En las parrillas actuales conviven tres grandes tipos de canales: los que ofrecen una programación generalista que abastece de contenidos variados a grandes mayorías indiscriminadas, los que proponen una alternativa a través de una programación especializada para grupos sociales que no se identifican con los productos de las cadenas generalistas (canales infantiles, juveniles, etc...) y los temáticos, que profundizan en contenidos especializados. Contreras y Palacio (2003) sostienen que, en este último caso, el trabajo del programador ha de modificarse sustancialmente ya que “el espectador pasa a ser un aliado directo que voluntariamente busca los contenidos del

canal con un notable sentimiento favorable desde el primer momento. Se trata de una especie de club privado que permite asociarse a un buen número de televidentes que comparten una afición o interés concreto” (Contreras y Palacio, 2003:221).

La programación de la televisión de proximidad buscar interpelar al ciudadano más que al consumidor. Y por lo tanto su objetivo primordial reside en contribuir explícita y cotidianamente a la construcción del espacio público en cuanto escenario de comunicación y diálogo entre los diversos actores sociales y las diferentes comunidades culturales (Contreras y Palacio, 2003). Otro rasgo que configura a la televisión de proximidad es la elaboración audiovisual de las bases comunes de la cultura, sobre las que se articulan las diferencias regionales y locales. Para ello la programación debe hacerse cargo de la complejidad geopolítica y cultural de la región o la localidad tanto en el ámbito social como en el de los valores colectivos y las expectativas de futuro, y de otro, trabajar en la construcción de lenguajes comunes.

Además, otro objetivo que caracteriza la programación de proximidad consiste en ofrecer una imagen de pluralismo social, ideológico y político, permitiendo que las voces más débiles, como las minorías culturales y los creadores independientes, se vean representadas en sus parrillas, con espacios que vertebran la realidad plural del entorno en el que operan (Rincón, 2001). En este sentido, consideramos la proximidad como una especialización temática cuyos contenidos aparecen arraigados en un territorio de pequeña escala y centrados en los intereses y necesidades cotidianos de la audiencia. En el caso que atañe nuestra investigación, la especialización temática de Tele Elx sería

Elche, independientemente de la cantidad o calidad de los contenidos que han sufrido altibajos atendiendo a la capacidad de producción de la cadena en cada momento.

#### **4.2. Tendencias de programación en la televisión de proximidad**

La multiplicación de operadores televisivos que se ha producido a raíz de la implantación de la tecnología digital, la convivencia de canales en diversas escalas territoriales y la proliferación de plataformas que permiten un consumo audiovisual individualizado han provocado una fragmentación de la oferta televisiva pero no han transformado sustancialmente los contenidos de la programación. Disponer de un mayor número de canales debería servir como detonante para presentar propuestas innovadoras en cuanto a géneros y formatos pero la teoría, en este caso y de momento, no tiene su correlación en la práctica. Todavía se evidencia una homogeneidad de la oferta televisiva y un índice de redifusión muy alto que denota la incapacidad o la desgana de los operadores para producir contenidos originales (Prado, 2010). Esta homogeneidad también se percibe en la tendencia generalizada a la espectacularización que diluye las fronteras entre los géneros, independientemente de la titularidad y del modo de difusión (Moragas y Prado, 2012).

En Europa, la televisión digital y por cable se asienta mayoritariamente sobre canales temáticos (García Muñoz y Larrégola, 2010). Un estudio sobre la programación de estas cadenas realizado en Francia, España, Reino Unido, Italia y Alemania durante el trienio 2006-2009 revelaba que los contenidos emitidos apenas presentaban

variaciones respecto de los que se ofrecían antes de la implantación de la TDT<sup>126</sup>. Las cadenas, generalistas o temáticas, siguen apostando por los tres grandes géneros televisivos: la información, la ficción y el info-show, aunque los deportes, la música, las temáticas infantiles y en menor medida, las juveniles se conforman como oferta diferenciada de los canales temáticos (García Muñoz y Larrégola, 2010).

Las televisiones de proximidad, de ámbito autonómico y local, enfocan sus contenidos, primordialmente, hacia la información y el entretenimiento. Sirva como ejemplo la memoria anual del Consejo Audiovisual de Andalucía (2014) donde se pone de manifiesto que la programación informativa en las televisiones de proximidad andaluzas creció cuatro puntos y ocupa el 20% del total de las emisiones. Los programas de entretenimiento aparecen en segundo lugar con casi un 16% y a continuación los culturales (9,63%), la ficción (7,24%), la música (8,48%) y el deporte (4,67%). El estudio elaborado por el Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) detecta que la programación informativa tiene más peso en las televisiones locales privadas que en las públicas, hecho que atribuye al incremento de los programas de debate y de opinión como fórmula para rellenar las parrillas a bajo coste. El CAA también alerta sobre el aumento de contenidos religiosos en las televisiones locales que emiten sin licencia debido a la proliferación de canales auspiciados por organizaciones religiosas, que ya han dejado de ser un hecho puntual.

---

<sup>126</sup> Los resultados hacen referencia al Estudio de la Programación de la Televisión digital: innovación en contenidos, formatos y técnicas de programación en la TDT (EPTVD) del Plan Nacional I+D+I, un proyecto de Investigación Científica y Desarrollo Tecnológico del Ministerio de Educación y Ciencia.

La programación de las televisiones de proximidad debería servir para romper la uniformidad de las propuestas de los canales generalistas ya que en su ADN está fijar y desarrollar las señas de identidad de colectivos que comparten territorios de pequeña escala, cultura, lengua y proyectos de futuro en común. Coincidimos con Magdalena Mut (2003) en que la televisión local debe servir como “complemento de las televisiones nacionales con la función fundamental de constituirse en un elemento de comunicación al servicio del desarrollo económico, social y cultural del territorio, siendo fundamentalmente un instrumento de innovación y desarrollo” (Mut, 2003: 431-432).

Por ello, atendiendo a las peculiaridades que definen la televisión local, la programación de proximidad debería hacer hincapié sobre la identidad del colectivo humano sobre el que actúa, expresar la riqueza de la cotidianeidad y enriquecer la información próxima en sintonía con la vida local. Los contenidos habrían de servir para dinamizar la cultura y la lengua propia (en el caso de colectivos bilingües) a través de programas educativos y de intercambio cultural donde se fomente la participación directa de la ciudadanía. En este sentido, la programación de Tele Elx no ha seguido una trayectoria homogénea en cuanto a su papel como referente de televisión de proximidad. Aunque se identifica con muchos de los propósitos atribuidos a los medios próximos, se perciben oscilaciones en los niveles de participación ciudadana así como en el fomento de esa otra cultura local que escapa al corsé de la cultura “oficial”. La crisis económica, el modelo de negocio y un planteamiento erróneo y sobredimensionado del sector de la televisión digital local han condicionado negativamente la programación de este canal,

como se podrá observar en el análisis detallado de su parrilla que abordamos en el siguiente epígrafe.

### **4.3. La parrilla de programación de Tele Elx**

Desde el comienzo de sus emisiones, Tele Elx presentó una programación regular de lunes a domingo que comenzaba al borde del mediodía y finalizaba a medianoche. Entonces era un canal que se difundía exclusivamente a través del cable. La primera parrilla aparecía publicada en los diarios locales, en la noticia donde se daba cuenta de la presentación en sociedad del nuevo canal de video comunitario:

La información que “Teleelx” ofrecerá a partir del mes de abril, y de forma gratuita durante un período de prueba, será la siguiente: 12, carta de ajuste; 12,30, textos informativos de interés general; 14, reportajes informativos; 14,30, programa informativo especial; 17,30, película infantil; 19, dibujos animados; 19,30, videos musicales; 20, reportajes informativos; 20,30, programa informativo especial; 21, película autorizada para jóvenes; y 22,30, película de noche. Desde el mes de septiembre dicen los promotores de la idea que se ampliará hasta las 18 horas diarias con concursos, cursos de idiomas, reportajes de barrios, y se duplicarán los espacios informativos sobre la actualidad ilicitana. (Arturo Andreu. La Verdad: 28 de marzo de 1987)

Se trataba de una parrilla donde se alternaba la producción propia, básicamente programas informativos, con películas y videos musicales. Un modelo de programación generalista para atraer a todos los públicos donde se enfatizaba la información de proximidad que no ofrecía ningún otro canal. Hasta entonces, la única información local

sobre Elche era la que de manera esporádica se mostraba en las desconexiones regionales de Televisión Española, conocida popularmente como “Aitana”, pero los ilicitanos no estaban habituados a ver su vida cotidiana a través de la pantalla del televisor. “Nos llamaban para pedirnos que pusiéramos una y otra vez esas imágenes porque no se habían visto nunca en televisión imágenes de la ciudad de esa forma. Hacíamos encuestas y la gente estaba pendiente para verse en televisión. Aquello fue un fenómeno total”, recuerda Gaspar Macià (2014:2). Y como una “revolución” define también Conchi Álvarez (2013) el hecho de que los ilicitanos pudieran ver y escuchar por primera vez al alcalde y a todos los concejales en sus televisores y seguir las incidencias de los plenos municipales sin moverse de sus casas.

Pero la clave del éxito de Tele Elx no radicaba solo en la abundante información de proximidad donde se mostraba la actualidad informativa de la ciudad sino también en una cuidada programación dirigida a todos los sectores de la población y especialmente a la infantil. En los inicios del canal, el principal reclamo de Tele Elx fue su amplio menú cinematográfico aderezado con programas de información local. Las películas actuaban como gancho para captar una audiencia que admitía con facilidad abonar una cuota mensual para ver cine en su televisor pero que no estaba acostumbrada a pagar por informarse (González Esteban et al., 2015).

Así, las parrillas iniciales incluían, al menos, tres películas diarias, unas cinco horas, y las siete horas restantes se dedicaban a programas de producción propia. La parrilla más antigua a la que hemos tenido acceso en esta investigación está datada el 14 de septiembre de 1987 y en ella se establece la programación diseñada para la



temporada otoño-invierno. Son cuatro folios mecanografiados donde se especifica la programación de los días laborables, del sábado, del domingo y de los días festivos. También se da cuenta del contenido de cada uno de los programas especiales, la duración, el día de emisión y el responsable del mismo. Así, los lunes a las 21:30 horas, se emitía Elx-Sport con una duración de 75 minutos que dirigía José M<sup>a</sup> Priego. Este programa es, junto al Tele Nit, el más longevo de Tele Elx. Ha cambiado de nombre y de director pero continúa emitiéndose los lunes tras el informativo. Los martes, a la misma hora, había un programa de debate de 30 minutos conducido por Gaspar Macià. Los miércoles se programaba un espacio de reportajes de actualidad, también de media hora, dirigido por Pepe Moraleda. Los jueves, un programa deportivo, Play-Off, presentado por Pallarés y los viernes, la periodista Maite Vilaseca dirigía un formato de entrevistas llamado “Muy personal”. Los programas especiales, de producción propia, se emitían todos a las 21:30 horas, en horario de prime time. Los sábados, a las nueve de la noche, el periodista Pepe Soto conducía un programa de reportajes llamado “Documentos Tele Elx” y a las 21:30, José M<sup>a</sup> Priego era el encargado de presentar “El próximo rival”, un formato de contenidos deportivos.

En 1987, la programación de madrugada era prácticamente inexistente en los pocos canales de televisión que emitían en España. Solo TVE había comenzado a programar en esa franja horaria durante los fines de semana, por lo que uno de los reclamos de Tele Elx era la película para adultos de los viernes por la noche, que comenzaba pasada la medianoche.

**Tabla 4.1. Programación de Tele Elx de lunes a viernes desde el 14/9/1987/.**

HORA	PROGRAMA	HORA	PROGRAMA
11:00	Teletexto	19:00	Película juvenil
14:00	Noticias mediodía	20:30	Videos musicales
14:30	Programa especial (repetición)	21:00	Tele Nit
15:00	Videos musicales	21:30	Elx-Sport
15:30	Película de serie	21:45	Programa especial
16:30	Teletexto	22:15	Película
17:00	Videos musicales	23:45	Tele Nit (repetición)
17:30	Película infantil	00:30	Despedida y cierre

Fuente: elaboración propia a partir de la parrilla facilitada por Iván Aranda.

A principios de los años noventa, tras los problemas legales que habían surgido con las asociaciones de videoclubes de Elche y con la entrada en vigor de la reforma de la ley de Propiedad Intelectual, Tele Elx dejó de emitir películas de calidad. Para solventar esta crisis que les hizo perder un gran número de abonados, la cadena apostó por impulsar la producción propia, con mucha participación ciudadana a través de formatos de entretenimiento. Concursos, magazines, programas infantiles y espectáculos nocturnos se incorporaron a la parrilla de programación para completar la oferta informativa inicial. “La tele tenía que verse fuera, con directos en las calles, las plazas, en edificios emblemáticos y sobre todo había que echar el resto en las elecciones municipales y autonómicas. Ése era el objetivo”, explicaba Rosmari Alonso (2013:9), jefa de informativos de Tele Elx.

Esta voluntad de incentivar la participación ciudadana y aumentar la visibilidad del canal tuvo dos consecuencias: un período de esplendor de la producción propia y un

ahogamiento económico ya que Tele Elx no podía competir con los canales generalistas. “Hicieron una apuesta muy importante de dinero para hacer programas caros pero con gancho, (...) se apostó por una programación como si fuera una televisión nacional, pero la televisión local no tiene nada que hacer ahí. No salen las cuentas” (Alonso, 2013).

Dos años después del arranque de las emisiones, en 1989, Tele Elx ya no interrumpía su programación y durante la madrugada conectaba vía satélite con la cadena Galavisión. Seguía manteniendo dos informativos diarios, uno al mediodía y otro por la noche y había aumentado su programación propia con magazines, concursos, programas infantiles, tertulias y espacios culturales.

La parrilla estaba construida atendiendo a una estructura horizontal durante la semana de lunes a viernes, y siguiendo una estrategia de programación en vertical durante la franja de prime time.

**Tabla 4.2. Programación de Tele Elx de lunes a viernes desde el 19/6/1989/.**

HORA	PROGRAMA	HORA	PROGRAMA
13:30	Teletexto	19:00	Radio Exprés
14:00	Elche hoy. Noticias	21:00	Tele Nit
14:30	Programa local (red.)	21:30	Programa local
15:00	Video Clips- Teletexto	22:00	Tele Tela
15:30	Película juvenil	22:15	Película
17:00	Cablelandia	23:45	Tele Nit (red.)
18:00	Telenovela	00:15	Galavisión

Fuente: elaboración propia a partir de la parrilla facilitada por Iván Aranda.

Así, la diversidad programática se situaba en los llamados programas locales que eran diferentes cada día. Los lunes, el programa deportivo “A todo gol”, los martes, el debate “A favor o en contra”, los miércoles, “Primera página”, los jueves, “Atrapa el millón” y los viernes, el programa cultural “Primera fila”. Pero la apuesta por la producción propia no se constreñía al prime time. Tele Elx competía con las televisiones estatales y autonómicas en la franja vespertina con una cuidada programación infantil y juvenil. Un ejemplo de ello es el programa Cablelandia, que aparece en la parrilla de la tabla superior correspondiente a 1989, pero existieron muchos otros formatos como “La Maga Maja”, “Kiko y Kiriko” o “Zapatiesta”, que aún perduran en la memoria de muchos ilicitanos, en los que Tele Elx apostó por una programación infantil de calidad, fomentando a la par los grupos de teatro locales:

Francesc Guirado, de la companyia La Carreta, va tenir una experiència amb Tele Elx l'any 1990 amb una producció pròpia que es va exportar a altres llocs (com ara Andalusia i les Illes Balears) i que s'anomenava Kiko y Kiriko; els protagonistes eren un xiquet i un ocell fets de goma escuma i manipulats des de dins; igualment la companyia va participar amb *muppets* en la secció Titeretas del programa Zapatiesta, del qual es van emetre 42 episodis amb un bon índex d'audiència (Oltra, 2011:120)

La parrilla de 1989 también incorporaba ya el magazine Radio Expres, un programa muy dinámico de entrevistas y reportajes de calle presentado por Conchi Álvarez y Xavier Rico, con el que la cadena pretendía promocionar la marca de la emisora de radio que se pondría en marcha poco tiempo después con ese mismo nombre. Durante todos esos años, la parrilla de Tele Elx aparecía publicada en los diarios locales como cualquier otra televisión de ámbito estatal y a partir de 1992

también se podía consultar en la revista “Tele Elx” que editaba el grupo, donde además de la programación del canal local, aparecían la oferta de todas las televisiones que se distribuían a través del cable.

En 1992, con Tele Elx ya consolidada dentro del menú televisivo de los ilicitanos, sus directivos dieron una vuelta de tuerca a la programación con la retransmisión en directo de los partidos del Elche C.F. cuando el equipo jugaba fuera. Este hecho supuso un esfuerzo económico que se vio compensado, no solo por los resultados de la audiencia, sino por el agradecimiento de los ilicitanos que podían ver por primera vez los partidos del equipo de la ciudad sin moverse de sus casas. Esa retransmisión pionera, un hito dentro de las televisiones locales, fue el domingo 10 de mayo de 1992: un partido entre el Getafe y el Elche C.F., en directo vía satélite desde la localidad madrileña.

Figura 4.1. Anuncios en la prensa local de la programación de Tele Elx.



Fuente: Revista Tele Elx y Diario La Verdad.<sup>127</sup>

<sup>127</sup> El anuncio del partido de fútbol entre el Elche C.F y el Mahonés, y la parrilla de programación, donde aparece el programa infantil Zapatiesta, se publicaron en el diario La Verdad el 27 de febrero de 1991. La imagen central corresponde al nº 1 de la revista Tele Elx del 15 de mayo de 1992.

El comportamiento de Tele Elx como un canal generalista fue disminuyendo a medida que se consolidaban las cadenas privadas, con emisiones ininterrumpidas durante las 24 horas y una amplia oferta programática en formatos de ficción, de entretenimiento y programas infantiles con las que no podía competir. “Una televisión local nunca podría ser una televisión nacional pero sí que podíamos competir con la información local.”, explicaba Alonso (2013). De esta manera, fue desapareciendo toda la producción ajena que había trufado la parrilla desde sus inicios y el canal se centró exclusivamente en los contenidos de proximidad de producción propia.

Esta fórmula de producción propia apoyada en la redifusión, es una de las tres modalidades de negocio que Josep Àngel Guimerà (2011) distingue para las televisiones locales. El segundo modelo, que nunca aplicó Tele Elx, es el de la emisión en cadena con ventanas locales, que inició Localia y que reproducen muchas televisiones locales catalanas que trabajan de manera sindicada. Y el tercer modelo es aquel que “se basa en la emisión, el máximo tiempo posible, de contenidos que aportan ingresos atípicos: tele venta, contenidos vinculados a líneas telefónicas de tarificación adicional y SMS Premium” (Guimerà, 2011:281).

Tele Elx no ha recurrido a este tipo de programación totalmente desvinculada de su demarcación, donde la presencia de producción propia es prácticamente nula, ni en los momentos más críticos. Cuando no pudo mantener el ritmo de los primeros años, ralentizó la maquinaria de producción propia pero mantuvo el grado de proximidad en sus contenidos, apostando más por su función social que por la rentabilidad económica a costa de dilapidar el prestigio obtenido por la emisora.

De esta manera, la parrilla de Tele Elx abandonó la producción ajena y se circunscribió exclusivamente a una programación local propia, basada fundamentalmente en géneros informativos: magazines, entrevistas, debates y programas especiales y culturales. Lejos quedaron los formatos de entretenimiento como los grandes concursos en lugares públicos, los *late night* desde discotecas de la ciudad y las tertulias veraniegas desde las playas. La mayor parte de la producción informativa se recluyó en el plató con formatos *low cost* que no requerían la concurrencia de grandes recursos técnicos ni humanos. La venta de la empresa de cable que era la principal fuente de ingresos de la cadena seguida del proceso de digitalización, la crisis económica y la situación de ilegalidad en la que se mantuvo el canal a partir de 2005 contribuyeron al reposicionamiento de Tele Elx como una televisión de contenidos exclusivamente locales, cuya única manera de sobrevivir era ofrecer un producto muy próximo a su audiencia potencial.

Así, la producción propia se redujo considerablemente. El informativo de mediodía desapareció y solo se mantuvo el emblemático Tele Nit. También el programa deportivo, un magazine matinal, un debate y entrevistas cuando hay algún personaje relevante o un tema de actualidad que genere controversia. El resto de programas, incluidos los reportajes, vienen y van dependiendo de los ingresos publicitarios y los patrocinadores. En la actualidad, la reducida plantilla de Tele Elx no puede afrontar la realización de ese tipo de programas más elaborados y lo hace un colaborador externo. Las redifusiones y los programas compartidos con Tele Elx Radio completan una parrilla disminuida en comparación con otros tiempos.

Desde que se creó el portal de Teleelx.es, la cadena elabora también formatos informativos específicos para ser consumidos a través de terceras y cuartas pantallas. Diariamente se elabora un micro-informativo de dos minutos de duración destinado a la difusión en las redes sociales. Es un avance de los temas sobre los que está trabajando Tele Elx que presenta Salvador Campello al borde del mediodía, con una puesta en escena informal, desde la misma redacción de informativos. Lo que no ha cambiado en la programación son los espacios especiales durante los períodos electorales ni las retransmisiones de fiestas populares como la Semana Santa o el Misteri, que se pueden seguir en directo, en redifusión y también a través del repositorio al que se puede acceder a través de la web.

Al observar la parrilla de Tele Elx vigente en 2015, se comprueba que no existen contenidos de producción ajena como es habitual encontrar en la mayoría de canales locales que, de manera sindicada, recurren a productos audiovisuales externos para rellenar sus horas de emisión. Los programas originales se sitúan en la franja matinal, desde las diez de la mañana hasta las dos del mediodía, y en la de prime time, desde las ocho y media de la tarde hasta poco antes de la medianoche.

En total, se emiten siete horas diarias de programación propia que se redifunde durante el resto de franjas horarias. Por las mañanas, la televisión conecta con Tele Elx Radio y la programación de ambos medios discurre en paralelo a través de una webcam instalada en el estudio radiofónico. La parrilla matinal está construida siguiendo un modelo de programación horizontal donde se mantienen los mismos programas y horarios durante toda la semana. La parrilla de *prime time*, al igual que el resto de



televisiones generalistas, se estructura siguiendo las estrategias de programación en vertical donde la oferta cambia cada día de la semana.

Figura 4.2. Programación semanal de lunes a viernes de Tele Elx en 2015.



Fuente: Teleelx.es

Los programas originales de la parrilla de Tele Elx en 2015 son los siguientes:

1. La Glorieta<sup>128</sup>: magazine de actualidad y entrevistas que presenta la directora de Tele Elx, Conchi Álvarez.
2. A buenas horas: magazine de entretenimiento y servicio ciudadano conducido por Eloy Licerán y Rosa Lucas.
3. Informativo: informativo radiofónico presentado por Rosmari Alonso y Daniel Gozávez.
4. Elche en punta: programa de información deportiva presentado por Paco Gómez.
5. ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo?: programa de reportajes sobre empresas y comercios ilícitos presentado por Raquel Gimeno.
6. Día a día: magazine con entrevistas conducido por Miriam Quesada.
7. Tele Nit: informativo presentado por Salvador Campello.
8. A todo gol: programa de información deportiva presentado por Paco Gómez
9. Quiero ser emprendedor: programa de reportajes sobre economía social y emprendimiento.
10. Elche se mueve contigo: programa de reportajes sobre temas sociales
11. El camp d'Elx: programa de reportajes y actualidad sobre el mundo rural de Elche presentado por Vicente Bordonado.
12. Telenit Entrevista: programa de entrevistas de actualidad conducido por Rosmari Alonso.

---

<sup>128</sup> Los programas La Glorieta, A buenas horas, el Informativo y “Elche en punta” se emiten simultáneamente, de lunes a viernes, por radio y televisión.

13. Cita en Elche: programa de tertulia sobre temas de la actualidad ilicitana presentado por Antonio Zardoya.
14. Elche Shoes City: programa de reportajes sobre el sector del calzado.
15. Revista Universitaria: programa de actualidad universitaria patrocinado por la UMH.

Los fines de semana Tele Elx retransmite misas a las 9:30 y a las 12:00 horas, grabadas en la basílica de Santa María. El resto de la programación se completa con redifusiones. En el momento de redactar esta tesis doctoral también se han incorporado a la parrilla un segundo programa de entrevistas de actualidad “Punto y aparte” que dirige el periodista Salvador Campello, otro de actualidad deportiva, “La Grada” que presenta Cristian Egea, y un informativo universitario semanal “Noticias UMH” que elabora el Servicio de Comunicación de la Universidad Miguel Hernández y que el canal emite sin coste alguno.

**Figura 4.3. Imágenes del menú a la carta de Tele Elx.**





Fuente: Teleelx.es

A través de la página web se puede acceder a la oferta bajo demanda de Tele Elx. Hay disponibles un total de 22 programas distintos, entre ellos, las retransmisiones de todas las fiestas populares que se celebran en la ciudad, tales como las de Moros y Cristianos, el Misteri, la Semana Santa, la Venida de la Virgen, los Pobladores, San Agatángelo o la cabalgata de los Reyes Magos. El resto de celebraciones eclesiásticas o de festividades en los distintos barrios forman parte del contenido del programa “Viva la Festa”.

#### 4.4. Géneros y formatos en la parrilla de Tele Elx

El macro-género informativo se configura como la columna vertebral de la televisión local. Los contenidos informativos de proximidad penetran la mayor parte de las programaciones locales, bien sea en los noticiarios clásicos o en otros formatos adyacentes como magazines de actualidad, entrevistas, tertulias, debates, programas

deportivos, culturales o de reportajes sobre temáticas locales o retransmisiones de eventos populares. La proximidad informativa reflejada en los contenidos de la programación tiene que ver con la idea de que entre la emisora de televisión y su audiencia existe un escenario de experiencias comunes, una complicidad comunicativa de quienes comparten los mismos códigos para valorar y analizar los mensajes (Monedero, 2005).

Mientras las televisiones generalistas emiten una programación variada en cuanto a formatos y géneros, las locales han de programar de manera más específica, no solo por su limitación presupuestaria, sino porque se dirigen a una audiencia muy concreta. Las parrillas televisivas se abastecen, fundamentalmente, de contenidos de producción propia, producción ajena o producción asociada. La producción propia es más cara de elaborar pero realza los valores de proximidad y ayuda al desarrollo de la cultura y la industria locales. También es participativa porque involucra a una ciudadanía habitualmente ausente en las agendas mediáticas y le ofrece la oportunidad de expresar su voz en los distintos programas.

El modelo programático de Tele Elx ha estado más cercano a una filosofía de televisión municipal de servicio público que a la defensa de intereses exclusivamente comerciales propios de un canal de titularidad privada. De hecho, aquellas televisiones municipales que optan por una doble financiación a través de subvenciones públicas y publicidad no se diferencian en sus objetivos de una emisora comercial como Tele Elx más que en la titularidad de la licencia. El ayuntamiento de Elche, que no ha dispuesto nunca de una emisora municipal, ha patrocinado muchos de los programas de Tele Elx y

difunde las campañas de información ciudadana a través de este canal privado. Durante años el Tele Nit ha ejercido como vehículo de comunicación institucional incluyendo diariamente en su escaleta la agenda informativa “Elche al día”, con información de servicio al ciudadano distribuida por el gabinete de relaciones informativas del ayuntamiento de Elche. Un espacio de unos dos minutos donde se incluían cuatro noticias breves sobre información de interés general, gestión municipal con carácter institucional e información de interés social (Campillo, 2003). Del mismo modo, Tele Elx no se ha caracterizado por emular las estrategias de programación adoptadas mayoritariamente por los canales privados locales. Ni en cuanto a la oferta de producción audiovisual externa, excepto en sus inicios como video comunitario, ni como parte de una red sindicada con otras televisiones locales, fenómeno muy extendido entre las emisoras de proximidad a finales de los años noventa y principios de la siguiente década. No obstante, desde hace apenas un año, la cadena forma parte de la Asociación de Televisiones Valencianas de Proximidad (ATVP) y comparte con el resto de televisiones asociadas las retransmisiones en directo de algunos eventos, normalmente festivos<sup>129</sup>, que se encargan de producir cada uno de las canales sindicados. Tampoco se ha detectado que haya recurrido a la programación “basura” como chats, consultorios de videncia o tele venta como método para completar la parrilla y financiarse al mismo tiempo, fórmula de uso común en televisiones de ámbito local con pocos recursos económicos (Guimerà, 2011).

---

<sup>129</sup> Entre los eventos que se retransmiten en directo para todos los canales locales asociados a la ATVP se encuentran los Moros y Cristianos de Alcoi, los carnavales de Vinaròs, las Fallas de Valencia, la Semana Santa de Orihuela, las fiestas de la Magdalena de Castellón o el Misteri d’Elx, entre otros.



La producción propia y la redifusión han sido los cauces por los que ha discurrido la programación de Tele Elx. Una oferta de contenidos locales ahora circunscritos a los géneros informativos en todos sus múltiples formatos, aunque en otras etapas los programas de entretenimiento reinaron en sus parrillas con niveles de calidad e innovación muy relevantes.

#### **4.5. Los programas de entretenimiento en Tele Elx**

En los inicios, la programación propia de Tele Elx dedicada al entretenimiento estaba compuesta fundamentalmente de programas infantiles, concursos y *talk-shows*. Dentro de los programas infantiles, el más conocido fue el de “La Maga Maja” que hizo la actriz ilicitana Cari Antón a finales de la década de los ochenta. Se realizaba en exteriores y lo grababa una productora de Alcoy, Klee Video, que entonces disponía de equipos profesionales de mayor calidad que los que utilizaba Tele Elx. Gaspar Macià (2013) recuerda que el de “La Maga Maja” se hizo muy popular entre la población infantil. El programa mezclaba fiesta y competiciones deportivas con piezas teatralizadas de los personajes. El programa “Cablelandia” o “Colorín Colorado”, realizado por el grupo de teatro infantil La Carreta de Elche, donde se incluían las aventuras de títeres de “Kiko y Kirico”, también alcanzó un gran éxito dentro de la franja vespertina de Tele Elx.

Los concursos infantiles como “Tic-Tac”, presentado por Rosmari Alonso, o “L’Embolic”, que conducía Irene Ripoll, contaron con mucha aceptación entre los escolares de Elche. En “Tic-Tac” competían diversos colegios para conseguir un viaje a

Eurodisney que sufragaba la concejalía de Educación. Estos concursos, por sus características, se grababan con unidades móviles en centro deportivos o escolares porque acogían a mucho público en directo. Esta programación estrechaba lazos entre la televisión y la ciudadanía pero también fortalecía la industria cultural autóctona de la que se nutría y para la que Tele Elx ha servido al mismo tiempo de escaparate y de trampolín (González Esteban et al., 2015).

Pero los formatos de concurso no se dirigían exclusivamente a la población infantil. “De puesto en puesto” era un concurso sobre temas locales, patrocinado por los mercados de Elche, que presentaba Jesús Rodríguez y se grababa en la discoteca Genius (Macià, 2013). “Atrapa el millón” lo presentaba Valentín Medina desde el plató de Tele Elx en el que participaban comparsas de Moros y Cristianos. El “Tele Tela” fue un concurso telefónico, que se emitía todas las noches, en el que los espectadores podían conseguir dinero y premios si acertaban las respuestas. Una fórmula similar se utilizaba para los concursos que formaban parte de los magazines donde se regalaban electrodomésticos, como “Las trece y media”, y en “Arte y arquitectura” había que descubrir un monumento o rincón de Elche a través de pistas audiovisuales.

Entre los programas culturales destacó “Desde el gallinero”, dedicado al cine, el teatro y las exposiciones de la ciudad que presentaba Gaspar Macià: “Te podías permitir, por ejemplo, hacer un monográfico de una pintora de Elche. Era un mundo muy amplio de posibilidades. La cultura y las tradiciones de Elche eran fundamentales en la programación y era también lo que más gustaba a la gente” (Macià, 2013). Otro de los programas presentado por Macià fue “Ringo-Rango”, un espacio que mezclaba la



información con el humor, con noticias inventadas, predecesor de un formato que sigue vigente en muchas cadenas actuales como “El Intermedio” o “El Mundo Today”. Entre los programas culturales más conocidos de Tele Elx están “Al descubert”, “Locos bajitos”, “Elche 0060”, “Elche sin fronteras” y “Primera fila”.

El objetivo de la programación de Tele Elx para darse a conocer entre su audiencia y hacerla partícipe de su proyecto audiovisual era salir a la calle y elaborar sus programas de cara al público. Una de las apuestas más costosas desde el punto de vista técnico y económico fue “Las noches del Malabusca”, un *late night* semanal que presentaba Conchi Álvarez desde una discoteca situada en la Glorieta, con invitados del mundo cultural y la sociedad civil ilicitana, con actuaciones musicales y público en directo. La música fue una temática bien tratada en Tele Elx. “Con la parabólica captábamos videoclips de canciones que aquí todavía no se habían editado y hacíamos nuestras listas de éxito. Era una programación muy completa”, explica Gaspar Macià (2013). Así se emitían programas de videoclips como “Video Mix” y otros como “Bongo Bongo”, “De bar en bar”, “Karaoke” o “La puerta de atrás” donde se solicitaba la participación ciudadana, como público en directo o como votantes para confeccionar listas de éxitos.

Esta amplia y variada oferta programática de Tele Elx pone de manifiesto que la información de proximidad no tiene por qué reducirse a formatos informativos clásicos, donde priman la palabra y los temas políticos que pueden resultar aburridos para la audiencia. La proximidad para este canal local estaba en la calle, en la sociedad civil, en los colegios o en las discotecas, pero esta interpretación de lo que debería ser una

programación local encontró un importante escollo en el terreno de la financiación y no pudo resistir el envite de la falta de recursos. Poco a poco, los programas se recluyeron en el plató aunque no por ello abandonaron la vocación de dar voz a la ciudadanía a través de los múltiples magazines que han articulado su parrilla durante los últimos 29 años. Este formato ha sido el más prolífico en la parrilla de Tele Elx, con programas como “Alternativa 3”, “Tot és poc”, “Radio Exprés”, “Perdonen las disculpas”, “Elx Mag Magazín”, “Pasen y vean”, “Menta y Limón”, “Vamos a la playa”, “Cita con Lola”, “Día a Día”, “Un día al sol”, “La Cripta”, “Tardes con Reme”, “Cap i Cua de Drac” o “Las cosas de Lola”.

Pero los programas más exitosos de Tele Elx, donde nunca ha encontrado competencia por parte de otros medios y sí un importante respaldo de la audiencia, son las coberturas en directo de eventos populares. Gaspar Macià recuerda la primera vez que las cámaras de Tele Elx grabaron la representación de la carrera de Francesc Cantó durante las fiestas de la Venida de la Virgen, una celebración sin tanto renombre público como el Misteri, que los ilicitanos nunca habían visto en televisión.

En las fiestas de la Venida de la Virgen, en diciembre, nos organizábamos de forma que la carrera de Cantó desde el Raval hasta la plaza del Ayuntamiento, cuando se anuncia la aparición de la Virgen, que dura dos minutos y pico, la cogíamos íntegra con ocho o diez cámaras que pusimos en sitios estratégicos para captarlo. Fue la primera vez que se emitía por televisión la carrera de Cantó durante todo su trayecto de forma íntegra. De aquello la gente nos pidió muchas copias y la repetíamos a menudo. (Macià, 2013)

Hoy ya no se piden copias. Tele Elx ofrece a su audiencia la posibilidad de visionar todas las retransmisiones a través del menú a la carta de su página web. A lo largo de todo el año son muchos los programas especiales sobre fiestas que emite este canal local: la cabalgata de Reyes Magos, la amplia cobertura de las procesiones de Semana Santa desde el Domingo de Ramos al Domingo de Resurrección, ambas procesiones muy arraigadas dentro la localidad, las fiestas de Pobladores en agosto y sobre todo las representaciones en directo de las dos partes del Misteri, la Vespra y la Festa, que tienen lugar en la basílica de Santa María los días 14 y 15 de agosto. En Tele Elx llevan retransmitiendo el Misteri desde los inicios de la emisora y conocen a la perfección todas las escenas y la trama de este drama sacro-lírico. Este conocimiento exhaustivo hace que tanto la realización técnica como los comentarios de los expertos hayan adquirido un alto nivel de especialización que no se produce cuando otros canales realizan esa misma cobertura. Esto no es un aspecto menor porque se dirigen a una audiencia muy versada en el Misteri que se mostraría muy crítica si se produjeran errores o incorrecciones en la información aportada.

La objetividad y la excelencia informativa se convierten en estos casos en retos para los canales locales ya que comparten con los telespectadores las mismas experiencias y códigos que pueden ser contrastados fácilmente por una audiencia experta. Lo mismo ocurre en los programas informativos que analizamos a continuación.

#### 4.6. La información de proximidad en Tele Elx

La programación informativa de Tele Elx se extiende más allá de los noticiarios. Existen múltiples formatos televisivos enmarcados dentro del macro-género informativo, muy cultivado en las televisiones locales que ofrecen programación de proximidad. Así lo confirman la mayoría de autores y organismos que han analizado los contenidos de la programación de televisiones de ámbito local en diferentes zonas de la geografía española (García Muñoz, 2005; Iglesias 2006; Monedero, 2005; Consejo Audiovisual de Andalucía, 2013 y 2014). Ya hemos visto en el epígrafe anterior que estas televisiones pueden ejercer las funciones derivadas del concepto de proximidad a través de toda su oferta programática y no necesariamente desde una perspectiva que contemple exclusivamente la información local. No obstante, es cierto que estas emisoras funcionan como locomotoras informativas sobre los asuntos de la localidad, posibilitando el acceso al medio y la expresión directa de los actores sociales. Los noticiarios locales ocupan un lugar preeminente dentro de la programación informativa de las emisoras de pequeña escala y en muchas ocasiones se convierten en su única razón de ser. Una de las principales características de estos informativos locales es la estrecha relación que mantienen con su audiencia, una labor comunicativa que los espectadores suelen recompensar con excelentes resultados de *share*.

En este sentido, los índices de audiencia que consiguen los informativos de las televisiones autonómicas<sup>130</sup> superan a los de las televisiones de ámbito estatal.

---

<sup>130</sup> Hacemos referencia a los índices de audiencia de las televisiones autonómicas porque son los únicos canales de proximidad cuyos datos recogen las mediciones audiométricas.

Pongamos como ejemplo el ranking de los cinco programas más vistos en las cadenas autonómicas durante la semana del 02/05/16 al 08/05/16<sup>131</sup>. En diez de ellas, los informativos aparecen entre esos cinco programas con más audiencia, con *shares* que rondan el 30% en Cataluña, Galicia y Aragón. Son cifras muy sobresalientes si se comparan con los resultados obtenidos por las cadenas estatales. Entre los cinco programas más vistos, TVE solo consigue situar al Telediario de Fin de Semana con un 14.3%, Tele 5 el Informativo de las 21 horas con un 17.3%, Cuatro, el espacio de deportes del mediodía con un 10.5% y La Sexta el informativo de las 14 horas con un 13.8%. Ninguno de los informativos de Antena 3 se encuentra entre los programas con más audiencia de la cadena.

**Tabla 4.3. Programas más vistos en las cadenas autonómicas de España durante la semana del 2 al 8 de mayo de 2016.**

CADENA	INFORMATIVO	SHARE %
Canal Sur TV	Noticias 1 08/05/16	13.6
TV3	Telenoticias Migdia 02/05/16	<b>31.3</b>
	Noticias Cap de Setmana 1 08/05/16	23.0
	Noticias Cap de Setmana 2 08/05/16	19.3
ETB 2	Teleberri 1 08/05/16	21.5
	Teleberri 2 08/05/16	14.0
TVGalicia	Telexornal 14:30 06/05/16	<b>27.3</b>
	Galicia Noticias 06/05/16	<b>27.3</b>
TVMadrid	Noticias Fin de semana 08/05/16	8.9

<sup>131</sup> En el Ranking Semanal de Programas en España que elabora Kantar Media solo aparecen los cinco programas con más audiencia de cada una de las cadenas. En esta tabla solo hemos recogido aquellos canales autonómicos cuyos informativos aparecen entre los cinco primeros lugares. Los datos se pueden consultar en <http://www.kantarmedia.es/onlw/doc/datsem.htm>

CADENA	INFORMATIVO	SHARE %
TVCanarias	Hora deportiva 04/05/16	9.1
	Noticias Fin de semana 1 08/05/16	14.3
	Noticias Fin de semana 2 08/05/16	9.8
	Telenoticias 1 02/05/16	16.4
	Telenoticias 2 06/05/16	12.5
	Deportes TN 1 07/05/16	12.3
Aragón TV	Aragón Noticias 1 04/05/16	<b>29.7</b>
	Aragón Noticias 2 06/05/16	20.4
TPA (Asturias)	Deportes 1 02/05/16	20.2
	TPA Noticias 2 02/05/16	14.8
	TPA Noticias 1 07/05/16	20.0
IB3	IB3 Noticias Migdia 02/05/16	13.9
	IB3 Esports 1 06/05/16	10.1
CL7	Noticias 1 04/05/16	5.4

Fuente: elaboración propia con datos de Kantar Media.

Estos resultados audiométricos demuestran el interés de la ciudadanía por la información más próxima a su vida cotidiana y la credibilidad que les inspira el trabajo informativo de los profesionales locales. Un informe reciente sobre reputación y liderazgo de los medios de comunicación en la ciudad de Elche, elaborado por el Centro de Investigación Operativa de la Universidad Miguel Hernández (2016) revela que el medio al que acuden mayoritariamente los ilicitanos para informarse de las noticias relevantes<sup>132</sup> de su ciudad es Tele Elx (25,7%), seguido de las redes sociales (11,5%) y del diario Información (10,8%). Cuando en este mismo estudio se preguntaba ¿cuál de los medios de comunicación locales cree que refleja mejor la actualidad y tiene mayor

<sup>132</sup> Concretamente, la pregunta que se formulaba a los encuestados era que dijeran a través de qué medio se informaron de los resultados de las últimas elecciones municipales y del descenso forzado del Elche C.F a segunda división

credibilidad y confianza para usted?, el 22% de los encuestados respondía que la televisión local y un 16% que el diario Información.

Las buenas prácticas y la objetividad, en estos casos, se convierten en referencias obligadas ya que gran parte de las informaciones pueden ser contrastadas directamente por los espectadores (Monedero, 2005). En ese ámbito cercano en el que los periodistas y los receptores conviven, los primeros se convierten no solo en cronistas de la realidad cotidiana sino en partícipes de muchas de las actividades objeto de las noticias. Esa relación de retroalimentación, fruto de la proximidad, lleva aparejada en algunos casos una presión añadida sobre los informadores que ejercen sus propios vecinos. Sobre este aspecto incidía la jefa de informativos de Tele Elx:

Yo estoy muy presionada porque vivo en esta ciudad donde doy noticias de mis vecinos. Eso para mí es una presión muy fuerte porque me limita mucho como persona. Estoy segura que hacer periodismo en Madrid o en otra gran capital es más fácil que en una ciudad pequeña. Porque yo he tenido que hablar mal de mi vecino y he padecido las consecuencias. (Alonso, 2013)

Ese aspecto sociológico que tiene que ver con el reflejo de las vivencias ciudadanas en la pantalla del televisor refuerza la credibilidad de la información, fortalece la percepción de proximidad y estrecha los lazos identitarios, pero también puede acrecentar las reacciones adversas cuando se producen episodios negativos que la audiencia puede interpretar como traiciones personales. Eso no existe en las cadenas que actúan sobre ámbitos geográficos de gran tamaño debido a la lejanía física y

afectiva entre los informadores y los telespectadores pero es bastante común en espacios audiovisuales de proximidad.

Sin embargo, esa es la cruz de una moneda que tiene en su reverso la complicidad de la audiencia. Así, varias fuentes consultadas durante la elaboración de esta tesis doctoral referían que en muchas ocasiones las noticias no se producían hasta que no llegaban las cámaras de Tele Elx, las ruedas de prensa se retrasaban o los interesados no facilitaban información al resto de medios de comunicación si antes no lo habían hecho a esta emisora de televisión local: “La gente no entendía llevar a cabo una manifestación o una protesta de cualquier tipo si no estaba Tele Elx. O en una inauguración; si nos habíamos retrasado por algo decían “vamos a esperar a Tele Elx”. A veces eso implicaba el cabreo de otros compañeros de los medios” (Macià, 2013).

Centrándonos en el canal local objeto de nuestro estudio, la información de proximidad que ofrece Tele Elx tiene un nombre propio: Tele Nit. Éste fue el primer informativo, el que aún sale al aire todas las noches, el más seguido por la audiencia y el referente de la cadena, pero no ha sido el único. Durante un tiempo existió un noticiario de mediodía, el Teledía, que llegó a tener redacción propia, independiente del equipo del Tele Nit. En los inicios también hubo un informativo de fin de semana e incluso se llegó a emitir un espacio de noticias solo para Santa Pola, una localidad costera vecina donde muchos ilicitanos tienen su segunda residencia veraniega. La jefa de informativos, Rosmari Alonso, lamenta que la crisis económica y la inestabilidad administrativa que ha vivido Tele Elx hayan afectado al trabajo informativo, no solo en



la desaparición del noticiario de mediodía sino también en la calidad y cantidad de las noticias que se incluyen en el Tele Nit.

Antes elaborábamos muchas noticias porque había muchos redactores y más medios. (...) Ahora no podemos levantar temas propios y por eso el informativo es más institucional, porque acudimos a lo fácil, a las ruedas de prensa que ya están programadas pero, aun así, nunca hemos renunciado (...) a levantar todos los días reportajes, temas propios y, sobre todo, a responder a las demandas que nos hace la gente. (Alonso, 2013)

Pero el Tele Nit, del que nos ocuparemos ampliamente en el siguiente capítulo, no es la única referencia informativa de Tele Elx. La cadena apostó desde un principio por la información local a través de diferentes formatos como los magazines de actualidad, las entrevistas, los reportajes, los debates y los programas de divulgación. El cultivo intensivo del macrogénero informativo suele ser un elemento transversal en las televisiones europeas independientemente de su ámbito de difusión. Un estudio elaborado en 2008 y 2009 entre canales generalistas de cinco países europeos revelaba que las cadenas españolas dedicaban un 37,9% del tiempo total de sus parrillas a programas informativos (Prado y Delgado, 2010), un porcentaje que se incrementaba en un 12,6% si se sumaban los formatos destinados al infoentretenimiento. Esta preponderancia de la información sobre cualquier otro género televisivo también se percibe en los canales de televisión locales.

Según un informe del Consejo Audiovisual de Andalucía (2013), las televisiones locales andaluzas pasaron de emitir un 18% de programación informativa en 2011 a un

40% en 2012. Este aumento en los porcentajes destinados a la información se atribuye al incremento de las secciones de opinión dentro de los magazines, a tertulias y a debates que cumplen con los requisitos mercantilistas de los medios en períodos de escasez económica: son fáciles, rápidos, baratos y consiguen audiencias aceptables (González Mesa, 2013). Observando longitudinalmente la programación de Tele Elx, se comprueba que los géneros informativos dialógicos y argumentativos, han ocupado buena parte de su parrilla. Así, entre los primeros, destacamos programas de entrevistas como “Y esta noche...Reme Sanz”, “A fondo”, “Muy personal”, “El invitado”, “Personajes”, “Damas de Elche”, “Brindis”, “Cenando con...”, “TeleNit Entrevista” o el reciente “Punto y aparte”.

Otro de los formatos propios del periodismo argumentativo que reúne esa doble condición de ser fáciles de elaborar y baratos de producir son los debates y las tertulias televisivas. Son programas que se adaptan bien al ecosistema informativo local porque fomentan la participación ciudadana y tratan temas de interés para la audiencia. Entre las muchas propuestas que ha llevado Tele Elx a sus pantallas durante su trayectoria destacamos algunos que van desde el primitivo “Lo que tú digas”, “Alta tensión”, “Elche a debate”, “A favor o en contra”, “Tiempo de debate”, “Café y tertulia”, “Cara a cara” hasta el actual “Cita en Elche”.

Los reportajes, como género estrella del firmamento audiovisual van camino de convertirse en una supernova o lo que es peor, en un agujero negro dentro las parrillas de televisión locales. Nos estamos refiriendo al reportaje clásico que requiere de un proceso de elaboración lento y costoso, tanto en recursos técnicos como humanos, que

la mayoría de los canales de televisión, y especialmente los locales, no quieren o no pueden financiar (González Mesa, 2013).

En la actualidad, los reportajes televisivos tienden a presentarse bajo formatos que recrean una realidad fraccionada, grabados cámara al hombro, con sonido directo, sin voz en off del periodista y descargando el peso de la narración sobre los testimonios. Este modelo de reportajes encaja mejor en las políticas empresariales de los medios locales al permitir que los anunciantes o patrocinadores dicten los contenidos atendiendo más a intereses publicitarios o propagandísticos que a criterios periodísticos.

En ese contexto situamos la producción de reportajes en Tele Elx, que en los últimos años ha delegado la confección de este tipo de formatos en una productora local que elabora los reportajes dependiendo de la concurrencia de diversos patrocinios que determinan sus contenidos. Así, dentro de sus parrillas más recientes encontramos programas como “Elche Shoes City”, patrocinado por empresas y asociaciones de calzado, “Elche emprende”, “Yo soy turismo”, “Quiero ser emprendedor” o “Elche se mueve contigo” financiados, fundamentalmente, por el ayuntamiento ilicitano. Son espacios de aproximadamente media hora de duración que inciden sobre temáticas sociales, municipales o empresariales al gusto del patrocinador.

Esta hibridación entre información, publicidad y propaganda política caracteriza no solo los programas de reportajes y divulgativos sino también muchos de los magazines locales. Así, el programa “Día a Día” define sus contenidos como “entrevistas variadas donde dar a conocer su empresa” y anuncia sus tarifas en la página

web: una entrevista de diez minutos en el plató cuesta 125 euros y fuera, 350 euros. En “El camp d’Elx” también se ofrece la posibilidad de incluir un reportaje exclusivo de seis minutos dentro del programa por 200 euros. Estas son fórmulas de financiación frecuentes entre las televisiones locales. Aunque no llegan a ser del todo engañosas, ya que Tele Elx incluye esta posibilidad dentro de sus tarifas publicitarias, durante la emisión del programa no suele especificarse qué contenidos corresponden a una información comercial pactada y cuáles obedecen exclusivamente a criterios periodísticos propios.

No obstante, a lo largo de la historia de Tele Elx, destacan excelentes programas de reportajes de producción propia. Es el caso de “Documentos Tele Elx”, que llevaba las cámaras a los distintos barrios de la ciudad y daba voz a los vecinos. También sobresale “Elche interior”, dirigido por José Félix Abad, donde se abordaban temas sociales que mostraban la cara menos amable de la ciudad como la conflictividad en el barrio de Los Palmerales o la prostitución local. Y merece la pena mencionar “La voz de las palmeras”, una serie de reportajes en profundidad sobre diversos temas relacionados con el palmeral y su vinculación con la ciudad. En programa destaca por el cuidado en el tratamiento de las imágenes sobre las que se van apoyando los testimonios de expertos, por el uso de la música como elemento narrativo o el cambio de ubicación de los entrevistados en sus diversas apariciones en pantalla. Una puesta en escena impecable que denota el interés por recuperar la filosofía del reportaje clásico. “Tradicions” fue otra serie de reportajes que buscaban describir la vida cotidiana de Elche contada por sus protagonistas, un formato menos elaborado que el anterior pero mucho más en consonancia con los gustos mediáticos actuales.

Otro de los temas estrella de la información de proximidad en las televisiones locales es sin duda el deporte. En Tele Elx, la programación deportiva es uno de los más importantes reclamos de la cadena, especialmente aquella referida al principal equipo de fútbol de la ciudad. Independientemente de su inclusión o no dentro de los informativos, los programas deportivos han mantenido siempre un gran peso específico y los periodistas que han dirigido estos programas son considerados líderes de opinión locales. Desde los primitivos “Elx Sport”, “El próximo rival” o los programas especiales de fin de semana que inauguraron las parrillas de Tele Elx hasta los actuales “A todo gol” o “La Grada”, la información deportiva ha tenido como protagonista al Elche C.F. y en menor medida al equipo filial, Elche Ilicitano, y el resto de equipos de categorías inferiores.

La identificación de Tele Elx con el primer equipo de fútbol de la ciudad no solo ha quedado patente en el gran número de programas deportivos incluidos en sus parrillas (Polideportivo, Terreno de juego, Tertulia deportiva, Fuera de juego, Pódium, Fauna y Deporte...) sino en el exhaustivo seguimiento periodístico que han hecho del club. Siempre que ha sido posible, la emisora ha retransmitido los partidos jugados en casa y también en sus desplazamientos. En una ocasión, en 1992, emitieron en directo vía satélite un encuentro entre el Getafe y el Elche C.F. desde la localidad madrileña. Y también acompañaron al club durante los festejos por el ascenso a primera división en la temporada 2012/2013: “Ese día estuvimos en directo durante todo el recorrido del autobús con los jugadores. Pusimos una cámara dentro del vehículo y cámaras en el ayuntamiento para ofrecer la recepción, los saludos desde el balcón y la fiesta en el estadio”, explicaba la directora de Tele Elx, Conchi Álvarez (2013).

El Elche C.F. aparece como un icono dentro de la programación de Tele Elx. Dentro de su especificidad temática, recibe un tratamiento informativo similar, o incluso superior, al que se otorga al Misteri, y lo considera como una de las máximas señas de identidad local. En la actualidad, la programación deportiva de la cadena se ha incrementado con la emisión vía *streaming* de los programas radiofónicos desde el estudio de Tele Elx Radio Marca.

#### **4.7. Fortalezas y debilidades de la programación de Tele Elx**

Una televisión de proximidad con vocación innovadora e imaginativa que arriesgue y sea lugar de encuentro de distintas culturas y sensibilidades es una herramienta muy valiosa dentro un panorama audiovisual que tiende a homogenizarse por la concentración empresarial y la progresiva pérdida de pluralismo. La consolidación de los canales de proximidad puede servir de interlocución con las televisiones públicas y privadas generalistas o autonómicas, y también de estímulo para que la propia televisión local permanezca fiel a sí misma. Por ello, la viabilidad de estos canales locales está supeditada al acierto en la construcción de un sólido armazón programático.

Si la programación responde a los intereses informativos y lúdicos que espera recibir la audiencia más próxima a través de contenidos propios y únicos, que ninguna otra cadena puede ofrecer, las posibilidades de éxito se acrecientan. Si por el contrario se intenta competir con una oferta similar y posiblemente de menor calidad a la que proponen otros operadores, el resultado puede llevar a la desaparición de la cadena.

Ejemplos no faltan. En Cataluña, el Canal Catalá TV se vio obligado a alquilar todas sus licencias televisivas a El Punt Avui ante los malos resultados obtenidos por la cadena que ejerció más como un canal generalista que como una televisión de proximidad. En la Comunitat Valenciana, muchos de los operadores que recibieron una frecuencia de televisión local (Mediamed, Unedisa, Libertad Digital) o autonómica (Las Provincias TV) y que no cumplieron con los requisitos de ofrecer programación de proximidad han cerrado, han alquilado sus licencias o subsisten gracias a las tele tiendas.

Un proceso similar ocurrió con la oferta programática de la desaparecida Canal 9, que deslocalizó la producción y los contenidos de proximidad: “Empezó perdiendo los contenidos, desapareció el servicio al ciudadano y se acabó cerrando la empresa” (Álvaro, 2015: 65). De hecho, el perfil comercial que fue adquiriendo esta cadena y su afán por competir con las televisiones privadas de ámbito estatal, entre otros, la condujo a la quiebra económica y a la desafección de su audiencia natural: “Canal 9, más allá de los informativos y de programas de producción propia tipo Dossiers, estaba copada por el fútbol, la ficción de producción ajena y por todo el conjunto de productos elaborados por productoras no valencianas” (Peris, 2015:76).

Ese vaciado de programas de proximidad, a excepción del fenómeno “Tómbola”, desembocó en una ostensible pérdida de audiencia de la cadena autonómica que a finales de la pasada década apenas superaba el 13%. “De hecho, cuando los directivos de Canal 9 decidieron apostar por hacer una televisión de proximidad y confiar en el sector audiovisual valenciano, por interés, necesidad o convencimiento, los resultados en términos generales fueron positivos” (Peris, 2015: 84). En este sentido, los

valencianos respaldaron masivamente programas de ficción costumbrista como “L’Alquería Blanca” “Unió Musical Da Capo” o “Senyor Retor”, formatos de humor como “Autoindefinit”, “Socarrats”, “Maniàtics y programas de infoentretenimiento enraizados en la realidad social valenciana como “Gormandia”, “Trau la llengua” o “El Poble del costat”, todos ellos con índices de audiencia superiores a la media de la cadena. Esto deja traslucir el tipo de programación que los espectadores esperan encontrar en su cadena autonómica.

En el caso de Tele Elx, este canal ha mantenido su compromiso con la programación de proximidad. Sin embargo, observando la evolución de la parrilla desde sus comienzos hasta la actualidad, se percibe un notable empobrecimiento debido a una disminución tanto en la variedad de su oferta de contenidos como en la participación activa de la ciudadanía.

Durante los últimos diez años este canal local ha atravesado una situación crítica que ha dañado seriamente su modelo de financiación y ha afectado al número y composición de su plantilla. El esfuerzo invertido en sobrevivir y en adaptarse a las exigencias de un sector en continua evolución tecnológica ha conseguido mantener a flote la cadena pero ha causado importantes daños colaterales. La primera víctima ha sido la drástica reducción de la plantilla y la segunda, la variedad y calidad de su programación. Ambas mantienen una estrecha relación de causa-efecto ya que, aunque las nuevas tecnologías tienden a la convergencia multifuncional de los profesionales, éstos siguen siendo imprescindibles para elaborar productos de calidad.



En este contexto de “hacer más”, o por lo menos igual, con menos personal, Tele Elx se ha sumado a la tendencia generalizada en los medios de comunicación de establecer sinergias entre las redacciones de radio, televisión e internet que han confluído en productos audiovisuales comunes a los tres medios. Así, la programación matinal de Tele Elx se hace desde el estudio de radio siguiendo el ejemplo de Libertad Digital TV que retransmite el programa radiofónico que dirige Federico Jiménez Losantos en la cadena esRadio.

Esta fórmula también la utiliza el canal municipal de Barcelona, BTV, en su tertulia matinal “BTV més”. Esta propuesta donde convergen tres medios (radio, televisión e internet) con narrativas diferentes no tiene por qué repercutir excesivamente en los índices de calidad del producto audiovisual ya que, al tratarse de tertulias o debates, el formato televisivo de este tipo de programas, heredado de la radio, no requiere grandes recursos. Cuando reseñamos el empobrecimiento del formato nos referimos a la pérdida de calidad derivada del menoscabo de las técnicas de realización televisivas. No es lo mismo trasladar el plató al estudio de radio pero manteniendo las pautas de una correcta realización televisiva con varias cámaras, que ofrecer durante horas un mismo plano obtenido a través de una webcam o una cámara fija. La clave reside en si se le otorga primacía a la imagen sobre la palabra o si se emplean elementos audiovisuales como la rotulación o la inserción de faldones informativos con el *feedback* de la audiencia a través de las redes sociales. En definitiva, la diferencia estriba en si se tiene presente que se está elaborando un producto televisivo o si por el contrario se trata de una radio con imágenes donde se relega a la cámara a un papel accesorio que cumple la misma función que una cámara de seguridad de un banco. En el

programa “BTV más” han escogido la primera opción; en Tele Elx y Libertad Digital TV, la segunda.

Otro de los factores que incide negativamente en la propuesta programática de Tele Elx es el abandono paulatino de las emisiones en directo que impide la participación espontánea de la ciudadanía. La tecnología permite la respuesta inmediata de los telespectadores a través de numerosos canales interactivos: Twitter, Facebook, SMS, mensajes de voz, WhatsApp, Periscope... pero si la emisión no se realiza en directo, todos estos avances que facilitan la inmediatez de la respuesta ciudadana desvirtúan el proceso comunicativo. Este déficit de programas en directo nos devuelve otra vez al origen de la devaluación de la programación: la escasez de recursos humanos.

En este sentido, cabe destacar que el informativo Tele Nit se graba en un falso directo que actúa como una red de seguridad para contrarrestar la falta de personal. Su elaboración es como un juego de malabares que casi siempre funciona sin contratiempos debido a la pericia del periodista y del técnico, que maneja la cámara por control remoto, la tituladora, lanza los videos, las colas y va introduciendo los diferentes recursos en un ejercicio acrobático sin interrupciones. En este caso, la realización en directo del Tele Nit no aportaría más frescura informativa porque no existe la posibilidad de conexión en directo a no ser que se introduzcan fórmulas imaginativas y económicas, como el empleo del Periscope, que aún no ha sido testado en informativos.

Aunque las noticias locales son el principal reclamo de las televisiones de proximidad, la audiencia no solo busca informarse sino también entretenerse. En Tele Elx lo saben bien porque durante años apostaron por esa fórmula, con numerosos formatos de entretenimiento como concursos, programas de humor, infantiles, *talk-shows* o *late-night* que ahora han desaparecido de la pantalla. La programación se ha escorado peligrosamente hacia la información que ha adquirido demasiado peso dentro de la parrilla, descompensando la oferta hacia otros productos de proximidad que conectarán con la audiencia a través de programas más participativos. Se echa de menos una programación que dé voz a los barrios, a las asociaciones de vecinos, a la población migrante o a otros colectivos minoritarios que son invisibles para los grandes medios. En otros canales se están explorando fórmulas creativas que invitan a participar a la ciudadanía como los programas “Codi de barris” de BTV donde cada semana se enseña la vida de un barrio barcelonés y sus vecinos. O “Slow BTV” donde se muestran aspectos cotidianos de Barcelona desde un punto de vista más pausado y alternativo: paseando en bicicleta, a bordo de un tranvía o simplemente mirando cómo se desarrolla cualquier actividad ordinaria como el trabajo en una obra o mirar un acuario. Casi como una “ventana indiscreta” en el corazón de la ciudad.

Otra de las grandes renunciadas observadas en la programación actual de Tele Elx es la referida al público infantil y juvenil, que en otro momento fueron ejes vertebradores de la parrilla de la emisora. En este sentido, un canal local como Tele Elx podría, sin mucho esfuerzo económico, abrir espacios para atraer el interés de estos colectivos excluidos fomentando su participación a través de tertulias o permitiendo que creen y protagonicen sus propios programas. La programación infantil ha migrado de

los canales generalistas a los temáticos, donde los niños actúan más como consumidores que como protagonistas. Esta situación abre un horizonte que deberían aprovechar las televisiones locales que se ven favorecidas por la cercanía física entre el canal, los colegios y las familias.

Los canales autonómicos, mayoritariamente los públicos, siguen emitiendo programas infantiles. En el canal autonómico gallego V, de titularidad privada, triunfa el concurso escolar “Xiz”, una fórmula parecida al “Tic-Tac” que puso en marcha Tele Elx a principios de los años noventa. En Canal Sur, “La banda” recorre colegios de toda Andalucía y “Menuda noche” convierte a los niños en las estrellas de un formato televisivo familiar que triunfa desde hace años en horario de prime time. La televisión pública de Barcelona, la antes mencionada BTV, incluye en su parrilla el programa infantil Catacrak, e intenta captar al público juvenil a través de “Feel”, un formato novedoso de conciertos en directo para grupos reducidos donde los jóvenes interactúan con grupos musicales locales.

Por otra parte, como hemos señalado con anterioridad, la fórmula del éxito de la televisión de proximidad radica esencialmente en la inclusión, la participación, el refuerzo de la identidad, pero también en la creatividad y la innovación. Tele Elx no debería reducir el concepto de innovación al proceso de convergencia tecnológica entre los distintos medios del grupo, el desarrollo del portal multimedia o la implantación de aplicaciones para dispositivos móviles. Aun siendo importantes todas estas iniciativas que denotan el interés del canal en no perder el tren de las nuevas tecnologías, si la innovación no contagia su oferta de contenidos, ocurrirá que viajará en vagones rápidos

y accesibles pero vacíos. La creatividad y la innovación en formatos televisivos pasa por la colaboración con las instituciones educativas, especialmente las universidades, viveros de futuros profesionales de la comunicación, nativos digitales, que esperan una oportunidad para desarrollar su talento en el sector. En este sentido, la relación entre Tele Elx y las titulaciones de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Miguel Hernández no es todo lo fructífera que podría ser.

Es cierto que son muchos los estudiantes que realizan prácticas en este canal local pero su presencia obedece primordialmente a necesidades de mano de obra barata para solventar carencias en la plantilla y no para sondear otras acciones de carácter innovador que pudieran renovar formatos y contenidos. Hoy las nuevas tecnologías permiten elaborar productos audiovisuales de calidad grabados con un simple teléfono móvil que se pueden montar en cualquier ordenador con un software de edición al alcance de cualquier estudiante. Tele Elx, sin embargo, no explora lo suficiente este potencial humano que necesita experimentar y formarse. Si ofreciera espacios en su programación para que los futuros comunicadores pudieran ensayar nuevas propuestas, como en un laboratorio de ideas, la parrilla podría sufrir una inyección de creatividad que la despertara del anquilosamiento actual.

También observamos que Tele Elx no toma en consideración el aprovechamiento de su importante archivo audiovisual. Una programación donde la redifusión ocupa buena parte de la parrilla podría recuperar programas antiguos de calidad que triunfaron en otras etapas. Los espectadores suelen agradecer estas iniciativas que permiten recordar a los más mayores y conocer aspectos del pasado

reciente a los más jóvenes. Incluso podrían solicitar la colaboración de entidades locales como la cátedra Pedro Ibarra que promueve la recuperación de la memoria oral e histórica de Elche como una fórmula para debatir sobre el pasado desde el presente.

Cabe concluir que la programación de Tele Elx se articula en torno a tres ejes vertebradores que cohesionan su identidad como televisión de proximidad: por un lado, la apuesta por la producción de sus propios contenidos; por otro, la vinculación con las señas de identidad de la ciudad representadas mayoritariamente a través de las fiestas tradicionales y el deporte y por último, la preeminencia otorgada a la información local a través de sus programas informativos. Sin embargo, su programación adolece de una paulatina pérdida de protagonismo ciudadano, de repetir estereotipos que confunden la programación cultural con la festiva, de excluir de su parrilla al público infantil y juvenil y de no apostar por una renovación de formatos creativos e innovadores.

Comenzábamos este epígrafe haciendo referencia a que la información en las televisiones de proximidad dispone de otros cauces de expresión dentro de la programación que exceden el ámbito de los noticiarios locales. Hemos repasado algunos de los formatos televisivos empleados por Tele Elx para articular la información más próxima a través de diversos géneros informativos, de opinión e interpretativos, pero no hemos abordado en profundidad el que sin duda es el programa rey de las televisiones locales, el informativo. En el caso que nos ocupa en esta investigación, ese informativo se llama Tele Nit y es el objeto de estudio de esta tesis doctoral sobre el que hemos realizado un pormenorizado análisis longitudinal que abordamos en el siguiente capítulo.

## CAPÍTULO 5

### ESTRUCTURA Y RASGOS DEL TELE NIT

#### 5.1. Tele Nit, buque insignia de la información de proximidad en Tele Elx

Los telediarios, como paradigma de los programas informativos, son un elemento de prestigio de las cadenas de televisión. Funcionan como eje vertebrador de sus parrillas y se utilizan para marcar la línea editorial del medio (Gómez Escalonilla, 2002). Coincidimos con Virginia Luzón e Iliana Ferrer en que “el informativo como programa se ha convertido en un valor objetivo para la cadena televisiva que ve en este producto audiovisual, no solo un discurso de calidad, sino una estrategia programática para captar espectadores” (Luzón y Ferrer, 2008: 148). En este sentido, los noticiarios televisivos definen la estrategia comunicativa de la cadena, la línea editorial, la calidad de su propuesta informativa y la credibilidad ante la audiencia. Igualmente, desde el punto de vista formal, la puesta en escena del informativo y la actuación de sus profesionales ante las cámaras también resultan determinantes en la construcción de la imagen corporativa de la cadena (Salgado, 2007).

Pero si los informativos son la columna vertebral de la programación en las cadenas generalistas, aún resulta más relevante el papel que desempeñan en las televisiones de proximidad. En las emisoras locales constituyen el formato estrella por antonomasia y la razón de ser de muchas de ellas. “Los informativos de la televisión local son diferentes a los de la convencional pues mantienen una estrecha relación con la audiencia y los contenidos se limitan a los asuntos de la localidad o a los generados fuera de ésta que tengan una repercusión directa para sus habitantes” (Monedero, 2008: 446). Monedero (2008) subraya que sus contenidos giran principalmente sobre la actividad política local que debe tratarse con el máximo rigor y transparencia. No en vano están bajo el escrutinio de los grupos de la oposición que suelen mostrarse muy críticos con el tratamiento que se otorga a la información municipal.

No obstante, quizá resulte excesivo circunscribir la información de proximidad que ofrece una televisión local a sus informativos, y mucho menos al tratamiento de la política municipal, ya que existen otros formatos televisivos a través de los cuales se expresa la ciudadanía: reportajes, tertulias, debates, entrevistas o magazines son géneros que suelen abundar en las televisiones locales. No requieren demasiado esfuerzo en su elaboración y son baratos de producir, dos elementos muy valiosos si se tiene en cuenta la escasez de recursos económicos que caracteriza estos medios. Pero ninguno de ellos resulta tan eficaz para pulsar el qué y el quién de la información de proximidad como los informativos. En primer lugar, por su continuidad dentro de la programación, por la variedad temática que se puede observar a través de sus escaletas, por la multiplicidad de las fuentes empleadas y por otros elementos, menos perceptibles a simple de vista,



que se pueden derivar del análisis de su enfoque periodístico sobre la realidad más cercana.

En la televisión local objeto de nuestro estudio, además, se da la circunstancia de que el informativo Tele Nit es el programa más longevo de la emisora, el más conocido por la audiencia y un referente de la información local de Elche desde hace casi treinta años. Está presente en las parrillas de Tele Elx ininterrumpidamente, de lunes a viernes, desde 1987 y se emite en la franja de *prime time*. Esto nos permite realizar un análisis longitudinal que sería imposible abordar a través de ningún otro programa que no tuviera la estabilidad programática de un noticiario. El resto de formatos informativos viene y va a lo largo de la historia de la cadena. Incluso hubo otro noticiario, el Teledía, que convivió durante un tiempo con el Tele Nit aunque nunca llegó a gozar del prestigio informativo y arraigo social de este último. “Si no lo han dicho en Tele Elx es que no ha ocurrido”, comentaba Rosmari Alonso (2013) que había oído decir en más de una ocasión a la gente en la calle. Porque en Tele Elx, la información pasa ineludiblemente por el Tele Nit, su buque insignia.

## 5.2. Estructura del Tele Nit

La estructura del informativo Tele Nit presenta diferencias a lo largo de los períodos analizados (correspondientes a la última semana del mes de febrero de los años 1991, 1995, 1999, 2003, 2007, 2011 y 2015) en cuanto a una serie de variables: la duración del noticiario, la cantidad y tipología de piezas informativas, el mayor o menor empleo de totales, la inclusión/exclusión de la información deportiva y también en el

número de presentadores. Sin embargo, cabe identificar una serie de elementos estructurales que han permanecido constantes durante las diferentes etapas, tales como el uso de cabeceras de entrada y salida, las cortinillas de separación de bloques informativos, la presentación de sumarios de ida y vuelta y el uso del castellano como lengua vehicular.

A continuación describiremos la estructura externa del informativo Tele Nit, con especial énfasis en aquellos aspectos formales recogidos en las fichas de datos durante los años en los que se han seleccionado las muestras de análisis: la duración del informativo, el número total de piezas informativas, la tipología de las mismas y el empleo de totales. Respecto a aquellas características sobre las que no se observan diferencias, más allá de la actualización de los grafismos a lo largo de los años, como el uso de cabeceras, rótulos y cortinillas, simplemente se constatará su presencia.

Posteriormente abordaremos un segundo nivel de observación correspondiente a la estructura interna de cada una de las 617 piezas informativas que componen nuestra base de datos. En este apartado presentaremos la selección de los temas de sumario, las noticias tratadas en cada informativo, el orden de aparición dentro de la escaleta, la estrategia de acceso a las fuentes, la procedencia sectorial de las mismas y la descripción de los protagonistas de las noticias a través de los cortes de voz (duración, identificación, sexo, idioma y colectivo social del que procede). Por último, se analizará la valoración de las informaciones atendiendo a criterios positivos, negativos o neutros de las noticias aparecidas en el Tele Nit.

### 5.3. Estructura externa del Tele Nit

Los textos informativos elaborados y emitidos a través de cualquier medio de comunicación presentan unas características formales estrechamente vinculadas a las convenciones y normas del género y al tratamiento técnico-formal en la exposición de sus contenidos. El análisis de todo producto informativo consta de dos niveles diferenciados dentro de su estructura: uno más global, asimilado al macroformato, y otro más específico, referido a la tematización y construcción interna de las unidades que lo componen (Arana, 1999). En el primer caso estaríamos haciendo referencia a los noticiarios y en el segundo a las noticias. Cuando hablamos de estructura externa de un telediario, igual que si lo hiciéramos de un periódico, debemos reseñar su dimensión temporal, la organización y distribución de sus contenidos

Saperas y Gifreu (1995) analizaron el formato informativo de diez canales de televisión europeos donde destacaban la importancia del aspecto formal de la información televisiva. En esta investigación asumimos algunos elementos de la estructura externa de los telediarios que ya formulaban estos autores en su análisis, como la duración, el número de noticias o el número de presentadores, a las que hemos agregado la tipología de las piezas que componen el informativo.

#### 5.3.1. Duración del Telenit

Tele Elx siempre ha situado su informativo estrella en la franja nocturna, coincidiendo con el *prime time*. En los períodos analizados, el Tele Nit se emite en falso

directo a las 21:30 horas, excepto en 1995 cuando se adelantó a las 21 horas, entrando en competencia directa con los principales informativos de las cadenas de ámbito estatal. Pero si el horario de emisión se ha mantenido prácticamente constante a lo largo de toda su trayectoria, utilizando técnicas de programación horizontal para fidelizar su audiencia, no ha ocurrido lo mismo con la duración del noticiario, ya que se aprecian destacables diferencias entre unos años y otros, y también entre los informativos emitidos en la misma semana<sup>133</sup>. Esta divergencia radica, básicamente, en el formato utilizado para ofrecer la información deportiva y meteorológica, que se emite dentro o fuera del espacio, según los distintos periodos.

La jefa de informativos, Rosmari Alonso (2013), explicaba que la decisión de incluir o no la sección de deportes y la meteorológica en el Tele Nit se deben fundamentalmente a razones publicitarias y de recursos humanos:

“A Todo Gol”, que es un programa con patrocinio, [se emite los lunes] lo sacamos del Tele Nit pero de martes a viernes decidimos hacer un informativo con los deportes dentro. (...) En estos momentos, con menos noticias, dura lo mismo que el informativo de antes que se hacía con más gente, media hora, porque hemos incluido el deporte, las noticias locales y luego, como coletilla final, aunque sí es un programa con entidad propia porque lo necesita por la publicidad, tenemos “El Tiempo”. (Alonso, 2013)

---

<sup>133</sup> Las diferencias en el minutado de los informativos de una misma semana se deben a la inclusión de bloques publicitarios que no hemos registrado por motivos ajenos a nuestra voluntad. En las grabaciones sobre las que hemos trabajado, Tele Elx incluía un espacio en negro en el tiempo destinado a publicidad. Por ello solo hemos contabilizado el tiempo que duraba la información sin tener en cuenta la publicidad emitida, que es la que hace variar el minutado total de cada informativo.

Esta alta variabilidad se visualiza especialmente en los informativos de 1991 cuando el Tele Nit registra una gran inestabilidad en cuanto a su duración dentro de una misma semana. La emisión comenzaba a las 21:30 horas pero la hora de finalización fluctuaba entre los apenas treinta minutos del noticiario más breve, hasta la hora y media que duraba el más prolongado. Estas oscilaciones, propias de un formato informativo primigenio y con una estructura aún por consolidar, obedecían a la inclusión de diferentes espacios dentro del informativo<sup>134</sup>.

Durante las emisiones de 1991, el lunes, el noticiario se prolongó durante 1:16 horas e incluía, además de las noticias, una sección de opinión a cargo del periodista Nuño de la Rosa y el espacio deportivo Tele Esport, con una duración de 48 minutos. El martes duró 59 minutos, con una media hora final dedicada a un debate sobre una campaña de prevención sexual donde intervinieron una sexóloga, un médico y la concejala de Servicios Sociales. El miércoles, el Tele Nit fue de 51 minutos e incluía una sección de entrevistas dirigida por la periodista Mayte Vilaseca. El jueves, con una duración total de 1:20 horas, incorporaba un micro-espacio de negocios presentado por el periodista Blas de Peñas y el suplemento deportivo Tele Esport, con la presencia de invitados en el plató. El viernes, sin embargo, el Tele Nit no incluía ninguna sección especial y solo duraba 27 minutos. La conducción estaba a cargo de dos presentadores.

En los informativos de 1995 ya han desaparecido los micro-espacios que habían caracterizado el período de 1991, por lo que la duración del Tele Nit se reduce considerablemente, en unos cien minutos semanales. La información deportiva aparece

---

<sup>134</sup> La despedida, la cabecera de salida y los créditos del Tele Nit se emiten una vez acabados estos espacios, por lo que entendemos que forman parte de él.

como un bloque situado en la parte final del noticiario, sin más entidad propia que la de contar con un presentador distinto al conductor del Tele Nit, excepto los lunes. Este día, tras el informativo, se emite un programa deportivo con la actualidad futbolística del fin de semana que ha permanecido constante durante todos los períodos analizados. La duración media de los informativos de 1995 se situaba en torno a los 33 minutos. Durante este período contaba con tres presentadores habituales.

Los Tele Nit de 1999, con una duración media de 38:14 minutos, son, proporcionalmente, los más extensos si tenemos en cuenta que en ellos no se incluye la información deportiva. A diferencia del período anterior, donde la sección de deportes ocupaba la recta final del informativo, excepto los lunes, en 1999 los deportes se han emancipado y cuentan con un espacio propio que se emite a continuación del noticiario. Los informativos de este año los conduce una sola persona y cierran con la información meteorológica.

En 2003, el formato del informativo mantiene la información deportiva en un espacio independiente del Tele Nit, continúa incluyendo la sección meteorológica y es conducido por una única presentadora. La única diferencia aparente con el noticiario de 1999 reside en su extensión, que se reduce hasta situarse en una duración media de treinta minutos.

La novedad que incorporan los informativos analizados durante 2007 consiste en la presentación a cámara por parte de la conductora, sin apoyos audiovisuales, de uno o dos temas destacados del día antes de la cabecera. Esta fórmula no elimina la inclusión

de los sumarios de ida y vuelta que han caracterizado el Tele Nit desde sus inicios. La información deportiva mantiene su espacio propio tras el noticiario y la sección meteorológica continúa como pieza de cierre. La duración media del informativo es de 31:18 minutos.

En 2011, los deportes vuelven a formar parte de los contenidos del Tele Nit, por lo que su duración media aumenta hasta los 37:46 minutos. Desaparece, en cambio, la información meteorológica, que se presenta en un espacio propio una vez finalizado el noticiario. Los sumarios se amplían y recogen cinco temas en lugar de los cuatro que se destacaban habitualmente los años anteriores. La presentación está a cargo de dos personas, una para la información general y otra para la sección de Deportes, que incorpora cabecera propia.

Este mismo formato se mantiene durante el año 2015, donde por primera vez encontramos que el Tele Nit ha eliminado los sumarios. La información deportiva cierra el informativo todos los días, excepto los lunes, cuando se emite el programa “A todo gol”. La información meteorológica, presentada por Vicente Bordonado, sigue como espacio independiente del informativo y ha ganado peso específico dentro de la parrilla y en el portal corporativo. La duración media del informativo se ha reducido considerablemente respecto a años anteriores, ya que, a pesar de incluir la información deportiva, apenas supera los 27 minutos.

En el gráfico 5.1 se puede observar cómo ha evolucionado la duración del informativo Tele Nit donde destaca el referido a 1991, debido a las características especiales que hemos explicado anteriormente.

**Gráfico 5.1. Evolución del tiempo total de información semanal en el Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

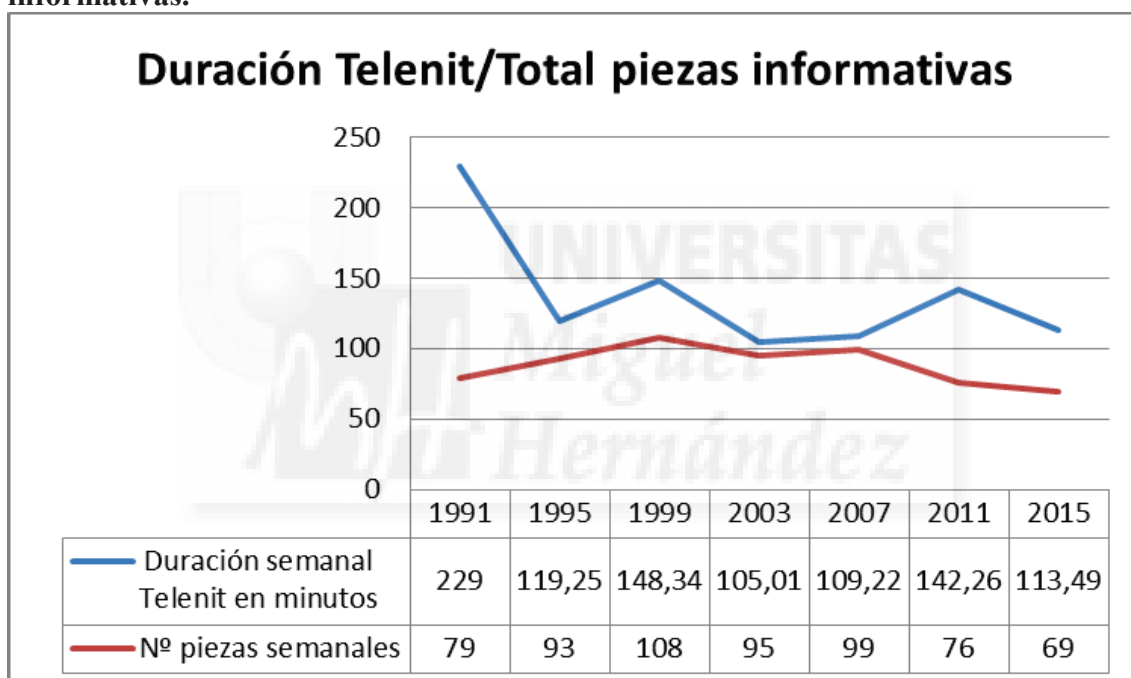
### 5.3.2. Piezas informativas

La amplia duración del Tele Nit no supone necesariamente la inclusión de un mayor número de piezas; solo indica que éstas tienen una duración más extensa. Se debe tener en cuenta que los primeros informativos de Tele Elx se caracterizaban por la inserción de micro-espacios donde se empleaban otros géneros periodísticos más extensos, como la opinión, la entrevista o el debate, de uso poco frecuente en los noticiarios televisivos. De esta manera, al contabilizar cada uno de estos espacios como



piezas informativas, independientemente del género y de la duración, el resultado introduce un matiz distorsionador que es conveniente señalar. Así, en el gráfico 5.2 se puede observar la importante brecha entre el tiempo total de los informativos analizados en 1991 y el reducido volumen de piezas informativas generadas durante la semana objeto de nuestro análisis.

**Gráfico 5.2. Relación entre el tiempo total de los Tele Nit y el nº de piezas informativas.**

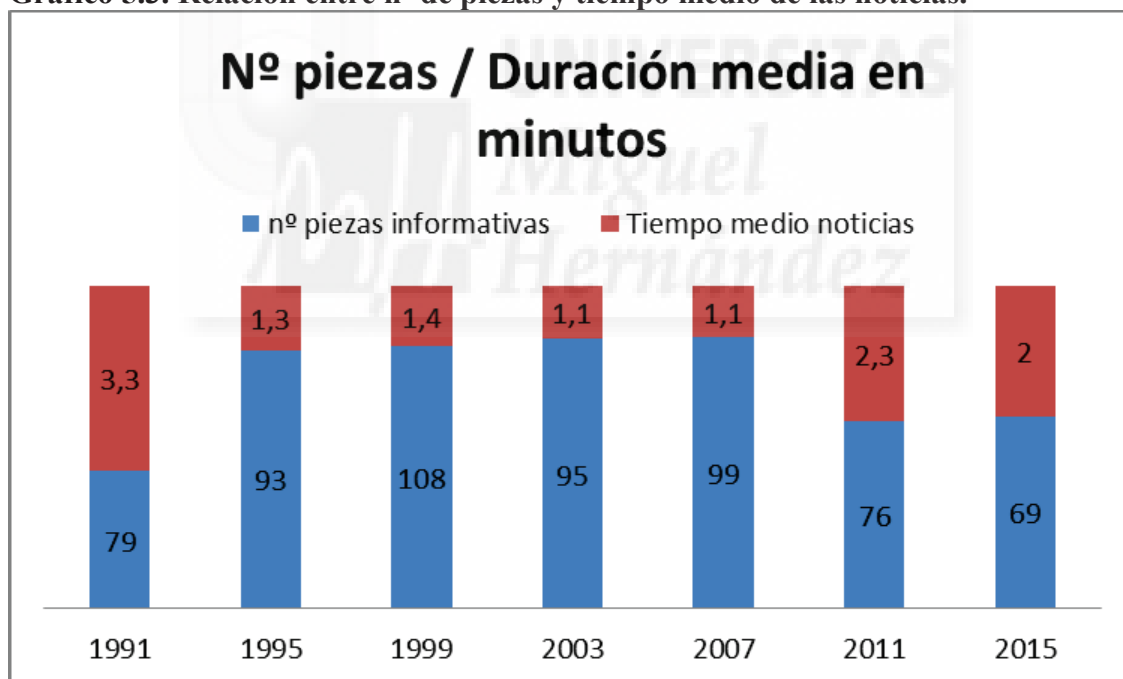


Fuente: elaboración propia

En una relación directa entre tiempo y número de piezas, ambas líneas deberían presentar un trazo simétrico en cuanto a su trayectoria, tal y como dibujan los puntos correspondientes a los años 1999, 2003 y 2007. Sin embargo, el resto de los períodos analizados, especialmente 1991 y 2011, muestra un comportamiento divergente, una desproporción que revela que el aumento del tiempo total no se corresponde con un incremento del número de piezas informativas. La causa de dicha divergencia obedece a otros factores que explicamos a continuación.

Los informativos que incluyen un menor número de noticias en sus escaletas son los de 2015, con unas 15 piezas diarias y un tiempo medio de dos minutos por pieza. En 2011 también se elaboran una quincena de informaciones en cada informativo y su duración media se incrementa hasta los dos minutos y medio (véase gráfico 5.3). Sin adentrarnos todavía en los contenidos informativos y atendiendo exclusivamente a la duración de las piezas, el Tele Nit respondería satisfactoriamente a los cánones de calidad propuestos por Oliva y Sitjà (2011), con pocas piezas de menos de veinte segundos y una duración media de las noticias que supera en ocasiones los dos minutos.

**Gráfico 5.3. Relación entre nº de piezas y tiempo medio de las noticias.**



Fuente: elaboración propia

No obstante, no podemos perder de vista que durante estos años la necesidad de cubrir el tiempo de información con pocos recursos humanos llevaría aparejado un aumento de la duración de las noticias. Sin embargo, no es en la falta de personal donde

hay que buscar la razón de la discordancia encontrada en 1991. En este período, el Tele Nit dispone de una amplia redacción de informativos y la causa estriba en el tipo de géneros empleados, más extensos que las noticias, que hacen subir la media del total de piezas hasta los tres minutos y medio.

### **5.3.3. Tipología de las piezas informativas**

Antes de describir los tipos de piezas informativas que nutren el Tele Nit, creemos conveniente explicar someramente las características de cada una de ellas y qué criterios nos han guiado en el momento de registrar las diferentes categorías tomadas en consideración. Siguiendo las categorizaciones de piezas informativas televisivas establecidas por Miquel Peralta (2005) y Sandra Ortells (2009), construimos un modelo que se adaptara a las características de nuestro objeto de estudio. Así, eliminamos algunas de las categorías que incluían Peralta y Ortells: la noticia con conexión en directo, habida cuenta de que el Tele Nit se emitía siempre en falso directo, y la noticia con infografía, debido a su nula presencia en los noticiarios analizados. Sin embargo, tras un primer abordaje clasificatorio optamos por incorporar otras categorías, no previstas inicialmente, para dar respuesta a piezas informativas presentes en el Tele Nit que no aparecían recogidas en los modelos planteados: los especiales y la opinión.

Al analizar los primeros informativos correspondientes a la selección de 1991 ya comprobamos que había piezas de difícil encaje dentro de la catalogación propuesta inicialmente y tuvimos que ampliar las categorías para incluir esos formatos no previstos. Nos referimos a piezas periodísticas que se enmarcan dentro de otros géneros

televisivos de opinión e interpretativos, tales como columnas, artículos de opinión o análisis. También, aunque de forma esporádica, se emitían editoriales con el punto de vista de la empresa sobre asuntos de relevancia referidos a Tele Elx. A estas piezas, poco frecuentes en los informativos y que solo aparecen en los noticiarios de 1991, las hemos agrupado bajo la categoría de “opinión”.

Igualmente comprobamos cómo en el Tele Nit encuentran cabida espacios especializados en economía, deportes, entrevistas y debates sobre temas de actualidad. A cada uno de estos espacios se les concedía un tratamiento diferenciado dentro del informativo ya que disponían de una cabecera propia y de un presentador distinto de los que conducían el Tele Nit. Estos espacios podrían haber constituido un programa por sí mismos pero la cadena optó porque formaran parte del informativo. Esta investigación también los ha considerado formalmente integrados dentro del noticiario, ya que los presentadores no despedían el Tele Nit hasta que no acababan estos espacios, ni daban paso a los sumarios de vuelta ni a la cabecera de salida con los créditos finales. Estas piezas heterogéneas aparecen agrupadas bajo la categoría de “especiales”.

Por tanto, las categorías utilizadas para clasificar las piezas informativas que aparecen en el Tele Nit, son las siguientes:

- VTR: Abreviatura de *Video Tape Recording*, que alude a la grabación en una cinta de video. En los informativos también se designan así a las noticias que incluyen información con sentido en sí mismas, independientes del resto de los elementos, que incorporan necesariamente imágenes, sonido ambiente y voz en off, y de

manera opcional, totales de los protagonistas de la noticia, grafismos e insertos de postproducción (Bandrés et al., 2004). En esta investigación se usa en el sentido de pieza de video completa que va precedida de una entradilla desde el plató.

- Breves: También denominado bloque de breves, en este tipo de pieza se integran varias noticias de corta duración que de otra manera quedarían fuera de la escaleta debido a la falta de tiempo. La selección de los breves viene determinada por bloques temáticos, criterios de importancia o para aumentar el interés de la audiencia con noticias rápidas. Son frecuentes los efectos de realización, con alternancia de voces, música de fondo y ráfagas de separación.

- Apoyos: También denominadas colas o platós, son una variante de la noticia que no tiene autonomía informativa. Se trata de imágenes editadas, con sonido ambiente, comentadas por el presentador desde plató.

- Intro + Declaraciones: Se trata de una combinación de entradilla de plató, leída por el presentador, que va seguida de uno o más fragmentos de declaraciones previamente seleccionados por su valor informativo. Algunos autores consideran este tipo de pieza una variante del llamado video puro que sólo incluye imagen y sonido ambiente pero sin voz en off.

- Opinión: Pieza informativa donde un presentador o colaborador realiza una alocución directamente a cámara, sin ser tapado por imágenes, para expresar una opinión sobre algún tema de actualidad. No se trata de entradillas que den paso a un video, sino de piezas independientes, de carácter opinativo, que no cuentan con el soporte de la imagen.

- Especiales: En esta categoría incluimos todas aquellas piezas de carácter heterogéneo, presentes en el Tele Nit, que no son asimilables a ninguna de las anteriores. Se trata de espacios con entidad propia, insertados dentro del informativo, donde predominan otros géneros como entrevistas o debates. También añadimos en esta categoría aquellos “micro-espacios sectoriales” difíciles de encajar en cualquiera otra.

El Tele Nit presenta sus contenidos mayoritariamente mediante piezas de video (VTR) que ocupan, de media, el 71% del tiempo total de la información. Los bloques de breves suponen un 7%, con diferencias muy acusadas en cuanto a su uso en los distintos años analizados y unos porcentajes que oscilan entre un 24% en los informativos de 1991, una presencia casi imperceptible en los de 1999 (0,9%), 2011 (1,3%) y 2015 (1,4%) y su desaparición en los informativos de 1995. Esta pieza marca una clara tendencia a la baja y en el Tele Nit se han usado principalmente para presentar informaciones de servicio y agenda patrocinadas por el Ayuntamiento de Elche.

Contrariamente al uso de breves, las colas son piezas en auge dentro de las escaletas del Tele Nit, en las que ocupan un 17% del tiempo total, con puntas de un 26% durante el informativo del año 2011 y su ausencia absoluta durante el de 1991. Esa misma propensión alcista la observamos en el uso de la fórmula de entradilla más declaraciones que alcanza una media del 3,4% del tiempo informativo. Este tipo de piezas ha experimentado un salto cuantitativo muy relevante en los últimos años, coincidiendo con el auge del periodismo declarativo y la disminución de recursos humanos en la redacción de informativos.

**Tabla 5.1. Distribución de piezas informativas en el Tele Nit.**

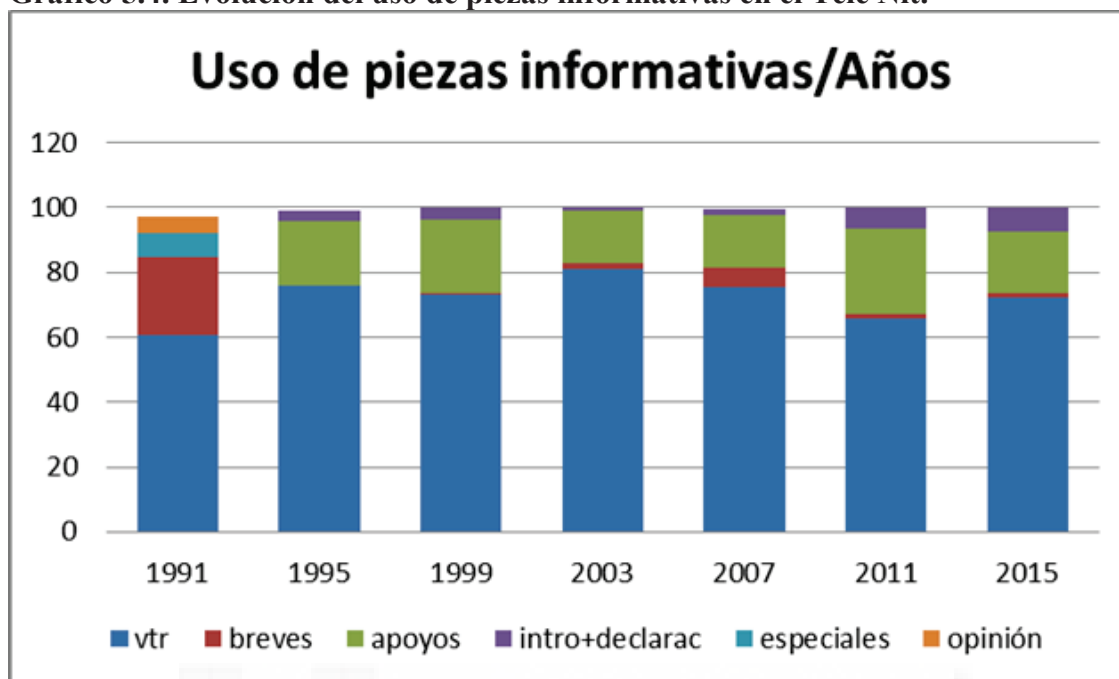
	VTR	Breves	Apoyos	Intro+Declaraciones	Especiales	Opinión/Editorial
1991	48	19	0	0	6	4
1995	71	0	19	3	0	0
1999	79	1	24	4	0	0
2003	77	2	15	1	0	0
2007	75	6	16	2	0	0
2011	50	1	20	5	0	0
2015	50	1	13	5	0	0

Fuente: elaboración propia

En 1991 la categoría de entradilla más declaraciones no tiene representación mientras que en 2015 supone el 7,2% del total de las piezas emitidas. Por último, cabe mencionar los especiales y la opinión, que únicamente se utilizan como piezas informativas durante el año 1991. En la tabla 5.1 se observa la presencia de estas categorías en valores absolutos.

El gráfico 5.4 ilustra la evolución en el uso de piezas informativas incluidas en el Tele Nit. En todos los noticiarios analizados se percibe la superioridad del video como elemento esencial de las escaletas, donde siete de cada diez informaciones utilizan este formato para presentar la información. Estas piezas requieren un tratamiento audiovisual más elaborado; tienen una mayor duración, por lo que es más fácil contextualizar la noticia, y suelen presentar variedad de fuentes. En este sentido, los videos propician la incorporación de declaraciones de los protagonistas, que enriquecen la información y a su vez evidencian la presencia del canal en el lugar de la noticia.

**Gráfico 5.4. Evolución del uso de piezas informativas en el Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

No obstante, el hecho de presentar la información mediante videos no supone necesariamente que éstos incorporen declaraciones de fuentes variadas que ayuden en la comprensión de la noticia. En el caso del Tele Nit, como veremos más adelante, los videos que contienen totales apenas representan un cincuenta por ciento de la totalidad y muchos de ellos se tapan con imágenes de archivo propias. Consideramos relevante subrayar este hecho para no pervertir los resultados de los trabajos de NewsLab<sup>135</sup> donde se pone de manifiesto que el uso de los videos, por ser piezas de mayor duración que permiten abordar los temas de manera más profunda, elevaría los índices de calidad del informativo. No debemos obviar que el uso excesivo de piezas de video puede desembocar en un abuso que amague otras causas menos relacionadas con la calidad informativa, y más cercanas a un aprovechamiento de los recursos humanos disponibles

<sup>135</sup> NewsLab. es un entidad norteamericana, sin ánimo de lucro, dedicada a la investigación en comunicación dirigida por Deborah Potter, que en el año 2000 publicó el informe “What it Takes. Cultivating Quality in Local TV News”



cuando éstos son escasos. Es decir, que elaborar piezas más largas no equivale necesariamente a un mejor tratamiento informativo, si no se tienen en cuenta otros factores cualitativos como la variedad de fuentes, el contraste de opiniones o la contextualización de la noticia.

Pero atendiendo exclusivamente a la estructura formal del informativo, consideramos que si los contenidos presentados mayoritariamente a través de videos pueden denotar un cultivo intensivo de la información, el abuso de esta fórmula ralentiza el ritmo del noticiario. La introducción de otras piezas más cortas distribuidas estratégicamente a lo largo del noticiario, y no relegadas a los minutos finales, haría más digerible el pesado volumen informativo del Tele Nit. No obstante, esta desproporción entre los videos y otras piezas menores disminuye en los noticiarios más cercanos al momento presente.

De esta manera, en la estructura de los Tele Nit más recientes se observa una mayor diversidad de piezas, con un importante aumento en la utilización de los apoyos y de la fórmula de “entradilla más declaraciones”. Esta práctica introduce una percepción de dinamismo en el informativo, en consonancia con los ritmos más acelerados que presentan los noticiarios televisivos actuales.

#### **5.3.4. Empleo de totales**

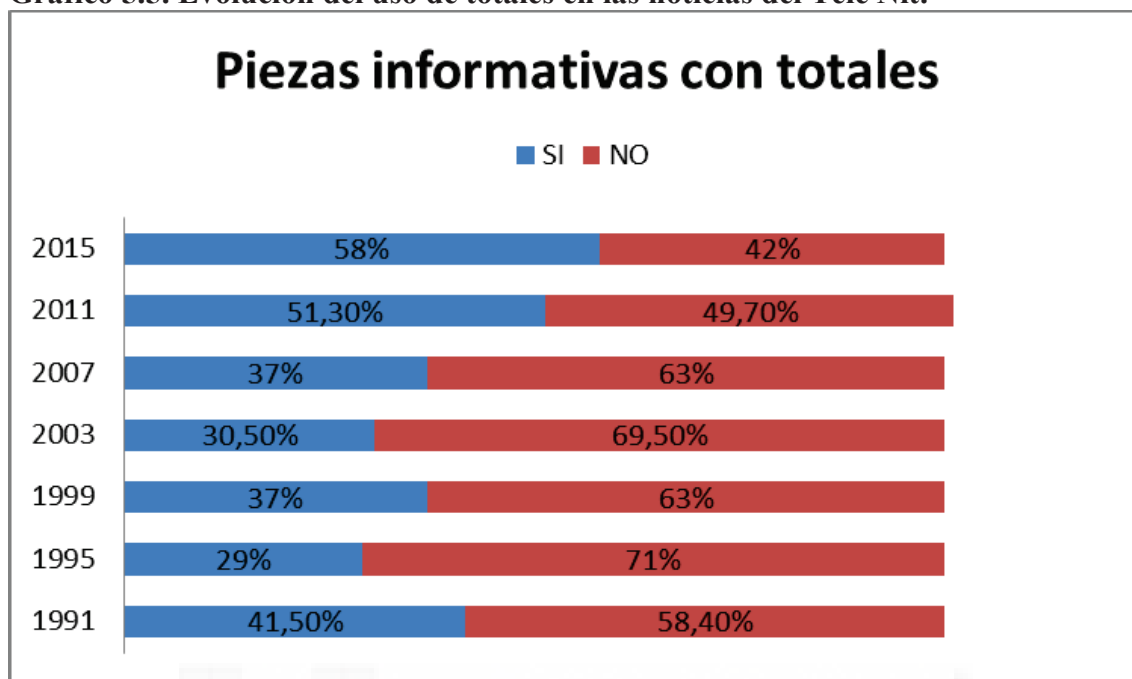
Los espectadores entienden mejor las noticias en televisión cuando van acompañadas de insertos de testimonios que enriquecen y complementan la información

(Bandrés et al, 2004). Los totales aportan la opinión personal o experta de los protagonistas de las noticias, que en muchos casos actúan también como fuente. Por tanto, la inclusión de testimonios en los videos imprime veracidad a las noticias, refrenda la narración de los hechos que elabora el periodista y, si se emplean correctamente, elevan la calidad del informativo.

El Tele Nit, a pesar de que la inmensa mayoría de sus piezas informativas son videos, es deficitario en cuanto a totales. En el gráfico 5.5 se aprecia cómo las noticias que no incluyen totales predominan en todos los informativos, excepto en 2011 y 2015, cuando comienza a invertirse la proporción.

En 1991, la proporción de videos que no incluían totales era de seis a cuatro, sin embargo, consideramos relevante destacar que muchos de los testimonios aparecían agrupados, mediante baterías de encuestas, en una sola pieza diaria que se llamaba “La calle”. La voz de la ciudadanía aparecía mejor representada que en otros períodos debido a la inclusión de esta sección donde se preguntaba a la población ilicitana su opinión sobre temas de actualidad tratados en el Tele Nit. Durante la semana objeto de nuestro análisis, las encuestas callejeras versaron sobre el funcionamiento de Correos, la presencia de drogas en la ciudad, los delitos ecológicos, el fin de la Guerra del Golfo y la religión en la escuela.

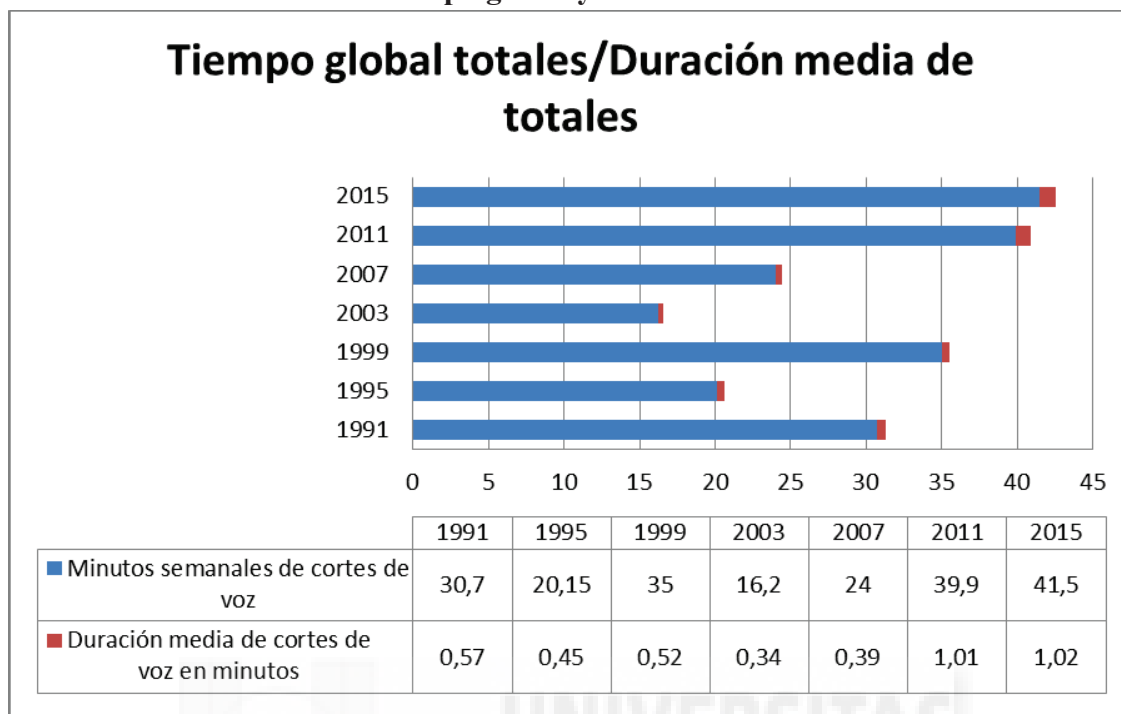
**Gráfico 5.5. Evolución del uso de totales en las noticias del Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

Los informativos que incluyen un mayor número de piezas, los de 1995, 1999, 2003 y 2007 (véase gráfico 5.3), cuentan con una escasa presencia de totales y la duración de las noticias es más corta. También se observa que el uso de la fórmula de “entradilla más declaraciones” (véase gráfico 5.4), donde se pone de relieve la opinión de los protagonistas, tiene una representación residual durante los años señalados anteriormente. Contrariamente, aquellos períodos con informativos más cortos y piezas más extensas, correspondientes a 2011 y 2015, presentan un mayor volumen de noticias con totales al aumentar la proporción de informaciones que se sustentan exclusivamente sobre testimonios.

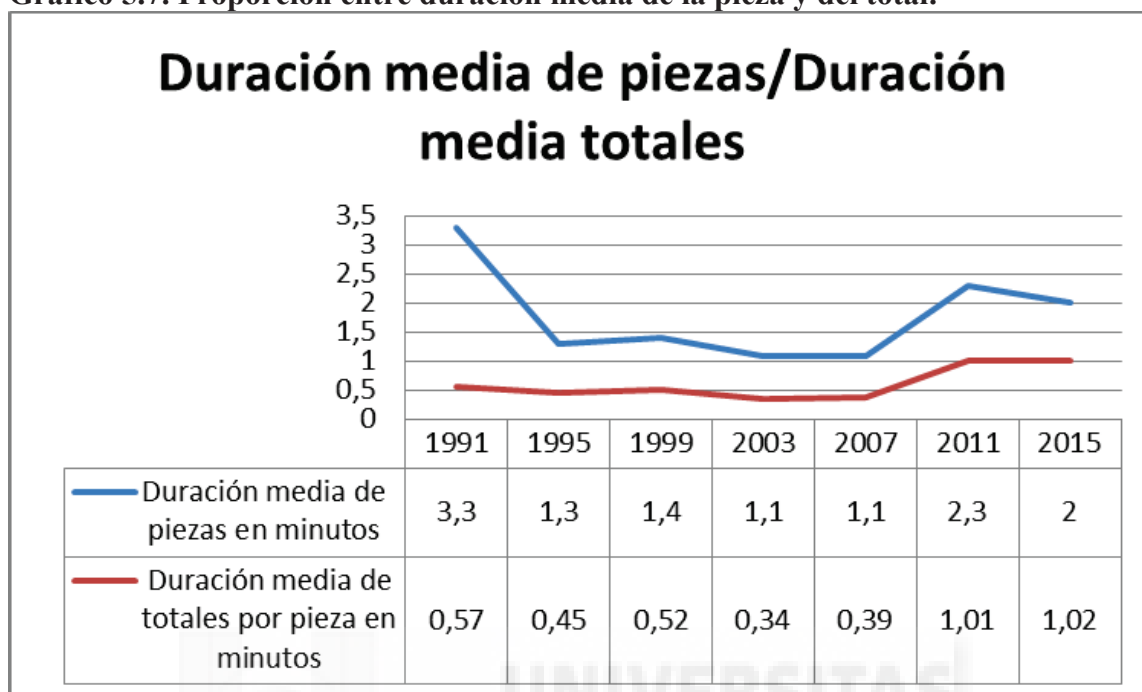
**Gráfico 5.6. Relación entre tiempo global y duración media de los totales.**



Fuente: elaboración propia

Otro de los aspectos relevantes en nuestra investigación es conocer si los totales que aparecen en las noticias lo hacen de una forma proporcionada o si, por el contrario, éstos se alargan más de lo recomendado en los manuales periodísticos. Bandrés y otros (2004) recomiendan introducir totales de no más de quince segundos para evitar que los testimonios obtengan un protagonismo desmesurado dentro de la noticia. No obstante, aunque no existen estándares sobre cuánto debe durar un total en los informativos españoles la media se sitúa en torno a los veinte o treinta segundos, muy por debajo de los tiempos encontrados en el Tele Nit. En el gráfico 5.7, se ofrece la relación entre la duración media de las piezas informativas y la de los totales incluidos en ellas.

**Gráfico 5.7. Proporción entre duración media de la pieza y del total.**



Fuente: elaboración propia

Sin tomar en consideración los resultados obtenidos durante 1991, al presentar una disfunción en cuanto la duración media de las piezas, como ya hemos señalado anteriormente, observamos que los totales ocupan una tercera parte del tiempo de la noticia durante los años 1995 (34,6%), 1999 (37%), 2003 (31%) y 2007 (35,5%). Sin embargo, esta proporción aumenta desmesuradamente a partir de 2011 (44%) y especialmente en 2015 (51%) donde los totales acaparan casi la mitad del tiempo de la pieza informativa.

Los resultados obtenidos tras el análisis de la estructura externa del Tele Nit dibujan un informativo de corte clásico con un formato sencillo en cuanto a la presentación de los contenidos y una sobriedad en el uso de recursos técnicos de edición. En cuanto al aspecto visual, no debemos olvidar que estamos ante un producto

informativo elaborado con la escasez de medios tecnológicos que caracteriza a las televisiones locales. El Tele Nit se graba en un plató de reducidas dimensiones y con una sola cámara por lo que las posibilidades de presentar una realización creativa se encuentran seriamente limitadas.

Así, prevalecen los encuadres estáticos con planos medios de los presentadores, transiciones elementales mediante cortinillas y un ritmo expositivo lento. Predominan los videos como piezas informativas más utilizadas, con una duración media próxima a los dos minutos y escasa presencia de totales. Igualmente, se detecta la existencia de una relación inversamente proporcional entre el número de piezas informativas y la inclusión de totales. Cuantas más noticias aparecen, menor es el tiempo destinado para dar voz a sus protagonistas mediante el uso de totales.

#### **5.4. Estructura interna del Tele Nit**

Una vez analizados los aspectos formales que integran la estructura externa del informativo, enfocamos nuestra investigación sobre cada una de las unidades de análisis (piezas informativas) que conforman el Tele Nit. No obstante, antes de adentrarnos en una exploración minuciosa del contenido de las noticias, hemos observado la selección temática de los sumarios que aparecen en la portada y en el cierre. Consideramos que esta pieza informativa revela de manera eficaz tanto el criterio periodístico como la vocación de proximidad que se presume en un noticiario de ámbito local.

En segundo lugar, constatamos el orden de aparición de las piezas informativas. Cada cadena selecciona y jerarquiza las noticias dentro de la escaleta atendiendo a códigos que suelen indicar la línea editorial de la empresa informativa. Su afinidad ideológica suele reflejarse en la preferencia que se da a determinados acontecimientos en detrimento de otros que son relegados a posiciones irrelevantes dentro del informativo. Posteriormente, hemos contabilizado el tiempo total de cada una de las piezas y en los casos en que éstas incluyen totales, la duración de cada uno de ellos<sup>136</sup>.

Respecto a los asuntos tratados, cada una de las informaciones se ha asignado, de manera excluyente, a alguno de los bloques temáticos descritos en la metodología. No obstante, esta delimitación por secciones nos parecía insuficiente para conocer el interés del Tele Nit por los acontecimientos que marcan la actualidad informativa de la ciudad. Por ello, además de situar cada noticia en un bloque temático, hemos especificado el asunto tratado dentro de las diferentes subcategorías en que hemos dividido cada una de las secciones. Así, una noticia sobre inversiones en la mejora de los canales de riego se ha considerado una información de economía y dentro de este bloque general, la hemos marcado como noticia económica de la subcategoría “agua”. Somos conscientes que esta tarea clasificatoria ha generado dudas ya que muchas noticias abordan asuntos, o más de uno, que podrían ser incluidos en más de una categoría o subcategoría. Un ejemplo servirá para ilustrar esta disyuntiva ante la que nos hemos encontrado y cómo la hemos resuelto: la noticia sobre la presentación de un balance de la oficina municipal de información al consumidor. Podemos incluirla en la sección de Ayuntamiento, dentro de la subcategoría de “gobierno municipal” o en la

---

<sup>136</sup> Los datos referentes a piezas que incluyen totales y la duración de éstos ya se han analizado en el epígrafe sobre la estructura externa del Tele Nit.

sección de Sociedad, en la subcategoría de “consumo”. Para decidir dónde ubicábamos esta información buscamos la procedencia de las fuentes y observamos el enfoque que se le daba a la noticia. En el ejemplo propuesto, la fuente era la concejalía de Consumo a través de una nota de prensa. El texto de la noticia ponía el énfasis en la descripción del balance, remarcaba la procedencia institucional, no profundizaba en ninguno de los datos expuestos ni buscaba otras fuentes expertas que analizaran aspectos relevantes que se pudieran derivar de dicho balance. Por tanto, optamos por considerar esa noticia como una información de Ayuntamiento, dentro de la subcategoría de “gobierno municipal”.

Además de la jerarquización de las noticias, su duración y las temáticas que abordan, otros intereses de esta investigación giran en torno a las fuentes. Por un lado nos interesa conocer cuál es la estrategia que utiliza el medio para seleccionar sus fuentes de información. Estos datos serán determinantes para interpretar los indicadores relativos a la calidad del informativo así como para observar otros factores de carácter empresarial que pudieran influir en la manera de acceder a la información. Igualmente, otro de los objetivos de esta investigación es averiguar la procedencia de las fuentes representadas en el Tele Nit para descubrir quiénes son los protagonistas de las noticias, a qué sectores sociales representan y si existen diferencias fehacientes en cuanto al protagonismo noticioso entre hombres y mujeres. Por último, constataremos el empleo de la lengua valenciana dentro del informativo y la valoración percibida de las diferentes noticias que componen el informativo.



#### **5.4.1. Los Sumarios del Tele Nit**

Los sumarios ofrecen una visión global del contenido informativo, invitando al espectador a quedarse delante de la pantalla para conocer con mayor profundidad las informaciones que se avanzan al principio del noticiario. En el Tele Nit se emplean sumarios de ida, al inicio del informativo, y se repiten a la vuelta, como recapitulación de los principales temas tratados. Sin embargo, no existen sumarios intermedios a modo de gancho antes de la publicidad o como avance de bloques temáticos.

Los sumarios en el Tele Nit se han mantenido constantes a lo largo de toda su historia hasta el año 2015, cuando desaparecieron. Con una estructura clásica, más cercana a la presentación de titulares, duran aproximadamente un minuto y medio e incluyen cuatro o cinco noticias, según los períodos. El formato es sencillo: imágenes con sonido ambiente, música en segundo plano, titulares incrustados mediante rótulos y voz en off pregrabada donde se apuntan los datos esenciales de cada noticia destacada.

En este trabajo nos parece relevante conocer las diferentes temáticas que se destacan en los sumarios y si se han producido cambios significativos durante las muestras analizadas. Observar cuáles son los temas que el Tele Nit sitúa en su portada nos sirve como indicador de la relevancia informativa que les otorgan sus responsables. Para ello, elaboramos una ficha donde hemos introducido datos correspondientes a la temática de cada una de las noticias referidas en el sumario. Las categorías empleadas representan grandes bloques temáticos. No se han establecido subcategorías que

detallen con mayor eficacia el tema de la información, como en el análisis de las piezas informativas. Las categorías temáticas de los sumarios son las siguientes:

1. **Economía:** Se atribuyen a esta categoría todas las noticias que tratan temas referentes a empresas y asociaciones empresariales; conflictos laborales; cifras macroeconómicas; calzado; agricultura; agua y regantes; comercio; ferias y aeropuerto.
2. **Ayuntamiento:** Engloba noticias referentes a las acciones del gobierno municipal en su conjunto, indistintamente de si tienen como protagonistas al partido gobernante o a la oposición, así como actos institucionales del consistorio.
3. **Política:** Esta categoría comprende informaciones políticas que no mantienen relación con el discurrir cotidiano del Ayuntamiento. Son aquellas que tratan sobre decisiones de otras instituciones supramunicipales como la Diputación, la Generalitat, el Gobierno de España o la Unión Europea. También noticias sobre la estructura interna de los distintos partidos políticos y sus comportamientos electorales.
4. **Cultura:** En este apartado incluimos todas aquellas noticias que hacen referencia a manifestaciones culturales como espectáculos, festivales, fiestas populares, tradiciones, congresos o conferencias. Las informaciones sobre los dos Patrimonios de la Humanidad que posee la ciudad, el Misteri y el Palmeral, también se recogen en esta categoría.
5. **Sociedad:** Categoría amplia que abarca temas educativos, sanitarios, de consumo, medioambientales y todos los tipos de asociacionismo ciudadano existentes.

6. **Sucesos:** Básicamente, en esta categoría se recogen todas las informaciones referentes a accidentes de tráfico, actuaciones policiales, intervenciones de bomberos y otras asimilables a estos ámbitos.
7. **Tribunales:** Incluye noticias cuya base se sustenta en procesos judiciales: juicios, declaraciones o recursos.
8. **Deportes:** Aquí se incluyen noticias referentes al Elche C.F, a equipos de fútbol locales de categorías inferiores, a otras disciplinas deportivas, al deporte escolar y a eventos relacionados con cualquier tipo de deporte que se desarrolle en la ciudad.
9. **Servicios:** Esta categoría agrupa noticias de servicio ciudadano como el tiempo meteorológico, la situación del tráfico, los resúmenes de prensa y las diversas modalidades de loterías.
10. **Otros:** Hemos incorporado esta categoría, que actúa como cajón de sastre, para dar cobijo a aquellas noticias que no encuentran acomodo en ninguna de las anteriores categorías.

Los temas de Sociedad, Ayuntamiento y Economía son, con gran diferencia, los que aparecen más frecuentemente en los sumarios del Tele Nit. Sumadas estas tres categorías, alcanzan un 70% de las portadas del conjunto de informativos analizados, con al menos una noticia destacada en cada uno de los sumarios y en ocasiones, con más de una. El resto de categorías aparece en menor proporción, aunque debemos prestar atención a Deportes, ya que si bien no formaba parte del informativo durante la mayoría de los años analizados, cuando el Tele Nit incluye algún bloque deportivo sí suele aparecer.

En la muestra hemos contabilizado un total de 128 noticias destacadas en sumarios, de las que un 32% corresponden a Sociedad, un 19,5% a Ayuntamiento, un 16,4% a Economía, un 7% a Cultura, un 6,25% se reparten Sucesos y Deportes, Política y Otros representan el 5,5% de los temas de sumario y por último, Tribunales y Servicios que apenas llegan al 1%. En la tabla 5.2 aparecen reflejados los temas de sumario en valores absolutos. En las casillas correspondientes al año 2015 aparece un cero al haber eliminado el Tele Nit esta pieza en sus informativos.

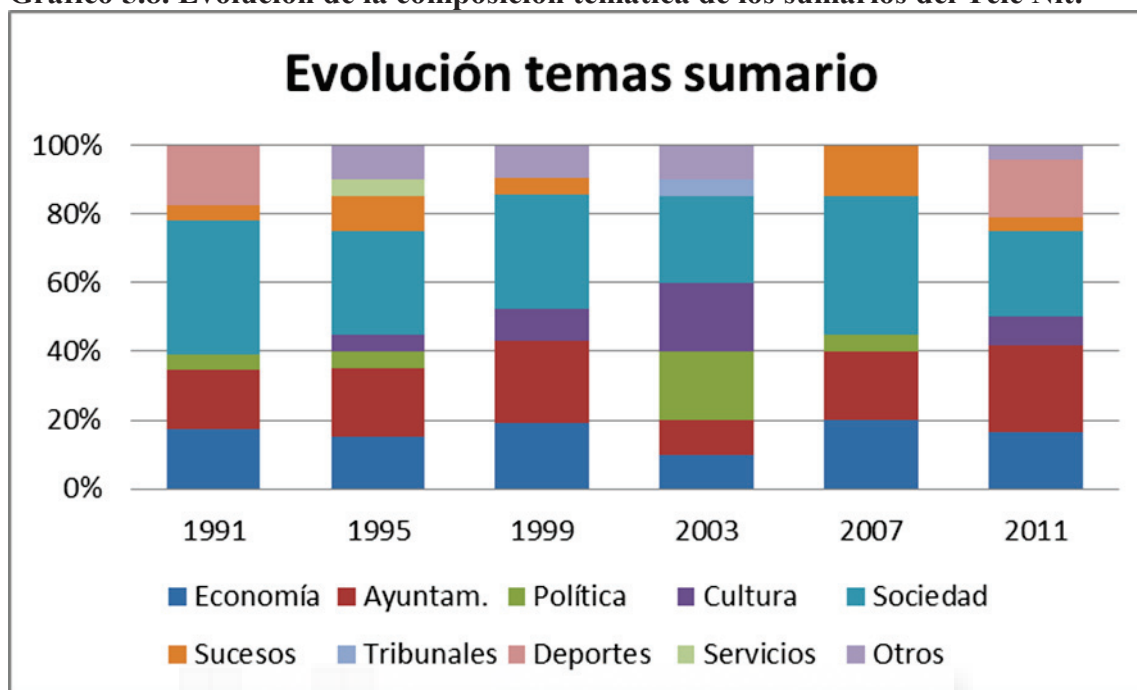
**Tabla 5.2. Total de noticias de sumario del Tele Nit por temas y años.**

TEMAS	1991	1995	1999	2003	2007	2011	2015	TOTAL
Economía	4	3	4	2	4	4	0	21
Ayuntam.	4	4	5	2	4	6	0	25
Política	1	1	0	4	1	0	0	7
Cultura	0	1	2	4	0	2	0	9
Sociedad	9	6	7	5	8	6	0	41
Sucesos	1	2	1	0	3	1	0	8
Tribunales	0	0	0	1	0	0	0	1
Deportes	4	0	0	0	0	4	0	8
Servicios	0	1	0	0	0	0	0	1
Otros	0	2	2	2	0	1	0	7
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>128</b>

Fuente: elaboración propia

Además de constatar la presencia/ausencia temática dentro del sumario, nos interesa conocer si se han producido cambios significativos durante los períodos analizados respecto a estas portadas informativas del Tele Nit.

**Gráfico 5.8. Evolución de la composición temática de los sumarios del Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

Así, observamos una amplia variedad temática entre los sumarios ya que aparecen noticias procedentes de todas las categorías aunque con diferencias entre los distintos períodos. Los temas de Sociedad se mantienen como referentes, moviéndose en una horquilla que oscila entre cinco y nueve apariciones. Conviene reparar sobre la abundancia de esta categoría en los sumarios de 1991, donde suman más que las de Economía y Ayuntamiento juntas.

Las noticias de carácter social suelen representar el paradigma de la información de proximidad, donde la ciudadanía alcanza un destacado protagonismo y emerge como fuente informativa. También suponen una mayor dedicación periodística, ya que este tipo de información no suele circular por los cauces tradicionales de convocatorias o comunicados de prensa y requiere, por lo general, una cultivada agenda de temas propios de la cadena o del periodista. En 1991, la redacción de informativos de Tele Elx

estaba bien dotada, los redactores podían ocuparse de su área de especialización y “sacar” temas propios con mayor facilidad que otros años en los que escaseaba el personal y debían recurrir a convocatorias oficiales (Alonso, 2013).

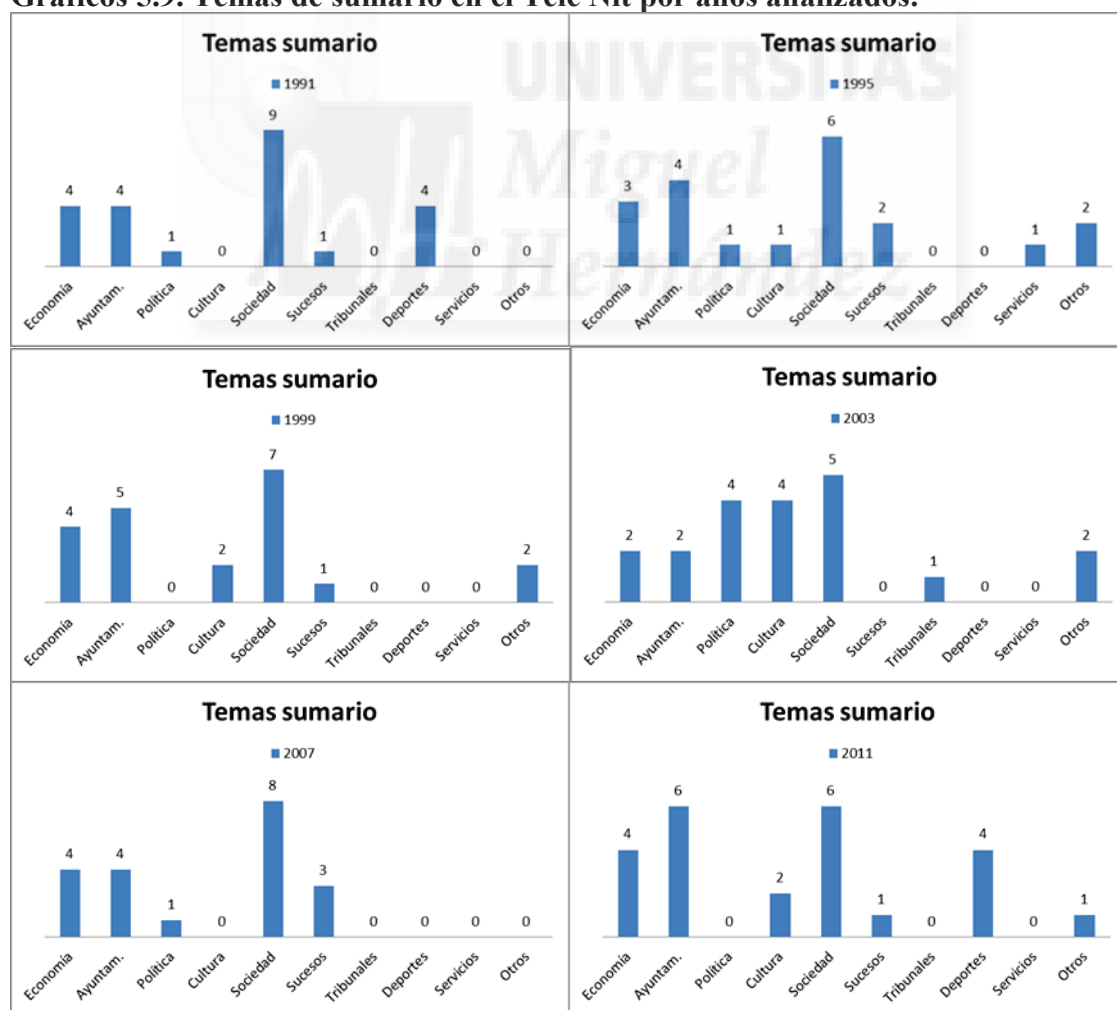
La disponibilidad de recursos humanos y la presencia de temas que requieren un menor esfuerzo periodístico actúan como vasos comunicantes. Las categorías donde se alojan estructuras que tienen establecidos protocolos para distribuir información a los medios, a través de gabinetes de comunicación, son fundamentalmente Economía y, más específicamente, Ayuntamiento. Podemos observar que son temáticas al alza en los sumarios del Tele Nit y en los informativos de 2011, uno de los años más críticos de Tele Elx, los temas de Ayuntamiento se equiparan a los de Sociedad. Sin embargo, los temas denominados “duros”, como Política, apenas tienen incidencia en las portadas del Tele Nit, excepto en la referida al año 2003.

Durante esa semana, los sumarios incluían cuatro temas de Política ya que coincidieron una serie de hechos noticiosos como la visita de un ministro del Gobierno central para poner la primera piedra de la autovía del Camino de Castilla, la presentación de nuevos agentes de Policía Nacional o la visita de José Luis Rodríguez Zapatero a Elche para apoyar la candidatura de Diego Macià en las elecciones municipales.

En cuanto a los temas ausentes en los sumarios, destacamos la escasa presencia de los Sucesos. Esta es una sección estrechamente vinculada a episodios con un gran impacto visual y de índole muy localista, que la mayoría de noticiarios acostumbran a

servir como reclamo en sus portadas. Sin embargo, debido a su naturaleza imprevisible, estas noticias no aparecen contempladas en las agendas que marcan las previsiones informativas por lo que aquellos medios que no disponen de recursos suficientes para improvisar sus actuaciones no resuelven adecuadamente este tipo de intervenciones rápidas. Si los equipos no graban el suceso en el momento en que éste tiene lugar, la posibilidad de conseguir imágenes que resulten atractivas desde un punto de vista televisivo reduce las posibilidades de que esa cobertura informativa forme parte de los sumarios.

**Gráficos 5.9. Temas de sumario en el Tele Nit por años analizados.**



Fuente: elaboración propia

De este modo, aunque el Tele Nit incluye habitualmente un bloque destinado a la información sobre sucesos, las noticias tratadas suelen elaborarse a posteriori a partir de notas de prensa o de rondas informativas, por lo que la falta de recursos visuales atractivos debilita las opciones para que se abran un hueco entre los temas de sumario. Por tanto, sin el concurso de la espectacularidad de las imágenes, la selección de temas de sucesos en el sumario recae exclusivamente sobre criterios de relevancia periodística en un entorno próximo. Para ilustrarlo con un ejemplo, nos detenemos en los informativos de la semana del 26 de febrero al 2 de marzo de 2007 donde se incluyen tres noticias de sucesos en los sumarios: el atraco a un empresario de la ciudad, un balance de accidentes de tráfico en Elche y la desarticulación de una banda de narcotraficantes. Ninguna de ellas accede al sumario por la espectacularidad de las imágenes ofrecidas sino por el interés informativo que le otorga el medio a dichas noticias.

En cuanto al formato, los sumarios del Tele Nit aparecen enlatados, con una estructura formal simple, caracterizada por una base musical con la sintonía del informativo, la voz en off del periodista y titulares incrustados mediante rótulos.

#### **5.4.2. Representación temática de la información de proximidad en el Tele Nit**

En consonancia con la selección temática representada en los sumarios, el Tele Nit apuesta decididamente por las noticias de Sociedad, que suponen un 22% del total de las piezas emitidas, y las referidas a Ayuntamiento, con un 20,4% en el cómputo

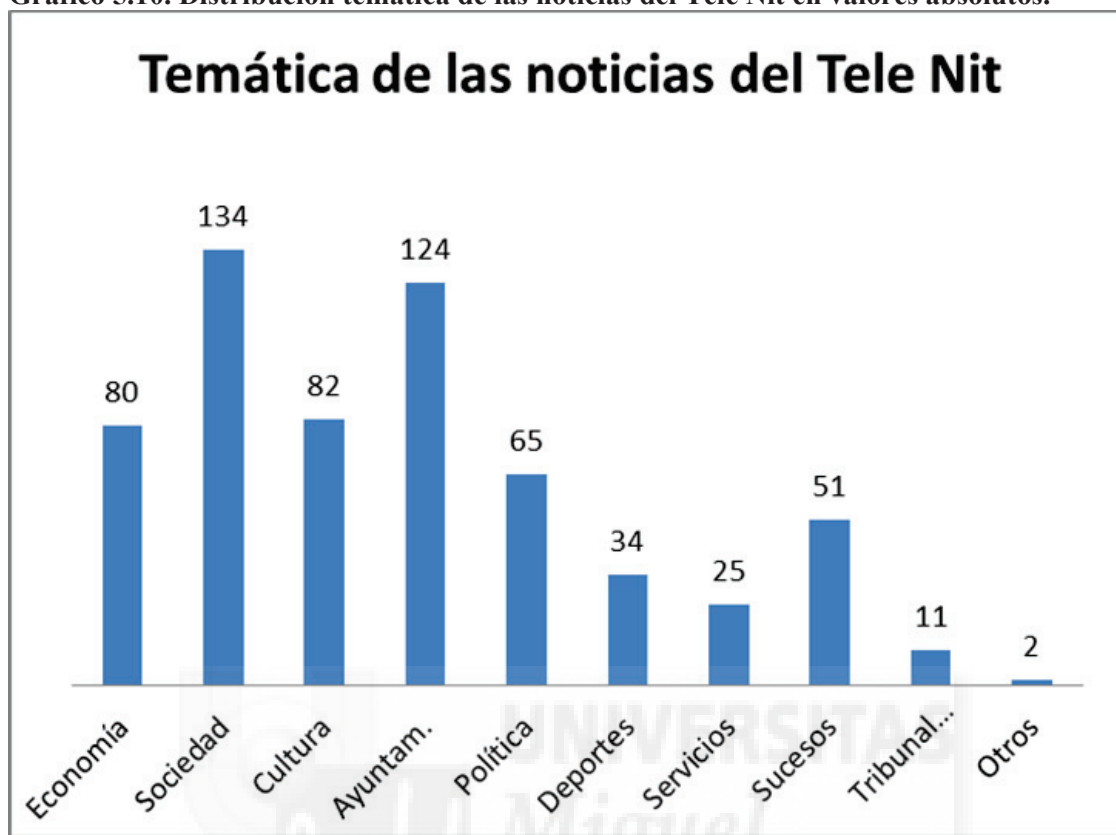


global. Sin embargo, los temas de Cultura adquieren una presencia más relevante en las escaletas de la que le otorgan los sumarios. Así, las noticias culturales ocupan el tercer puesto, con un 13,5% del tiempo total del informativo, mientras que las piezas de índole económica suponen un 13,2%. Les siguen los temas dedicados a Política, con un 10,7%, los Sucesos, con un 8,4%, Deportes, con un 5,6%, Servicios, con un 4,1% y Tribunales, con una representación testimonial del 1,8%.

En la tabla 5.3 se aprecia que las noticias de Sociedad, aunque siguen ocupando el mayor porcentaje del tiempo informativo, están sobre-representadas en los sumarios, con una diferencia proporcional de un diez por ciento. En el caso contrario se sitúan las noticias de Cultura que, aun teniendo una numerosa presencia en las escaletas del Tele Nit, aparecen infrarrepresentadas en los temas de sumario.

Esta desproporción revela una disfunción entre el tratamiento cuantitativo que se le otorga a la cultura local y la valoración cualitativa que se hace de la misma, es decir, que independientemente del número de piezas, las noticias culturales son tratadas como temas secundarios, relegadas a los últimos puestos de la escaleta e insuficientemente valoradas dentro del informativo como para ocupar un lugar relevante en los sumarios.

Gráfico 5.10. Distribución temática de las noticias del Tele Nit en valores absolutos.



Fuente: elaboración propia.

Aunque de manera menos notable que en el caso de los temas de Cultura, también se percibe una infrarrepresentación en las noticias de la sección de Política, que ocupan un 10,7% del informativo pero sólo aparecen en el 6,25% de los sumarios. En cambio, las noticias económicas, con una representación del 13,2% dentro del noticiario, protagonizan el 16,4% de los sumarios.

En este análisis de los temas tratados en el Tele Nit, nos interesa conocer de manera más detallada la procedencia temática dentro de cada uno de los bloques anteriormente mencionados. Esta pormenorización de los datos obtenidos en cada una de las secciones temáticas nos permite aplicar un efecto lupa sobre los intereses

informativos de Tele Nit desde una perspectiva más cercana que deje traslucir el contexto sociocultural y económico de la ciudad de Elche.

**Tabla 5.3. Comparativa de la representación temática entre los sumarios del Tele Nit y el tiempo total del informativo.**

TEMAS	% SUMARIOS	% INFORMATIVO
Economía	16,4%	13,2%
Sociedad	32%	22%
Cultura	7%	13,5%
Ayuntamiento	19,5%	20,4%
Política	6,25%	10,7%
Deportes	6,25%	5,6%
Sucesos	6,25%	8,4%
Tribunales	0,8%	1,8%
Servicios	0,8%	4,1%

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a otros modelos de análisis temáticos como el empleado por Zulema Iglesias (2006) en “La información en la televisión local: las emisoras de Castilla y León” o el de Fernando Sabés (2002a) en su tesis doctoral “La radio y la televisión local en el marco del sistema audiovisual aragonés”, unido al conocimiento aportado por esta investigadora para adaptar esos modelos temáticos al entorno social e informativo ilicitano, los diferentes bloques temáticos se han distribuido en las siguientes subcategorías.

1. **Economía:** Empresas y Asociaciones; Conflictos Laborales; Cifras económicas; Calzado; Agricultura; Agua; Comercio; Ferias; Aeropuerto; Otros.
2. **Sociedad:** Educación; Universidad; Sanidad; Consumo; Medio Ambiente; Actividades Asociaciones; ONG; Pedanías; Religión; Otros.
3. **Cultura:** Misteri d'Elx; Palmeral; Fiestas y Tradiciones; Espectáculos; Festivales; Congresos y Conferencias; Otros.
4. **Ayuntamiento:** Gobierno municipal; Partido de Gobierno municipal; Oposición municipal; Actos institucionales.
5. **Política:** Gobierno de España; Gobierno Comunidad Valenciana; Diputación; PSOE; PP; EU; Otros partidos.
6. **Deportes:** Elche C.F.; Eventos deportivos; Deportes escolar y de base; Multideportes.
7. **Servicios:** Tiempo; Tráfico; Loterías; Prensa; Otros
8. **Sucesos:** No se han especificado subcategorías.
9. **Tribunales:** No se han especificado subcategorías.

#### 5.4.2.1. Temas de Economía

En nuestra base de análisis se han detectado ochenta piezas informativas atribuibles a Economía que se hallan distribuidas entre las nueve subcategorías en que hemos dividido esta sección, aunque no de manera uniforme. Entre los subtemas que aparecen con más frecuencia en el informativo Tele Nit encontramos, en primer lugar, aquellos que hacen referencia a Ferias, con 17 noticias (21,3%). Esta prominencia de contenidos relacionados con la actividad ferial puede atribuirse al hecho de que la sede

de la Institución Ferial Alicantina (IFA) se encuentre en el término municipal de Elche, por lo que genera un volumen considerable de información que se ve reflejada en la agenda mediática local.

En segundo lugar, con 15 apariciones y un porcentaje del 18,8%, se sitúan las noticias referentes a Empresas y Asociaciones Empresariales. No debemos olvidar que Elche es una ciudad fundamentalmente industrial cuya principal actividad económica gira en torno al sector del calzado, donde se fabrican alrededor del 42% de los zapatos producidos en España<sup>137</sup>. Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE, en Elche había censadas en 2014, 15.011 empresas con una característica diferenciadora: la relevancia de las empresas industriales, solo superadas en la Comunidad Valenciana por la ciudad de Valencia.

Las noticias que versan sobre temas de Agua ocupan el tercer puesto dentro de la sección de Economía, con una presencia del 13,8%, seguida muy de cerca por las cuestiones relativas a Agricultura, que suponen un 11,3%. Ambos temas mantienen vínculos muy estrechos entre sí ya que la importante actividad agrícola<sup>138</sup> que se desarrolla en una zona con permanente déficit hídrico como es el caso de Elche, necesita la concurrencia de una planificación de las estructuras hidráulicas y los sistemas de riego de los que se ocupa la comunidad de Riegos de Levante. Esta

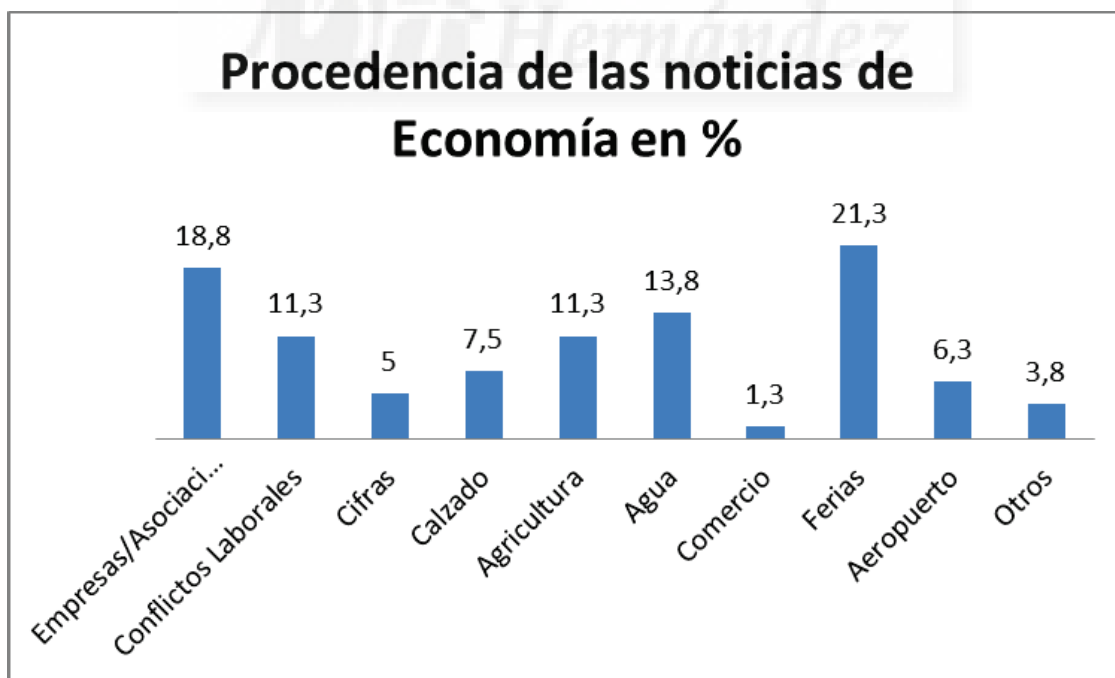
---

<sup>137</sup> Según el Informe Estadístico Anual sobre la actividad industrial de Elche en 2015, Elche es la sexta ciudad de España con mayor porcentaje de empleo industrial (22%), sector que, al igual que en 2013, creció gracias al empuje de la industria del Cuero y Calzado; sus 834 empresas y 8.317 empleos “oficiales” representan el 60% del total del sector industrial en la localidad. Este informe, elaborado por el Ayuntamiento de Elche, se ha recuperado de: <http://www.elche.es/media/tinyimages/file/Industria2015.pdf>

<sup>138</sup> Según el Informe Estadístico de Agricultura 2015 de Elche, en su término municipal existen más de 7.000 hectáreas de superficie agrícola cultivada donde destacan el cultivo del granado y los viveros de hortalizas. En el año 2014 se contabilizaron 196 empresas agrícolas.

comunidad de regantes, con sede en Elche, agrupa a 21.000 comuneros de la margen izquierda del río Segura y vertebra social y económicamente el denominado Camp d'Elx. Si uniéramos los porcentajes obtenidos en ambas subcategorías, podríamos afirmar que las noticias de Agricultura y Agua, con casi un 24%, son los temas más tratados en Economía. La conflictividad laboral ocupa un 11,3% de la temática económica, seguida de las noticias referentes a Calzado con un 7,5%. Un 6,3% de las informaciones de esta sección giran en torno al aeropuerto de Elche-Alicante, que al igual que IFA se encuentra en el término municipal ilicitano. En los últimos lugares se sitúan las noticias que versan sobre cifras del sector, como balances económicos o índices de desempleo, que suponen un 5% y las referidas al Comercio local que apenas superan el 1%.

**Gráfico 5.11. Distribución temática de las noticias de Economía en Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

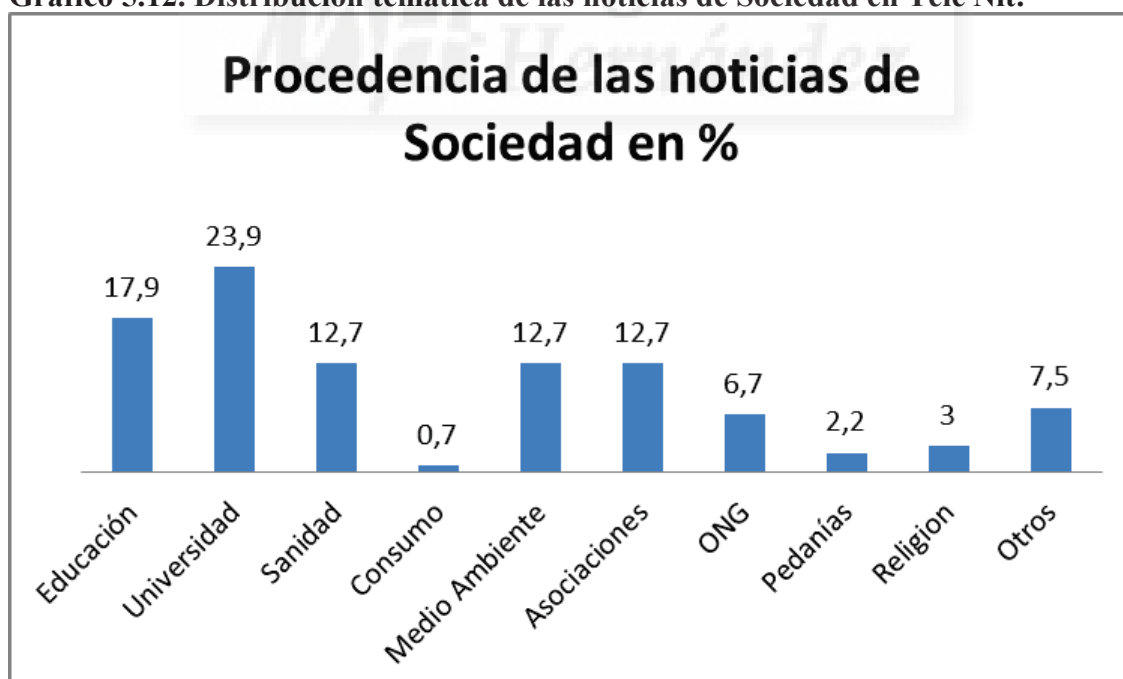
#### 5.4.2.2. Temas de Sociedad

Los temas referidos a Sociedad son los más prolíficamente tratados dentro del Tele Nit, con 134 noticias contabilizadas durante los períodos objeto de análisis. Esta es una sección heterogénea donde destacan las informaciones generadas por las instituciones universitarias con presencia en la ciudad de Elche. Casi una de cada cuatro noticias de Sociedad, un 23,9%, hacen referencia a temas universitarios, bien sean de la Universidad Miguel Hernández, la UNED o la Universidad CEU Cardenal Herrera, que son las tres instituciones académicas de estudios superiores con campus dentro de la ciudad.

En segundo lugar, con un 17,9% aparecen las noticias referidas al resto de instituciones educativas no universitarias donde también se han incluido todas aquellas informaciones que versan sobre actividades extraescolares organizadas por las Asociaciones de Madres y Padres de Alumnos (AMPA). Con un 12,7% del espacio destinado a noticias de Sociedad aparecen los temas de Sanidad, Medio Ambiente y Asociacionismo ciudadano de todo tipo, excepto las ONG, que con un 6,7%, las hemos incluido en una subcategoría distinta para diferenciar las actividades de estas organizaciones, que por su relevancia a nivel estatal, podrían distorsionar los resultados obtenidos sobre el mundo asociativo estrictamente local. Los temas sobre Religión representan un 3% del total de noticias de Sociedad, aunque consideramos que este porcentaje podría resultar engañoso teniendo en cuenta que las semanas sobre las que se realiza el muestreo (final de febrero y primera de marzo) están próximas a las celebraciones de Semana Santa.

Las informaciones correspondientes a Pedanías apenas aparecen representadas en el Tele Nit, con un irrelevante 2,2%. Decidimos incluir esta subcategoría en nuestros indicadores temáticos para visibilizar las noticias referidas a la población rural de Elche, que supera las 40.000 personas. En el extenso término municipal ilicitano se contabilizan treinta partidas rurales, algunas de ellas con núcleos urbanos (pedanías) densamente poblados como Torrellano, con casi 8.000 habitantes, o El Altet, con más de 7.000<sup>139</sup>. Sin embargo, aunque el porcentaje de población rural supone casi un 18% del censo de Elche, el Tele Nit no manifiesta un marcado interés informativo y los períodos seleccionados en la muestra sólo incluyen tres noticias sobre pedanías. En último lugar aparecen los temas de Consumo, con un irrelevante 0,7% y una sola noticia contabilizada.

**Gráfico 5.12. Distribución temática de las noticias de Sociedad en Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

<sup>139</sup> Los datos de población de Elche se pueden consultar en los Informes Estadísticos Anuales Elche 2016. Población <http://www.elche.es/media/tinyimages/file/Poblacion2016.pdf>



### 5.4.2.3. Temas de Cultura

Lo avanzábamos en el epígrafe introductorio de este análisis temático: las informaciones culturales poseen un mayor peso específico en el corpus del Tele Nit del que aparece reflejado en el estudio temático de sus sumarios. En total, se han contabilizado 82 piezas informativas que tratan temas de Cultura donde destacan, con un 34,1%, aquellas que hacen mención a la subcategoría de Fiestas y Tradiciones populares, sean éstas de carácter autóctono, como la recuperación de las “Velles de Serra” o importadas, como celebraciones originarias de otras zonas geográficas de España que ha incorporado la población inmigrante al calendario festivo de la ciudad.

El 19,5% de las noticias culturales están vinculadas a Espectáculos; el 9,8% a la cobertura informativa de Congresos y Conferencias y el 8,5%, a Festivales. Hacemos distinciones entre espectáculos y festivales, que podrían encuadrarse dentro de la misma categoría, porque queremos establecer diferencias entre actuaciones esporádicas sin persistencia cronológica ni programática (espectáculos) y aquellas otras que presentan una unidad temática consolidada a lo largo del tiempo (festivales). A esta segunda categoría pertenecerían actuaciones afianzadas en el panorama cultural ilicitano como el Festival Internacional de Cine Independiente de Elche o el Festival Internacional de la Oralidad, entre otros. En la primera, sin embargo, incluimos los conciertos o actuaciones singulares de todo tipo.

Para las noticias referidas al Misteri d'Elx (2,4%) y al Palmeral (3,7%) hemos establecido dos categorías independientes por el importante valor simbólico y

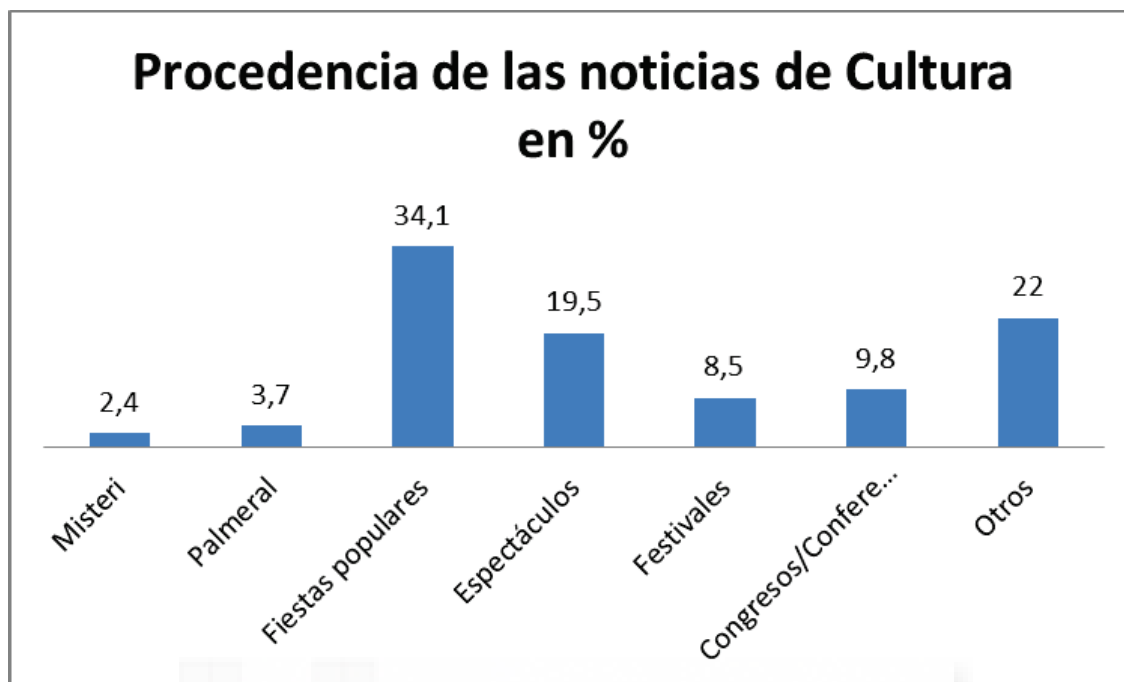
patrimonial que ostentan dentro de la cultura ilicitana. Ambos están declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. El Palmeral, con una superficie de 2,4 millones de metros cuadrados y alrededor de 200 mil palmeras, fue reconocido como Patrimonio de la Humanidad en el año 2000 en la categoría de “paisaje cultural”. Un año después, en 2001, la UNESCO otorgó al Misteri el máximo reconocimiento como Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad. El peso específico que encarnan ambos temas dentro de la cultura ilicitana no parece adecuarse a la representación temática que se desprende de los bajos porcentajes obtenidos en este análisis temático. No obstante, los datos son cifras frías que, observados desde una perspectiva descontextualizada, podrían conducirnos a interpretaciones erróneas. Por ello, creemos pertinente poner de relieve las siguientes consideraciones:

1. Las subcategorías relativas tanto al Misteri como al Palmeral son temas muy específicos donde únicamente se incluyen aquellas noticias que tratan directamente sobre ellos. Por el contrario, el resto de subcategorías de la sección Cultura incluyen temáticas más heterogéneas que abarcan un espectro más amplio, por lo que los porcentajes resultantes son más elevados.
2. En la selección temporal de la muestra se buscó específicamente que ésta no coincidiera con acontecimientos informativamente relevantes que pudieran distorsionar los resultados. Por este motivo elegimos la última semana de febrero y primera de marzo, un período considerado plano en las agendas locales de Elche, aunque no siempre exento de citas informativas que han condicionado, de alguna manera, los resultados de nuestro análisis: la proximidad de la Semana Santa, las celebraciones de Carnaval o del Día de Andalucía. Este factor

temporal, que ha favorecido la visualización de noticias relativas a Fiestas y Tradiciones, ha jugado en contra de otros temas como el Misteri, cuya presencia mediática se concentra en otros períodos adyacentes a las representaciones ordinarias del mes de agosto o las extraordinarias de noviembre. Huyendo de la distorsión informativa que pudiera introducir un elemento tan noticioso como el Misteri dentro del Tele Nit, hemos fijado nuestro punto de observación en una secuencia temporal adversa para un tema central de la cultura autóctona que, de otro modo, hubiera adquirido una presencia mucho más relevante dentro del informativo.

Sin embargo, las informaciones relativas al Misteri, aunque poco frecuentes en el período estudiado por los motivos expuestos anteriormente, cuando se producen alcanzan un lugar de relevancia dentro del Tele Nit y suelen formar parte de los sumarios. Un ejemplo de ello es la noticia aparecida en el informativo del lunes 22 de febrero de 1999 donde se explica que la Capella del Misteri actuará en el Vaticano. Una pieza previa, ya que se trata de un anuncio, editada con imágenes de archivo y sin totales, que se incluye en el sumario y que es la noticia de apertura de ese día.

**Gráfico 5.13. Distribución temática de las noticias de Cultura en Tele Nit.**



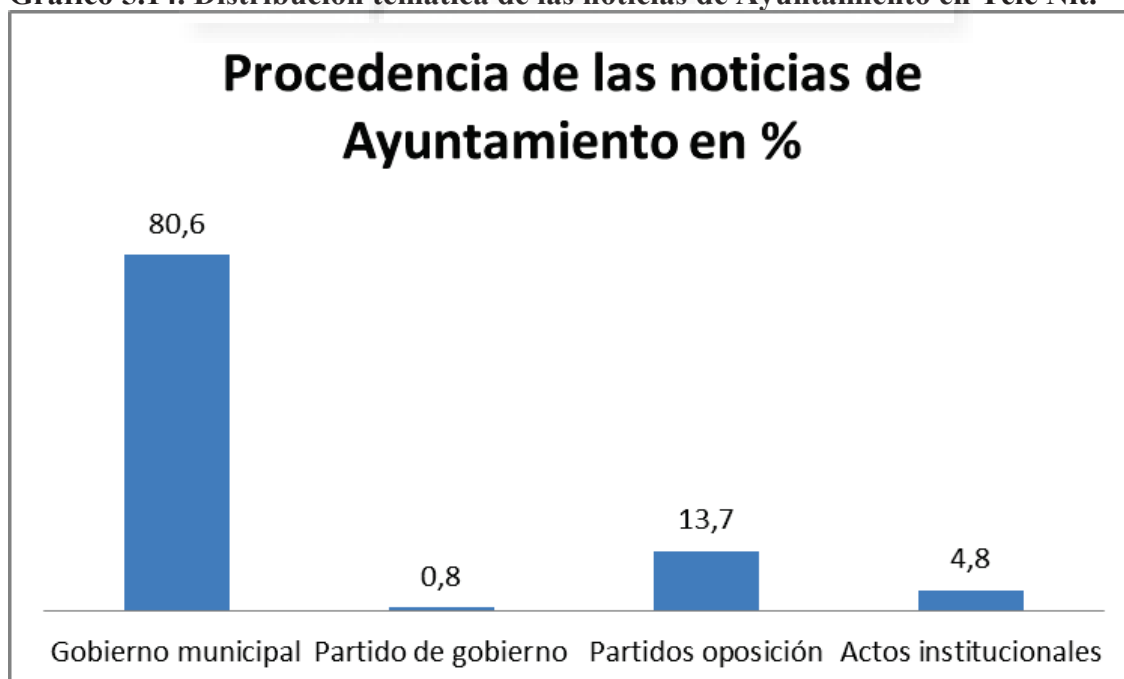
Fuente: elaboración propia

#### 5.4.2.4. Temas de Ayuntamiento

La actividad municipal es, junto a Sociedad, una de las temáticas más profusamente tratadas por el Tele Nit. Con 124 noticias y una representación del 20,4%, se sitúa en segundo lugar entre los focos de interés informativo del noticiario. Las informaciones que tratan sobre decisiones del gobierno municipal, especialmente aquellas que se derivan de los plenos, acaparan la atención de esta sección de manera muy destacada, con un 80,6% del cómputo global de noticias de Ayuntamiento. En segundo lugar, el foco de atención temática se sitúa sobre noticias protagonizadas por los partidos de la oposición municipal, con un 13,7%, y en tercera posición, con un 4,8%, aparecen los temas referidos a actos institucionales extraordinarios, que escapan a

los quehaceres cotidianos de la vida municipal. La subcategoría de Partido de Gobierno incluye noticias generadas por el partido o los partidos integrantes del equipo de gobierno cuando éstos no ejercen como representantes institucionales, sino como miembros de sus respectivos partidos políticos. En este caso, la presencia de este tipo de noticias es insignificante, con un 0,8%. A tenor de los resultados, resulta evidente que el Tele Nit está más interesado en los temas derivados de la actividad de la Corporación, relegando a un segundo término las disputas partidistas que se producen en el seno de la institución municipal. Esta afirmación adquiere consistencia si tenemos en cuenta que cuando nos referimos a la subcategoría de Oposición municipal, lo hacemos atendiendo a intervenciones de los grupos políticos de la oposición fuera de sus intervenciones durante los plenos municipales, ya que en esas ocasiones son considerados temas de Gobierno municipal.

**Gráfico 5.14. Distribución temática de las noticias de Ayuntamiento en Tele Nit.**



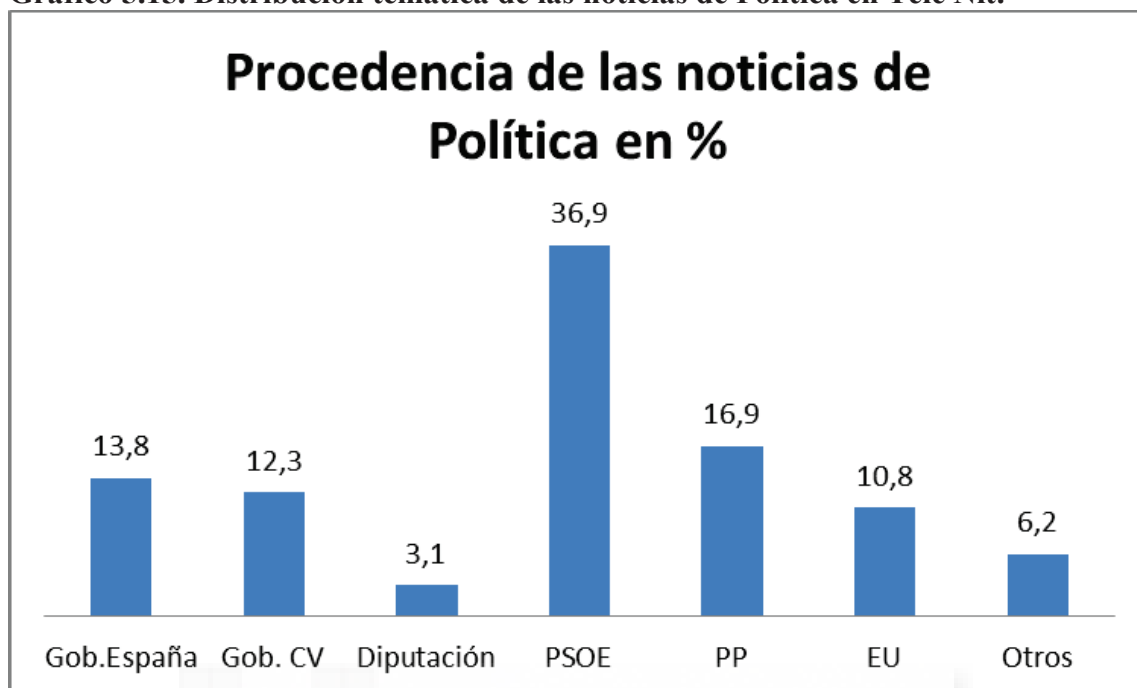
Fuente: elaboración propia

#### **5.4.2.5. Temas de Política**

En la categoría de Política hemos incluido todas aquellas noticias que tienen como eje central actuaciones de otras administraciones de ámbito supralocal como la Diputación, la Generalitat, el Gobierno central y las Instituciones Europeas (aunque en este último caso no aparecen al no haberse contabilizado ninguna noticia). No se trata de informaciones de alcance nacional sino de acciones desempeñadas por los estamentos políticos mencionados, o sus representantes, que han tenido lugar o repercuten en Elche: inauguraciones, visitas oficiales o subvenciones diversas.

Por otra parte, también se han incluido en esta categoría las noticias generadas por las diferentes formaciones políticas cuando sus líderes desempeñan funciones en calidad de miembros de sus respectivos partidos sin relación alguna con la vida municipal. De esta manera diferenciamos cuando el alcalde, por ejemplo, es protagonista de una noticia en función de su cargo institucional y cuando actúa como secretario local de su partido. En el primer caso, la noticia formaría parte de la sección Ayuntamiento, y en el segundo en la de Política. Los partidos que integran estas subcategorías son PSOE, PP y EU. Otras formaciones políticas minoritarias durante los períodos analizados o de reciente aparición en el panorama político español se incluyen en la subcategoría de Otros.

**Gráfico 5.15. Distribución temática de las noticias de Política en Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

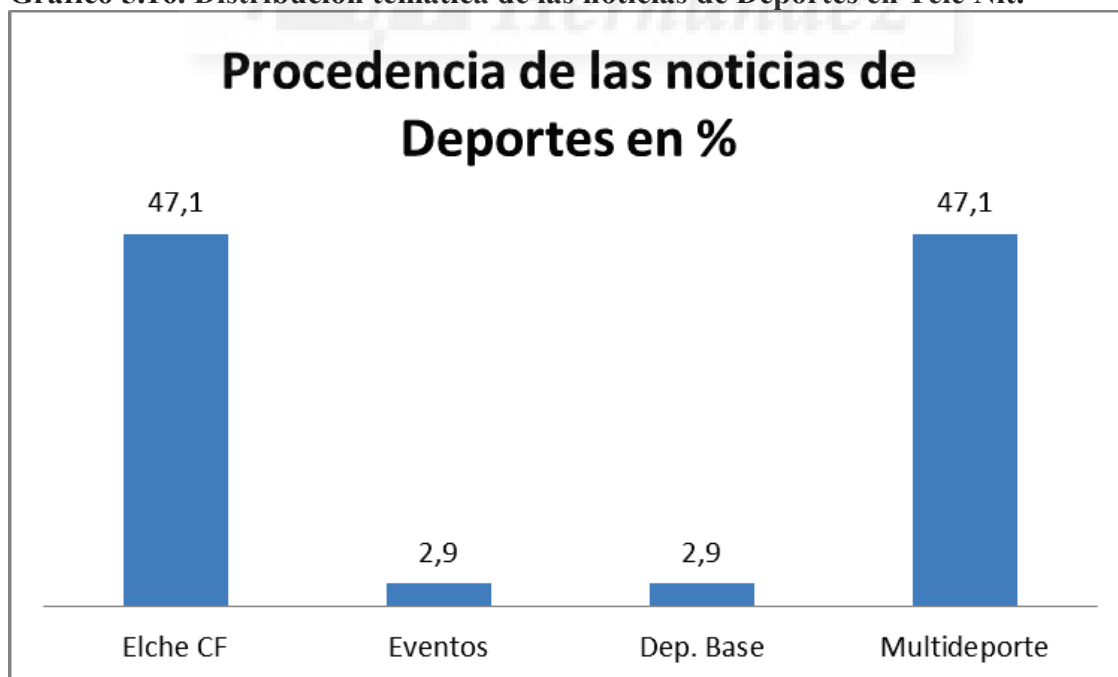
En esta sección de Política se han registrado 65 casos. Las noticias referidas al PSOE son mayoritarias, con un 36,9% de apariciones, seguidas del PP, con un 16,9%, EU con un 10,8% y el resto de partidos se reparten el 6,2% de las noticias de Política. Los temas sobre intervenciones del Gobierno central alcanzan una representación del 13,8%, los de la Generalitat un 12,3% y las de Diputación, un 3,1%.

#### **5.4.2.6. Temas de Deportes**

La sección de Deportes no siempre ha formado parte del Tele Nit. En la muestra utilizada para esta investigación únicamente hemos registrado noticias deportivas durante los informativos correspondientes a los años 1991, 2011 y 2015 ya que en el resto de años que componen la selección muestral, el deporte tenía un tratamiento diferenciado con un programa propio inmediatamente posterior al Tele Nit. Aun así, aquellos años en que los deportes aparecen como una sección dentro del informativo,

sólo lo hacen de martes a viernes ya que, independientemente de si va fuera o dentro, los lunes siempre ha existido un programa deportivo diferenciado. Conviene recordar esta especificidad, que podría inducirnos al error si nos fijamos exclusivamente en los datos que presentamos a continuación. El número de casos que aparecen en la categoría de Deportes es escaso, solo 34, y de ellos, prácticamente la mitad, un 47,1% corresponden a noticias sobre el Elche C.F. Otro 47,1% aluden a disciplinas deportivas diversas y a los clubes de fútbol de categorías inferiores. El resto de las noticias deportivas se reparten por igual entre el deporte escolar, 2,9%, y celebraciones de eventos extraordinarios (2,9%) como, por ejemplo, un campeonato de ajedrez. No obstante, aunque la presencia en cuanto a número de casos es exigua, las noticias sobre el Elche C.F y las que tratan sobre múltiples deportes suelen ser extensas, rozando en su mayoría los cinco minutos de duración.

**Gráfico 5.16. Distribución temática de las noticias de Deportes en Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia



#### **5.4.2.7. Temas de Servicios, Sucesos y Tribunales**

Estas tres categorías juntas suponen el 11,3% de las noticias del Tele Nit y se distribuyen de la siguiente manera: Sucesos, un 8,4%, Servicios, un 4.1% y Tribunales un 1,8%. En las secciones de Sucesos y Tribunales no hemos incorporado subcategorías porque no lo hemos considerado relevante para nuestra investigación, por tanto, en la ficha de recogida de datos solo se ha marcado su presencia en la categoría correspondiente a su sección. En Servicios, sí hemos establecido subtemas que hacen referencia a la información meteorológica, el tráfico y otras informaciones diversas que se han incorporado a la subcategoría de Otros. En total se han contabilizado 25 noticias en esta sección, el 76% de las cuales corresponden a la información meteorológica que en ocasiones forma parte del Tele Nit y en otras aparece como un apéndice que se emite una vez acabado el informativo. Respecto al Tráfico, su presencia es insignificante ya que en los 35 noticiarios analizados solo se ha registrado un caso. El resto de temas incluidos en Otros, un 20%, corresponde a informaciones de agenda municipal.

#### **5.4.3. La jerarquización de las noticias**

La estructuración jerárquica de los contenidos informativos en cualquier medio de comunicación deja entrever una intencionalidad que trasciende la mera ejecución de una tarea periodística. La información que ofrecen los medios circula simultáneamente por dos senderos que discurren en paralelo pero en estratos diferentes. El primero, más superficial e inteligible para los consumidores de la información, consiste en aplicar la teoría del *framing* o enfoque que convierte los hechos en noticias.

Esta primera selección descarta o encumbra asuntos del entorno sociopolítico en el que se desenvuelve el medio con una acción tan sencilla como incluirlos o no en su agenda mediática. Más del ochenta por ciento de las informaciones que llegan a las redacciones se desestiman por irrelevantes o porque son víctimas de un enfoque interesado. Este filtrado de las noticias se realiza a través de lo que Sánchez Noriega (2002) califica como “técnica del silenciamiento”. Se trata de estrategias de manipulación que han abordado numerosos autores desde ópticas como la comunicación, la sociología o la semiótica (Sánchez Noriega, 2002; Eco, 1986; Chomsky, 2000; Ramonet, 2002; Labio Bernal, 2003; Reig, 2004; Amigo, 2013).

Pero existe otro proceder subyacente a ese primer nivel freático que ejerce como filtro informativo, a través del cual los medios pueden manipular la información. Un método de carácter subliminal que suele pasar desapercibido para la gran mayoría de receptores bisoños en tales menesteres: la distribución y jerarquización de las noticias dentro de los informativos. Este es un eje invisible sobre el que presionan factores exógenos al estricto criterio periodístico que moldean los noticiarios atendiendo a intereses espurios como la línea editorial, la cartera publicitaria o la búsqueda indiscriminada del *share*.

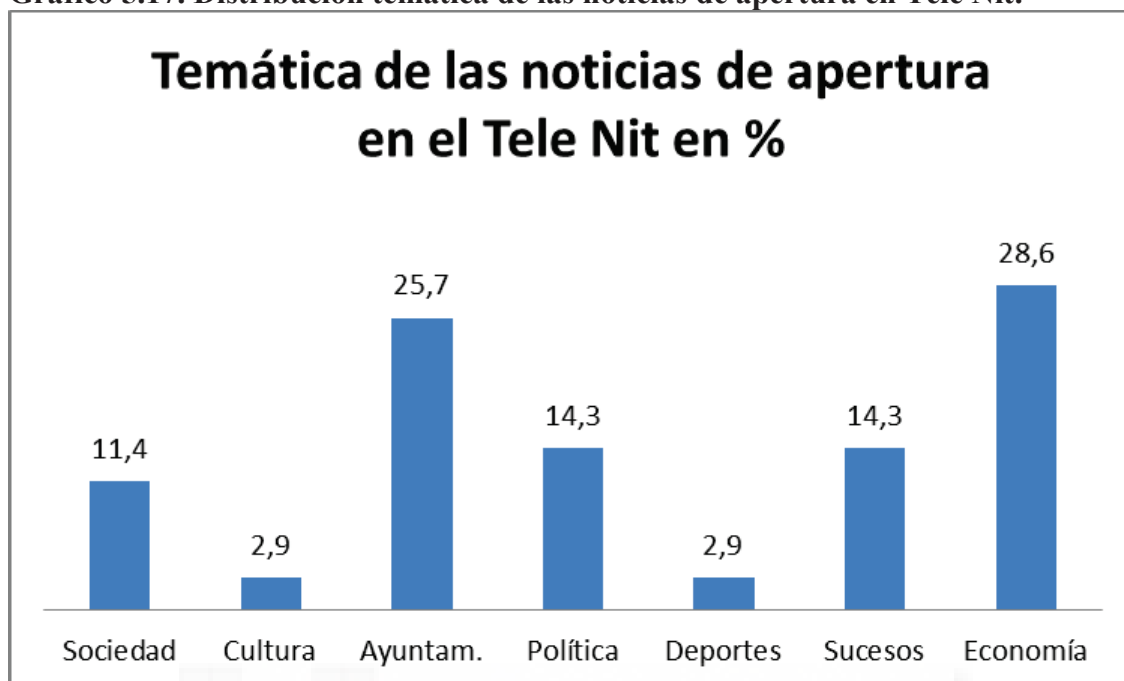
Una de las consecuencias evidentes de la presión ejercida por estas fuerzas que gravitan alrededor de los informativos de televisión, también de otros medios, ha sido la introducción de nuevas formas de presentar y narrar las noticias que espectacularizan la información. El llamado “infoentretenimiento”, que ha penetrado hasta la médula de los informativos televisivos, sigue un proceso que García Avilés describe como aquel en

el que “los contenidos y las formas narrativas se seleccionan teniendo como criterio supremo el impacto que puedan causar en la audiencia, en lugar de la capacidad para suministrar información relevante, de la forma más rigurosa posible” (2007: 51).

Esta obsesión de los medios por captar a la audiencia tiene su correspondencia en la manera de ordenar las noticias dentro de las escaletas de los noticiarios y de escoger para los sumarios aquellas que podrían generar un mayor impacto entre los telespectadores. En esta investigación ya se ha abordado la selección temática del Tele Nit resultante del análisis de los datos obtenidos en la muestra; ahora nos disponemos a acometer una aproximación a las noticias de apertura de este informativo y comprobar si concuerdan con los temas seleccionados para los sumarios.

Como nuestra base muestral es de 35 informativos, existe el mismo número de noticias que se sitúan en el primer puesto de la escaleta. Las informaciones que lideran el Tele Nit proceden mayoritariamente de las secciones de Economía (28,6%) y de Ayuntamiento (25,7%). Les siguen, aunque a una distancia considerable, las noticias de Política y Sucesos, ambas con un 14,3%, las de Sociedad, con un 11,4% y las de Cultura y Deportes, que solo encabezan las escaletas en el 2,9% de los casos estudiados. Las secciones de Tribunales y Servicios no aparecen nunca como noticia de apertura.

Gráfico 5.17. Distribución temática de las noticias de apertura en Tele Nit.



Fuente: elaboración propia

Tabla 5.4. Temas de apertura del Tele Nit.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
1991	Accidente en la autovía	Estado heridos accidente autovía	Convenio sector del calzado	Valoración fin Guerra del Golfo	Recurso CDS al proyecto de ampliación del ayuntamiento
1995	Pleno convenio para desarrollo urbanístico de IFA	Empresas que optan a urbanizar 2º fase del Parque Industrial	Destrozos del temporal en la playa de El Pinet	Inversiones en El Altet	Acercar casco urbano a la nueva universidad (UMH)
1999	La capella del Misteri actuará en el Vaticano	Vertidos ilegales en la depuradora de Arenales	Polémica entre Ayuntamiento e IFA. Elx no va a Expocalzado.	El PP critica relación entre Ayunt. e IFA	Acuerdo sobre despidos en la empresa Damel Iberia
2003	Ministro pone primera piedra de la autovía Camino de Castilla	Diez nuevos agentes de Policía Nacional para el Camp d'Elx	Anuncio de huelga en planta de basuras	El Clot de Galvany será estación biológica	Zapatero apoya a Diego Maciá como candidato a la alcaldía
2007	El Pleno revoca nombramiento de Franco como hijo adoptivo	Sin acuerdo en el convenio nacional del calzado	Movilización de alumnos que reclaman el Instituto nº 11	El ministro Joan Clos asiste a jornadas del ICEX en IFA	La empresa Pikolinos compra Martinelli
2011	Cinco minutos de silencio por el agricultor asesinado	Obras de acceso al Parque Industrial	Inversiones de Fomento en el Parque Industrial	Quejas de Riegos de Levante contra la Generalitat	Cifras de paro en Elche
2015	Solicitan al Pleno retén sanitario en instalaciones deportivas tras incidentes durante el fin de semana	Inauguración colegio público Princesa Mercedes	Reacciones políticas por la inhabilitación del presidente y la junta directiva del Elche C.F.	Incendio en el vertedero de Ferriol	Agricultores piden interconexión entre cuencas hidrográficas.

Fuente: elaboración propia.

Las informaciones que han encabezado los noticiarios analizados tratan los siguientes temas, que aparecen recogidos en la Tabla 5.3. Los resultados indican un importante sesgo informativo hacia los temas económicos y municipales que mantienen un comportamiento similar en los sumarios (véase tabla 5.4). En este sentido, se observa una sobrevaloración de las noticias de Economía, que solo suponen el 13,2% de las informaciones presentes en las escaletas pero ocupan el 28,6% de las noticias de apertura. Del mismo modo, los temas de Ayuntamiento aparecen como noticia de salida en el 25,7% de los informativos analizados mientras que solo se incluyen en el 19,5% de los sumarios.

Respecto a las informaciones de Política y Sucesos, ambas con una presencia bastante menor entre las noticias destacadas en sumario (6,25%), observamos cómo ese porcentaje se duplica ampliamente cuando prestamos atención a sus posiciones en la escaleta (14,3%). Contrariamente a lo que se podría desprender de la prominencia de las noticias relativas a temas de Sociedad que hemos ido constatando en todos los indicadores analizados, éstos rara vez encabezan el Tele Nit. Los temas sociales son los más numerosos (un 22% del total de los informativos) y los más destacados en los sumarios (32%), con un porcentaje que supone el doble de los resultados obtenidos por los temas económicos, pero solo son noticias de apertura en el 11,4% de los casos. Esta infravaloración cualitativa de los temas de Sociedad nos induce a pensar que son utilizados como material de relleno y que se incorporan a los sumarios más por su aportación visual que por la trascendencia informativa que les otorgan en las escaletas.

**Tabla 5.5. Comparativa de la presencia temática en Sumarios, Informativos y Escaletas del Tele Nit.**

	SUMARIOS	INFORMATIVO	APERTURA
Economía	16,4%	13,2%	28,6%
Sociedad	32%	22%	11,4%
Cultura	7%	13,5%	2,9%
Ayuntamiento	19,5%	20,4%	25,7%
Política	6,25%	10,7%	14,3%
Deportes	6,25%	5,6%	2,9%
Sucesos	6,25%	8,4%	14,3%
Tribunales	0,8%	1,8%	0
Servicios	0,8%	4,1%	0

Fuente: elaboración propia

#### 5.4.4. Estrategias de acceso a la información en el Tele Nit

Existen muchas maneras de obtener la materia prima de la que se nutren los informativos, pero básicamente podríamos resumirlas en cuatro: estar presente en el lugar donde se produce la noticia, recibir la información directamente de las fuentes o a través de sus gabinetes de prensa, contratar los servicios de agencias informativas o buscar la información a través de fuentes propias. Todas ellas son de uso común entre los periodistas y en la mayoría de las ocasiones se utilizan de manera complementaria. Sin embargo, no todas tienen el mismo valor informativo a la hora de discernir la información de calidad de la que no lo es.

Aunque parezca una perogrullada, los periodistas no tienen el don de la ubicuidad ni dotes adivinatorias que les permitan conocer de antemano dónde y cuándo

se van a producir las noticias para acudir con antelación y obtener la información de primera mano. Algunas sí se pueden prever y normalmente aparecen en las agendas mediáticas, pero el flujo informativo hace tiempo que ha desbordado las posibilidades técnicas y humanas de los medios de comunicación. Las instituciones, partidos políticos, organismos, empresas y asociaciones de todo tipo son conscientes de ello y se han “animado” a facilitar el trabajo a los medios. Comunicados de prensa, grupos de *WhatsApp*, correos electrónicos, cualquier vía analógica o digital resulta eficaz para convocar ruedas de prensa, anunciar apariciones de líderes interesados en realizar declaraciones e incluso enviar noticias redactadas o imágenes en bruto junto a sus correspondientes totales.

La crisis que golpea el sector ha provocado un severo recorte en los recursos humanos por lo que la gran mayoría de medios han abrazado sin pudor la información empaquetada que les suministran las fuentes. Pero esta generosidad no les sale gratis a los medios de comunicación. Por ello, resignarse a este abastecimiento informativo interesado, sin calibrar sus consecuencias, no parece la mejor fórmula para elevar los índices de calidad y credibilidad de los noticiarios. La preponderancia del periodismo declarativo, la sobreabundancia de ruedas de prensa y la similitud de propuestas informativas entre las múltiples cadenas de televisión son los efectos secundarios que se derivan del comportamiento laxo de los medios al aceptar el “regalo envenenado” que les ofrecen dichas fuentes.

La tercera de las vías para acceder a la información proviene de las agencias que distribuyen las mismas noticias para todos los medios y con idénticos enfoques. No

parece la manera más pertinente de acuñar un sello propio que distinga unos informativos de otros ni tampoco realiza el trabajo periodístico de la redacción. En el caso de nuestro objeto de estudio, un medio de ámbito local, no se suele recurrir a las agencias suministradoras de información a granel ya que éstas no muestran un excesivo celo en la información de proximidad, a no ser que se trate de tragedias o catástrofes que excedan el interés puramente local.

Y por último, la cuarta de las estrategias a la que hacíamos referencia consiste en la búsqueda de temas propios a través de fuentes que no se acerquen al medio con intenciones espurias. Este tipo de vía para conseguir información no se extrae de las agencias previo pago del abono correspondiente. Tampoco desemboca en noticias que deambulan de canal en canal. Las informaciones procedentes de una búsqueda personal de la noticia imprimen carácter al medio que las difunde y ennoblecen el trabajo periodístico de calidad. Pero, desafortunadamente, son estrategias en peligro de extinción como fórmula de acceso a la información en los medios de comunicación convencionales. Es por ello que en esta investigación nos preguntamos qué métodos utiliza Tele Elx para rastrear la información que incluye en sus informativos. Conocerlos nos permitirá vislumbrar también la calidad de sus noticias.

Nuestra propuesta para analizar las estrategias empleadas por el Tele Nit para acceder a sus fuentes de información, siguiendo el modelo empleado por Iglesias (2005) incluye los siguientes indicadores:



1. **Ruedas de prensa:** El periodista recoge la información a través de una comparecencia programada de la fuente. Es una estrategia cómoda, rápida y barata que no requiere una excesiva dedicación por parte del periodista y que responde a los intereses de las fuentes más que a las de los informadores.
2. **Actos públicos:** El informador tiene acceso a la información durante el desarrollo de un evento público o cuando las fuentes participan en dicho acto. Puede tratarse de inauguraciones, exposiciones, conferencias, manifestaciones o mítines y no es indispensable que se produzcan declaraciones de las fuentes.
3. **Declaraciones al medio:** El periodista accede a la fuente a través de declaraciones exclusivas al medio, sin que medie investigación propia.
4. **Declaraciones “in situ”:** Se trata de los denominados “canutazos” en el argot periodístico. Las fuentes realizan declaraciones sobre el terreno.
5. **Comunicado o Nota de prensa:** Las fuentes envían la información a los medios a través de cualquier vía de comunicación prevista para ello.
6. **Tema propio:** La información es fruto de un trabajo de investigación del periodista y si hay declaraciones de fuentes, éstas lo hacen en exclusividad para el medio.
7. **Sondeos o Encuestas:** La información procede de estudios o investigaciones diversas o de preguntas realizadas en la calle para pulsar la opinión de la ciudadanía. Esta última estrategia se conoce como “vox populi”.
8. **Otros medios:** La información tiene como referencia otra aparecida en otros medios de comunicación.
9. **Desconocida:** Se ignora la forma de acceso a la información ni se citan las fuentes.

Según los resultados obtenidos en nuestro análisis, el Tele Nit accede mayoritariamente a la información a través de actos públicos en un 34% de las ocasiones. El hecho de ser un medio audiovisual que necesita imágenes para ilustrar las noticias actúa como un factor determinante que promueve la asistencia a los actos públicos donde se desarrollan los hechos noticiosos. En segundo lugar se sitúan los comunicados de prensa, con un 21,2%, un porcentaje elevado, atendiendo a las características de un medio televisivo, que se puede entender si se tiene en cuenta la escasez de recursos humanos y técnicos que ha padecido Tele Elx desde hace más de una década y el salvavidas que supone disponer de un importante archivo audiovisual.

La tercera vía de acceso a la información que utiliza el Tele Nit es la asistencia a ruedas de prensa, con un 17,9%. Esta estrategia tiene como resultado una información pobre, desde el punto de vista televisivo, pero rápida y fácil de obtener, sobre todo si una de las principales fuentes se sitúa en el Ayuntamiento. Las declaraciones al medio en exclusiva es la estrategia utilizada en el 12,5% de las ocasiones mientras que las informaciones propias de la emisora apenas superan el 6%. Las fórmulas menos utilizadas por el Tele Nit para recabar su información son las que tienen como origen otros medios (3,8%), los denominados “canutazos” (1,6%) y las encuestas o sondeos, con un 0,7%. Las informaciones de origen desconocido representan el 1,5%.

**Gráfico 5.18. Estrategias de acceso a la información en el Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia

A continuación nos detenemos a observar si estas estrategias para acceder a la información han sufrido variaciones durante los diferentes años que componen nuestra muestra. Los datos del análisis demuestran que las ruedas de prensa han experimentado un salto cuantitativo importante durante los últimos años analizados. Así, en los informativos correspondientes a 1991, 1995, 1999, 2003 y 2007, esta vía de acceso a las fuentes oscilaba entre el 15% y el 17%, sin embargo, durante 2011 y 2015 este porcentaje se eleva hasta rozar casi el 24% en ambos períodos.

La obtención de información a través de actos públicos, mayoritaria en el cómputo global, se muestra con porcentajes estables durante los cuatro primeros años analizados, moviéndose en torno a un 35%. Sin embargo, se ha observado una bajada significativa en 2007, hasta el 29,3%, seguida de un repunte espectacular durante el año

2011, cuando la recogida de información en actos públicos ascendió hasta el 47,4%. En 2015 se situó en un 45%.

En este sentido, conviene preguntarse en detrimento de qué otras vías de acceso a las fuentes se ha producido esta doble polarización en torno a las ruedas de prensa y los actos públicos que marcan tendencia en los últimos años. La respuesta la encontramos en el abandono paulatino de las notas de prensa como vía de información. Esta fórmula fue poco utilizada en 1991, con un 11,6%, debido a la confluencia de dos factores: la abundancia de recursos humanos en la cadena y al hecho de que la comunicación corporativa aún no hubiera alcanzado el nivel de desarrollo actual. Posteriormente fue subiendo hasta rozar el 35% en 2003 y 2007, para descender en picado durante los años 2011, con un 17% y un 8,7% en 2015.

Las declaraciones en exclusiva al medio alcanzaron su máximo apogeo en los inicios de Tele Elx. Así, en 1991, esta era la segunda fórmula para acceder a la información, con un 27,7%, solo por detrás de los actos públicos. La novedad de contar con una televisión local en la ciudad y el prestigio social conseguido durante la primera época eran un reclamo para las fuentes de todo tipo que deseaban aparecer en el Tele Nit. Pasada la novedad, ya en 1995, el porcentaje descendió diez puntos y en 2003 se situó en el nivel más bajo, con apenas un 2%. A partir de 2007 comenzó a remontar lentamente hasta situarse en un 17,3% durante 2015. Pero, sin duda, la estrategia de acceso a la información que peor ha resistido los envites de la crisis ha sido la relativa a las fuentes propias. Nunca ha sido mayoritaria esta vía, pero su trayectoria evolutiva presenta un perfil en forma de campana. Partiendo de un 2,9% de noticias producto de

una investigación periodística propia en 1991, la línea sube hasta alcanzar el cénit en 1999, con un 12%, y a partir de ese momento un descenso hasta el 9,5% en 2003, un 4% en 2007, un 2,6% en 2011 y ningún tema de producción propia en 2015.

#### **5.4.5. Procedencia de las fuentes del Tele Nit**

A la hora de plantearse cómo son las prácticas profesionales en la elaboración de un noticiario televisivo, en términos de calidad informativa, hay que cuidar con especial atención cuál es la procedencia de sus fuentes ya que su “catalogación ayuda a perfilar hasta qué punto se puede considerar que las noticias emitidas son elaboradas de una forma idónea” (Fernández del Moral et al., 2008:134). En el epígrafe anterior hemos reparado en los diferentes métodos o estrategias que utilizan los periodistas de Tele Elx para recabar la información que luego se emite en el informativo. Analizar la metodología empleada por la redacción del Tele Nit para contactar con sus fuentes nos ha servido como introducción para aproximarnos a sus suministradores de información.

La pretensión no es conocer su identidad personal o institucional, sino observar de qué sectores sociales proceden. Tampoco nos planteamos en esta investigación cómo usan los periodistas estas fuentes de información, hasta qué punto se contrastan sus versiones o cómo se refleja en el resultado final de las noticias elaboradas ya que estos asuntos exceden los objetivos planteados en este trabajo. Sin embargo, estimamos que los resultados obtenidos pueden ser adecuados para comprobar si la información de proximidad que ofrece Tele Nit discurre en pos de fuentes interesadas en “colocar” sus mensajes o si por el contrario se recurre a fuentes expertas que ayuden a contextualizar la información. En este sentido, también es relevante calibrar el peso que tiene la voz de

la ciudadanía, que aunque no suele aportar una información autorizada en la mayoría de las ocasiones, sí nos permite ahondar en la relación que mantiene el canal con su audiencia. Observando la tipología de las fuentes que utiliza un determinado medio de comunicación se puede conocer si la información que ofrece es más o menos equilibrada o independiente.

Somos conscientes de la dificultad que supone establecer un criterio metodológico para catalogar las fuentes informativas. Algunos autores como Fernández del Moral y otros (2008) abordan la catalogación de las fuentes atendiendo preferentemente al contenido de la información que aportan: si son originarias o consultadas, implícitas, explícitas, equilibradas, expertas o vox populi. Esta investigación, sin embargo, pone el acento sobre la procedencia de dichas fuentes más que sobre el contenido informativo de las mismas. Por tanto, hemos seguido el modelo de Iglesias (2005) que a su vez emula el que ya habían utilizado otros autores como Rodero y Merayo (1997) para clasificar las fuentes de la información radiofónica en Castilla y León. La clasificación propuesta para analizar la procedencia de las fuentes del Tele Nit incluye quince categorías que enumeramos a continuación:

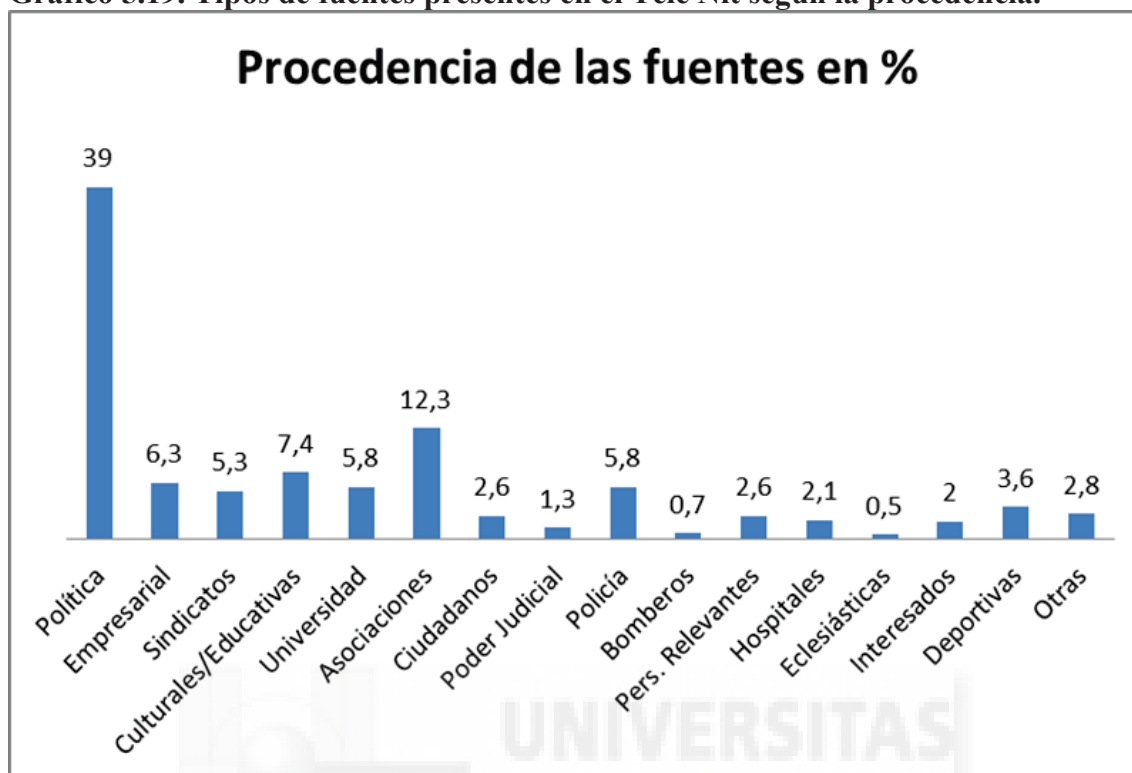
- 1. Política:** Instituciones gubernamentales, ya sea municipal, provincial, autonómica, estatal, europea o internacional. Partidos políticos, del gobierno y la oposición, así como sus representantes y/o portavoces.
- 2. Empresarial:** Empresas privadas, asociaciones y organizaciones empresariales.
- 3. Sindicatos:** Organizaciones que representen a los trabajadores de cualquier sector o federación, así como sus respectivos portavoces, incluidas las asociaciones agrarias y de regantes.

4. **Instituciones culturales y educativas:** Organismos gestores de actividades culturales como teatros o fundaciones. Centros educativos de enseñanza primaria y secundaria, profesorado, alumnado, AMPA y representantes de cualquier movimiento social asociado a estas actividades que no sean sindicatos.
5. **Universidad:** Representantes de la comunidad universitaria, tanto profesorado como alumnado así como los gabinetes de comunicación institucionales.
6. **Asociaciones ciudadanas:** Representantes o miembros de movimientos asociativos a excepción de los empresariales, los sindicales y los universitarios
7. **Poder judicial:** Representantes de la judicatura, la abogacía y el funcionariado que trabaja en los tribunales de justicia.
8. **Policía:** Fuentes policiales o de protección civil
9. **Bomberos:** Representantes o miembros del Cuerpo de Bomberos
10. **Personas relevantes:** Expertos en cualquier actividad o disciplina, artistas y personas de relevancia pública por su cargo o labor social.
11. **Hospitales:** Personal sanitario.
12. **Eclesiásticas:** Miembros de comunidades eclesiásticas.
13. **Interesados:** Personas que no pertenecen a ninguna de las otras categorías que solo se representan a sí mismas.
14. **Deportivas:** Representantes y miembros de agrupaciones deportivas de cualquier nivel.
15. **Otras:** Aparecen en esta categoría aquellas fuentes que no son susceptibles de pertenecer a ninguna de las anteriores.

Los resultados obtenidos evidencian que las noticias emitidas en Tele Nit tienen como fuente principal las que proceden del ámbito político. Así lo demuestra el hecho de que el 39% de las noticias provengan de fuentes políticas. A mucha distancia, con un 12,3%, aparecen las fuentes que tienen como origen las asociaciones ciudadanas y en tercer lugar, las procedentes de instituciones culturales y educativas, que se convierten en suministradoras de información en el 7,4% de las noticias emitidas. Con un 6,3 % se sitúan las fuentes empresariales; empatadas con un 5,8% respectivamente aparecen las fuentes universitarias y las policiales, seguidas de las sindicales con un 5,3%. El resto de categorías (obsérvese el gráfico 5.19) son irrelevantes ya que se sitúan muy por debajo del 5%. La escasa representación de estas fuentes minoritarias se corresponde, en muchos casos, con la especialización temática sobre la que podrían informar, como por ejemplo las que proceden del poder judicial, las eclesiásticas o las de bomberos. Sin embargo, otras, que podrían responder a intereses más transversales como es el caso de las personas relevantes o expertos y las ciudadanas, tienen una exigua relevancia dentro del abanico de fuentes empleadas por el Tele Nit, con un 2,6% del total.



**Gráfico 5.19. Tipos de fuentes presentes en el Tele Nit según la procedencia.**



Fuente: elaboración propia

A la vista de estos resultados, parece evidente que las fuentes políticas han extendido sus redes más allá de lo que les correspondería por su propia naturaleza, colonizando otros temas que no les son propios. Su hábitat natural estaría situado en las noticias de las secciones de Ayuntamiento y Política, que sumadas alcanzan un 30% de la información emitida en el Tele Nit. Sin embargo, el peso que adquieren como fuente informativa es diez puntos superior.

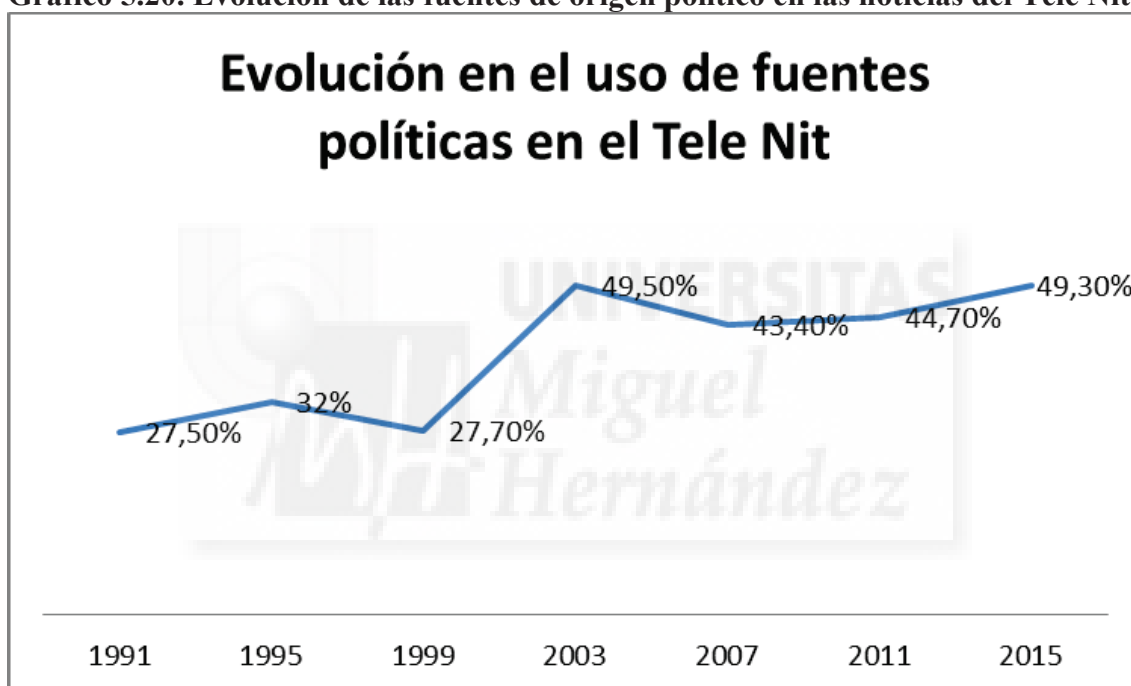
Para conocer qué otras áreas temáticas han sido invadidas por fuentes políticas, observamos, por ejemplo, los resultados obtenidos al cruzar las variables tipos de fuentes y temas de cultura. Así, observamos que el 14,6% de las fuentes utilizadas en noticias culturales proceden de fuentes políticas. Este porcentaje es dos puntos superior al obtenido por las fuentes procedentes de personas relevantes o expertos que, a priori,

podrían parecer más adecuadas para documentar esta clase de informaciones. En el área de sociedad, el 13,5% de las noticias también tienen como origen una fuente política, especialmente las relativas a las subcategorías de medio ambiente y de educación. En economía, el 13% de las informaciones procede igualmente de fuentes políticas, con especial incidencia en las noticias relativas al aeropuerto, donde el porcentaje se dispara hasta el 40%. Sin embargo, en los temas referidos a ayuntamiento o política no se produce ningún comportamiento anómalo en cuanto a la procedencia de las fuentes ya que en la información municipal el porcentaje de este tipo de fuente es del 98% y en la referida a temas políticos roza el 78%.

Pero ¿esta primacía de las fuentes de origen político ha sido una constante durante los diferentes períodos analizados? La respuesta es que sí, aunque existen importantes diferencias entre los primeros años y los últimos, como puede observarse en el gráfico inferior. En los informativos de 1991, el porcentaje de fuentes políticas se situó en el 27,5%, el más bajo de toda la serie histórica analizada. Durante 1995 y 1999, apenas sufrió variaciones, con un 32% y un 27,7% respectivamente. Sin embargo, el recurso a las fuentes políticas se elevó de una manera espectacular en el año 2003 cuando se rozó casi el 50%, un porcentaje que apenas ha bajado desde entonces y que se ha vuelto a igualar en 2015. Quizá convenga recordar que en 2003 Tele Elx comenzó su andadura sin el sostén económico que le proporcionaba la empresa de cable Medtelecom, que ese mismo año fue vendida a la empresa Auna, por lo que los recursos económicos comenzaron a escasear y, por ende, la plantilla se redujo.

Por otra parte, en esta investigación también nos interesa conocer las estrategias que utilizan las fuentes para hacer llegar sus mensajes a la redacción del Tele Nit. Así, las noticias cuyas fuentes son de origen político se obtienen a través de actos públicos en el 32% de los casos analizados. En el 28,3%, mediante ruedas de prensa y el 19% utilizan los comunicados de prensa.

**Gráfico 5.20. Evolución de las fuentes de origen político en las noticias del Tele Nit.**



Fuente: elaboración propia.

Sin embargo, apenas el 2,5% de los temas propios tienen como origen una fuente política. La principal vía de acceso a las fuentes empresariales es a través de investigaciones propias (26,3% de las ocasiones), seguidas de los actos públicos (23,7%) y notas de prensa (21%). Los sindicatos utilizan fundamentalmente las ruedas de prensa y los actos públicos para informar de sus actividades al Tele Nit. Las instituciones culturales y educativas se comunican, sobre todo, mediante actos públicos, igual que las universidades y la ciudadanía. En cambio, las fuentes policiales envían sus

mensajes en forma de nota de prensa. Los expertos o personas relevantes se expresan, en primer lugar, con declaraciones exclusivas el medio (43,8%), en actos públicos (31,3%) y en ruedas de prensa (25%).

**Tabla 5.6. Relación entre tipos de fuentes y estrategias de acceso a fuentes.**

Tabla de contingencia Fuentes (tipos) \* Fuentes (estrategia)

Fuentes (tipos)		Fuentes (estrategia)								Total	
		Rueda de Prensa	Acto Público	Declaraciones al Medio	Declaraciones In Situ/Canutazos	Comunicado/Nota de Prensa	Tema Propio	Sondeos/Encuestas	Otros Medios		Desconocida
Política	Recuento	67	76	35	4	46	6	0	2	1	237
	% de Fuentes (tipos)	28,3%	32,1%	14,8%	1,7%	19,4%	2,5%	,0%	,8%	,4%	100,0%
	Residuos corregidos	5,3	-1,1	1,4	,1	-9	-2,9	-1,6	-3,0	-1,7	
Empresarial	Recuento	3	9	4	2	8	10	0	2	0	38
	% de Fuentes (tipos)	7,9%	23,7%	10,5%	5,3%	21,1%	26,3%	,0%	5,3%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,7	-1,5	-4	1,8	,0	5,4	-5	,5	-8	
Sindicatos	Recuento	10	9	3	0	7	2	0	1	0	32
	% de Fuentes (tipos)	31,3%	28,1%	9,4%	,0%	21,9%	6,3%	,0%	3,1%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	2,0	-8	-5	-8	,1	,0	-5	-2	-7	
Instituciones Culturales/Educativas	Recuento	5	26	1	1	6	6	0	0	0	45
	% de Fuentes (tipos)	11,1%	57,8%	2,2%	2,2%	13,3%	13,3%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,2	3,4	-2,2	,3	-1,3	2,1	-6	-1,4	-9	
Universidad	Recuento	3	17	1	1	12	0	0	0	1	35
	% de Fuentes (tipos)	8,6%	48,6%	2,9%	2,9%	34,3%	,0%	,0%	,0%	2,9%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,5	1,8	-1,8	,6	1,9	-1,6	-5	-1,2	,7	
Asociaciones	Recuento	9	40	9	1	10	3	0	0	3	75
	% de Fuentes (tipos)	12,0%	53,3%	12,0%	1,3%	13,3%	4,0%	,0%	,0%	4,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,4	3,6	-1	-2	-1,8	-8	-8	-1,8	1,9	
Ciudadanas	Recuento	0	6	3	0	0	0	4	2	1	16
	% de Fuentes (tipos)	,0%	37,5%	18,8%	,0%	,0%	,0%	25,0%	12,5%	6,3%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,9	,2	,8	-5	-2,1	-1,0	12,2	1,9	1,6	
Poder Judicial	Recuento	1	2	0	0	3	2	0	0	0	8
	% de Fuentes (tipos)	12,5%	25,0%	,0%	,0%	37,5%	25,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-4	-6	-1,1	-4	1,1	2,3	-2	-6	-3	
Policía	Recuento	0	1	0	0	33	1	0	0	0	35
	% de Fuentes (tipos)	,0%	2,9%	,0%	,0%	94,3%	2,9%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-2,8	-4,1	-2,3	-8	10,9	-8	-5	-1,2	-7	
Bomberos	Recuento	0	0	1	1	1	1	0	0	0	4
	% de Fuentes (tipos)	,0%	,0%	25,0%	25,0%	25,0%	25,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-9	-1,5	,8	3,7	,2	1,6	-2	-4	-2	
Personas Relevantes	Recuento	4	5	7	0	0	0	0	0	0	16
	% de Fuentes (tipos)	25,0%	31,3%	43,8%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	,7	-3	3,8	-5	-2,1	-1,0	-3	-8	-5	
Hospitales	Recuento	1	3	4	0	3	2	0	0	0	13
	% de Fuentes (tipos)	7,7%	23,1%	30,8%	,0%	23,1%	15,4%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-1,0	-9	2,0	-5	,2	1,4	-3	-7	-4	
Eclesiásticas	Recuento	0	2	0	0	0	1	0	0	0	3
	% de Fuentes (tipos)	,0%	66,7%	,0%	,0%	,0%	33,3%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-8	1,2	-7	-2	-9	2,0	-1	-3	-2	
Interesados	Recuento	2	5	2	0	0	2	0	1	0	12
	% de Fuentes (tipos)	16,7%	41,7%	16,7%	,0%	,0%	16,7%	,0%	8,3%	,0%	100,0%
	Residuos corregidos	-1	,5	,4	-5	-1,8	1,5	-3	,8	-4	
Deportivas	Recuento	4	10	5	0	0	1	0	1	1	22
	% de Fuentes (tipos)	18,2%	45,5%	22,7%	,0%	,0%	4,5%	,0%	4,5%	4,5%	100,0%
	Residuos corregidos	,0	1,1	1,5	-6	-2,5	-3	-4	,2	1,2	
otras	Recuento	0	0	1	0	0	0	0	14	2	17
	% de Fuentes (tipos)	,0%	,0%	5,9%	,0%	,0%	,0%	,0%	82,4%	11,8%	100,0%
	Residuos corregidos	-2,0	-3,0	-8	-5	-2,2	-1,1	-3	17,2	3,6	
Total	Recuento	109	211	76	10	129	37	4	23	9	608
	% de Fuentes (tipos)	17,9%	34,7%	12,5%	1,6%	21,2%	6,1%	,7%	3,8%	1,5%	100,0%

Fuente: elaboración propia a través del programa estadístico SPSS

#### 5.4.6. Protagonistas de la información en el Tele Nit

Para conocer quiénes protagonizan las noticias del Tele Nit hemos registrado las declaraciones que aparecen en cada noticia y el sector social al que representan las personas que realizan dichas declaraciones. Así mismo, hemos observado si sus nombres aparecen indicados en los rótulos de identificación, si las intervenciones las realizan hombres o mujeres, durante cuánto tiempo y en qué lengua se expresan.

Los indicadores que sirven a esta investigación para mostrar quiénes son los protagonistas del Tele Nit están relacionados con la variable tipos de fuentes que hemos presentado en el epígrafe anterior, pero el análisis que presentamos a continuación se ha elaborado exclusivamente sobre la muestra de noticias que incluyen totales. En tipos de fuentes se abarca un espectro más amplio, ya que se registra la principal fuente suministradora de información, independientemente de que ésta realice declaraciones o no. Por tanto, para el siguiente análisis se han eliminado todas las noticias o colas que no incorporan totales.

El Tele Nit incluye totales en el 40,6% de sus piezas informativas, aunque con notables diferencias según los períodos analizados, por lo que la base de datos sobre la que se ha trabajado en este apartado es de 244 noticias. De ellas, el 65% (158 piezas) incluyen un único total, el 25% (61 noticias) dos, el 6,1% tres (15 informaciones), el 2,8% cuatro declaraciones (7 piezas) y el 1,2% más de cinco. Atendiendo a esta distribución, el estudio se ha realizado sobre los datos obtenidos en aquellas noticias que presentan un corte de voz, al ser éstas las más numerosas.

Las personas que protagonizan los totales, aquellas a quienes les da mayor visibilidad el Tele Nit en sus noticias, aparecen agrupadas en las siguientes categorías:

1. **Políticos del gobierno municipal:** alcalde o alcaldesa y concejales/as con competencias dentro del gobierno del Ayuntamiento.
2. **Políticos de la oposición municipal:** miembros de la Corporación municipal que no forman parte del equipo de gobierno.
3. **Otros políticos:** personas que integran formaciones políticas con presencia en el ámbito local pero sin representación municipal en el Ayuntamiento de Elche; políticos de partidos de ámbito regional o estatal y representantes de instituciones supramunicipales como Diputación, Generalitat, Gobierno o Instituciones Europeas.
4. **Empresarios:** personas que dirigen o representan empresas particulares o asociaciones empresariales.
5. **Trabajadores:** personas que representan a sindicatos, a asociaciones profesionales de cualquier sector o a sí mismas siempre que lo hagan en calidad de trabajadores.
6. **Funcionarios:** personas que trabajan para la Administración del Estado, ya sea en el ámbito municipal, provincial, autonómico, estatal o europeo, independientemente de la relación contractual que mantenga con la institución para la que trabaja.
7. **Ciudadanos:** personas que solo se representan a sí mismas y que no intervienen como expertos en ninguna materia.

- 8. Expertos/Personas relevantes:** personas de relevancia pública que expresan su opinión como expertas en cualquier disciplina científica, literaria, social o artística.
- 9. Representantes de colectivos:** personas que representan a movimientos asociativos a excepción de los empresariales, los sindicales y los universitarios
- 10. Otras:** personas que no se puedan incluir en ninguna de las categorías anteriores.

Los resultados obtenidos tras analizar las intervenciones de las fuentes en las noticias, evidencian, una vez más, la supremacía del mundo político en el discurso del Tele Nit. La mitad de los totales contabilizados en sus noticiarios, un 50,4%, corresponden a personas que ejercen una actividad política. Ese es el producto de la suma de los porcentajes relativos a políticos del gobierno municipal que, con un 31,9%, son los que más aparecen, seguidos de los políticos de la oposición, con un 11,2% y de los otros políticos, que alcanzan un 7,3% del cómputo global de totales. Recordemos que las fuentes de procedencia política, con un 39%, ya triplican a las procedentes de fuentes asociativas que ocupan el segundo lugar con un 12,3%. Por tanto, esa preeminencia de las fuentes políticas se percibe de forma aún más clara cuando se visibilizan a través de sus intervenciones en el cuerpo de las noticias.

El siguiente grupo social con mayor presencia en el Tele Nit es el referido a expertos o personas relevantes, que suponen el 15,5% de las declaraciones contabilizadas. Les siguen muy de cerca, con un 15,1%, los representantes de colectivos

y asociaciones ciudadanas, los funcionarios (5,6%), los trabajadores (4,3%), la ciudadanía (3,9%) y el empresariado, con un irrelevante 2,6%.

**Gráfico 5.21. Protagonistas de los totales del Tele Nit expresados en porcentajes.**



Fuente: elaboración propia.

#### 5.4.6.1. Representación de género entre los protagonistas del Tele Nit

Los sujetos que aparecen representados en el Tele Nit a través de sus testimonios son principalmente varones. Casi ocho de cada diez declaraciones recogidas en las noticias (78%) pertenecen a hombres mientras que solo el 22% corresponden a opiniones o informaciones emitidas por mujeres. Al entrecruzar la variable “género” referida al sexo del declarante con la de “procedencia del protagonista”, se advierte que las opiniones femeninas se concentran, en el 62,7% de los casos, en las categorías referidas a los diferentes colectivos políticos (del gobierno municipal, de la oposición



municipal y de otros políticos). Si focalizamos aún más sobre los datos resultantes, observamos que en la subcategoría de “políticos del gobierno municipal”, la diferencia es de dos a una (50 hombres y 24 mujeres) lo que significa una diferencia porcentual de 67,5% de políticos frente a 32,5% de políticas. Una divergencia que se acentúa en el caso de los representantes de la oposición municipal, donde aparecen 20 hombres, el 77% del total de intervenciones, frente a 6 totales de mujeres que suponen el 23%.

Por lo que respecta al resto de subcategorías analizadas, aunque son insignificantes desde el punto de vista cuantitativo, sí que son relevantes en tanto que revelan una relación significativa por cuestiones de sexo. Si un espectador tuviera que deducir la estructura laboral de Elche mirando las noticias del Tele Nit, no tendría más remedio que asumir que no existen mujeres trabajadoras en esta ciudad. Ciertamente, no son muchos los testimonios contabilizados del colectivo de trabajadores, solo 10, pero ninguna de las personas que vierten sus opiniones son mujeres.

Lo mismo ocurre entre el funcionariado, un sector especialmente feminizado, en el que, sin embargo, las declaraciones de mujeres representan un 23% del total. En los grupos sociales compuestos por “expertos o personas relevantes” y “representantes de colectivos”, las mujeres también son prácticamente invisibles. En el primero de ellos se han contabilizado 36 declaraciones pero sólo dos de ellas, equivalentes a un 5,5%, corresponden a mujeres. En el segundo, de los 35 totales registrados, cinco son de mujeres, lo que supone una diferencia porcentual del 14,3% frente a 85,7%. En cuanto al empresariado, hombres y mujeres se reparten equitativamente el protagonismo de los cortes de voz. Para encontrar un colectivo donde la presencia femenina supere la

masculina hemos de fijarnos en el colectivo de “ciudadanos” donde las declaraciones efectuadas por mujeres alcanzan un 66,6%. Es la única categoría donde se registran más cortes de voz de mujeres que de hombres. Estas intervenciones femeninas suelen copar las noticias de poca relevancia informativa donde se pulsa la opinión de la calle.

**Gráfico 5.22. Relación entre protagonistas de totales y sexo de los protagonistas.**



Fuente: elaboración propia.

Si contabilizamos la duración total de los totales en las noticias del Tele Nit, observaremos que las mujeres no solo están infrarrepresentadas en cuanto al número de declaraciones sino que éstas también son mucho más cortas que las de los varones. Así, de los 11.838 segundos que suponen la suma de todos los totales, 1.926 segundos corresponden a intervenciones de mujeres, un 16,3%, porcentaje sensiblemente inferior a los resultados obtenidos cuando se registra el género del protagonista, que se sitúa en un 22%. Es decir, que los testimonios femeninos en el Tele Nit son muy pocos y además, muy cortos.

#### 5.4.7. Presencia del valenciano en el Tele Nit

La aparición de grupos de comunicación locales y comarcales ha fortalecido el uso de la lengua vernácula en la información de proximidad en un territorio bilingüe, como es el caso de la Comunidad Valenciana, sobre todo en los medios radiofónicos locales de zonas con predominio lingüístico valenciano (González Mesa, 2009). Sin embargo, el uso de esta lengua tiene una escasa representación en la mayoría de las televisiones de proximidad valencianas, tanto las de ámbito autonómico como local, incumpliendo de forma flagrante la normativa que les obliga a emitir el 25% de su programación en valenciano. El reparto de concesiones de la TDT-L entre grupos de comunicación foráneos no ha hecho más que agravar esta precaria situación ya que las empresas adjudicatarias se han mostrado poco o nada sensibles a la realidad lingüística valenciana. Además, si tenemos en cuenta que este proceso ha supuesto la liquidación de muchas de las televisiones locales que operaban antes de la implantación de la TDT y que hacían una televisión de proximidad digna y en valenciano, el retroceso lingüístico ha sido enorme (Xambó, 2010).

El desinterés observado entre las instituciones públicas valencianas encargadas de vigilar que se cumplan las normativas impuestas por ellas mismas tiene su correlación en la escasez de estudios sobre el uso del valenciano en los medios locales. Uno de los informes más recientes es el elaborado por el Observatorio de Media.cat<sup>140</sup> sobre la situación de las TDT-L en los territorios de habla catalana en 2010. Este estudio revelaba que solo el 13% de las televisiones locales de la Comunidad Valenciana

---

<sup>140</sup> Mèdia.cat es un observatorio crítico de los medios de comunicación que operan en el área idiomática catalana. Es una iniciativa del Grupo de Periodistas Ramón Barnils, nacida en 2009.

emitían su programación íntegramente en valenciano. El 31% lo hacía mayoritariamente en valenciano y un 6% lo hacían equitativamente en castellano y valenciano. El 50% restante emitía en castellano (Altarriba, 2010).

Cabría preguntarse si este desinterés de los medios de comunicación en el empleo del valenciano discurre en paralelo con los usos idiomáticos de la población. Según el último estudio estadístico sobre conocimiento del valenciano elaborado por la Generalitat, y atendiendo exclusivamente a los datos referentes a Elche, el 49,9% de los ilicitanos comprende el valenciano, el 48,47% lo habla, el 51,38% lo lee y un 26,26% lo escribe<sup>141</sup>. Unos datos que no se ven reflejados en el uso que Tele Elx hace de esta lengua autóctona en la que se expresa la mitad de su audiencia potencial.

La lengua del Tele Nit es el castellano. En este idioma se realiza la conducción del informativo y se locutan la inmensa mayoría de las noticias. Sin embargo, según han revelado todas las fuentes consultadas en esta investigación, no existe ninguna indicación empresarial sobre el idioma en que deben expresarse los periodistas “En estos momentos [el uso del valenciano] está en manos del criterio del redactor. Si viene de una rueda de prensa en valenciano la escribe, pero la verdad es que hay muy pocas ruedas de prensa en valenciano”, explicaba la jefe de informativos Rosmari Alonso (2013). Del mismo modo se expresaba la directora Conchi Álvarez (2013) cuando reconocía que “lo único que tiene en valenciano [el Tele Nit] es el nombre”. Álvarez situaba la línea divisoria entre castellano y valenciano atendiendo a la lengua en

---

<sup>141</sup> Datos extraídos del estudio estadístico “Coneixement i ús del valencià. Dades comparades del censos de 1986 a 2011” elaborado por la Conselleria d’Educació, Cultura i Esports de la Comunitat Valenciana. Recuperado de: [http://www.ceice.gva.es/polin/docs/sies\\_docs/Cens\\_2011\\_cvalencia.pdf](http://www.ceice.gva.es/polin/docs/sies_docs/Cens_2011_cvalencia.pdf)

la que se expresan habitualmente sus interlocutores, aquella en la que les han contado la información: “Siempre hemos querido darle un tratamiento de absoluta normalidad en la casa y, de hecho, cada uno de nuestros invitados habla en la lengua que prefiere” (Álvarez, 2013). Pero lo cierto es que en la muestra analizada, compuesta por 617 piezas informativas extraídas de 35 informativos procedentes de siete años distintos, la supremacía del castellano no deja lugar a dudas.

Es cierto que el valenciano sigue arrastrando una pesada losa que la reduce al ámbito de lo privado y que los líderes de opinión locales, sobre todo los políticos, no se han esforzado en darle relevancia pública. El valenciano en Tele Elx está ligado al mundo agrícola y al folklore popular mientras que la actualidad política y económica se cuenta en castellano.

No obstante, ese libre albedrío del periodista al que hacían referencia Alonso y Álvarez podría amagar, más que desinterés por parte de los periodistas, una falta de cualificación profesional para hablar y escribir con corrección el valenciano, lo que les llevaría a inhibirse y optar por el idioma en el que tienen mejores competencias comunicativas. En este asunto, las universidades valencianas podrían jugar un papel relevante como impulsoras del uso del valenciano, formando no solo a los futuros comunicadores sino también a los expertos que se convertirán en fuentes informativas de los medios de comunicación.

**Tabla 5.7. Oferta y demanda de docencia en valenciano en las universidades públicas valencianas en los cursos 2007/08/09/.**

Universidad	Demanda Alumnado	Créditos Ofertados
UJI	35,9%	21,3%
UV-EG	24,9%	23,9%
UPV	17,5%	7,8%
UA	7,8%	5,1%
UMH	4,5%	0

Fuente: elaboración propia a partir de los datos facilitados a la AVL por los Servicios lingüísticos universitarios.

Sin embargo, el estudio elaborado por Aparici y Castelló (2011) para la Academia Valenciana de la Lengua, (AVL) en 2011 arroja datos desoladores. En la tabla 5.6 se muestran los porcentajes de alumnos que solicitan docencia en valenciano y los créditos que se imparten en esa lengua en cada universidad. Excepto en la Universidad de Valencia, donde la oferta casi iguala la demanda, en el resto de las universidades, la docencia en valenciano no cumple las expectativas del alumnado.

En esta investigación hemos registrado el idioma en que se expresa el periodista durante la locución de la noticia y también el que utilizan los protagonistas de las informaciones en sus declaraciones. En cuanto a la lengua de los periodistas, en el Tele Nit se habla solo castellano. Lo hacen los presentadores y los redactores, aunque muchos de ellos son valenciano-hablantes en su ámbito familiar. La presencia del valenciano en el informativo se detecta exclusivamente en las declaraciones de las fuentes y en proporciones mínimas. Así, el 84,3% de las intervenciones de las fuentes se realiza en castellano frente a un 15,7% que lo hace en valenciano. Entre los que se expresan en valenciano, el 92,6% son varones y solo un 7,4% mujeres.

#### 5.4.8. La valoración de las noticias del Tele Nit

Las noticias son una representación de la realidad elaborada por el periodista, lo que implica un determinado enfoque o encuadre de esa misma realidad (Igartua y Muñiz, 2004). Entman (1993) apuntaba la idea de que a través de los encuadres se podrían ofrecer diversas perspectivas sobre un mismo asunto que determinarían la interpretación que el espectador hiciera sobre dicha información. Miradas desde este prisma, las noticias no son ni neutrales ni objetivas sino fragmentos de una realidad mediatizada que suelen perseguir unos intereses determinados. Así, a través de los encuadres se seleccionan “algunos aspectos de la realidad percibida, haciéndolos más sobresalientes en el texto, de manera que consigan promover una definición del problema particular, una evaluación moral y/o una recomendación de tratamiento para el asunto descrito” (Entman, 1993:52).

El estudio de los efectos de los medios de comunicación como constructores de la realidad social cuenta con una extensa y consolidada trayectoria en la investigación en comunicación (Monclús, 2011). En ese aspecto, existe un elevado consenso entre los investigadores en comunicación sobre la capacidad de los medios para modelar nuestra forma de pensar y actuar sobre determinados asuntos preestablecidos en las agendas mediáticas. Sin embargo, lo que aún genera debate es cómo identificar, evaluar y tipificar esos efectos ya que no son observables a primera vista. Este es un tema sobre el que se han interesado autores que investigan cómo medir esas consecuencias a través de instrumentos objetivos y fiables (Iyengar, 1991; Valkenburg, Semetko y de Vreese, 1999; Semetko y Valkenburg, 2000). Otros, como (Patterson, 1994), buscan fórmulas para evaluar las consecuencias del *framing* sobre las acciones políticas, o sobre los

contenidos informativos en televisión (Díaz, González y Aparicio, 2015, Humanes y Igartúa, 2004; Guerrero Serón, 1998) o los efectos vinculados a determinados temas sociales como la inmigración (Igartua et al., 2003).

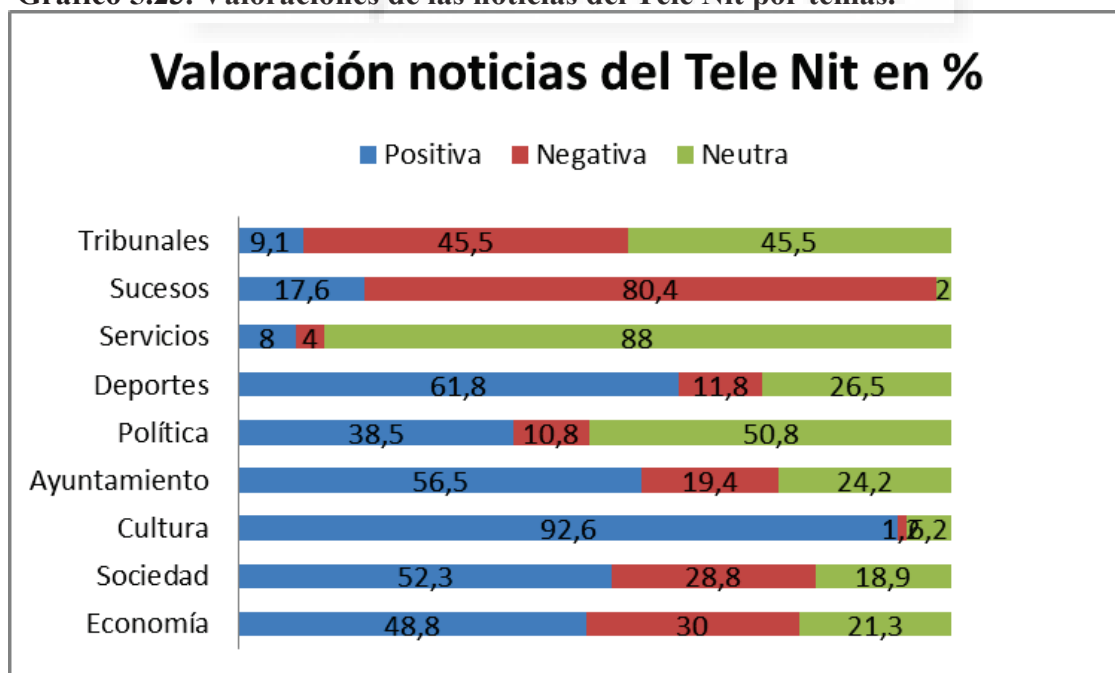
En esta investigación hemos clasificado las unidades de análisis en función de los acontecimientos que se narran en las noticias, según su naturaleza negativa, positiva o neutra (Kepplinger y Weissbecker, 1991, citado en Humanes, 2001: 134). Esta es una fórmula más fácilmente observable y al alcance de las posibilidades de esta investigación, aplicada por Humanes (2001) en su estudio sobre los encuadres mediáticos de cinco canales de televisión españoles. Así consideramos que son noticias positivas aquellas que reflejan éxitos o avances en los campos político, económico, social y cultural, mejora de acontecimientos negativos (descenso del paro o desarticulación de una banda de delincuentes, por ejemplo), así como consensos de todo tipo en cualquier ámbito de la sociedad. Se consideran noticias negativas aquellas que tratan cualquier acción violenta, conflictos sociales, personales o políticos, crisis económicas, incrementos de índices que causan malestar entre la población, enfermedades, accidentes o catástrofes naturales. Y por último, clasificamos como neutras todas las noticias que no pudieran ser incluidas en ninguna de las dos categorías anteriores.

Los resultados obtenidos revelan una evidente tendencia hacia noticias consideradas positivas, excepto en aquellas temáticas, como tribunales y sucesos, cuya naturaleza son poco o nada susceptibles de recibir un tratamiento positivo. Las secciones que presentan una cara más amable de la realidad son la de cultura, con un



92,6% de noticias positivas, la de deportes, con un 61,8%, la de ayuntamiento, con un 56,5% y la de sociedad, con un 52,3%. Sin embargo, el 38,5% de las noticias referidas a temas políticos obtienen una consideración positiva, aunque no por ello se le atribuyen valores negativos. La mayoría de las informaciones políticas se sitúan dentro de las noticia consideradas neutras (50,8%), mientras que solo el 10,8% de ellas resaltan aspectos negativos. La economía, si excluimos tribunales y sucesos por motivos evidentes, es la sección que más noticias negativas genera (30%), seguida de los temas sociales que presentan aspectos negativos en el 28,8% de las ocasiones. En este sentido, se observa que el Tele Nit sitúa la conflictividad más en el terreno económico y social que en el de la política y el municipal. Veamos qué subsecciones son las responsables de que los temas económicos obtengan mayores valoraciones negativas que el resto de temáticas (siempre exceptuando sucesos y tribunales).

Gráfico 5.23. Valoraciones de las noticias del Tele Nit por temas.



Fuente: elaboración propia

La tabla de contingencia 5.7, donde se triangulan las variables correspondientes a “valoración” y “temas economía”, muestra que la mayor parte de las noticias negativas aparecen dentro de la subcategoría “conflictos laborales” (6 piezas), mientras que las relativas a temas de “agua” se distribuyen equitativamente entre negativas (4), positivas (4) y neutras (3). En cuanto a las informaciones que tratan temas de “agricultura”, hay cuatro negativas, tres positivas y dos neutras. En cambio, las informaciones que obtienen una valoración positiva se sitúan en los apartados de “ferias” (12), “empresas” (9) y “aeropuerto” (4).

**Tabla 5.8. Tabla de contingencia Temas Economía/Valoración de la noticia.**

			Tabla de contingencia										
			Temas Economía NUEVA										
			Empresas Asociaciones	Conflictos laborales	Cifras	Calzado	Agricultura	Agua	Comercio	Ferias	Aeropuerto	Otros	Total
Valoración noticia	Positiva	Recuento	9	2	2	2	3	4	1	12	4	0	39
		% de Temas Economía NUEVA	60,0%	22,2%	50,0%	33,3%	33,3%	36,4%	100,0%	70,6%	80,0%	,0%	48,8%
		Residuos corregidos	1,0	-1,7	,1	-,8	-1,0	-,9	1,0	2,0	1,4	-1,7	
	Negativa	Recuento	2	6	2	2	4	4	0	2	1	1	24
		% de Temas Economía NUEVA	13,3%	66,7%	50,0%	33,3%	44,4%	36,4%	,0%	11,8%	20,0%	33,3%	30,0%
		Residuos corregidos	-1,6	2,5	-,9	-,2	1,0	-,5	-,7	-1,8	-,5	,1	
	Neutra	Recuento	4	1	0	2	2	3	0	3	0	2	17
		% de Temas Economía NUEVA	26,7%	11,1%	,0%	33,3%	22,2%	27,3%	,0%	17,6%	,0%	66,7%	21,3%
		Residuos corregidos	,6	-,8	-1,1	,8	,1	-,5	-,5	-,4	-1,2	2,0	
<b>Total</b>		Recuento	15	9	4	6	9	11	1	17	5	3	80
		% de Temas Economía NUEVA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia a través de análisis descriptivos del programa SPSS

Los temas de sociedad, aunque en el 52,3% de los casos analizados son considerados positivos, presentan, sin embargo, uno de los mayores índices de valoraciones negativas observadas en el cómputo global, con un 28,8%. Al observar la tabla 5.8 se comprueba que esas noticias que adquieren connotaciones poco favorables se concentran, fundamentalmente, en las subcategorías de “medio ambiente”, “educación” y “actividades de asociaciones”. Especialmente relevante son las informaciones que tratan temas medioambientales ya que de las 16 piezas que aparecen

en la muestra analizada, el 62,5% de ellas plantean situaciones conflictivas. No ocurre lo mismo con las informaciones referidas a “educación” que, pese a protagonizar muchas de las noticias consideradas negativas entre los temas de sociedad, un 37,5%, el mayor porcentaje se sitúa dentro de las valoraciones positivas, con un 58,3%.

En cuanto a las subcategorías sociales que obtienen una mejor valoración destacan las referidas a temas de universidad, con 22 noticias positivas, 2 negativas y 8 neutras y las de sanidad, con 11, 4 y 1 respectivamente.

**Tabla 5.9. Tabla de contingencia Temas Sociedad/Valoración de la noticia.**

			Temas Sociedad NUEVA										
			Educación	Universidad	Sanidad	Consumo	Medio Ambiente	Actividades Asociaaciones	ONG	Pedánias	Religión	Otras	Total
Valoración noticia	Positiva	Recuento	14	22	11	0	4	4	4	3	1	6	69
		% de Temas Sociedad NUEVA	58,3%	68,8%	68,8%	,0%	25,0%	23,5%	44,4%	100,0%	25,0%	60,0%	52,3%
		Residuos corregidos	,7	2,1	1,4	-1,1	-2,3	-2,5	-,5	1,7	-1,1	-,5	
Negativa	Recuento	9	2	4	1	10	7	3	0	0	2	38	
	% de Temas Sociedad NUEVA	37,5%	6,3%	25,0%	100,0%	62,5%	41,2%	33,3%	,0%	,0%	20,0%	28,8%	
	Residuos corregidos	1,0	-3,2	-,4	1,6	3,2	1,2	,3	-1,1	-1,3	-,6		
Neutra	Recuento	1	8	1	0	2	6	2	0	3	2	25	
	% de Temas Sociedad NUEVA	4,2%	25,0%	6,3%	,0%	12,5%	35,3%	22,2%	,0%	75,0%	20,0%	18,9%	
	Residuos corregidos	-2,0	1,0	-1,4	-,5	-,7	1,8	,3	-,8	2,9	,1		
Total	Recuento	24	32	16	1	16	17	9	3	4	10	132	
	% de Temas Sociedad NUEVA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia a través de análisis descriptivos del programa SPSS

Los temas que hacen referencia a la subcategoría de “gobierno municipal”, a tenor de los resultados obtenidos en esta investigación, apenas presentan situaciones de conflicto. En el 64% de los casos observados, las noticias obtienen una valoración positiva, un 26% aparecen como neutras y solo un 10% se consideran negativas. Sin embargo, de las 17 piezas informativas que versan sobre temas de la oposición municipal, 14 destacan aspectos negativos. En cuanto a temas políticos, obtienen valoraciones positivas prácticamente la totalidad de los referidos al “gobierno de España”, al de “comunidad valenciana” y al de “diputación”. Para encontrar mayor

variedad valorativa hemos de fijarnos en las noticias referidas a partidos políticos. Así, de las 24 piezas que hablan sobre el PSOE, seis son positivas, tres negativas y 15 son neutras. En la muestra analizada aparecen 11 noticias que abordan temas sobre el Partido Popular, de las cuales una es valorada positivamente, dos de forma negativa y la mayoría, ocho, se presentan de forma neutra. Respecto a Esquerra Unida, se han contabilizado siete noticias en total, seis de ellas neutras y una negativa.

**Tablas 5.10. Tablas contingencia Temas Ayuntamiento y Política/Valoración noticias**

Tabla de contingencia							Tabla de contingencia									
		Temas Ayuntamiento NUEVA					Temas PolíticaNUEVA									
		Gobierno municipal	Partido de Gobierno	Oposición municipal	Actos Institucionales	Total	Gobierno de España	Gobierno CV	Diputación	PSOE	PP	EU	Otros	Total		
Valoración noticia	Positiva	Recuento	64	0	1	5	70									
	% de Temas Ayuntamiento NUEVA	64,0%	,0%	5,9%	83,3%	56,6%										
	Residuos corregidos	3,5	-1,1	-4,5	1,4											
Negativa	Recuento	10	0	14	0	24										
	% de Temas Ayuntamiento NUEVA	10,0%	,0%	82,4%	,0%	19,4%										
	Residuos corregidos	-5,4	-5	7,1	-1,2											
Neutra	Recuento	26	1	2	1	30										
	% de Temas Ayuntamiento NUEVA	26,0%	100,0%	11,8%	16,7%	24,2%										
	Residuos corregidos	1,0	1,8	-1,3	-4											
Total	Recuento	100	1	17	6	124										
	% de Temas Ayuntamiento NUEVA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%										

		Gobierno de España	Gobierno CV	Diputación	PSOE	PP	EU	Otros	Total	
Valoración noticia	Positiva	Recuento	8	6	2	6	1	0	2	25
	% de Temas PolíticaNUEVA	88,9%	75,0%	100,0%	25,0%	9,1%	,0%	50,0%	38,5%	
	Residuos corregidos	-3,4	-2,3	1,8	-1,7	-2,2	-2,2	,5		
Negativa	Recuento	0	1	0	3	2	1	0	7	
	% de Temas PolíticaNUEVA	,0%	12,5%	,0%	12,5%	18,2%	14,3%	,0%	10,8%	
	Residuos corregidos	-1,1	,2	-5	,3	,9	,3	-7		
Neutra	Recuento	1	1	0	15	8	6	2	33	
	% de Temas PolíticaNUEVA	11,1%	12,5%	,0%	62,5%	72,7%	85,7%	50,0%	50,8%	
	Residuos corregidos	-2,6	-2,3	-1,5	1,4	1,6	2,0	,0		
Total	Recuento	9	8	2	24	11	7	4	65	
	% de Temas PolíticaNUEVA	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia a través de análisis descriptivos del programa SPSS

Los resultados obtenidos en el resto de áreas temáticas son altamente previsibles y no revelan ningún dato digno de un análisis más pormenorizado atendiendo a subcategorías específicas.

### 5.5. La jornada electoral del 24-M de 2015 en Tele Elx

Las televisiones de ámbito local se erigen como referentes de la información de proximidad en las elecciones municipales y autonómicas y especialmente durante la noche electoral. En Tele Elx, los datos de audiencia corroboran esa vocación municipalista. Los dos sondeos que ha realizado Infortécnica sobre el seguimiento de

los programas electorales de Tele Elx durante las elecciones locales de 2007 y 2015 revelan que casi 90.000 ilicitanos se informan de los resultados de esos comicios a través de este canal de televisión.

Durante los años de esplendor, esta cadena instalaba un plató en el centro neurálgico de la ciudad, en la plaza del Congreso Eucarístico, junto a la basílica de Santa María, y desde allí informaba en directo sobre los resultados electorales al mismo tiempo que recibía a los líderes políticos municipales. Era la “gran noche” en la que no tenía rivales que pudieran restarle protagonismo informativo dentro de su ámbito de actuación. Los diarios no darían información hasta el día siguiente, la mayoría de las radios emitían programación nacional en cadena y aún no había aparecido Internet. En esta última jornada electoral, aunque lejos de la espectacularización desplegada en otros tiempos, Tele Elx también ha ofrecido una cobertura muy amplia que hemos podido seguir de cerca a través de una observación participante en calidad de espectadora.

Esta investigación consideraba relevante descubrir las rutinas de trabajo del equipo de Tele Elx durante la emisión de un programa en directo, sometido a las tensiones que se generan cuando hay un importante despliegue informativo como el que tuvo lugar durante la noche electoral del 24 de mayo de 2015. El objetivo de esta observación participante no consistía exclusivamente en mirar y escuchar todo lo que acontecía dentro de la emisora de televisión sino también en percibir esa información no verbal impregnada en el ambiente que solo puede captarse a través de métodos de observación directa. El resultado fue anotado en el cuaderno de campo de esta investigadora como si se tratara de una crónica periodística, por ello se ha optado por

respetar el orden de las anotaciones y narrar la noche electoral atendiendo a las características de este formato periodístico que creemos resulta más adecuado para este menester.

El programa especial de elecciones 2015 comenzaba a las ocho menos cuarto de la tarde pero una hora antes los estudios de Tele Elx eran ya un hervidero de personas que repasaban cuáles eran sus funciones dentro de un proceso de trabajo en el que todas las piezas debían encajar a la perfección. La cadena había contratado los servicios de la empresa Mediapro para realizar la cobertura de los directos, por lo que el equipo técnico se había incrementado en siete personas procedentes de esta productora. En total, el equipo humano, sin contar los invitados al plató, rondaba las 30 personas entre periodistas, técnicos, asistentes, colaboradores habituales y voluntarios. Un despliegue informativo que lideraba la directora de Tele Elx, Conchi Álvarez. Al mando del control de realización estaba José M<sup>a</sup> Rubio y coordinando los equipos móviles, Pepe Bernabéu, un histórico de la plantilla de Tele Elx que ahora trabaja para Mediapro. En el plató, la jefa de informativos, Rosmari Alonso, y el presentador de deportes, Paco Gómez, eran los conductores de un programa electoral que duraría más de cuatro horas.

Álvarez había distribuido a los periodistas y colaboradores por las distintas sedes electorales donde se preveía que se focalizara la información: Salvador Campello informaría en directo desde la sede del PP, Daniel Gozávez desde el PSOE, Mario Abril desde Ciudadanos y José Antonio Tenza desde Compromís. Vicente Bordonado y Miriam Quesada constituían un tándem móvil que se desplazaba en bicicleta para cubrir las sedes del resto de partidos. Su cometido era grabar falsos directos, volver a la

emisora para emitir el contenido y desplazarse de nuevo hasta otra zona de interés informativo.

Los puntos de directo estaban situados en las sedes de los principales partidos. En el PP y en el PSOE había sendos equipos fijos compuestos por un redactor, un operador de cámara y un operador de equipos. Los redactores destacados en las sedes de Ciudadanos y Compromís compartían una “mochila móvil” que se desplazaba de una a otra para entrar en directo. En la emisora se había dispuesto un servicio de catering para atender a los invitados que llegarían escalonadamente a lo largo de la noche. La selección de expertos que ayudaran a comentar los resultados electorales la había realizado la directora atendiendo a criterios de equilibrio entre las principales formaciones políticas, pero también había otros profesionales como periodistas externos, profesores universitarios o empresarios. El plantel de contertulios estaba formado por los periodistas Pedro Soriano, Antonio Zardoya y José Vicente Castaño; el profesor de Ciencias Políticas de la UMH, Enrique Conejero; el economista Jesús Vicente; el exdirector general de Universidades de la Generalitat, José Miguel Saval; el exalcalde socialista de Elche, Diego Macià y el líder de Compromís, Pascual Mollà.



**Figura 5.1. Momentos de la jornada electoral del 24-M de 2015 en Tele Elx<sup>142</sup>.**



Fuente: fotografías propias captadas durante la observación participante y una cedida por la productora ValeroMedia.

El programa arrancó conectando en directo con el periodista Mario Abril, que se encontraba en un colegio electoral para informar del cierre de las urnas poco antes de las ocho de la tarde, pero la conexión falló y tuvieron que dar paso a los presentadores desde el plató. Fueron momentos de nerviosismo en el control de realización. La primera hora de programa, hasta que empezaron a recibirse los resultados a partir de las nueve de la noche, fue la más complicada porque apenas había información más allá de los sondeos que avanzaban la cadena SER y la FORTA. Durante esa primera hora el

<sup>142</sup> Arriba a la derecha, el equipo móvil que se desplazaba en bicicleta. A su izquierda, el plató durante la emisión del programa. Abajo, el equipo de Tele Elx tras finalizar el programa especial elecciones y la directora, en el control de realización, pendiente de los datos del escrutinio que facilitaba el Gobierno.



programa se sustentaba sobre la tertulia del plató y las colas que se iban emitiendo con las votaciones de los líderes locales grabadas por la mañana.

Poco a poco iban llegando las cintas con los falsos directos que grababan Bordonado y Quesada. La primera procedía de la sede de Esquerra Unida. A continuación entraba el primero de los cuatro bloques publicitarios que se incluirían en el programa especial. Mientras tanto, en el control se efectuaban pruebas para conectar en directo y se intentaba solucionar un problema surgido con la tituladora. En una de las cabinas de edición, uno de los voluntarios iba preparando los grafismos con los datos que llegaban.

Pero la actividad en Tele Elx no se centraba solo en el sótano, donde están el plató y el control de realización. La radio estaba conectada con la señal sonora de la televisión y en la planta superior había dos periodistas alimentando las redes sociales del grupo: Adrián Pérez se ocupaba del Facebook y Vicente Martín, otro colaborador voluntario, del Twitter. Cuando empezó a fluir la información con los resultados escrutados que facilitaba la página web del Gobierno, en la cabina donde se elaboraban los gráficos no daban abasto. Apenas emitían uno con los datos de Elche cuando ya se había quedado obsoleto. Con el 10% de los votos escrutados en las elecciones municipales, la directora decidió dar un giro al dispositivo previsto ya que todo apuntaba a que la gran sorpresa de la noche electoral estaría en la sede de Ilicitanos por Elche, un partido recién creado al que le atribuían ya dos concejales. Eso podría convertirlo en el partido bisagra que decidiera quién gobernaría el Ayuntamiento de

Elche. Un equipo con unidad móvil se trasladaba a la sede de este partido para entrar en directo desde uno de los puntos informativos de la noche.

El programa avanzaba. La directora, pendiente del teléfono móvil donde recibía los datos del escrutinio, no paraba de informar por vía interna a los presentadores sobre la evolución de los resultados electorales y les daba las indicaciones sobre cuál sería la siguiente conexión. Poco a poco iban dando paso a las entrevistas con los diferentes líderes locales que aparecían en sus sedes para valorar los resultados. Mientras no estuvieran en directo, la orden era que los operadores de cámara no pararan de grabar recursos para elaborar noticias al día siguiente. También se grababan a sí mismos trabajando para informar sobre el despliegue informativo de la cadena.

Poco antes de la medianoche el programa entraba en su recta final. Algunos de los equipos comenzaban a regresar. Ya había más actividad alrededor de las mesas dispuestas con el catering que en el control. Álvarez ordenaba que se elaboraran gráficos con los resultados electorales de localidades vecinas como Crevillente y Santa Pola. El propietario del grupo, Luis Torres, que estaba siguiendo la retransmisión del programa desde su despacho, bajaba a la recepción para compartir el éxito con todo el equipo de trabajadores de la casa, los colaboradores y los voluntarios. Apenas podía disimular una sonrisa de satisfacción que también se anotó en el cuaderno de campo, junto a las posibles causas que provocaban dicha reacción: la relajación después de un trabajo bien hecho, la respuesta solidaria de muchos voluntarios que habían colaborado generosamente en el dispositivo y también, por qué no, por los resultados electorales. Todo apuntaba hacia un cambio de gobierno tanto en el Ayuntamiento como en la

Generalitat, ambas instituciones presididas por el Partido Popular. Nadie lo expresaba abiertamente, pero en el ambiente se percibía un atisbo de esperanza en que los nuevos responsables políticos no se mostrarían tan beligerantes con esta cadena como lo habían sido sus predecesores.

Varios meses después se comprobaría cómo esas anotaciones escritas de forma intuitiva y precipitada se convertían en titulares de prensa. Tele Elx obtenía una de las tres concesiones de TDT-L en su demarcación. Y no lo hizo el nuevo equipo de gobierno de la Generalitat. No le dio tiempo. Lo hicieron los que se marchaban.





## CAPÍTULO 6

### CONCLUSIONES

A punto de cumplir la cuarentena, desde que hiciera su aparición a comienzos de la década de los ochenta, la televisión local en España parece sumida en un sempiterno proceso adolescente que afecta a la estructura del sector, a los contenidos y al modelo de negocio. Aquejada de todas las incertidumbres que suelen caracterizar el tránsito desde cualquier etapa incipiente hacia otras más afianzadas, parece que se resiste a abandonar ese “limbo”, aunque ya no regulatorio, en el que ha permanecido instalada varias décadas. Ciertamente, esta situación precaria que aún define el sector audiovisual de proximidad en nuestro país obedece a múltiples factores que han jugado, intencional o fortuitamente, en su contra.

El primero, sin duda, hay que achacarlo al menosprecio que ha padecido la televisión local por parte de unas instituciones políticas que se resistieron a regular el sector, de manera efectiva, durante más de veinte años y que cuando por fin lo regularon, lo hicieron tarde, deprisa y mal. En este sentido, conviene recordar que desde la primera experiencia de RTV Cardedeu, en 1980, hasta que se resolvieron los

primeros concursos para adjudicar licencias de TDT-local, en 2005, las emisoras locales carecieron de un marco nítido sobre el que estructurar sus modelos de negocio. Esta situación de inestabilidad legal resultó propicia para que alrededor del sector surgieran iniciativas que perseguían un lucro económico o político, que poco o nada tenían que ver con el espíritu comunicativo - democratizador y de participación ciudadana que inspiraron las primeras televisiones locales públicas y comunitarias.

El segundo de los factores a los que hacíamos referencia, compartido con otros muchos sectores, pero sobre todo por el de los medios de comunicación, tiene que ver con la vertiginosa implementación de las TIC. Mientras la televisión local buscaba acomodarse dentro del escenario audiovisual, el panorama de los medios se enfrentaba a “dos revoluciones en curso, la de las redes y la de la digitalización” (Prado, 2015:39). En este sentido, y en un corto período de tiempo, los soportes de difusión televisiva han evolucionado desde las primitivas ondas hertzianas analógicas hasta la completa digitalización y el afianzamiento de los sistemas de transmisión IP a través de la Red; una sacudida tecnológica que ha reconfigurado la noción de territorialidad de pequeña escala a la que estaba asociada la televisión de proximidad. La obligada digitalización para poder emitir legalmente, tras la aprobación de la Ley de la Televisión Digital Local, supuso un importante coste económico para un sector endeble que muchos canales históricos no pudieron afrontar. Sin embargo, aquellos canales que no pudieron regularizar su situación, bien por cuestiones económicas, bien por no estar situados en la órbita de clientelismo mediático imperante en su zona de actuación, han encontrado en Internet un refugio confortable y barato para continuar emitiendo.

El tercero de los factores que ha perturbado el proceso de consolidación de la televisión local en España ha sido la confluencia temporal con una crisis económica mundial, con especial incidencia en nuestro país, que ha implicado el deterioro de sus tradicionales fuentes de financiación: las subvenciones o patrocinios de las instituciones públicas, primordialmente las municipales, y la publicidad de pequeños empresarios locales. La crisis ha obligado a muchos ayuntamientos a efectuar recortes en el gasto público y uno de los primeros sectores sobre los que han actuado han sido los medios de comunicación locales. Así, muchas televisiones municipales que estaban emitiendo desde hacía tiempo cerraron por falta de partidas presupuestarias que las sostuvieran. Otras, que se podían haber constituido acogiendo a las nuevas concesiones de TDT-local públicas no lo han hecho por falta de recursos económicos, y las emisoras locales privadas que tenían su principal fuente de ingresos en la publicidad institucional apenas han sobrevivido a base de recortar plantillas y disminuir la cantidad y calidad de su programación de proximidad. Este panorama desolador aparece como un terreno extremadamente fértil para que arraiguen canales que basan su modelo de negocio, total o parcialmente, en una programación de tele ventas, consultorios astrológicos o telepredicadores, que han colonizado el espectro radioeléctrico local.

La confluencia de estos tres factores ha conducido al fracaso de las políticas de ordenación del sector audiovisual de proximidad que ya reclama una puesta a punto. En este sentido, desde una visión puramente economicista, parece evidente que el sistema actual que da cabida a tres canales privados y uno público en cada demarcación no ha dado los resultados esperados. La competencia no ha servido para animar una revitalización del sector sino que, por el contrario, ha supuesto la desaparición

fulminante de muchos canales que rivalizan por una misma audiencia y un mismo mercado publicitario local, ambos reducidos.

La extensión y penetración de Internet en la sociedad, unido al auge del consumo televisivo en las denominadas terceras y cuartas pantallas abre un nuevo escenario para las televisiones locales, libres, de momento, del corsé regulador que imponen las administraciones al sistema de difusión digital. La mayoría de canales locales que emiten en la actualidad lo hacen simultáneamente a través del sistema digital y de la Red, aunque existe una brecha importante en cuanto a calidad entre unas emisoras y otras. Pero aunque la televisión por internet no necesita árbitros que regulen la emisión, sí requerirá para su subsistencia definir un modelo de negocio que la haga viable, una cuestión que aún está por resolver. Este es un importante escollo para los canales que, ante la imposibilidad de emitir por ningún otro sistema, han optado por esta vía. Sin una financiación adecuada, sus precarias estructuras empresariales se mantendrán en una situación marginal en cuanto a producción y creación de un tejido audiovisual robusto que aporte contenidos de calidad.

Por otra parte, la laxitud con la que los gobiernos competentes en materia de regulación audiovisual local han aplicado las leyes que ellos mismos habían elaborado no ha bastado para retener el favor de los grandes grupos de comunicación estatales a los que habían mimado en el reparto de licencias de TDT-local. Así, Unedisa, Homo Virtualis, Prisa, Libertad Digital o Vocento, han abandonado mayoritariamente su interés por la televisión local al no encontrar el nicho de negocio que preveían y quedarse sin la red de seguridad que suponía para ellos las inversiones publicitarias de



unos gobiernos-mecenas obligados a aplicar serios recortes. Esta deserción masiva ilustra de manera evidente que su desembarco en el sector audiovisual local obedecía exclusivamente a una finalidad lucrativa, ya que en ningún momento mostraron interés por construir unas parrillas de programación próximas a la ciudadanía en aquellos lugares donde habían obtenido concesiones de TDT- local.

Así, parece incuestionable que la televisión de proximidad es un asunto que ha de quedar en manos de empresarios locales, con arraigo en sus respectivos territorios, que elaboren contenidos estrictamente locales donde la ciudadanía adquiera un protagonismo relevante. Ante sí tienen grandes retos, como la implantación de las nuevas tecnologías, la adaptación a las nuevas maneras de consumir televisión y sobre todo, verificar la viabilidad de poder subsistir con cuatro canales por demarcación en unos tiempos en los que escasean las fuentes de financiación.

En la Comunidad Valenciana, estas dificultades han quedado patentes en las últimas concesiones que se adjudicaron en 2011: en Utiel-Requena el concurso quedó desierto, en Denia y Gandía solo se adjudicaron dos de los programas ofertados y en Vall d'Uixò, uno. En total, solo se adjudicaron cinco programas de los 12 salidos a concurso. En el nuevo reparto que está llevando a cabo ahora la Generalitat, las deserciones entre las empresas licitantes en 2005 están provocando que la lista no pare de correr y en algunas demarcaciones no se conseguirá adjudicar las frecuencias disponibles.

Este panorama resulta especialmente revelador en una comunidad donde la información de proximidad ha sufrido un importante quebranto tras el cierre de las emisiones de RTVV y el descalabro de una de las dos televisiones privadas que obtuvieron licencia autonómica, otorgada al grupo editor del diario Las Provincias. Así pues, la población valenciana carece en la actualidad de una oferta televisiva de proximidad, que se encuentra excesivamente atomizada en pequeñas televisiones locales, asfixiadas económicamente, que no han querido o no han podido coordinarse para suplir el hueco dejado por Canal 9.

Tal vez las posibilidades de subsistencia de las televisiones locales pasen por apostar con ahínco por la innovación en unos contenidos cercanos y originales sin tratar de imitar a las grandes cadenas generalistas. Ejemplos hay. Barcelona Televisió tiene en su parrilla algunas propuestas originales como “Codi de barris” que baja un escalón en la información de proximidad y analiza la realidad urbanística, social o de infraestructuras de los barrios; o “Tube d’assaig”, que promueve el *crowdfunding* para financiar proyectos de nuevos formatos entre estudiantes y jóvenes creadores; o “Va passar aquí”, un programa que muestra escenarios urbanos que fueron testigos de anécdotas o hechos históricos. Son apuestas arriesgadas que ofrecen contenidos diferentes, alternativos y próximos con el suficiente gancho como para atraer espectadores que huyen del saturado y monótono panorama televisivo nacional.

Sin embargo, la innovación no es una de las prioridades de las televisiones locales valencianas que emplean sus escasos recursos en sobrevivir. Una carrera de fondo en la que ha participado Tele Elx durante los últimos treinta años, venciendo

obstáculos que han ido minando su posición de privilegio dentro del sector audiovisual de proximidad en Elche. Este canal decano ejemplifica todas las etapas por las que ha atravesado la televisión local en nuestro país. Comenzó como un proyecto de video comunitario, en sintonía con el modelo de televisión local privada que tomó auge a finales de la década de los ochenta y principios de los noventa en Andalucía y la Comunidad Valenciana.

Con la complicidad de la corporación municipal, que le permitió cablear la ciudad aun estando prohibido, Tele Elx rompió el monopolio que ejercía en aquellos tiempos TVE, presentándose como el tercer canal de televisión en Elche, ya que aún faltaban dos años para que naciera el canal autonómico valenciano. Una decisión aplaudida por todos los grupos municipales que encontraron un espacio abierto al debate político y, sobre todo, una visibilidad televisiva que pocos ayuntamientos tenían. Su programación llegó a las pantallas de los ilicitanos como un soplo de aire fresco. Los ilicitanos podían verse y escucharse por primera vez en una televisión que pronto hicieron suya. En sus inicios, la parrilla de Tele Elx ofrecía a sus abonados una combinación formada por programas informativos y de entretenimiento propios, y películas. Aparentemente, una oferta similar a la de otros videos comunitarios que introducían en sus emisiones un toque localista sustentado en información municipal, folklore y deporte local. Pero la programación de Tele Elx era más ambiciosa y variada en cuanto a sus contenidos. Todos de proximidad, todos de producción propia, elaborados por una plantilla extensa y una importante red de colaboradores.

Su primigenia vocación de tercer canal orientó su programación hacia los formatos de entretenimiento, menos habituales en las televisiones locales con poco presupuesto. Así, competía directamente con las televisiones de ámbito nacional y en su parrilla había concursos, en el plató o en exteriores, *talk-shows*, *late night* y programas de animación infantiles muy populares entre la población más joven, además de innumerables formatos informativos como tertulias, debates, reportajes sobre barrios, y una gran participación de la ciudadanía. Esta inspiración de canal generalista difundido en un ámbito local a través del cable fue languideciendo a medida que se incorporaban las nuevas televisiones privadas y el canal autonómico valenciano, que presentaban una oferta contra la que Tele Elx no podía competir.

Paulatinamente se abandonaron los formatos de ficción, por lo general producciones de serie B, ante la imposibilidad de alcanzar la calidad de las series y las películas ofrecidas por el resto de televisiones. Con la pujanza de programas infantiles como “Alababalá” y la mítica serie de dibujos animados “Bola de Drac”, (Anchel, 2002), ambas emitidas por Canal 9 y que llegaron a alcanzar cuotas de audiencia superiores al 50% en los primeros años de la década de los noventa, la programación infantil también desapareció de las pantallas de Tele Elx. La llegada de las televisiones privadas supuso una primera crisis en esta emisora local que vio cómo se reducía ostensiblemente el número de abonados al cable, un hecho que repercutió directamente en la producción de formatos que representaban un gasto elevado. Hacer televisión en la calles era demasiado caro, por ello la producción de programas se recluyó en el plató, redimensionando la oferta para dar prioridad a los contenidos informativos locales sobre los de entretenimiento. Conscientes de que su programación solo resultaría competitiva

en un ámbito de cercanía, desatendido por el resto de canales, incluida la televisión autonómica, el equipo directivo reorientó su oferta audiovisual hacia los contenidos de proximidad, primordialmente informativos, y de servicio público a la ciudadanía. Así, el análisis longitudinal del modelo de programación que ha ofrecido Tele Elx a lo largo de su recorrido histórico, nos permite corroborar las hipótesis 1 y 2 formuladas al principio de esta investigación, cuyo contenido recordamos a continuación:

H 1.- Tele Elx ha evolucionado desde un modelo de televisión generalista difundida en un ámbito geográfico local hacia un modelo de televisión de proximidad difundida en un ámbito global.

H 2.- Tele Elx ha renunciado a los formatos de entretenimiento y ficción en su parrilla para apostar por una programación especializada en información de proximidad y de servicio al ciudadano.

Los siguientes cuestionamientos que planteábamos hacen referencia a las estructuras externa e interna del Tele Nít que constituyen el corpus central de esta investigación. En primer lugar, partíamos de una premisa básica, sostenida por muchos investigadores (Arana, 1999; Cavadas, 2015; Monclús, 2011; Martínez Nicolás et al., 2005), que apuntan hacia una fuerte colonización de la información política dentro de las agendas periodísticas de los medios de comunicación. En este sentido, el análisis realizado por Edorta Arana (1999) sobre los contenidos informativos de TVE en Pamplona y Bilbao confirmaban que el 32% de las noticias correspondía a temas de Política, mientras que el porcentaje ascendía hasta el 42,9% en el caso de ETB 2. Esta fagocitación de la política sobre otros temas de la agenda periodística también la observa Cavadas (2015), que pone en el acento sobre los gobiernos locales como

principales actores de las noticias, con una representación cercana al 50%. Sin embargo, Iglesias (2005) que analizó la información de las televisiones locales en Castilla y León, concluyó que la temática más abundante entre las emisoras de esa comunidad era la deportiva (21%), seguida de la de partidos políticos (10%).

Por lo que respecta a la tematización observada en el informativo Tele Nit, así como la preeminencia que se le otorga a los diferentes temas dentro de las estructuras formal y profunda del mismo, los resultados sitúan a los contenidos de Sociedad en el primer puesto, con un 22% de las noticias. En este ránking temático, le siguen los temas referidos a Ayuntamiento (20,4%), Cultura (13,5%) y en quinto lugar aparecen las noticias relacionadas con Partidos Políticos, con un 10,7% de noticias. En este sentido, podría parecer que en el caso de Tele Elx se rompería esa tendencia generalizada entre los medios de comunicación que prima la información política sobre todas las demás.

No obstante, hemos de recordar que en nuestro análisis hemos establecido categorías diferentes para la información municipal y la referida a partidos políticos. El objetivo era desagregar la información institucional de la meramente partidista, para observar de una manera más fehaciente el tratamiento que le confiere Tele Elx a los distintos partidos políticos, independientemente de las funciones ejercidas por estos en el desarrollo de su actividad municipal como gobierno u oposición. Sin embargo, no todas las investigaciones consultadas realizan esta separación, por lo que la información proveniente de instituciones políticas suele agrupar estos dos conceptos. En este caso, si sumamos las noticias con contenido municipal y las de contenido político, el porcentaje

de presencia mediática en el Tele Nit se elevaría hasta el 31% y desbancaría del primer puesto a los contenidos relativos a Sociedad.

En lo que respecta a la información de Ayuntamiento, las noticias referidas al gobierno municipal suponen un 80,6% del total de dichas informaciones, mientras que aquellas que recaen sobre aspectos relacionados con los partidos de la oposición apenas llegan al 14%. A nuestro entender, este hecho indica un posicionamiento condescendiente ante las noticias ofrecidas por el equipo gobierno, que no suelen ir acompañadas de la versión crítica que pudiera aportar la oposición. Otro aspecto destacable de la composición temática de las noticias sobre Política, incide en la enorme distancia existente entre aquellas informaciones que hacen referencia al Partido Socialista (37%), que dobla a las del Partido Popular (17%) y triplica a las de Esquerra Unida (14%). Excepto en el análisis correspondiente al año 2015, cuando el gobierno municipal estaba presidido por Mercedes Alonso (PP), ha sido el PSOE quien ha gobernado ininterrumpidamente el ayuntamiento de Elche, pero así y todo, la diferencia entre el primer y el segundo partido, si nos atenemos al número de noticias generadas, indica una desproporción en favor del Partido Socialista. Sin embargo, atendiendo a los resultados electorales obtenidos en Elche por el PP y EU, sorprende aún más si cabe la abundancia de noticias que hacen alusión a Esquerra Unida, un partido que, estando muy por debajo del nivel de representación política del PP, obtiene un porcentaje similar en cuanto al número de informaciones.

Entre los temas de Sociedad, cabe especificar que las noticias procedentes de la Universidad suponen un 25%, las referidas a aspectos educativos en general, un 18%,

las de Medio Ambiente y Asociaciones alcanzan un 12,7% mientras que el resto de subcategorías de Sociedad no supera el 10%. En cuanto a la distribución de temas de Cultura (13,5% del total), la mayor parte de las noticias de esta sección se ocupan de fiestas populares (34%), de espectáculos (19,5%) y de los distintos congresos o conferencias que tienen lugar en la ciudad (10%).

Por lo que respecta al deporte local, los resultados obtenidos en el Tele Nit, un escaso 5,6%, puede llevarnos a engaño si no se tiene en cuenta que este tema suele ser tratado de manera específica en programas especializados y esta sección no siempre ha formado parte del informativo. Las noticias de Economía (13%) recogen primordialmente asuntos referidos a ferias, empresas y asociaciones, agua, agricultura y conflictos laborales, en este orden.

Los resultados de esta investigación también nos ilustran sobre la importancia periodística que el canal concede a cada uno de los temas, es decir, la jerarquía de valores del medio mediante la que se distribuyen las noticias en la escaleta y que hace prevalecer unos temas sobre otros, tanto en los sumarios como en las noticias de apertura. En este sentido, por lo que respecta a los sumarios, apenas se observan diferencias respecto a los indicadores generales de tematización. Entre las noticias destacadas en los sumarios del Tele Nit, la mayoría, un 32%, pertenece a la sección de Sociedad, un 19,5% a Ayuntamiento, un 16,4% a Economía, un 7% a Cultura y empatados, con un 6,25% aparecen Sucesos, Deportes y Política. La nota discordante es la escalada de los temas de Economía hasta el tercer puesto dentro de los sumarios, desbancando a los temas de Cultura; es decir, que en el informativo aparecen más



noticias culturales que económicas pero éstas últimas alcanzan un valor jerárquico superior.

Siguiendo con aspectos relativos al macro-formato informativo que presenta Tele Elx en su estructura interna, nos encontramos con que si la actualidad social es, cuantitativamente, el principal ingrediente del menú informativo del Tele Nit, tanto en número de noticias presentes en las escaletas como en los sumarios, la información económica suele encabezar los noticiarios. En efecto, las noticias de Economía, que ocupan el cuarto puesto en el cómputo total de informaciones, con un 13%, y el tercero en los temas incluidos en sumarios (16,4%), remonta hasta el primer lugar cuando observamos cuáles son las temáticas de las noticias que ocupan el puesto número uno de la escaleta. Así, las informaciones relativas a Economía abren el informativo en el 28,6% de los casos. Les siguen las referidas a temas de Ayuntamiento (25,7%), las de Política (14,3%) y las de Sociedad, con un 11,4%. Estos resultados indican una clara tendencia a magnificar los asuntos económicos, que aun no siendo proporcionalmente mayoritarios al cuantificar los hechos noticiosos emitidos, sí lo son en cuanto a la valoración que les otorga la línea editorial de la emisora. Por el contrario, las noticias de Sociedad que ocupan el primer lugar tanto en volumen total de informaciones como en los sumarios, caen hasta el cuarto puesto. Este hecho evidencia que los asuntos sociales, aunque mayoritarios, son considerados irrelevantes y utilizados como temas de relleno.

Así pues, constatamos que la información municipal, aunque no monopoliza los informativos de Tele Elx, sí que se mantiene de forma estable en posiciones muy

relevantes, no solo en cuanto número, sino también en cuanto a valoración jerárquica obtenida dentro de las escaletas. Para corroborar el cumplimiento íntegro de la tercera hipótesis: “La información política municipal es la columna vertebral de los noticiarios de Tele Elx y los políticos locales son los principales actores de sus noticias”, observamos ahora quiénes son los protagonistas de las informaciones del Tele Nit, atendiendo a su aparición en pantalla a través de declaraciones. Los resultados no dejan lugar a dudas. En el 31,9% de los hechos noticiosos emitidos en el informativo, los protagonistas son políticos del gobierno municipal. En segunda posición, a mucha distancia, con un 15,5% aparecen personas expertas y representantes de colectivos. Los políticos de la oposición protagonizan el 11,2% de las informaciones y la ciudadanía apenas un 4%. Ante estos resultados es imposible dudar de la sobrerrepresentación de los actores políticos en la información local, ya que si sumamos los porcentajes obtenidos por los políticos gobernantes y los de la oposición, la proporción se eleva hasta el 34%. En este sentido, consideramos que la hipótesis número tres se cumple en su totalidad.

A tenor del cumplimiento de las hipótesis precedentes donde se comprueba que la información municipal se constituye como eje vertebrador de las noticias locales y que el protagonismo de dichas informaciones recae mayoritariamente sobre los actores políticos, todo indica que la procedencia de las fuentes reflejará un escenario similar. La hipótesis número cuatro plantea que “los espacios informativos se nutren fundamentalmente de fuentes institucionales públicas y privadas en detrimento de las fuentes de expertos y ciudadanas”. Veamos el resultado: las fuentes de procedencia político-institucional son el origen del 39% de las noticias del Tele Nit; un

12,3% provienen de asociaciones diversas; un 7,4% de instituciones culturales y educativas; un 6,3% son fuentes empresariales; un 5,8%, universitarias; un 5,3% derivan de fuentes sindicales mientras que solo en el 2,6% de los casos la información procede de fuentes ciudadanas o de personas expertas. Así pues, se confirma la hipótesis. No obstante, merece la pena que observemos de cerca este fenómeno.

Estos resultados permiten establecer varias lecturas. Por un lado, se comprueba que las fuentes políticas han colonizado otros espacios temáticos que, en teoría, no les corresponden. Recordemos que las noticias municipales emitidas en el informativo suponían el 20% del volumen total, por lo que si existiera una relación equilibrada, la procedencia de las fuentes debería coincidir con este porcentaje. Sin embargo, las fuentes de origen político doblan esa proporción e invaden territorios temáticos anexos. Por ejemplo, el 14,6% de las fuentes utilizadas en noticias culturales tienen origen político, un porcentaje superior al que obtienen las fuentes expertas o de personas relevantes, que en principio deberían estar en la génesis de este tipo de informaciones.

Esta conducta invasiva por parte de las instituciones políticas en su papel de fuente informativa por excelencia no es nueva pero se está robusteciendo con el paso del tiempo y parece que ha llegado para quedarse. En este sentido, se observa durante la serie histórica analizada que el 27% de las noticias de los informativos del año 1991 tenían como fuente principal alguna institución política mientras que en 2015 ese porcentaje se había incrementado hasta el 50%, es decir, que una de cada dos noticias tiene como origen ese tipo de fuentes. El desarrollo de las políticas de comunicación públicas, la democratización y profesionalización de los gabinetes de prensa, unido a los

recortes de plantilla que se han llevado a cabo en los medios como consecuencia de la crisis, actúan como una “tormenta perfecta” que consolida esta situación anómala. Y decimos anómala porque esta dependencia de las instituciones político-gubernamentales (sea cual sea su ámbito de actuación) como fuente de información repercute negativamente en la calidad de la información ofrecida a los espectadores.

A nadie se le escapa que este tipo de fuentes no son inocentes; se mueven por unos intereses determinados que luego exigen ver reflejados en las noticias y si no lo consiguen pueden llegar, incluso, a vetar a aquellos medios que no se muestran sumisos. Desde hace unos años, los gabinetes de comunicación de instituciones y partidos políticos han escalado un peldaño más en este intento de manipulación mediática. Con el argumento de facilitar la labor de los informadores, especialmente a los de medios audiovisuales, se realizan envíos “empaquetados” con imágenes y declaraciones de sus líderes en cualquier acto que le interese dar a conocer. Para los periodistas, que tienen que cubrir varios hechos noticiosos, y para los medios, que se ahorran en personal, esta política comunicativa les simplifica el trabajo. Sin embargo, esta homogeneización de la información, donde los temas propios cada vez ocupan porcentajes más residuales dentro de los noticiarios, supone una condena a muerte del periodismo independiente y de calidad.

Este fenómeno también se percibe de forma clara en la estrategia que siguen los informadores para acceder a la información. Las convocatorias de prensa pueden ser suficientes para los medios escritos o radiofónicos, pero carecen de atractivo visual. Cuando un informativo televisivo abusa de esta estrategia para acceder a las fuentes,

denota una falta de conocimiento sobre las exigencias narrativas del medio o un descenso significativo de recursos humanos. En este sentido, Tele Elx solo se nutría de ruedas de prensa en el 15% de sus noticias. Este porcentaje se ha mantenido constante a lo largo de todos los años analizados, excepto en los dos últimos, 2011 y 2015, cuando se ha incrementado en casi diez puntos. En la actualidad, una de cada cuatro noticias del Tele Nit obtiene sus imágenes en una rueda de prensa.

Comprobemos ahora la veracidad de la hipótesis número cinco, planteada en los siguientes términos: “La identidad local representada en el informativo Tele Nit se sustenta sobre noticias de contenidos deportivos y de fiestas locales mientras que otros elementos como la lengua vernácula y la cultura propia se ven relegados a un segundo plano”. Partimos de la base de que las identidades culturales aparecen reforzadas en la información de proximidad (López, 1999), que la singularidad de los pueblos encuentra su hábitat natural de expresión en medios de cercanía. Esto no significa que los rasgos de identidad de una determinada comunidad se presenten como compartimentos herméticos heredados del pasado sin posibilidad de incorporar manifestaciones del multiculturalismo y la diversidad que enriquecen la sociedad del siglo XXI. En este sentido, cuando utilizamos la noción de identidad local, no solo nos estamos refiriendo a las expresiones culturales y lingüísticas singulares de Elche sino también a aquellas otras aportadas por otras comunidades que se han incorporado más recientemente.

No obstante, en la hipótesis de trabajo planteamos que los rasgos de identidad cultural que exhibe Tele Elx en sus informativos se sostienen sobre un armazón básico que gira en torno a ejes fuertemente estereotipados como el fútbol y las fiestas

patronales mientras que el fomento de la lengua vernácula de la ciudad, el valenciano, y otras manifestaciones culturales minoritarias no adquieren una relevancia significativa. En este sentido debemos tener en cuenta, como hemos mencionado con anterioridad, que aunque el deporte local no está suficientemente representado en el Tele Nit, sí lo está en el cómputo total de la programación de la cadena. Desde el inicio de sus emisiones, el fútbol, primordialmente la actividad del primer equipo de la ciudad, el Elche C.F, goza de una atención especializada a través de numerosos y variados programas, con gran respaldo por parte de la audiencia. El periodista más reconocido de Elche (CIO, 2016) es precisamente Paco Gómez, un histórico de periodismo deportivo que trabaja en Tele Elx desde hace años. Sin embargo otras disciplinas deportivas más minoritarias, las competiciones femeninas y el deporte base no son objeto de la misma dedicación por parte del canal. En este sentido, cabe destacar que una de las funciones primordiales de los medios de proximidad debería ser el fomento de estos otros deportes cuyo único sostén mediático está, precisamente, en la visibilidad que le otorgan los canales locales.

En cuanto a las fiestas populares, cuatro de cada diez noticias de la sección de cultura están basadas en celebraciones festivas de todo tipo. No obstante, estos acontecimientos suelen ocupar espacios importantes dentro de la programación aunque fuera de los noticiarios. Nos estamos refiriendo a las representaciones del Misteri, la Semana Santa, la fiesta de Pobladores, el Carnaval o la cabalgata de Reyes de Magos que Tele Elx retransmite íntegramente. Sin embargo, otras celebraciones culturales de colectivos inmigrantes no aparecen ni en los informativos analizados ni en las parrillas de programación, por lo que la televisión local les está hurtando la opción de sentirse

integrados en una sociedad que los ignora mediáticamente. Por su parte, como hemos explicado con anterioridad, el uso del valenciano resulta anecdótico en los informativos. La lengua vehicular del Tele Nit es el castellano. Aunque los periodistas tienen libertad para informar en cualquiera de las dos lenguas oficiales, la realidad es que no lo hacen, bien por carecer de competencias lingüísticas en este idioma o bien por una reacción mimética con el entorno. El castellano es la lengua de uso social por excelencia mientras que el valenciano se ve reducido, informativamente hablando, al ámbito familiar, al folklore y a la zona del campo de Elche. De hecho, el único programa que habitualmente usa el valenciano se llama “Camp d’Elx”. Así, se observa que el valenciano en Tele Elx aparece estrechamente ligado al mundo agrícola y al folklore popular, reforzando los estereotipos que lo consideran una lengua de segunda categoría, hablada por personas mayores y con poca formación. Por el contrario, la actualidad política y económica se cuenta en castellano. La presencia del valenciano en el informativo se ciñe a las declaraciones que efectúan las fuentes, y en proporciones mínimas. Así, el 84,3% de las intervenciones de las fuentes se realiza en castellano frente a un 15,7% que lo hace en valenciano. En este sentido, los resultados obtenidos nos permiten refrendar la hipótesis número cinco.

La hipótesis número seis afirma que “las mujeres, como fuente informativa, aparecen infrarrepresentadas en el noticiario Tele Nit”. La desproporción existente en el protagonismo asumido por mujeres y hombres en este informativo no deja lugar a dudas de la veracidad de esta hipótesis. El 78% de las personas que expresan su opinión en las noticias son varones frente a un 22% de mujeres. De ellas, el 67% son mujeres que se dedican profesionalmente a la política. La representación femenina es nula en categorías

como “trabajadoras” o “funcionarias”. En cuanto al colectivo de personas expertas o relevantes, el porcentaje de mujeres se sitúa en un 5,5%. Sin embargo, empresarias y empresarios aparecen representados en la misma proporción. La única categoría donde las mujeres ganan en protagonismo informativo a los hombres es el referente a fuentes ciudadanas, donde ellas alcanzan un porcentaje del 66,6%.

La última de las hipótesis que sostiene que “Tele Elx desempeña un papel dinamizador dentro de la sociedad ilicitana, con la que mantiene fuertes lazos de identidad cultural”, nos permite comprobar si esa función de espejo social que se le atribuye a la televisión de proximidad se cumple en el caso de esta emisora local. Se trata de un compendio que extrae conclusiones de la verificación de las anteriores. En este sentido, consideramos que la identidad de Elche aparece excesivamente estereotipada, reproduciendo unos comportamientos sociales redundantes ligados a manifestaciones con amplio arraigo popular como el fútbol o las expresiones folklóricas. Así, la programación de Tele Elx actúa más como un vagón de carga destinado a contentar al mayor número de espectadores posibles que como una locomotora que impulse otras propuestas ciudadanas que circulen por otras vías paralelas al comportamiento de las mayorías.

Igualmente, en el corpus del informativo, el notable peso de la información municipal y el desproporcionado protagonismo de los actores políticos detraen el interés sobre otros focos de atención donde la ciudadanía podría adquirir mayor relevancia informativa. Es el caso del mundo asociativo desligado de las instituciones políticas, las comunidades de vecinos, las agrupaciones culturales de menor entidad, las escuelas, las



tribus urbanas y, en definitiva, todo ese activismo social que se mueve por cauces sin representación política y que son más inaccesibles como fuentes informativas. En este sentido, el Tele Nit, al menos el de los últimos tiempos, parece que ha relegado a la sociedad civil a una función de simple espectadora que no participa en la construcción informativa de su entorno más inmediato. La dinamización social la entendemos desde una perspectiva participativa, de pulsión de los intereses ciudadanos que se integran en el constructo comunicativo que se presume debería elaborar un medio de comunicación próximo. Sin embargo, no observamos que esas condiciones estén presentes en esta emisora local en la actualidad. Esa vocación de liderazgo ciudadano sí caracterizó la primera etapa de Tele Elx, por lo que interpretamos que la crisis y la situación de ilegalidad por la que ha atravesado este canal han aletargado ese espíritu de servicio a la comunidad y de referente comunicativo que podría resurgir si se dan las condiciones necesarias de consolidación del modelo de negocio.

### **6.1. Futuras líneas de investigación**

El sector del audiovisual valenciano se encuentra casi en la misma situación caótica que definió los momentos previos a su regularización digital. Por tanto consideramos que se habrá de seguir de cerca la evolución de la televisión de proximidad en los próximos meses y tal vez, años para comprobar la viabilidad de los medios locales en un contexto económico desfavorable como el que se atisba en el horizonte cercano.

Sin embargo, esta situación de precariedad por la que atraviesan los medios de comunicación, especialmente aquellos que actúan en territorios de pequeña escala, abre nuevas perspectivas en cuanto a la creación de contenidos hiperlocales difundidos a través de la Red. Esta herramienta difusora de largo alcance y poca inversión financiera está permitiendo ya la supervivencia de muchas pequeñas emisoras locales que, de otra manera, habrían tenido que echar el cierre definitivo. Las plataformas digitales requieren nuevos lenguajes narrativos y productos audiovisuales de nueva creación que se adapten a unos consumidores más fieles a los contenidos que a las marcas empresariales. En este sentido, las investigaciones tendentes a detectar y analizar los comportamientos de estas nuevas empresas creadas al albur de internet tienen una importante labor exploratoria por delante.

En el caso de la Comunidad Valenciana, ante la perspectiva de una próxima reapertura del canal autonómico, habrá que observar con detenimiento las nuevas políticas de comunicación de la Generalitat para evitar que se cometan los errores que condujeron al desprestigio informativo de su predecesor. Por otra parte, no habrá que perder de vista el papel que desempeñarán las televisiones locales en el diseño del nuevo mapa audiovisual autonómico, sobre todo las relaciones entre la futura RTVV y estas emisoras comarcales.

Por último, a lo largo de este trabajo hemos detectado que la producción científica sobre las estructuras empresariales y los modelos de negocio de las televisiones locales es abundante mientras que falta interés por estudiar a fondo qué tipo de productos audiovisuales ofrecen estos canales de proximidad, más allá de los

contenidos informativos. La programación local es un territorio prácticamente virgen, sobre todo en televisiones ubicadas en zonas periféricas, que requiere una atención urgente por parte de la comunidad científica.





## BIBLIOGRAFÍA

Accenture (2012). Informe sobre el papel de la Televisión Pública Autonómica en España. Madrid: Accenture / FORTA. Recuperado de: <http://www.forta.es/Portals/0/Forta1200.pdf>

AIMC. (2002). Censo de televisiones locales. Recuperado de: <http://www.aimc.es/-Censo-TV-Locales,108-.html>

-(2015) Entrega de resultados EGM 3ª ola 2015. Recuperado de: <http://www.aimc.es/Entrega-de-resultados-EGM-3%C2%AA-ola,1696.html>

Ajuntament de Elx (2015). Industria. Informes estadísticos anuales Elche 2015. Recuperado de: <http://www.elche.es/media/tinyimages/file/Industria2015.pdf>

-(2015). Empresa. Informes estadísticos anuales Elche 2015. <https://drive.google.com/file/d/0B7MZ-8H1UDvhdDNMTVpRcnhzSDA/view>

-(2016). Población. Informes estadísticos anuales Elche 2016. Recuperado de: <http://www.elche.es/media/tinyimages/file/Poblacion2016.pdf>

Alberola, M. (23 de junio de 2012). Así se llevó a la quiebra a RTVV. *El País*. Recuperado de: [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/23/valencia/1340476546\\_016731.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/06/23/valencia/1340476546_016731.html)

Albornoz, L. y Cañedo, A. (2015). La reflexión académica sobre la televisión autonómica en España. Entre la reivindicación de la diversidad y la denuncia por manipulación política. En Marzal, J. (ed.). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, 29-54. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

Altarriba, L. (2010). La TDT local als Països Catalans: una oportunitat perduda per millorar la vertebració de l'espai català de comunicació. Informe Media.cat. Recuperado de: <http://www.media.cat/2010/03/26/informe-%E2%80%99Cla-tdt-local-als-paisos-catalans-una-oportunitat-perduda-per-millorar-la-vertebracio-de-lespai-catala-de-comunicacio%E2%80%99D/>

Álvaro, J. (2015). Discutirlo todo no es un problema, es la solución. En Rodríguez i Santonja (ed.) *Pasado, presente y futuro de RTVV*, 48-66. Valencia: Uno y Cero Ediciones.

Amigo, S. (2013). *La dictadura de los medios de comunicación. La sociedad sometida*. Madrid: Liber Factory.

Amin, A. (2005). Regiones sin fronteras: hacia una nueva política del lugar. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, (58), 76-95. Recuperado de: [http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4\\_c.apl?REG=733](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=733)

Anchel Cubells, J. M. (2002). *Canal 9: historia de una programación (1989-1995)*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.

Andreu, A. (28 de marzo de 1987). Funciona en Elche el primer canal de video comunitario. *Diario Información*, p. 9.

Aparici, A. y Castelló, R. (dir.) (2011). *Els usos lingüístics a les universitats públiques valencianes*. Valencia: Academia Valenciana de la Llengua. Recuperado de: <http://www.avl.gva.es/data/colleccions/Col-lecci---Recerca-/Els-usos-ling--stics-a-les-universitats-p-bliques-valencianes/contentDocument/ULUPV.pdf>

Arana, E. (2011). *Estrategias de programación televisiva*. Madrid: Síntesis.

-(1999). Telediarios y homogeneización informativa en televisión. La dictadura del formato televisivo. *Mediatika*. (7), 71-78. Recuperado de: <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/mediatika/07/07071078.pdf>

Arana, E.; Azpillaga, P. y Narbaiza, B. (2003). Telebista lokalen panorama Hego Euskal Herrian. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, (15), 81-98. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/articulo/Telebista-lokalen-panorama-Hego-Euskal-Herrian/207>

Arias, F. (2010). El despertar de los cibermedios de proximidad. En González Esteban, J.L. (ed.) *El Estado de la Comunicación en Elche*, 69-82. Elche: Limencop.

Badillo, A. (2003). *La desregulación de la televisión local en España: el caso de Castilla y León*. Tesis Doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra, Barcelona.

-(2005). Políticas públicas del audiovisual y la desregulación de la televisión local por ondas en España (1980-2004). *Sphera Pública*, (5), 201-228

-(2007). La nueva televisión de proximidad: un (incompleto) mapa de la TDT local y autonómica. En Marzal y Casero (eds.): *El desarrollo de la televisión digital en España*, 3-31. La Coruña: Netbiblo.

Badillo, A. y Moreno, M. (2004). La política de comunicación del Partido Popular. El caso de la televisión local. *Política y Sociedad*. Vol. 41. (1), 95-109. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0404130095A>

Baget Herms, J. M. (1975). *18 años de TVE*. Barcelona: Diáfora.

Bandrés, E.; García Avilés, J. A.; Pérez, G.; Pérez, J. (2004). *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.

Barlovento Comunicación (2016). Análisis mensual del comportamiento de la audiencia televisiva. Mayo 2016. Recuperado de:

<http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/barlovento-audiencias-mayo2016.pdf>

Bas Portero, J. J. (2015). Radiotelevisión Valenciana: la génesis del modelo. En Marzal, J. (ed.). *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*, 169-186. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

Bauman, Z. (2004). *La globalización. Consecuencias humanas*. México: Fondo de Cultura Económica.

Baumestier, E.J. y Dekanovska, E. (2012). ¿Medios locales o comunitarios en la Europa del Este?: el caso de Eslovaquia. En Martínez Hermida; Mayugo i Majò y Tamarit Rodríguez (coord.): *Comunidad y Comunicación. Prácticas comunicativas y medios comunitarios en Europa y América Latina*, 69-84. Madrid: Fragua.

Becker, H. y Sills, D. (1979). Observación y estudios de casos sociales. *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*, 384-389. Madrid: Aguilar.

Berganza, M. R. y Ruiz, J. A. (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Berger, A.A. (1998). *Media Research Techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Bettetini, G. (1995). La televisión personal. *Comunicación y Sociedad*, VII, (1), 78-89.

Bonache, J. (1999). El estudio de casos como estrategia de construcción teórica: características, críticas y defensas. *Cuadernos de economía y dirección de la empresa*, (3), 123-140.

Bonet, M. (2004). ¿Quién teme a la radio local? *Quaderns del CAC*, (18), 39-47. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1113096>

-(2005). La radio española, 1994-2004. Una década de consolidación y desencanto. *Sphera Pública*, (5), 59-70. Recuperado de: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/22/32>

Bowman, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. Reston, Virginia: The Media Center American Press Institute.

Brinberg, D. y Mcgrath, J. E. (1985). *Validity and the Research Process*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Bryman, A. (1988). *Quantity and Quality in Social Research*. London: Routledge.

Burgess, E. W. (1927): Statistics and Case Study as Methods of Social Research. *Sociology and Social Research*, (12), 103-120.

Bustamante, E. (2008). La TDT en España. Por un sistema televisivo de futuro acorde con una democracia de calidad. En Bustamante et al. (coord.): *Alternativas en los medios de comunicación digitales: Televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*, 27-121. Barcelona: Gedisa.

-(2010). La contrarreforma audiovisual socialista: deterioro democrático en España. *Le Monde Diplomatique*, (172), 1-5.

-(2013). *Historia de la radio y la televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.

Caldevilla, D. (2013). Nuevas fórmulas de periodismo: Periodismo de proximidad 2.0. *Cuadernos de Información y Comunicación*, (18), 165-179.

Campillo Alhama, C. (2003). “Elche al día”, un espacio de comunicación municipal. En López Lita, Fernández Beltrán y Vilar Moreno (eds). *Radio y televisión en el ámbito local*, 421-426. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Camponez, C. (2002). *Jornalismo de proximidade. Rituais de comunicação na imprensa regional*. Coimbra: Minerva Coimbra.

Campos Freire, F. (2008). Los principales grupos mediáticos de prensa y radiotelevisión controlan las concesiones estatales, autonómicas y locales de la TDT. En Túnnez, M. (coord.). *Emitiendo en Digital. Diseños de futuro en radio y televisión*. 9-48. Santiago de Compostela: CRTVG. Recuperado de: <http://www.conselloasesor-rtvegalicia.com/crtve/pdfs/emitiendo.pdf>

Canel, M. J. (1995). ¿Los medios de comunicación: cómplices del poder o representantes de los ciudadanos? Periodismo, poder y ciudadanía. X Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, Pamplona, 9 y 10 de noviembre.

Cantalapiedra, M. J. (1997). Periodistas locales, *ZER, Revista de Estudios de Comunicación* (3), 169-182. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer03-11-cantalapiedra.pdf>

Cantalapiedra, M. J. y del Hoyo, M. (1996). “Civic Journalism”, un nuevo intento de servir al interés público. *Estudios de Periodística. IV Congreso Sociedad Española de Periodística*, 199-210. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Vigo.

Castro Nogueira, L; Castro Nogueira, M. A; Morales Navarro, J. (2005). *Metodología de las ciencias sociales*. Madrid: Tecnos.

Castañares, W. (2014). *Transformaciones digitales y prácticas discursivas en el periodismo contemporáneo*. En IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación AE-IC “Espacios de comunicación”. Bilbao, 21-24 de enero de 2014.



Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red*. Vol. 1 Madrid: Alianza Editorial.

Cavadas Gormaz, M. J. (2015). Aquí hablo yo. Las instituciones monopolizan la agenda informativa. En Rodríguez J. M. (ed.): *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enred@da*, 94-116 Actas del XXI Congreso Internacional Sociedad Española de Periodística. Zaragoza, 19 y 20 de junio de 2015. Universidad San Jorge. Recuperado de <http://periodistica.es/v5/wp-content/uploads/2016/04/XXI-Congreso-Internacional-SEP.-2015.pdf>

Centro de Investigación Operativa: Universidad Miguel Hernández (2016). Imagen, impacto, reputación y liderazgo de los medios de comunicación en la ciudad de Elche. Documento interno no publicado.

Cebrián Herreros, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Barcelona: Paidós.

CECUV (2015). Bases per a la renovació de l'espai comunicatiu valencià i la restitució del servei públic de radiotelevisió. Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes. Informe de la Comissió d'Experts en Comunicació de les Universitats Valencianes. Valencia, 20 de noviembre de 2015.

Cerdà, P. (18/3/2010). Empresarios de televisiones locales se querellan contra Pons por dar 13 licencias de TDT a un imputado en Gurtel. *Diario Levante EMV*, Recuperado de: <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2010/03/18/empresarios-televisiones-locales-querellan-pons-dar-13-licencias-tdt-imputado-gurtel/688536.html>

Chaparro, M. (2002). *Sorprendiendo al futuro. Comunicación para el desarrollo e información audiovisual*. Barcelona: Los libros de la frontera.

Chiva Gómez, R. (2001): El estudio de casos explicativos. Una reflexión. *Revista de Economía y Empresa*, 15 (41), 119-132.

Chomsky, N. (2000). *Los guardianes de la libertad: Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.

Coller, X. (2005). *Estudio de casos*. Madrid: CIS.

Congreso de los Diputados (1995). Boletín Oficial de las Cortes Generales. V Legislatura, nº 299. Serie D Actos de Control, 28 de noviembre de 1995, p. 67  
Recuperado de:  
[http://www.congreso.es/public\\_oficiales/L5/CONG/BOCG/D/D\\_299.PDF](http://www.congreso.es/public_oficiales/L5/CONG/BOCG/D/D_299.PDF)

Consejo Audiovisual de Andalucía (2013). Informe sobre los contenidos por las televisiones bajo competencia del CAA (2012). Recuperado de: [http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1305/informe\\_emisiones\\_20121.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/informe/pdf/1305/informe_emisiones_20121.pdf)

- Consejo Audiovisual de Andalucía (2014). Memoria 2014.  
[http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1512/memoria\\_2014.pdf](http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/sites/default/files/publicacion/pdf/1512/memoria_2014.pdf)
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2009). Diagnòstic de la televisió digital terrestre local a Catalunya. Barcelona: CAC. Recuperado de:  
[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/reerca/estudis\\_recerca/Diagnostic\\_TDTLCat\\_231009.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/reerca/estudis_recerca/Diagnostic_TDTLCat_231009.pdf)
- Contreras, J.M. y Palacio, M. (2003). *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis
- Corbetta, P.G. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGrawHill.
- Corominas, M. (2009). *Televisió local a Catalunya*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans.
- Corominas, M. y López, B. (1994). España: les contradiccions del "model autonòmic". *Anàlisi* (17) 71-102. Recuperado de:  
<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/41225/94923>
- Corominas, M.; Guimerà, J. A.; Fernández, I. y Bonet, M. (2005). Políticas públicas de radio i televisió local en l'entorn digital a Espanya (1997-2004). *Trípodos*, extra 2005, 639-650.
- Corporación Multimedia y GPR Consultores (2003). *Libro Blanco del Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana*. Valencia: Generalitat Valenciana.
- Correia, J. C. (2004). Jornalismo regional e cidadania. Recuperado de:  
<http://bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-jornalismo-regional.html>
- Corts Valencianes (1994). Diari de Sessions. Comissió d'Investigació COSISTEL SAL celebrada el dia 21 de juliol de 1994. Recuperado de:  
[http://www.cortsvalencianes.es/DSCCVCGI/BASIS/DSCCV/WEB/DSCCV\\_PDF\\_V/DD/III%200000500%20%20%20CCO.pdf](http://www.cortsvalencianes.es/DSCCVCGI/BASIS/DSCCV/WEB/DSCCV_PDF_V/DD/III%200000500%20%20%20CCO.pdf)
- D. A. (17 de diciembre 1994). El fiscal cita a declarar como inculpados a los siete miembros del Consejo de Cosistel. *ABC*, p.71 Recuperado de:  
<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1994/12/17/071.html>
- (25 de mayo 1994). Lerma, agobiado por el escándalo Cosistel, exime de toda responsabilidad a su consejero Martín Sevilla. *ABC*, p.69. Recuperado de:  
<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1994/05/21/069.html>

De Haro Izquierdo, F. (2008). *Un modelo de análisis de la estrategia informativa en las redes de televisión local. El caso de Popular TV*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid. Recuperado de:

<file:///C:/Documents%20and%20Settings/Isabel/Mis%20documentos/Downloads/Dialnet-UnModeloDeAnalisisDeLaEstrategiaInformativaDeLasRe-8303.pdf>

De la Torre, A. (27 de enero 1987). El cierre de videos comunitarios vulneró el derecho a la libertad de expresión. *ABC- Sevilla-*, p. 27 Recuperado de: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1987/01/27/032.html>

De Moragas, M. (2003). Televisión de proximidad en la era global. En Martínez Hermida (ed.) *Televisiones locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*, 36-44. Santiago de Compostela: Universidad de Santiago de Compostela

De Moragas, M. y Garitaonandía, C. (1994). Les regions a l'espai audiovisual europeu. *Anàlisi*, (17), 13-28 Recuperado de:

<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/issue/view/3578>

- (1995) (eds.). *Decentralization in the global era*. Londres: John Libbey.

De Moragas, M.; Garitaonandía, C. y López, B. L. (1999). *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

De Moragas, M. y Prado, E. (2012). Repensar la televisión pública en el contexto digital. *Portal de la Comunicación*, 9. Recuperado de:

<http://www.portalcomunicacion.com/both/opc/tvp.pdf>

Denzin, N. K. (1970). *Sociological Methods*. London: Aldine Transaction.

Díaz, R.; González, J. y Aparicio, D. (2015). Parámetros de calidad en la información de televisión. La metodología del observatorio de la calidad de la información en televisión. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* (30) Recuperado de: <http://ambitoscomunicacion.com/2015/parametros-de-calidad-en-la-informacion-de-television-la-metodologia-del-observatorio-de-la-calidad-de-la-informacion-en-television/>

Díaz Noci, J. y Palacios, M. (eds) (2009). *Ciberperiodismo: métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Díaz Nosty, B. (1998). *Informe anual de la comunicación. Estado y tendencias de los medios en España*. Madrid: Grupo Zeta.

Domingo, D. (2006): La immediatesa com a valor fonamental del periodisme digital: conseqüències en el treball diari de quatre redaccions digitals. *Revista de recerca i d'anàlisi*, (21) 51-61.

Domingo, D (coord.); Alborch, F.; Araüna, N. (2009). La informació de proximitat als informatius televisius catalans. *Observatori de la Comunicació Local (InCom-UAB)* Departament d'Estudis de Comunicació. Universitat Rovira i Virgili. Tarragona. Recuperado de: [www.portalcomunicacion.com/ocl/download/Informe\\_Infolocal.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/ocl/download/Informe_Infolocal.pdf)

Domínguez, D. C. y Barbosa, M. V. (2013). El periodisme digital de proximitat. Història i usos actuals. Estudi de Vilaweb local i del portal Madridiario. *Anàlisi*, (49), 29-42. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/304844>

Eco, U. (1986). *La estrategia de la ilusión*. Barcelona: Lumen

Echegaray, L. (2015). Los nuevos roles del usuario: audiencia en el entorno comunicacional de las redes sociales. En Quintas Froufe y González Neira (coord.) *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social*, 27-46. Madrid: AIMC

Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*. Vol. 14, (4). DOI: <http://dx.doi.org/10.5465/AMR>

El Mundo (13 de noviembre de 2015). El PP dio días antes de irse una red de 14 TDT a "Levante" e "Información". *El Mundo*. Recuperado de: <http://www.elmundo.es/comunidad-valenciana/2015/11/13/5645a5f1ca47411e728b4577.html>

El País (18 diciembre 2002). Zaplana alentó un grupo mediático en torno a Tabarka Media. *El País*. Recuperado de: [http://elpais.com/diario/2002/12/18/cvalenciana/1040242686\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2002/12/18/cvalenciana/1040242686_850215.html)

Empreses Audiovisuales Valencianes Federades (2014). *Propuesta para una nueva Televisión Valenciana*. Valencia: EAVF.

Entman, R. (1993). Framing: toward a clarification of a factored paradigm. *Journal of Communication*, (43) 51-58.

Escobar Roca, G. (2004). *El derecho de la televisión: situación y perspectivas en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Dykinson.

Esteve Ramírez, F (2003). Contenidos informativos especializados en radio y televisión locales. En López Lita, Fernández Beltrán y Vilar Moreno (eds.). *Radio y televisión en el ámbito local* 323-332. Castellón: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Farias, P. y Multigner, G. (eds.) (1995). *La televisión local ante el reto del cable*. Zaragoza: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial.

Fariñas Martín, J. (2008). *La televisión local en España: el modelo de negocio de "Popular Televisión"(2002-2006)*. Universidad Complutense de Madrid: Servicio de Publicaciones.

Feagin, J.R.; Orum, A.M. y Sjoberg, G. (1991). *A Case for the Case Study*. North Carolina: The University of North Carolina Press.

Fernández Alonso, I; Corominas, M; Bonet, M; Guimerà i Orts, J.A. y Sanmartín Navarro, J. (2007). Políticas de Implantación de la TDT local en España (2005-2006): los casos de las Comunidades Autónomas de Islas Baleares, Madrid, Región de Murcia, Comunidad Valenciana, Galicia, Cataluña y Aragón. *Observatorio (OBS\*) Journal* 1, 205-224. Recuperado de: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/46/72>

Fernández del Moral, J.; Quesada, M.; Sánchez Aranda, J.J. y León, B. (2008). Estudio de los informativos españoles de televisión de cobertura nacional. En Bienvenido León (coord.) *Transformar la televisión. Otra televisión es posible*, 121-147. Sevilla: Comunicación Social.

Fernández Peña, E. (1999). Orígenes y desarrollo de la televisión por cable en los Estados Unidos y España. ¿Camino bacheado hacia una autopista común? *Revista Latina de Comunicación Social*, 21. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999dse/43va5.htm>

(2001). Los servicios de televisión por cable en España (1996-2000): operadores, contenidos y consumos. Tesis doctoral. Universidad del País Vasco: Leioa (Vizcaya)

Ferrero Olivet, E. (2013). *Televisión Local Digital en la Comunidad Valenciana. Caso Berca TV*. Trabajo Final de Grado. Universidad Politécnica de Valencia. Gandía (Valencia), España.

Flores Vivar, J. M. (2015). Periodismo hiperlocal, sinergia de dos entornos. *Cuadernos de periodistas: revista de la Asociación de la Prensa de Madrid*, (29), 38-54. Recuperado de: <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodismo-hiperlocal-sinergia-de-dos-entornos/>

Fontcuberta, M. y Guerrero, C. (2006). Simplificación periodística: La realidad como mosaico. *Cuadernos de Información. Escuela de Periodismo* (19), 30-35.

Fortuny i Batalla, J. (2012). El futur de la televisió a l'espai català de comunicació. Barcelona: ESCACC. Recuperado de: [http://www.amic.media/media/files/file\\_352\\_384.pdf](http://www.amic.media/media/files/file_352_384.pdf)

Francés, M. (2011). Producción y multidifusión de contenidos audiovisuales. En M. Francés (coord.) *Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión*, 187-224. Madrid: Instituto RTVE

(2015). La producción audiovisual ante la crisis del sistema televisivo El caso de RTVV. En Marzal, J. (ed.) *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*, 187-216. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

Fundesco (1994). *Anuario de la Comunicación Social*. Madrid: Fundesco.



Gallego, J. (1999). Els serials catalans: un nou producte amb denominació d'origen. *Anàlisi*, (23), 17-24. Recuperado de:  
<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/issue/view/1261/showToc>

Gandolfo Mollá, E. (2009). Contradicciones en la digitalización de la estructura territorial de la Corporación RTVE: entre el sucursalismo y la promoción de la cohesión territorial. *Revista Latina de Comunicación Social*, (64) 508-525. Recuperado de  
[http://www.revistalatinacs.org/09/art/42\\_841\\_ULEPICC\\_14/51Gandolfo.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/42_841_ULEPICC_14/51Gandolfo.html)

García Avilés, J. A. (1995). Los informativos locales: Radiografía de un medio en expansión. *Periodismo, poder y ciudadanía*, 218-250. X Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, Pamplona, 9 y 10 de noviembre 1995.

- (1996). *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*. Pamplona: Eunsa.

- (2002). Periodismo polivalente y convergente. Riesgos y oportunidades para el periodismo audiovisual. *Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui*, (79), 38-43. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/160/16007907.pdf>

- (2006). *El periodismo audiovisual ante la convergencia digital*. Elche: Universidad Miguel Hernández.

- (2007). El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia de la Unión Europea. *Anàlisi* (35), 47-63. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2386513>

- (2013). Infoexpres. En G. López (ed) *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*, 201-209. Valencia: Tirant lo Blanch

- (2015). *Comunicar en la Sociedad Red: Teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC

- (2016). “La información ya no es lo que era”. Diez propuestas sobre el periodismo en la Sociedad Red. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 3, (5) 1-8. Recuperado de:  
<http://www.novosmedios.org/revista/index.php/AEICp/article/view/128/118>

García Avilés, J. A. y Arias, F (2009): La fortaleza de la radio en tiempos de crisis. En González, J. L. (ed.) *El Estado de la Comunicación en Elche*, 47-58. Elche: Limencop

García Avilés, J.A y Carvajal, M (2010). Convergencia de medios en la Comunidad Valenciana: casos y estrategias predominantes. En López García, G. (ed) *El ecosistema comunicativo valenciano*, 289-304. Valencia: Tirant lo Blanch.

García Avilés, J. A. y González Esteban, J. L. (2012). Cibermedios nativos españoles: explorando modelos de rentabilidad. *Tripodos*, (30), 153-167. Recuperado de: [http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/50/33](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/50/33)

García Avilés, J. A.; León, B.; Sanders, K. y Harrison, J. (2004). Journalists at digital television newsrooms in Britain and Spain: workflow and multiskilling in a competitive environment. *Journalism Studies*, 5, (1) 87-100.

García Matilla, A. y Pérez, F. (1997). La televisión local como propuesta innovadora de comunicación. En *Radiotelevisión pública local y alternativas*. Sevilla: EMA-RTV

García Muñoz, J. A. (2005). Los contenidos en las televisiones locales. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 13 (25). Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/indice/abstract.php?numero=25-2005-098>

García Muñoz, N. y Larrègola, G. (2010). Modelos de programación. Contenidos digitales para la nueva televisión. *Telos* (84), 65-71. Recuperado de: [file:///C:/Users/Master/Downloads/telos\\_84.pdf](file:///C:/Users/Master/Downloads/telos_84.pdf)

García Santamaría, J. V. y Fernández Beaumont, J. (2011). Los grupos de comunicación y la televisión en España: la continuidad del oligopolio mutante. En Casero, A. y Marzal, J. (eds.): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*, 156-169 Sevilla: Comunicación Social.

Garitaonandia, C. (1990). Política, radiotelevisión y lenguas vernáculas en Europa. En Sánchez, J. F. (ed.). *El nuevo mapa informativo europeo, IV Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información*. Pamplona: Eunsa.

- (2000). El mosaico audiovisual: las televisiones regionales en Europa. En Aubach Guiu y Rubio Lacoba (coord.) *Actas del II Congreso Internacional Comunicación Audiovisual y Desarrollo de las Regiones*, 41-64. Salamanca: Publicaciones U.P.S.

Gavaldà, J. (2009). La televisión digital terrestre, en sus segundas partes. En: Francés, M. *Hacia un nuevo modelo televisivo*, 141-158. Barcelona: Gedisa.

Geisler, J. (2000). What it takes: Cultivating quality in local TV news. Washington, DC: NewsLab.

Gil Puértolas. L. (2015). El caso de la delegación territorial de RTVV en Castelló. En Marzal, J. (ed.): *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*, 235-25. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions

Gómez Escalonilla, G. (2002). Historia de la programación televisiva en España. *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, (52), 27-35. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=52.htm>

Gómez Mompart, J. LL. y Martínez Gallego, F.A. (2015). Del ERE de los 1.200 al cierre de RTVV. En Marzal, J.; Izquierdo, J. y Casero, A. (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, 145-172. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

González, S. (2005). La geografía escalar del capitalismo actual. *Geo Crítica/Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía*, Vol. IX. 189. Barcelona: Universidad de Barcelona. Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-189.htm>

González Esteban, J. L. (2009). Modelos de periodismo local y estrategias ante la crisis: el caso del News & Observer. *Revista Latina de Comunicación Social* (64) 151-160. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/09/art/14\\_813\\_11\\_MH/JL\\_Gonzalez\\_Esteban.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/14_813_11_MH/JL_Gonzalez_Esteban.html)

González Esteban, J. L.; González Mesa, I.; García Avilés, J. A. (2015). Periodismo televisivo de proximidad en Elche: la cohabitación entre RTVV y Tele Elx. En Marzal, J. (ed.) *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI*, 217-234. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

González Mateos, C. (2008). La producción de televisión en Televisión Española. En Olga Pérez et al. (coord.) *Detrás de la cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, 311-333. Madrid: Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de: [http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras\\_de\\_la\\_camara\\_22dc8431.pdf](http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras_de_la_camara_22dc8431.pdf)

González Mesa, I. (2009). Identidad lingüística e información local: el caso de Alicante. En González Mesa, González Esteban y Carvajal Prieto (eds). *Reinventar los medios locales*, 151-160 GICOV UMH. Murcia: Diego Marín.

- (2013). El reportaje en la televisión local, ¿un género en vías de extinción? En García Avilés, Del Campo y Arias (ed.). *El reportaje televisivo. Hibridación y auge de un género*, 171-178. GICOV UMH. Murcia: Diego Marín.

González Mesa, I.; González, J. L., y Carvajal, M. (ed.) (2009). *Reinventar los medios locales*. GICOV UMH. Murcia: Diego Marín.

Grotticelli, M. (1994). The One Man News Band. *Videography*, 44-54.

Guerrero, C.A. (1998). Contenido y audiencia de los informativos: Canal Sur TV y TVE en Andalucía. Una aproximación metodológica. *Ámbitos* (1) 199-222. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/96132>

Guersi, M. (1 de noviembre 2012). Mollà defiende la TV dirigida por la pareja de su padre". *ABC*. Recuperado de: <http://www.abc.es/20121101/alicante/abcp-molla-defiende-dirigida-pareja-20121101.html>



Guillamet, J. (2010). La prensa comarcal o la fuerza de la proximidad. En Associació Catalana de la Premsa Comarcal: *Libro Blanco 2010 de la premsa comarcal*, 15-23. Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local.

Guimerà, J.À. (2006). *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976–2005)*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra (Barcelona). Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4192/jago1de1.pdf?sequence=1>

- (2010) Polítiques de televisió, canvi tecnològic i proximitat a Catalunya. *Quaderns del CAC*, 13(35), 13-21. Recuperado de: [https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q35\\_Guimera.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q35_Guimera.pdf)

- (2011) Modelos de negocio de la TDT-L privada en Catalunya: Entre la sostenibilidad económica y la viabilidad legal. *Ámbitos*, (20), 271-288 Universidad de Sevilla. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16821321014>

- (2016). La reformulación del modelo de televisión de proximidad en el contexto de la crisis económica en Cataluña (2008-2014). *Observatorio (OBS\*) Journal*, vol.10 (2), 129-149. Recuperado de: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs?x>

Guimerà, J. À. y Alborch, M. (2012). La crisis de la televisión pública local en España: el caso de Cataluña. *Revista Latina de Comunicación Social*, 66. Recuperado de: [www.ull.es/publicaciones/latina/11/art/934\\_UAB/](http://www.ull.es/publicaciones/latina/11/art/934_UAB/)

Guimerà, J. À. y Blasco Gil, J. J. (2012). La formación histórica del sistema televisivo autonómico público en España (1982-2011). En de Bustos J.C. y Casado, M.A (eds.): *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*, 33-57. Barcelona: Gedisa.

Guimerà, J. À. y Bonet, M. (2012). El modelo de negocio en cadena en Cataluña: del éxito radiofónico al fracaso televisivo. *Quaderns del CAC* (38) 97-103. Recuperado de: <http://dialnet.unirioja.es/ejemplar/314237>

Guimerà, J. À. y Fernández, I. (2014). Redes de sindicación de contenidos y dinamización de la televisión local. El caso de Cataluña (1998–2011). *Telos*, 98. Recuperado de: [https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es\\_ES&id=2014062614110001&activo=6.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2014062614110001&activo=6.do)

Gummeersson, E. (2000): *Qualitative Methods in Management Research*. California: SAGE Publications.

Hamel, J. (1992). *The case method in sociology*. California: SAGE Publications.

Harrison, J. (2010). User-generated content and gatekeeping at the BBC hub. *Journalism Studies*, 11 (2), 243-256.

Herrero, P. M. (1987). Elche burla el monopolio de TVE. *Época* (122), 62-66.

Herrero, E. (2013). *Periodistas y redes sociales en España. Del 11 M al 15 M. (2004-2011)*. Tesis doctoral. Universidad Carlos III. Madrid

Humanes, M. L. (2001). El encuadre mediático de la realidad social. Un análisis de los contenidos informativos en televisión. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, (11), 119-141. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer11-05-humanes.pdf>

Humanes, M. L. y Igartua, J. J. (2004). El encuadre noticioso de la realidad. Reflexiones teórico-metodológicas sobre el concepto de framing. *Quaderns de Filologia*, vol. VIII, 201-217

Igartua, J. J.; Humanes, M. L.; Cheng, L.; García, M.; Gomes, D.; Niño, M.; Amaral, N.; Canavilhas J.; García, A. R. y Gomes, A. M. (2003). Medios de Comunicación e Inmigración. El análisis de los encuadres noticiosos en la prensa española. *Encuentros en Psicología Social*, (4), 158-164.

Igartua, J. J. y Humanes M. L. (2004). *Teoría e investigación en Comunicación Social*. Madrid: Síntesis.

Igartua, J.J y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y la televisión españolas. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, (16), 87-104. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer16-06-igartua.pdf>

Iglesias, Z. (2005). Las televisiones locales y sus contenidos informativos: Los noticiarios de producción propia en las emisoras de Castilla y León. *Sphera Pública*, (5), 241-258. Recuperado de: <http://sphera.ucam.edu/index.php/sphera-01/article/view/31>

- (2006). *La información en la televisión local: las emisoras de Castilla y León*. Sevilla: Fragua.

Iglesias García, M. (2010): *Un model de periodisme per a la Xarxa: el cas de VilaWeb*. Tesis doctoral. Universitat d'Alacant. Alicante. Recuperado de: [http://www.academia.edu/1255827/Un\\_model\\_de\\_periodisme\\_per\\_a\\_la\\_Xarxa\\_el\\_cas\\_de\\_VilaWeb](http://www.academia.edu/1255827/Un_model_de_periodisme_per_a_la_Xarxa_el_cas_de_VilaWeb)

Infotécnica: Estudios de audiencia de televisión. Localia Elche (2003/04). Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/11156/>

- (2005/04) Estudios de audiencia de televisión. Localia Elche Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/14437/index.pdf>

- Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. (2005/01) Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/14930/index.pdf>

- (2006/01) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/17345/index.pdf>
- (2007/04) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/20090/index.pdf>
- (2007/06) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/20109/index.pdf>
- (2008/02) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/20965/index.pdf>
- (2009/03) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/21565/index.pdf>
- (2010/04) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/22100/index.pdf>
- (2011/04) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/22548/index.pdf>
- (2012/05) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/22780/index.pdf>
- (2013/05) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/22948/index.pdf>
- (2014/05) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/23094/index.pdf>
- (2015/ 05) Estudios de audiencia de televisión. Tele Elx. Recuperado de: <http://www.audiencia.org/estudios/24002/index.pdf>

Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: The University of Chicago Press.

Izquierdo Labella, L. (2010). *Manual de periodismo local*. Madrid: Fragua.

J. B. (8 de junio de 2011). El grupo Mediamed entra en concurso de acreedores. *Expansión.com*. Recuperado de: <http://www.expansion.com/2011/06/07/valencia/1307471359.html>

Jensen, K. B. y Jankowski, N. W. (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.

Jerónimo, P. (2013). *Ciberjornalismo de proximidade: A construção de notícias online na imprensa regional em Portugal*. Tesis doctoral. Universidad de Porto. Oporto, Portugal.

Jones, D. (1999). El video doméstico. Transformación del mercado audiovisual. *Telos*, 21, 27-46.

Kepplinger, H. M. y Weissbecker, H. (1991). Negativität als Nachrichtenideologie. *Publizistik*, (23), 537-556.

Kingsley, B. (1997). R&D Value Mapping: A New Approach to Case Study-Based Evaluation. *Journal of Technology Transfer*, 2 (22), 33-42.

Kurtz, H. (15 de mayo de 1995). Tuning Out Traditional News. *The Washington Post*, p. 6.

Larrañaga, J. (2008). La práctica profesional en el proceso de convergencia mediática. Una aproximación metodológica Estudio del caso del grupo local de comunicación GOIENA Komunikazio Zerbitzuak, Koop. E. *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, (37), 93-108.

- (2007). Perfil profesional y laboral del periodista digital en el País Vasco. En Díaz Noci, J. et al. *Impacto de internet en los medios de comunicación vascos*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

Labio Bernal, A. (2003). Medios de comunicación y propaganda. El caso de Elián González. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, (9), 189-202 Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=860270>

Lasagni, M. T. y Richeri, G. (2010). *Televisión y calidad: el debate internacional*. Buenos Aires: La Crujía.

Laswell, H. D. (1948). *Power and Personality*. Norton & Company. Nueva York.

Latour, M. (1 de abril 2011) Las cosas claras. *Información*. Recuperado de: <http://www.diarioinformacion.com/opinion/2011/05/01/cosas-claras/1121881.html>

Lazarsfeld, P. y Robinson, W.S. (1940). The Quantification of Case Studies. *Journal of Applied Psychology*, 24 (6), 817-825.

Leonard, D. y Mcadam, R. (2001). Grounded theory methodology and practitioner reflexivity in TQM research. *International journal of quality and reliability management*, 18 (2) 180-194.

Leonardo Murolo, N. (2009). Nuevas pantallas frente al concepto de televisión: Un recorrido por usos y formatos. *Razón y Palabra*, (69), 67-78.

Levante (5 de noviembre 2013). El Consell cierra RTVV. *Levante –EMV-*. Recuperado de: <http://www.levante-emv.com/comunitat-valenciana/2013/11/05/consell-estudia-cierre-rtvv/1048197.html>

López, B. (1998). Televisión de proximidad y culturas minoritarias: complejidades de una relación. Ponencia presentada en el Congreso sobre Comunicación y Cultura. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega, 11 y 12 de octubre de 1998. Recuperado de: <http://www.portalcomunicacion.com/ocl/esp/pdf/tvprox.pdf>

López, B.; Risquete, J. y Castelló, E. (1995). España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal. En Moragas, M; Garitaonandía, C y López, B. (eds) *Televisión de proximidad en Europa*. Bellatera: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

López Cantos, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. Barcelona: Aldea Global

- (2007). El panorama de la TDT en la Comunidad Valenciana. En: Marzal, J. y Casero, A. (eds). *El desarrollo de la televisión digital en España*, 81-96. La Coruña: Netbiblo.

López Escobar, E. y Bertrand, C.J. (1986). *La TV por cable en América y Europa*. Madrid: Fundesco.

López García, G. (ed.) (2012). *Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana*. Valencia: Tirant lo Blanch.

López García, X. (1999). La información de proximidad en la sociedad global. Estrategias de comunicación local en la era global o cómo mantener la identidad en un mundo glocal. *Revista Latina de Comunicación Social*, 13. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/140xose.htm>

- (2004a). *Desafíos de la comunicación social: guía para la práctica de la información en los ámbitos de proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.

- (2004b). Periodismo de servicio en la prensa local de Galicia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* (10), 129-137. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0404110129A/12578>

- (2005). La prensa local en España. Redescubrir el valor de la proximidad. *Telos*, (63). Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=4&rev=63.htm>

- (2008). *Ciberperiodismo en la proximidad*. Sevilla: Comunicación Social.

López García, X; Galindo, F y Villar, M. (1998). El valor social de la información de proximidad. *Revista Latina de Comunicación Social*, (7). Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/68xose.htm>

López García, X. y Macía Mercadé, J. (2007). *Periodismo de proximidad*. Madrid: Síntesis.

López García, X; Toural Bran, C.; Rodríguez Vázquez, AI.; Silva Rodríguez, A. (2015). Cibermedios de proximidad en España y Portugal en las redes sociales: vías para estrechar vínculos en comunidades locales. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 833-858. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1074/44es.html>

López Lita, R.; Fernández Beltrán, F. y Vilar Moreno, F. (eds.) (2003). *Radio y televisión en el ámbito local*. Castellón de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.

Luzón, V. (2001). *La irrupción de Internet en las rutinas productivas de los informativos diarios televisivos. El caso de TV3, Televisió de Catalunya*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra.

Luzón, V. y Ferrer, I. (2008). Abordar el discurso informativo: ¿hay telebasura informativa? En Bienvenido León (coord.) *Transformar la televisión. Otra televisión es posible*, 148- 154. Sevilla: Comunicación Social.

Mainer Blanco, B. (2015). La influencia de los lectores de hoy en la producción de los contenidos informativos. En J.M Rodríguez (ed.). *Repensar los valores clásicos del periodismo. El desafío de una profesión enred@da*. Actas del XXI Congreso Internacional Sociedad Española de Periodística. Zaragoza, 19 y 20 de junio de 2015. Universidad San Jorge. Recuperado de: <http://periodistica.es/v5/wp-content/uploads/2016/04/XXI-Congreso-Internacional-SEP.-2015.pdf>

Marcos Calvo, A. J. (2008). Las televisiones autonómicas públicas. En Olga Pérez et al. (coord.) *Detrás de la cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, 311-333. Madrid: Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de: [http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras\\_de\\_la\\_camara\\_22dc8431.pdf](http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras_de_la_camara_22dc8431.pdf)

Martín Barbero, J. (2010). La televisió: Una qüestió d' espais entre proximitats i distàncies. *Quaderns del CAC*, (35), 5-11.

Martínez Gallego, F.A. (2013). Medios de comunicación y escándalos de corrupción en España: ¿denunciantes, magnificadores, cómplices? *Obets*, vol 8 (1). Recuperado de: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/29235>

Martínez Hermida, M. (2001). Televisión local en Galicia: unha aproximación á comunidade de interese e ás relacións mediocomunidade. *Estudios de Comunicación*, (0), 169-178. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5439860>

- (2002). *Televisiónes Locales en Europa: Proximidad, Programación y Políticas de Comunicación*. Santiago de Compostela: Unidigital.

Martínez Hermida, M. (2007). Televisión digital y periferia: Ciudadanos y medios ante el mapa de la TDT-L en Galicia. En Marzal, J. y Casero, A. (eds.). *El desarrollo de la televisión digital en España*, 55-68. La Coruña: Netbiblo.



Martínez Juan, A. (2003). Los retos del periodismo local en la red: hacia una definición del espacio local en la Era global. En *Sala de Prensa* nº 59. Recuperado de:  
<http://www.saladeprensa.org/art483.htm>

Martínez Nicolás, M.; Tucho, F. y García de Madariaga, J.M. (2005). Democracia digital: Nuevos medios y participación ciudadana. Experiencias en la red de la población inmigrante en España. *Portularia*. Vol. V. (2), 21-34. Recuperado de:  
<http://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/503/b1518655.pdf?sequence=1>

Marzal, J. (2015). Las televisiones públicas autonómicas en el escenario de la crisis. En Marzal, J (ed.) *Las televisiones públicas autonómicas del siglo XXI. Nuevos escenarios tras el cierre de RTVV*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions

Marzal, J. y Casero, A. (2008). La investigación sobre la televisión local en España: nuevas agendas ante el reto de la digitalización. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, (25), 83-106. Recuperado de:  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2885962>

- (2009). Las políticas de comunicación ante la implantación de la TDT en España. Balance crítico y retos pendientes. *Sphera Pública*, (9), 95-113.

Marzal, J.; Izquierdo, J. y Casero, A. (2015). La crisis de la televisión pública y el cierre de RTVV como síntoma. En Marzal, J.; Izquierdo, J. y Casero, A. (eds): *La crisis de La televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions

Masip, P. (2003). Presencia y uso de Internet en las redacciones catalanas. *Zer, Revista de Estudios de Comunicación*, (14), 29-42. Bilbao: UPV. Recuperado de:  
<http://www.ehu.es/zer/es/hemeroteca/etiquetas/internet/143>

- (2008). El ciberperiodismo en Catalunya: apuntes sobre el estado de la cuestión. En López García, G. (ed) *Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: cibermedios, confidenciales y weblogs*, 35- 46. Recuperado de:  
[www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf](http://www.cibermediosvalencianos.es/ComunicacionLocal.pdf)

Masip, P. y Micó, J. L. (2005). Rutinas periodísticas e internet en la información diaria. *Trípodos: Revista digital de comunicació. La utopía digital en los medios de comunicación: de los discursos a los hechos. Un balance. Edición extraordinaria*, 561-576. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/profile/Pere\\_Masip/publication/237402669\\_Rutinas\\_periodisticas\\_e\\_internet\\_en\\_la\\_informacin\\_diaria/links/0c96052ba1368e4718000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Pere_Masip/publication/237402669_Rutinas_periodisticas_e_internet_en_la_informacin_diaria/links/0c96052ba1368e4718000000.pdf)

Maxwell, J. A. (1996). *Qualitative research design: an interactive approach*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Mederos Cruz, S. L. (2013). Periodismo de proximidad: la radio local. En *Actas del V Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*. Universidad de La Laguna, diciembre 2013. Recuperado de:  
[http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/175\\_Mederos.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/175_Mederos.pdf)

Merrit, D. (1995). *Public Journalism and Public Life. Why telling the news is not enough*. Nueva York: Erlbaum Associates.

Micó, J. L. (2006). *Periodisme a la xarxa*. Barcelona: Eumo.

Miguel de Bustos, J. C. (2007). Cambios estructurales en marcha. Los grupos de comunicación españoles. En Bustamante (ed.): *Cultura y comunicación para el siglo XXI*, 185-213. Tenerife: Ideco.

Miguel de Bustos, J. C. y Casado del Río, M.A. (eds.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del mercado público de proximidad*. Barcelona: Gedisa.

- (2015). La crisis de la radiotelevisión pública autonómica. En Marzal, J; Izquierdo, J. y Casero, A. (eds). *La crisis de La televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, 61-78. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

Miles, M.B. y Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Miller, E.D. (1995). The Charlotte Project. Helping citizens take back democracy. *The Poynter Papers*, (4) San Petesburgo, Fla: The Poynter Institute for Media Studies.

Monclús, B. (2011). La influencia del contexto político en la configuración de las agendas mediáticas y los encuadres noticiosos en la información política emitida en los noticiarios televisivos españoles. *Actas del III Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*: Universidad de La Laguna, diciembre 2011. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas\\_2011\\_IICILCS/148\\_Monclus.pdf](http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/148_Monclus.pdf)

Monedero Morales, C. (2005). La televisión local pública: plataforma para contenidos de servicio al ciudadano. *Revista Comunicar*, (25) Recuperado de: <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-099>

- (2008). *La televisión local pública en Andalucía ante el reto digital en el contexto de otros modelos de proximidad europeos*. Tesis doctoral. Universidad de Málaga. Málaga.

- (2012). La televisión local pública como víctima de una desacertada evolución digital. *Actas del IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social*, diciembre 2012. Tenerife: Universidad de La Laguna. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012\\_actas/110\\_Monedero.pdf](http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/110_Monedero.pdf)

Moralejo Herreros, M. y Fernández Mourín, J. A. (2008). El proceso de desarrollo de la red de transporte y difusión de TVE. En Olga Pérez et al. (coord.) *Detrás de la cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, 291-297. Madrid: Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de: [http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras\\_de\\_la\\_camara\\_22dc8431.pdf](http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras_de_la_camara_22dc8431.pdf)

Musso, P. (1991). *Régions d'Europe et télévision*. París: Editions Miroirs.



- Mut Camacho, M. (2003). El futuro digital de la televisión local: hacia nuevos contenidos en la programación. En López Lita, Fernández Beltrán y Vilar Moreno (eds) *Radio y televisión en el ámbito local*, 427-436. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I.
- Navarro Güere, H.; Contreras, R.S.; García Medina, I.; Massana Molera, E. y González Romo, Z. F. (2012). *La premsa comarcal i el consum de noves pantalles*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID) de la Universitat de Vic. Recuperado de: [http://repositori.uvic.cat/bitstream/handle/10854/1836/artconlli\\_a2012\\_premsa.pdf?sequence=1](http://repositori.uvic.cat/bitstream/handle/10854/1836/artconlli_a2012_premsa.pdf?sequence=1)
- Navarro Moreno, J. A. (1999). *Televisión local. Andalucía: la nueva comunicación*. Madrid: Fragua.
- Neuendorf, K.A. (2002). *The content analysis guidebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Oliva, Ll. y Sitjà, X. (2011). El descenso de la calidad de los informativos de televisión. *Quaderns del CAC*, (36) 59-66. Recuperado de: [http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/q36\\_oliva\\_sitja\\_es.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q36_oliva_sitja_es.pdf)
- Oltra Albiach, M. A. (2011). *Els titelles i l'educació: propostes per a la incorporació dels titelles valencians als itineraris d'educació literaria i intercultural*. Tesis doctoral. Universitat de València. Valencia. Recuperado de: <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/78997/oltra.pdf?sequence=1>
- Ortells Badenes, S. (2009). La mercantilización de la información: la nueva era informativa en televisión. *Revista Latina de Comunicación Social*, (64) 341- 353. Recuperado de: [http://www.revistalatinacs.org/09/art/28\\_827\\_46\\_ULEPICC\\_07/Sara\\_Ortells.html](http://www.revistalatinacs.org/09/art/28_827_46_ULEPICC_07/Sara_Ortells.html)
- Pailliar, I. (1994). Le Mouvement Localiste. *Dossier de L'Audiovisuel*, (57), 6-12.
- Pardo Baldeón, R. S. (2013). Las aportaciones de la prensa de proximidad a la formación de comunidades locales. Veintidós años de Levante de Castelló. *Historia y Comunicación Social*. (18), 105-114.
- Patterson, T. (1994). *Out of order*. New York: Vintage Books.
- Paul, J. (1996). Between-method triangulation in organizational diagnosis. *The International Journal of Organizational Analysis*, 4(2), 135-153.
- Peralta, M. (2005). *Teleinformatius. La transmissió televisiva de l'actualitat*. Barcelona: Trípod.
- Pérez, P. (2005). La televisión local en Internet. En VV.AA. *La Universidad en la comunicación. La comunicación en la universidad*. Madrid: Edipo.
- Pérez Feijoo, P. (2008). *La evolución de la televisión local en el sistema audiovisual. Hacia la desaparición de las emisoras independientes en Galicia. El caso de Tele Vigo 1995-2007*. Tesis doctoral. Universidad de Vigo. Vigo (Pontevedra).

Pérez Oliva, M. (2 de agosto de 1983). El Gobierno legalizará RTV Cardedeu con una fórmula que permitirá crear nuevas televisiones de titularidad pública. *El País*. Recuperado de: [http://elpais.com/diario/1983/08/02/sociedad/428623201\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1983/08/02/sociedad/428623201_850215.html)

Peris Blanes, A. (2015). Canal 9 y el sector audiovisual valenciano: una relación traumática. En Rodríguez i Santonja (ed.) *Pasado, presente y futuro de RTVV*, 67-104. Valencia: Uno y Cero.

Picó, J. F. (3 noviembre 1995). El Partido Popular anuncia la reapertura de la investigación del caso Cosistel. *ABC*, p.76 Recuperado de: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1995/11/03/076.html>

Pillet Capdepon, F. (2008). Las escalas el espacio: desde lo global a lo local. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* Vol. XII, 270 (5). Recuperado de: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-270/sn-270-5.htm>

Piqueras, J.A.; Laguna, A.; Martínez, F.A. y Alaminos, A. (2011). *El secuestro de la democracia. Corrupción y dominación política en la España actual*. Madrid: Akal.

Platt, J. (1992). Cases of cases... of cases. En C.C. Ragin y H.S. Becker (eds) *What is a Case? Exploring the Foundations of Social Inquiry*, 21-52. Cambridge: Cambridge University Press.

Prado, E. (1994). El nuevo sistema radiofónico y la configuración del Estado: la sintonía de la radio española. En VV.AA. *Comunicación social /Tendencias. Informes anuales de Fundesco*, 235-239. Madrid: Fundesco.

- (2004). *La televisión local entre el limbo regulatorio y la esperanza digital*. Documento de trabajo. Fundación Alternativas. Madrid. Recuperado de: [http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/laboratorio\\_documentos\\_archivos/xmlimport-Fj0Jc0.pdf](http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/laboratorio_documentos_archivos/xmlimport-Fj0Jc0.pdf)

- (2010). Contenidos y servicios para la televisión digital. *Telos* (84) 47- 51. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2010083009560001&idioma=es>

- (2015). Indispensabilidad de la televisión pública en el universo convergente. En Marzal, J.; Izquierdo, J. y Casero, A. (eds.) *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, 39-60. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

Prado, E. y Delgado, M. (2010). La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación. *Telos* (84), 52-64. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3259227>

Prado, E. y de Moragas, M. (1991). *Televisión locales. Tipología y aportaciones de la experiencia catalana*. Barcelona: Colegi de Periodistes de Catalunya.

- (2002) *Les televisions locals a Catalunya. De les experiències comunitàries a les estratègies de proximitat*. Barcelona: CAC.

Quinn, S. (2005). Convergence's Fundamental Question. *Journalism Studies*. 6 (1), 29-38.

Ramón, F. (28 de marzo de 1987). Creado el primer canal de video comunitario. *Información*, p. 7.

- (26 de abril de 1987). "Teleelx" presentado en sociedad. *Información*, p. 9

Ramonet, I. (2002). *La tiranía de la comunicación*. Barcelona: Debate.

Ramos Miguel, A. (2008). La televisión por cable en España. En Olga Pérez et al. (coord.) *Detrás de la cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, 393-414. Madrid: Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de:

[http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras\\_de\\_la\\_camara\\_22dc8431.pdf](http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras_de_la_camara_22dc8431.pdf)

Ranaivoson, H.; Farchy, J. y Gansemer, M. (2013). Differentiated strategies for digital innovation on television: Traditional channels vs. new entrants. *Observatorio (OBS\*)*, 7 (4). Recuperado de: <http://www.obs.obercom.pt/index.php/obs/article/viewFile/659/638>

Reig, R. (2004). *Dioses y Diablos mediáticos*. Barcelona: Urano Tendencias.

Renés, P. (2013). Competencia mediática y digital en la programación de aula: implicaciones curriculares y formación profesional. En XVIII Congreso Internacional de Tecnologías para la Educación y el Conocimiento. Madrid: UNED, 26 a 29 de junio.

Reverte, P. (28 de diciembre de 1986). La Prensa, nuevo periódico de Cartagena. *El País*, p.37. Recuperado de:

[http://elpais.com/diario/1986/12/28/sociedad/536108404\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1986/12/28/sociedad/536108404_850215.html)

Rincón, O. (coord.) (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung.

Rodero Antón, E. y Merayo Pérez, A. (1997). *La información radiofónica en Castilla y León. Análisis de los informativos regionales*. Valladolid: Junta de Castilla y León.

Rodríguez Vázquez, A (2001). *Os informativos diarios nas televisions locais de Galicia. A información televisiva no espacio local*. Tesis doctoral. Universidad de Santiago de Compostela. Santiago de Compostela (La Coruña).

Romeo López, J. M. (2008). El inicio del servicio regular y la creación de la red básica. En Olga Pérez et al. (coord.) *Detrás de la cámara. Historia de la televisión y de sus cincuenta años en España*, 291-297. Madrid: Colegio Oficial y Asociación Española de Ingenieros de Telecomunicación. Recuperado de:

[http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras\\_de\\_la\\_camara\\_22dc8431.pdf](http://www.coit.es/foro/pub/ficheros/detras_de_la_camara_22dc8431.pdf)

Romero, J.C. (26 de abril de 1987). 15.000 ilicitanos ven TV por cable. *La Verdad*, p.9.

- (20 de abril 2011). Tele Elx seguirá emitiendo pese a que la Generalitat reitera la orden de cierre". *La Verdad*. Recuperado de:

<http://www.laverdad.es/alicante/v/20110420/elche/teleelx-seguira-emitiendo-pese-20110420.html>

Rosen, J. (1995). *Public Journalism: First Principles*. Nueva York: Kettering Foundation Report.

Rost, A. (2012): Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo. IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0. Recuperado de:

[https://www.academia.edu/2762807/Modelos\\_de\\_uso\\_y\\_gesti%C3%B3n\\_de\\_redes\\_sociales\\_en\\_el\\_periodismo](https://www.academia.edu/2762807/Modelos_de_uso_y_gesti%C3%B3n_de_redes_sociales_en_el_periodismo)

Rozados Oliva, M. J. (2001). *La Televisión Local por Ondas. Régimen Jurídico*. Granada: Editorial Comares.

RTVE.es (2008a). Adèu Miramar. Bon dia Sant Cugat. Recuperado de:

<http://www.rtve.es/alacarta/videos/arxiu/adeu-miramar-bon-dia-sant-cugat/364007/>

- (2008b) Història TVE Catalunya. Recuperado de:

<http://web.archive.org/web/20090303165303/http://www.rtve.es/television/20081119/historia-tve-catalunya/196195.shtml>

Ruano, S. (2010). Internet y la telefonía móvil. Nuevos soportes para distribuir contenidos audiovisuales. *Razón y Palabra*, (68). Recuperado de:

[https://www.razonypalabra.org.mx/N/n68/varia/PDF/9\\_Ruano\\_68.pdf](https://www.razonypalabra.org.mx/N/n68/varia/PDF/9_Ruano_68.pdf)

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2012). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sabés Turmo, F. (2002a). *La radio y la televisión local en el marco del sistema audiovisual aragonés*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra (Barcelona) Recuperado de: <http://www.tdx.cat/handle/10803/4102>

- (2002b). *La radio y la televisión local en Aragón*. Lleida: Milenio.

Salaverría, R. y García Avilés, J. A. (2008). La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo. *Tripodos*, (23), 31-47.

Salgado Losada, A. (2007). La credibilidad del presentador de programas informativos en televisión. Definición y cualidades constitutivas. *Comunicación y Sociedad*, (20) 1. Pamplona: Facultad de Comunicación. Universidad de Navarra.

Sánchez Noriega, J. L. (2002). *Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa*. Madrid: Tecnos.

Sanmartín Navarro, J. (2014). *Las políticas de televisión de la Generalitat Valenciana en las tres primeras legislaturas de gobierno del partido popular (1995-2007)*. Tesis doctoral. Universitat Autònoma de Barcelona. Bellaterra (Barcelona) Recuperada de: <http://www.tesisenxarxa.net/bitstream/handle/10803/285550/jsn1de1.pdf?sequence=1>

Sanmartín Navarro, J. y Bas Portero, J. J. (2008). La televisión digital local pública en la Comunidad Valenciana: estado de la cuestión. En Medina, M. y Faustino, P. (org.). *The changing media business environment*, Oporto: Media XXI.

Santos Díez, T y Pérez Dasilva, J (2004). La consolidación de las cadenas locales de televisión en el País Vasco. *Ámbitos*, (11-12), 201-211. Recuperado de: [http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11\\_12/dasilva.pdf](http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11_12/dasilva.pdf)

Saperas, E. y Gifreu, J. (1995). El formato de la información en las televisiones europeas. Elementos comunes y peculiaridades significativas. *Telos* (42), 35-47. Recuperado de: [https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num\\_042/opi\\_perspectivas4.html](https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_042/opi_perspectivas4.html)

Sarabia Andúgar, I (2004). *La televisión de proximidad en la región de Murcia*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

Sarabia Andúgar, I.; Sánchez Martínez, J. y Alonso Fernández, I. (2012). La externalización como estrategia de creación del tercer canal. *Tripodos*, (29), 101-115. Recuperado de: <http://www.raco.cat/index.php/Tripodos/article/viewFile/265082/352665>

Schudson, M. (1995). *The Power of News*. Cambridge: Harvard University Press.

Semetko, H. y Valkenburg, P. (2000). Framing european politics: a content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, (2) 93-109.

Serrano, P. (2010). *Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Madrid: Akal

Soler Campillo, M. y Marzal Felici, J. (2015). La relevancia estratégica de RTVV en el sistema comunicativo valenciano y para el desarrollo económico, social y cultural de la Comunidad Valenciana. En Marzal J., Izquierdo, J. y Casero, A. (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, 113-144. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

Soto, M. y Ribes, X. (2003). Del impulso a la inercia. Evolución de la TDT en España. *Telos*, (57), 42-51.

Stake, R. E. (1998): *Investigación con estudio de casos*. Madrid: Morata

Strauss, A.L y Corbin, J. (1990): *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory, procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage.

Tele Elx (2007). Una televisión hecha por profesionales. *Tele Elx: 20 años creciendo contigo (1987-2007)*, 31. Elche: Tele Elx.



Tele Elx Revista (1992). De nuevo con ustedes. *Tele Elx Revista*, (1), p.3

Tele Nit (15 de diciembre 2010). Expediente sancionador a Tele Elx. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=vLRQpzf5yXQ>

Torres Flores, A. (2012). *Los primeros ojos de Andalucía*. Granada: Universidad de Granada

Torres Quintero, M. J. (2013). Lo hiperlocal y la renovada relación entre periodismo y sociedad. *Revista Electrónica Conocimiento Libre y Licenciamiento*, 6 (4), 50-54.

Recuperado de:

[http://convite.cenditel.gob.ve/files/2013/12/RevistaCLIC\\_Ensayos\\_MTorres.pdf](http://convite.cenditel.gob.ve/files/2013/12/RevistaCLIC_Ensayos_MTorres.pdf)

Vacas, F. (1999). Las televisiones locales en Extremadura. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, (7), 219-236. Recuperado de:

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-12-vacas.pdf>

Valkenburg, P., Semetko, H. y de Vreese, C. (1999). The effects of news frames on reader's thoughts and recall. *Communication Research*, 26 (5), 550- 569.

Valenciano, P. (26 de julio 2010). Periodismo Valenciano – Adiós, Tele 7 (II Parte). A mano. *Blog del periodista Pere Valenciano*. Recuperado de:

<http://perevalenciano.blogspot.com.es/2010/07/television-adios-tele-7-ii.html>

Valenzuela, A. (28 de enero 1987). El Supremo declara legal el vídeo comunitario al considerarlo un medio distinto a la televisión. *El País*, p. 38. Recuperado de:

[http://elpais.com/diario/1987/01/28/sociedad/538786802\\_850215.html](http://elpais.com/diario/1987/01/28/sociedad/538786802_850215.html)

Ventura Fernández, R. (2001). *La televisión por cable en España. Tendencias y estrategias*. Sevilla: Supercable-AUNA.

Vera, A. (2005). Diálogo entre lo cuantitativo y lo cualitativo en la investigación científica: El desafío de la triangulación. *Ciencia y Trabajo*, 7 (15), 38-40.

Vieytes, R. (2004). *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad: epistemología y técnicas*. Buenos Aires: De las ciencias.

Weaver, W. y Shannon, C.E. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois. Illinois.

Wimmer, R.D. y Dominick, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona. Bosch.

Xambó, R. (2010). Els mitjans de comunicació al País Valencià. *Arxius de sociologia*, (23) 3-16. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3679109>

Yin, R. K. (2003). *Case Study Research: Design and Methods*. London: Sage Publications Inc.

Zallo, R. (2015a). Análisis de la nueva Ley de Radio y Televisión Pública de Canarias. *Revista Latina de Comunicación Social*, (70), 322 - 346. Recuperado de: <http://www.revistalatinacs.org/070/paper/1049/19es.html>

- (2015b). Razones e implicaciones del cierre de Radiotelevisió Valenciana: pensar el futuro. En Marzal, J., Izquierdo, J. y Casero, A. (eds.): *La crisis de la televisión pública. El caso de RTVV y los retos de una nueva gobernanza*, 95-112. Universitat Autònoma de Barcelona: Servei de Publicacions.

Zorrilla Ruiz, J. (2002). Periodismo local, de vuelta a las raíces. En López Lita, López Beltrán y Durán Mañes (coords.) *La prensa local y la prensa gratuita*. ComLoc (Congreso de Comunicación Local). Castellón, 139-180.

## LEGISLACIÓN CONSULTADA

### AUTONÓMICA

Decreto 38/1998 de 6 de abril del Gobierno Valenciano por el que se establece el régimen de concesión de emisoras de radiodifusión sonora de FM y la inscripción de las mismas en el Registro de Concesionarios. DOCV 3.218 pp. 4659 [http://www.docv.gva.es/datos/1998/04/06/pdf/1998\\_2612.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/1998/04/06/pdf/1998_2612.pdf)

Resolución de 1 de julio de 2005, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se convoca concurso público mediante procedimiento abierto para la adjudicación de concesiones para la explotación de dos programas del servicio público de la televisión digital terrestre autonómica y se aprueban los pliegos de cláusulas administrativas particulares y de prescripciones técnicas por los que ha de regirse el citado concurso. DOGV nº 5.042, de 5 de julio de 2005, pp. 23856 – 23858 [http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/05/pdf/2005\\_X7799.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/05/pdf/2005_X7799.pdf)

Resolución de 11 de Julio de 2005, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la que se fija el plazo para la prestación por los ayuntamientos de solicitudes de concesión para la gestión directa de un programa de televisión local con tecnología digital. DOGV nº 5.053 del 20/07/2005, pp. 25214. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/20/pdf/2005\\_X8471.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2005/07/20/pdf/2005_X8471.pdf)

Resolución dictada con fecha 30 de enero de 2006 por el conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación de la Generalidad Valenciana por la que se adjudican las concesiones para la explotación de programas de televisión digital terrestre con cobertura local en la CV. DOCV nº 5.194, de 8 de febrero de 2006, pp. 5573-5574. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2006/02/08/pdf/dogv\\_5194A.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2006/02/08/pdf/dogv_5194A.pdf)

Resolución de 7 de Marzo de 2006, del conseller de Relaciones Institucionales y Comunicación, por la cual se aprueban los criterios que han de regir el procedimiento de concesión de programas de televisión digital local a los municipios por parte de la Generalitat. DOGV nº 5.221 de 17/03/2006, pp. 9996- 10002. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2006/03/17/pdf/2006\\_2963.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2006/03/17/pdf/2006_2963.pdf)

Ley 1/2006, de 19 de abril, de la Generalitat, del Sector Audiovisual. DOGV nº 5.243 del 21/04 2006/, pp. 14105- 14131. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2006/04/21/pdf/2006\\_4604.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2006/04/21/pdf/2006_4604.pdf)

Tribunal Supremo (2012). Sentencia nº 5128/2008 del Recurso de Casación contra la sentencia de la Sala de lo Contencioso-administrativo del Tribunal Superior de Justicia de Valencia de 18 de julio de 2008. Recuperado de:

<http://www.poderjudicial.es/portal/site/cgpi/menuitem.0cb0942ae6fbda1c1ef62232dc432ea0/?vgnextoid=c414ccddd4fb9310VgnVCM1000006f48ac0aRCRD&vgnnextchannel=3a20f20408619210VgnVCM100000cb34e20aRCRD&vgnextfmt=default>

Ley 4/2013 de Liquidación de RTVV de 27 de noviembre de 2013. DOCV nº 7162 de 28 de noviembre de 2013, pp. 34525. Recuperado de:

[http://www.docv.gva.es/datos/2013/11/28/pdf/2013\\_11491.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2013/11/28/pdf/2013_11491.pdf)

Ley 12/2015, de 29 de diciembre, para la recuperación del servicio público de radiodifusión y televisión de ámbito autonómico, de titularidad de la Generalitat. DOCV nº. 7689 de 31.12.2015 Recuperado de:

[http://www.docv.gva.es/portal/ficha\\_disposicion.jsp?id=24&sig=009941/2015&L=1&url\\_lista](http://www.docv.gva.es/portal/ficha_disposicion.jsp?id=24&sig=009941/2015&L=1&url_lista)

Acuerdo de 26 de febrero de 2016, del Consell, por el que se adjudican las concesiones administrativas para la explotación de tres programas del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, lote 13 - Valencia (Canal 23 TL06V), expediente número CNMY/05/ DGPI/62, y se transforman en licencias conforme a la normativa vigente. [2016/1792] DOCV nº 7739 de 11 de marzo de 2016. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2016/03/11/pdf/2016\\_1792.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2016/03/11/pdf/2016_1792.pdf)

Acuerdo de 22 de abril de 2016, del Consell, por el que se adjudican las concesiones administrativas para la explotación de tres programas del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, lote 5 - Elda (canal 30 TL06A), expediente número CNMY/05/ DGPI/62, y se transforman en licencias. [2016/2837]. DOCV nº 7768 de 26 de abril de 2016. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016\\_2837.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016_2837.pdf)

Acuerdo de 22 de abril de 2016, del Consell, por el que se adjudican las concesiones administrativas para la explotación de tres programas del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, lote 8 - Morella (canal 37 TL02CS), expediente número CNMY/05/DGPI/62, y se transforman en licencias. [2016/2838] DOCV nº 7768 de 26 de abril de 2016. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016\\_2838.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016_2838.pdf)



Acuerdo de 22 de abril de 2016, del Consell, por el que se adjudica una concesión administrativa para la explotación de un programa del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, lote 12 – Sagunto (canal 36 TL04V), expediente CNMY/05/DGPI/62, y se transforma en licencia. [2016/2839] DOCV nº 7768 de 26 de abril de 2016. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016\\_2839.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016_2839.pdf)

Acuerdo de 22 de abril de 2016, del Consell, por el que se adjudican las concesiones administrativas para la explotación de tres programas del servicio público de la televisión digital terrestre con cobertura local, lote 14 - Torrent (canal 35 TL07V), expediente número CNMY/05/ DGPI/62, y se transforman en licencias. [2016/2840] DOCV nº 7768 de 26 de abril de 2016. Recuperado de: [http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016\\_2840.pdf](http://www.docv.gva.es/datos/2016/04/26/pdf/2016_2840.pdf)

## **NACIONAL**

Ley 46/1983, de 26 de diciembre, reguladora del Tercer Canal de Televisión. BOE nº 4, de 5 de enero de 1984, pp. 247- 248. Recuperado de: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1984-250>

Ley 22/1987, de 11 de noviembre, de Propiedad Intelectual. BOE nº 275, de 17 de noviembre de 1987, pp. 34163- 34176. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-25628](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-25628)

Ley 31/1987, de 18 de diciembre, de Ordenación de las Telecomunicaciones. BOE nº 303, de 19 de diciembre de 1987, pp. 37409 – 37419. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1987-28143)

Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. BOE nº 108, de 5 de mayo de 1988, pp. 13666-13669. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1988-11073>

Ley 20/1992, de 7 de julio, de modificación de la Ley 22/1987, de 11 de noviembre de Propiedad Intelectual. BOE nº168, de 14 de julio de 1992, pp. 24125-a 24128. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-16413](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-1992-16413)

Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de Televisión por Satélite. BOE nº 308, de 24 de diciembre de 1992, páginas 43876 a 43877. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1992-28428>

Ley 41/1995, de 22 de diciembre, de Televisión Local por Ondas Terrestres. BOE nº 309 del miércoles 27 de diciembre de 1995, pp. 36940- 36944. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1995-27707>

Ley 42/1995, de 22 de diciembre, de las Telecomunicaciones por Cable, publicada en el BOE nº 306, de 23 de diciembre de 1995, pp. 36790 -36796. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1995-27555>

Ley 53/2002 de Acompañamiento de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. BOE nº 313, de 31 de diciembre de 2002, pp. 46086- 46191. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2002-25412](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2002-25412)

Ley 62/2003, de 30 de diciembre, de Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social. BOE nº 313, de 31 de diciembre de 2003 pp. 46874-46992. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-23936>

Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, que regula el Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local. BOE nº 85, de 8 de marzo de 2004.pp. 14694-14716. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2004/04/08/pdfs/A14694-14716.pdf>

Real Decreto 2268/2004, de 3 de diciembre, por el que se modifica el Real Decreto 439/2004, de 12 de marzo, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Local. BOE nº 292, de 4 de diciembre de 2004, pp. 40315-40321. Recuperado de: [http://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2004-20653](http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2004-20653)

Ley 10/2005, de 14 de junio, de Medidas Urgentes para el Impulso de la Televisión Digital Terrestre, de Liberalización de la Televisión por Cable y de Fomento del Pluralismo. BOE nº 142, de 15 de junio de 2005, pp. 20562-20567. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2005-10069>

Ley General de Comunicación Audiovisual 7/2010, de 31 de marzo de 2010. BOE nº 79. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>

Ley 6/2012, de 1 de agosto, de modificación de la Ley 7/2010, de 31 de marzo, General de la Comunicación Audiovisual, para flexibilizar los modos de gestión de los servicios públicos de comunicación audiovisual autonómicos. BOE nº 184, de 2 de agosto de 2012, pp. 55139 -55143. Recuperado de: [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-10385](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-10385)

Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, celebrada el día 16 de marzo de 2000, en relación con el Expediente 2000/1857. Recuperado de: [http://telecos.cnmc.es:8080/c/document\\_library/get\\_file?uuid=d0ef03a7-d4ab-4ce8-922d-e091332c828e&groupId=10138](http://telecos.cnmc.es:8080/c/document_library/get_file?uuid=d0ef03a7-d4ab-4ce8-922d-e091332c828e&groupId=10138)

## ANEXOS

### ENTREVISTAS<sup>143</sup>

Entrevista nº 1

Nombre: Luis Torres / Año de incorporación a Tele Elx: 1992

Puesto actual: Propietario (Asesor) / Puestos anteriores:

Entrevista realizada en dos sesiones, el 24/3/2014 y el 7/6/2014

---

#### 1.- ¿Cuál es el nombre actual de la empresa?

Servicios de Difusión de Televisión. Tele Elx S.A.

#### 2.- ¿Que puesto ocupa actualmente?

En la actualidad no ocupo ningún puesto en la administración de la empresa Tele Elx. Estoy como consejero no ejecutivo. Asesor.

#### 3.- ¿Qué otros puestos ocupó anteriormente?

Esto tiene que ver con la situación mercantil que atraviesa la casa que es peculiar. Cuando una sociedad mercantil está en la situación que está, pocas palabras bastan.

#### 4.- ¿En qué año entró usted a formar parte de Tele Elx?

En 1992. Se constituyó en el 87 y yo, con mi familia, entro a formar parte a través de otras sociedades y, por lo tanto, con control indirecto. El control directo por parte de mi familia lo adquirimos en 1992.

---

<sup>143</sup> Las seis entrevistas en profundidad incluidas en los anexos no han sido editadas, excepto lo necesario para hacer inteligible la oralidad del discurso. Hemos considerado conveniente hacer una transcripción literal de las informaciones aportadas por nuestras fuentes. En algunos casos se pueden observar pequeñas contradicciones entre las respuestas que dan nuestros informantes al mismo tipo de pregunta, un hecho que entra dentro de lo esperado ya que están basadas en el recuerdo y la experiencia personal de cada uno de ellos. Estos fallos de memoria se han contrarrestado aplicando métodos de triangulación.

**5.- ¿Esto coincide con la primera crisis financiera de Tele Elx?**

Sí, la primera crisis aunque más bien las crisis en Tele Elx han sido sempiternas. Las crisis son un proceso consustancial en las televisiones locales. La del 92 sería la primera crisis que yo conocí pero seguro que hubieron otras antes.

**6.- ¿Y qué pasó para que entrara en Tele Elx? ¿Qué intereses le movían?**

Fundamentalmente una red muy moderna, de última tecnología, de banda ancha que se había desplegado por toda la ciudad de Elche en el año 1992. Esa fue nuestra finalidad empresarial. No fue el canal de televisión local sino invertir en una empresa moderna de telecomunicaciones.

**7.- ¿Se trata de Medtelecom?**

Eso fue después. Ese nombre se lo pusimos más tarde. Al principio la red se llamaba Cableexpres y funcionábamos con abonados. Era otra la filosofía. En un principio hubo un esfuerzo inversor hecho por los pioneros que montaron Tele Elx en su día y que consistió en cablear la ciudad con un red antigua que permitía la emisión de un sólo canal de televisión. Más tarde se dieron cuenta que el medio era el mensaje y decidieron hacer una inversión para disponer de una nueva red de banda ancha, muy acertada en su finalidad pero financieramente inabordable. Con el sistema anterior de abonados hubieran necesitado un éxito continuo y muy importante para poder financiar la nueva inversión. Pero el mercado no va por donde quieren los inversores. Ese decisión de querer desplegar una red de telecomunicaciones potente y reconocer que, cambiar la tecnología que permitía la difusión de un solo canal a una red de banda ancha donde cabían decenas y decenas de canales, era un reto financieramente infranqueable para ellos fue lo que permitió la entrada de mi familia en la empresa y las inversiones que se hicieron en 1992.

**8.- ¿Y qué pasó luego?**

Esa inversión fue una decisión empresarial magnífica y muy satisfactoria (la inversión en la red de banda ancha). Tuvimos socios internacionales, fondos de capital riesgo extranjeros (ingleses, norteamericanos), la CAM, AUNA, que era un operador de

telefonía cuyos socios de referencia eran las eléctricas más importantes del país... La red actual de ONO es la que desarrolló Medtelecom en su día. Las redes siempre están creciendo. Una red de telecomunicación siempre está en continua metamorfosis pero el embrión de la actual red de banda ancha de la ciudad fue la red que se inició en 1992 y se ha ido transformando hasta la que en la actualidad utiliza ONO que acaba de ser adquirido por Vodafone. Ahora están en competencia directa con Telefónica, la actual Movistar. Nosotros entramos por aquella iniciativa empresarial que acabó y acabó bien. En definitiva, he estado conviviendo con Tele Elx desde el año 92 y he aprendido a querer a Tele Elx y eso es una satisfacción y un privilegio. Estamos aquí y seguiremos.

#### **9.- Tele Elx se sigue viendo por cable, como un canal más de ONO-Vodafone...**

Sí, allí hay un canal por el que emite Tele Elx. Emite en la actualidad pero mañana pudiera no estar. Hay que desligar el tema de las telecomunicaciones, que es otra historia. Tele Elx es un canal de televisión. Si emite por cable, por ondas hertzianas, en digital, por satélite o internet, como es el caso, es una cuestión meramente circunstancial. Lo importante de Tele Elx es que es un canal de televisión local centrado en la ciudad de Elche.

#### **10.- Estructuralmente, ¿cómo encaja la empresa Servicios de Difusión de Televisión-Tele Elx, S.A. en el conglomerado empresarial con el resto de medios? Tele Elx-Radio Marca, Infoexpres, Firamedia....**

Eso son otras sociedades que están relacionadas. La concesión de la radio la tiene Firamedia. Hay otra empresa que se llama Infoexpres pero todas están relacionadas con nosotros porque todas, directa o indirectamente, pertenecen a la familia.

#### **11.- ¿Entonces Tele Elx pertenece al conglomerado mediático de Firamedia?**

No, son sociedades distintas pero que, en la actualidad, pertenecen a la familia Torres. A mi padre y a mis hermanos. Respecto a la evolución desde Elche Comunicaciones hasta ahora he de decirle que nosotros nunca estuvimos en esa sociedad aunque si controlábamos el canal de televisión, Tele Elx.

**12.- ¿Elche Comunicaciones es lo mismo que el Servicio de Difusión de Televisión-Tele Elx?**

No es lo mismo pero, si en un momento dado los derechos de Tele Elx estaban sobre Elche Comunicaciones, pues a partir del año 92, cuando llegamos nosotros, se crea otra sociedad , me parece recordar que era Desarrollo y Sistemas de Cable, que compra los derechos de Tele Elx que hoy están en Servicios de Difusión de Televisión-Tele Elx. Aunque eso, al final, son cuestiones puramente mercantiles. Lo importante es que Tele Elx, que estuvo en Elche Comunicaciones, que luego fue propiedad de Desarrollo y Sistemas de Cable, hoy es de Servicios de Difusión de Televisión-Tele Elx.

**13.- ¿Y Radio Exprés (Radio Marca) e Infoexprés serían sociedades hermanas?**

Son sociedades relacionadas porque los socios no somos exactamente los mismos ni tenemos la misma proporción aunque todas pertenecen a mi familia.

**14.- ¿Entonces, cuál es la situación jurídica actual de Tele Elx?**

La situación jurídica es muy poliédrica (jurídica, mercantil, laboral...) pero por lo que nos interesa de Tele Elx, hay que decir que cuando Servicios de Difusión de Televisión-Tele Elx la fundó no tenía concesión en las adjudicaciones de licencias de TDT aunque con posterioridad una sentencia ha declarado nulo el concurso y, por lo tanto, en la actualidad, nadie es concesionario de una licencia de emisión de TDT en la Comunitat. En Tele Elx estamos dando el servicio público de televisión local que demanda la ley de televisiones locales. Nosotros cumplimos con ese criterio. Por tanto ¿qué cuál es nuestra situación jurídica? Pues estamos prestando el servicio público que exige la ley. Otra cosa es que la ley instrumente una serie de mecanismos para decidir quiénes son los concesionarios pero eso, en estos momentos, no existe. De cualquier manera quien está prestando el servicio de facto, no de iure pero si de facto, es Tele Elx.

**15.- Entonces, ¿fuisteis alegales, luego ilegales y ahora otra vez alegales?**

Yo no estoy de acuerdo con eso. Si nos hubiéramos atendido a la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres del año 95, que se llegó a publicar en el B.O.E., hubiéramos sido una televisión legal. Pero las torpezas que se han cometido con posterioridad van

todas en contra de esa ley de 1995. La norma establecía en las disposiciones transitorias que las televisiones existentes en ese momento teníamos carta de naturaleza de prestadoras de servicios. Por lo tanto no éramos legales ni ilegales según esa ley. Una ley que finalmente quedó paralizada, lo que no es culpa del ciudadano sino del legislador y del ejecutivo.

**16.- Se refiere a la ley que hizo Felipe González al final de su legislatura y que se paralizó cuando llegó Aznar al gobierno en el año 96...**

Efectivamente. Como era una ley que ellos no habían hecho pues la dejaron ahí, hibernada. Por esa ley empezamos a emitir por ondas. Fuimos al notario y le hicimos sintonizar el canal 41 para certificar que estábamos emitiendo. Sin abandonar el cable, empezamos a emitir por ondas al amparo de la Ley de Televisión Local por Ondas Terrestres del 27 de diciembre de 1995.

**17.- ¿Querían dejar constancia de que estaban ocupando esa frecuencia?**

Claro. Aunque creo que esto excede de los objetivos de esta tesis. Quiero decir que jurídicamente habría mucho que hablar sobre si esta ley nos otorga derechos adquiridos ya que se publicó 10 años antes de la ley de las TDT. Jurídicamente no sé si una ley que se aprueba 10 años después puede convertir a la anterior en una broma. Por eso hablar de alegalidad o ilegalidad es una cuestión muy aventurada.

**18.- ¿Pero siguen en vigor todas esas multas y apercibimientos de cierre?**

Te he preparado toda esta documentación para que te la lleves y luego si quieres la comentamos tomando un café. De cierre no hay nada. Aquí te dejo un resumen para que tengas una nota sinóptica de todo esto. A mí, en un momento determinado, viene por aquí Federico Trillo, aprovechando una visita por la campaña electoral, y me dice: “Hazme una nota para que sepa yo la situación de Tele Elx” (Es ésta la nota, la misma que me da a mí, aunque ésta es más completa porque incluye acontecimientos posteriores a esa cita).

**19.- ¿Y para qué la quería Federico Trillo?**

Federico Trillo y yo teníamos buena relación desde hacía muchos años. Su jefe de gabinete, Ramón Freixas, había trabajado en Tele Elx. La relación de Federico Trillo con este caso, por mediación de Freixas, viene desde los años 90. Toda la batalla judicial con la Generalitat Valenciana la tienes aquí, incluso la sentencia del TS, pero luego hay otros contenciosos como el de Tele 7 que han estado abiertos y que no se ha vuelto a saber.

**20.- ¿Tele 7 era la antigua Teledama, la de Sacramento Alvear?**

Bueno, la que le expoliaron a Sacramento porque Tele 7 fue un expolio de diferentes televisiones locales dirigido desde Valencia. Aquí también vinieron. Vino un representante de Price Waterhouse a comprar Tele Elx cuando faltaban dos meses para el tema del concurso para la adjudicación de licencias y yo le dije, “pero oiga, ¿cómo viene usted a comprar la emisora si no sabe si tendremos concesión o no?. Porque estaba el grupo Mediamed, Ulibarri, los Serratos, Palacios... los amigos del poder, todos con el amigo Gonzalez Pons al frente. Todo eso estaba organizado. Este acto de corrupción institucionalizada, queda ahí grabado, urdido desde Valencia con políticos todavía en activo y que todavía está por dirimirse ahora cuando salga todo el tema de la Gurtel. Y eso lo hemos sufrido nosotros. Nosotros nos dejábamos nuestro dinero, nuestro esfuerzo y nuestra capacidad empresarial para luchar contra un grupo de tramposos apoyado por el gobierno valenciano y esa ha sido nuestra historia. Pero como tenemos que seguir pues no vamos a salir ahora en televisión diciendo que González Pons ha hecho esto pero, afortunadamente, es vox pópuli. Lo que yo estoy diciendo no escandaliza a nadie. Es la realidad que el pueblo valenciano ha hecho suya durante muchos años y con eso vivimos.

**21.- ¿Ha dicho que la operación de compra de Tele Dama, de Sacramento Alvear, la intentaron también con Tele Elx?**

Pero vamos a ver, si viene aquí alguien, aunque traiga la tarjeta de Price Waterhouse...Pero oiga ¿a qué viene usted, a hacer una operación mercantil que no tiene sentido, a comprar antes de un concurso una empresa? Pero si mañana esto puede



no valer nada o valer algo. Estaba todo claro, estaba todo ideado. Dice esta nota de Expansión que te voy a dar, y no lo digo yo, lo dice Expansión, “Esta empresa, aunque no recibió directamente ninguna licencia, tomó participaciones accionariales en firmas que se presentaron al concurso y casi todas lograron canales. Primero tomó un 33%, así era como actuaban, y meses después se hicieron con paquetes mayoritarios”. Con lo cual quiere decir que Sacramento Alvear, con su tele y tal, evidentemente alguien vino aquí, un grupo de emisarios del poder y le dijeron: “Si quieres ir a algún sitio, ya sabes lo que tienes que hacer, vendes ahora el 33%. Firmas ahora y la mayoría después”. Con lo cual, a través de esa mayoría se arrogó el grupo Mediamed la legitimidad de las televisiones existentes a través de esta burda maniobra mercantil. Mientras que Tele Elx, cuando vinieron a verme, yo les dije que esto no tenía sentido y, por lo tanto, no pudimos seguir hablando. Él me tenía que haber dicho, “es que si no vendes te quedas fuera de la concesión” y yo le habría contestado, “pues ahí estamos y vamos a estar”. Pero no tuvo agallas para decírmelo.

## **22.- ¿Y si se lo hubiera dicho, habría aceptado?**

Por supuesto que no. Esta es la segunda historia que vivo con el gobierno valenciano porque ya lo viví durante las concesiones de cable. Esto es un juego de la señorita Pepis en comparación con las maniobras que hubo en los concursos de cable. Pero eso es otro tema. Está claro, por inducción sacaríamos cómo actúa la clase política en toda clase de concursos. Yo conocí dos directamente, el de cable y el de las TDT y siempre han estado presididos por la corrupción. Imagínate en todos los demás campos. El que actúa de esta manera, no puedes pensar que en los demás campos no actúe igual.

## **23.- ¿Cuál será el siguiente paso de Tele Elx en el terreno de la consecución de las licencias que están anuladas?**

Ninguno. Un proceso concesional obedece a unas decisiones, a una reflexión que se ha tomado sobre un plan de servicio público. Ese plan está totalmente desfasado. La crisis ha demostrado que eso era un cuento de hadas y que el marco del cuento de hadas no se puede aplicar a un concurso donde la gente invierte dinero, se compromete a invertir y a hacer una serie de programaciones con un riesgo importante. Por lo tanto, el marco de cuento de hadas no sirve para un concurso. Tendrían que definir un nuevo servicio

público adaptado a las circunstancias que vive la sociedad y en concreto las ciudades. Pero el modelo que se diseñó al principio de los años felices, antes de que estallara la burbuja financiera e inmobiliaria, actualmente es inabordable. No tiene sentido, es irreal. Es un exabrupto que no tiene nada que ver con las condiciones actuales para poder invertir y desarrollar un servicio. Por lo tanto, el problema no está ahora en las normas administrativas, es que hay que volver a diseñar un plan de televisión local que tenga sentido. ¿Qué me preguntas? ¿Qué va a hacer Tele Elx? Seguir prestando el servicio. Pero, administrativamente... ¿qué haría sí...? No se atreverá ningún político cabal a volver a sacar el concurso sin hacer una reflexión profunda de cuál es el servicio que se tiene que poner a disposición de los ciudadanos. Y lo que no pueden decir es que a Elche le tienen que corresponder tres canales privados más uno público...porque como no tiene sentido ¿cómo se va a presentar nadie a prestar un servicio cuyos fundamentos no tienen solidez ninguna? Económicamente no es viable. Por lo tanto, la cuestión de las licencias de TDT no es, en estos momentos, una cuestión de derecho administrativo, es una reflexión socioeconómica sobre qué servicios se pueden implementar en las ciudades y que tengan sentido. Pero eso, a su vez, viene complementado por la maduración tecnológica que ha ocurrido en los últimos años. La TDT se está quedando ya obsoleta. Todavía durará algunos años pero los grandes suministradores de señales de todo tipo, de empaquetamiento, van a ser los proveedores de Internet. Se han cerrado algunos canales de TDT nacionales. ¿Por qué? Porque se está dando paso al dividendo digital. Eso tiene sentido porque la tecnología nos está llevando hacia ahí. Y por tanto, en esa nueva reflexión que estaba haciendo sobre el sinsentido de sacar nuevos concursos para la TDT, hay dos componentes importantes, el socioeconómico pero también el tecnológico. Es la reflexión de cómo será la televisión dentro de 10 años. ¿Por dónde vamos a consumirla? ¿Desaparecerá en las ondas hertzianas? Entiendo que aún quedará pero el gran suministrador de vídeo, ponle luego el formato que quieras (nacional, generalista, temática, locales...), su gran autopista va a ser Internet. No va a ser la TDT. En Oriente, que van más avanzados, están ya trabajando en el 5G. En 5G te puedes bajar una película en HD en tu móvil en menos de un minuto. Es una capacidad inmensa. ¿Por dónde vendrá Internet? Pues vendrá por todas partes, vendrá por cable y vendrá por ondas. ¿Qué están haciendo? Algoritmos de

compresión cada vez más eficientes y, por lo tanto, que con menos ancho de banda puedes meter más información. Y eso va a originar que lo que antes ocupaba o necesitaba una red como la primitiva red de Tele Elx, que necesitaba una red para un solo canal, ahora tengamos una red de redes potentísima donde van a caber miles de canales a través de un medio y de un ancho de banda muy contenido. Sin esa reflexión tecnológica no podemos hablar de verdad de un marco para unas concesiones de TDT. Porque si el que tiene que invertir no se da cuenta que se va a quedar emitiendo en TDT, cuando tiene montones de otras vías, emitiendo con un corsé administrativo fortísimo que los políticos y el poder ejecutivo utilizan para constreñir y para controlar, cuando sin ninguna habilitación administrativa puedes montar ya en internet una televisión local que no tiene que respetar ni los horarios, ni los porcentajes idiomáticos en caso que haya territorios bilingües...en fin no tienes ese corsé. ¿Por qué te vas a jugar el dinero y a invertir en algo que no te da ventaja sino que te lastra? La TDT, en pocos años, a un concesionario le va a suponer más desventajas que ventajas y esa es la cuestión, que ya no es jurídica porque, tecnológicamente, ese marco normativo está desbordado, ya es pasado.

#### **24.- ¿Tele Elx se ha sentido acosada por la Generalitat?**

No. No somos tan importantes como para eso. Que se te prive de una concesión es una cosa y el acoso es otra. Nunca hemos sido tan importantes ni hemos entrado en esa guerra...Es verdad que su comportamiento pues ha sido...podíamos llegar a pensar que ha habido alguna fijación, pero es lógico. Es que hemos sido el canal local más significado a la hora de no tener concesión y nos hemos empeñado en seguir emitiendo. Es verdad que ellos nos han hecho comunicaciones para que Tele Elx cerrara y nosotros, evidentemente, no podíamos cerrar. Nunca hemos barajado la posibilidad del cierre, luego es lógico que se abriera el expediente sancionador y que se actuara como se ha actuado. Que el expediente sancionador nos lo comunican en los primeros días de agosto, probablemente, es que alguien actuó con mucha negligencia o algo de mala fe, pero bueno nosotros hemos actuado como creíamos, no hemos tenido nunca la sensación de que políticamente se nos haya perseguido. Es más, tengo que decir, para completar las palabras anteriores que he dicho, que a nosotros no se nos negó explícitamente un canal que, según creo, en un principio estuvieron barruntado de

darnos la concesión, la licencia. Pero pasó que ante la inflación de demandas para ocupar las concesiones de Elche, que eran muy golosas por su población, situación geográfica y peso económico, pues hubo que repartir. La Generalitat había diseñado el plan para ocupar una licencia en cada demarcación: el plan Pons, con Ulibarri, Medimed, etc, ya tienen una ocupada y en Elche había tres. Dicen, la otra era para Tele Elx, que Tele Elx estuvo mucho tiempo en la lista, pero El Mundo, con Pedro J., Unidad Editorial piden que le den una licencia en Elche. Y si El Mundo te ha pedido Elche ¿cómo se la niegas? ¿Diciéndole que aquí están los pobres chicos de Tele Elx? Es que hay que ponerse también en la piel de los políticos. Yo no digo que fue una cosa de castigo. Eso no. Estaría faltando a la verdad porque no tengo ninguna evidencia. Yo creo que fue lo siguiente: la Generalitat ya tenía su plan para ocupar una licencia en cada demarcación. Yo creo que lo habrían hecho igual gobernando cualquier partido. Los políticos actúan así, quieren controlar la información y por tanto ser habían reservado un canal. La presión de Unidad Editorial fue fortísima. Pero luego viene Federico Jiménez Losantos, con Libertad Digital. Tú niégaselo a Federico, que te saca los cañones inmediatamente. Yo me pongo en el Palau teniendo que deliberar qué pasa con Elche...Una es para ellos, para su estrategia, Mediamed, otra para Unedisa y ahora Federico te pide Elche...pues Tele Elx se queda sin concesión. Yo no tengo ninguna evidencia ni de que fue así ni de que no lo fuera, pero me inclino a pensar que esto fue así. No por castigar a Tele Elx, buscaron a quien darle la concesión. Eso fue, sinceramente, lo que creo que ocurrió.

**25.- ¿Pero a ustedes les han acusado durante mucho tiempo de ser un canal amigo del PSOE?**

Pero nosotros no tenemos ninguna culpa de que el PSOE estuviera revalidando una legislatura tras otra en Elche. Ahora está gobernando el PP y, evidentemente, el que tiene más protagonismo en la pantalla es quien gobierna. En una ciudad como la nuestra, levantar todos los días noticias para un informativo lo genera quien está gobernando porque, quien está en la oposición monta una rueda de prensa para decir que todo está mal, pero no inaugura, no toma decisiones porque su papel, de acuerdo a los resultados electorales, es estar en la oposición. Y eso que ha planeado sobre nosotros

durante tantos años, ahora se demostrado que no es así. Pero sólo se ha podido comprobar cuando ha habido otro partido en el gobierno municipal. A Tele Elx le es absolutamente indiferente quién gane. Respetaremos mucho a la corporación que elija el pueblo de Elche. Nosotros nos debemos a los ilicitanos. Esto es algo que sólo el tiempo y la alternativa de poder han podido desmentir. Pero sí se nos ha acusado de eso. Pero tengo que decirte que el inicio de la red de cable en Elche, en el año 87, no se hubiera podido hacer si no hubiese sido tolerado, favorecido, permitido por el gobierno local. No hubiese podido ser. Pero yo no he tenido nunca la evidencia de un condicionamiento fuerte del PSOE dentro de Tele Elx.

#### **26.- ¿No les ha financiado?**

En absoluto. Nuestra historia dice que Tele Elx no ha distribuido dinero jamás. No ha generado beneficios. Es más, ha costado dinero a sus propietarios. También es verdad que se dedicaban a otro negocio principal, que era el cable. Digamos que lo que costaba Tele Elx bien valía para estar cimentando el negocio importante, que era el desarrollo de la red de cable. El resultado de explotación de Tele Elx, aisladamente, no era un objetivo en sí. Después sí que lo ha sido pero ninguna televisión local, si no tiene el respaldo de un gobierno municipal, puede compensar los gastos de salir todos los días y rellenar mínimamente los espacios. Financiarlos no nos han financiado pero han contribuido mediante patrocinios, campañas de información. Igual que con cualquier otro medio de comunicación local. Bueno, menos, porque siendo Tele Elx un medio más arraigado a la ciudad, el número uno según un encuesta encargada por el Ayuntamiento a Publi Anton, han invertido mucho más en el diario Información que en nuestro medio. También es verdad que al Información le temen y a nosotros no.

#### **27.- Entonces, esa presunta afinidad con el PSOE, ¿les ha perjudicado...?**

Pues sí, pero yo no me he dedicado a comparar. La cuestión es que no estamos financiados pero, evidentemente, si nosotros nos dedicamos a informar, prestar un servicio público de televisión, pues el Ayuntamiento tiene mucho que decir ahí y debe utilizar este medio.

**28.- Actualmente, ¿Tele Elx dónde obtiene sus recursos?**

De publicidad privada, la mayoría, y también de publicidad institucional, del Ayuntamiento de Elche, algo de la Diputación, nada de la Generalitat. Aunque hubo una excepción en la época de Zaplana, porque Zaplana era un tío listo y en algún tiempo sí que llegó a hacer algo por Tele Elx, alguna campaña. Pero, por ejemplo, televisiones que han emitido en Elche, como Tele 7, tenían publicidad institucional que Tele Elx no tenía y sus audiencias no se podían ni comparar. Ya te digo, vivimos de la publicidad privada, algo de institucional y de algunas empresas públicas como Aigües d'Elx o Pimesa.

**29.- ¿Y eso no ha cambiado con la llegada del PP al Ayuntamiento?**

Fue así con el PSOE y es así con el PP, que empezó muy desconfiado y ahora ya hay una relación de normalidad. De poca inversión publicitaria para lo que estamos haciendo, pero la relación ha mejorado mucho y yo hablaría ahora de normalidad dentro de lo poco que se nos asigna. Porque estamos prestando un servicio público que nadie ha querido prestar. También es cierto que cualquiera que se ponga a invertir en este medio pues se encuentra un rival muy fuerte que somos nosotros.

**30.- ¿En qué porcentaje de publicidad privada/pública nos estamos moviendo?**

La institucional, incluyendo las empresas mixtas, no supera nunca el 25 % del total.

**31.- ¿Y los recursos humanos de Tele Elx?**

No podemos pagarlos. Estamos en servicios mínimos. No podemos pagar, no podemos financiar una televisión de más calidad. Sí sabemos hacerlo, aquí hay gente buena, pero no lo podemos mantener. Ahora somos muy pocos. En Tele Elx no hay más de diez empleados entre fijos y colaboradores. A tiempo total y parcial. Se mantiene un buen número de colaboradores y, como la crisis nos chafa, también es cierto que hay una legión de gente preparada y sin trabajo que también nos ayuda en un momento dado. Lo que es malo para la empresa con la caída de los ingresos publicitarios, ha creado esta red de colaboradores que, a cambio de aprender, nos prestan unos servicios que ahora nos son indispensables. Sin ellos no podríamos estar saliendo a las ondas. Cuando yo

llegué, la plantilla era de más de cuarenta personas, aunque estaban mezclados con los del cable, y ahora somos sólo diez. Somos la cuarta parte de lo que fuimos, pero eso, ¿en qué empresa no ha ocurrido?

### **32.- ¿Cómo se plantearon seguir emitiendo en TDT?**

Cuando se produjo el cierre analógico, dejamos de emitir en el canal 41 que es donde emitíamos por ondas y comenzamos a emitir digitalmente por ese mismo canal. La inversión para hacer eso, técnicamente, no fue muy importante. No había que tener mucho valor. Entre hacer eso o dejar de prestar el servicio en Elche, estaba claro. Fue en 2010 pero no me acuerdo de la fecha exacta.

### **33.- ¿Se ha sentido arropado por la audiencia en los años difíciles de Tele Elx?**

Nos hemos sentido arropados no sólo por la audiencia sino por el pueblo de Elche. Ha sido generalizado el apoyo de toda la ciudad. Asociaciones, partidos políticos, sindicatos, colectivos de todo tipo y personalmente por todo el mundo. Había gente que venía aquí, hacían concentraciones en la puerta y los más activos han sido sindicatos que son los que más se movilizan y, además, es lógico porque si esto era una medida del Partido Popular los que más significaban su apoyo eran precisamente los antagonistas del partido gobernante. El apoyo aquí ha sido total. También en redes sociales. Se abrieron foros contra el cierre de Tele Elx; éste fue el medio por el que más se nos hizo llegar el apoyo. Porque además, nosotros no fomentamos eso. Nosotros en nuestra línea, seguimos impertérritos mirando al frente y a lo que nos da sentido, que es seguir sirviendo al pueblo de Elche. No hicimos esa campaña explícita ni demandamos el apoyo. Eso no quiere decir que si hubiera tenido que hacerse la hubiéramos llegado a hacer, pero no hubo necesidad. No quisimos trasladar a través de las pantallas de televisión el drama que se estaba viviendo en esta casa. A nivel personal hubo un alud de personas que, a todos los de la casa, nos mostraban su apoyo y después, cuando se produce ya la sentencia del Supremo, las felicitaciones han sido generalizadas.

### **34.- Cosa que no ocurrió cuando cerraron Radio Televisión Valenciana...**

Ni punto de comparación. En eso sí se vio que la tele del pueblo es la del pueblo. Esto es un medio enraizado en la ciudad de Elche. De ahí nuestra gran responsabilidad que



surge de esa cuestión, de que somos un medio enraizado aquí. Lo que nos ha mantenido en pie ha sido nuestra vocación de servicio, del canal hacia el pueblo de Elche, eso era irrenunciable y, bueno, pues se ha salvado este escollo que era, francamente, insalvable.

**35.- Eso en cuanto a la calidad de la audiencia. En cuanto a la cantidad, tengo entendido que encargan ustedes sondeos de audiencia. Esto ha sido siempre un hándicap para las pequeñas emisoras locales...**

Lo de la medición de audiencias es algo que la tecnología subsanará no en muchos años. Por ejemplo, te comentaba hace un rato el tema de Infoexpress que va a ser Teleelx.es. Más de 90.000 usuarios únicos. ¿Quién lo dice, una encuesta? No. Lo dice Google Analytics. Hace lectura, uno a uno, de las entradas de los usuarios que están identificados por sus IP respectivas; te dice si son fijas o móviles, te fragmenta, lo segmenta por edades... Esa información que nosotros tenemos ya de Infoexpress.es, es una información comercial fundamental que es a la que aspiraremos en el momento en que todo se canalice a través de la red de redes. Ahora tenemos un flujo importante, a través de la TDT, con lo cual ya no vamos a hablar de medición de audiencias en televisión, porque sabes que las locales estamos expulsados de las mediciones científicamente válidas porque obligaría a unos tamaños de muestra insoportables. Y en las radios, porque se va a métodos tan endebletes científicamente como la encuesta. Ahí está gran parte de razón en el giro nuestro hacia lo digital, para posicionarnos en canales medibles. Porque queremos estar controlados por métodos objetivos de control, porque nuestros sufrimientos actuales precisamente provienen de esos métodos que no existen o que son tan endebletes como veinte encuestas en Elche. Nosotros confiamos en ese mundo digital medido donde los hábitos, los consumidores con sus perfiles, están perfectamente definidos. Nosotros queremos ampararnos en esa tecnología que hace que sea pública y notoria nuestra capacidad de llegar a la gente.

**36.- Aparte de eso, ¿ustedes también han medido las audiencias en televisión?**

En televisión, nosotros tenemos todos los años una empresa contratada, que és “Infortécnica”, que nos hace un estudio de audiencias a través de entrevistas. Y este



año, en la última oleada que hemos recibido hace unas semanas, tenemos un share del 7 con algo en Elche, que está muy bien para un canal local. Que está muy bien.

### **37.- Explíqueme cómo ha sido el proceso de convergencia de medios.**

La convergencia de medios es algo que llevamos algún lustro que otro hablando de ello. Para mí el hito fundamental donde se produce la convergencia, y se produce un cambio de etapa que en unos pocos años lo vamos a ver muy claro, es cuando internet rompe la contención que había en el ordenador. Esto va a generar una eclosión, una progresión de hábitos distintos de consumo de los medios, y va a ser cuando internet pase definitivamente las murallas que lo contenían en el ordenador, a los dispositivos móviles. Los *smartphones* y tabletas te permiten ya disponer de ese internet, en vez de cogido a una silla y delante de una pantalla de ordenador, en tu sillón, en tu cama, en tu rincón preferido del jardín o del parque público. Y ahí hay dos componentes, uno tecnológico, que es la aparición de los smartphones y de las tablets como dispositivos personales y que, en estos momentos está limitada solamente por las tarifas de los operadores de telecomunicación. Pero llamó tu atención sobre una cuestión importantísima. Las tarifas que tenemos hoy en día que anuncian las operadoras como tarifa plana de voz, que ya no incluye el establecimiento de llamada ni el cobro por minutos o segundos, eso desaparece. Para mí, la gran revolución en este campo se llama 4G. En la calle el wi-fi cada vez está más generalizado. Ahí ya se han roto las barreras de internet porque la única barrera que queda es la mentalidad que tenemos del precio y eso está a punto de caer. Ahora necesitamos interiorizar que no necesitas un aparato de radio para oír radio y que se oye mejor, sin interferencias, y que puedes oír lo que te apetece o lo que no pudiste oír antes. Esto es la convergencia, la capacidad de la información digital pero suministrada técnicamente de forma muy avanzada en cuanto que produce satisfacción y que deja de ser una experiencia de laboratorio como era hace unos años para ser de uso comercial y sencillo.

### **38.- ¿Y Tele Elx aún no se puede ver en los móviles?**

No. Pero se podrá. Se va a poder. En estos momentos en el ordenador se puede ver. Es una cuestión técnica pero, evidentemente, no hemos hecho todavía suficiente esfuerzo porque hay muchas cuestiones técnicas por decidir y no había motivación para acometer

esos cambios tecnológicos para ser consumidos. Tener la aplicación sin una tarifa adecuada es una “boutade”, si no la puedes ver mucho rato porque vale mucho dinero. ¿Cuál es el requisito *sine qua non* para que digamos que ahora es el momento? Es el 4G a precio comercialmente razonable, accesible. Ahora si vamos a hacer una aplicación para poder ver Tele Elx en el móvil y en la Tablet. Hasta ahora era una frivolidad. Pronto tendremos la aplicación. Pero es que además no bastará con hacer los mismos programas o réplicas de la programación por dispositivos móviles. Supone dar más servicios como programas a la carta o incluso programas hechos expresamente para los nuevos dispositivos. En este sentido, la aplicación de RTVE es magnífica. Tienes todo tipo de programas a la carta, en directo y unos informativos de 3 ó 4 minutos hechos especialmente para el nuevo dispositivo. Y eso significa trabajo, significa medios. Nosotros no podremos hacerlo en este momento pero el objetivo está claro. Nosotros sacaremos una aplicación donde tú puedas ver el último Tele Nit o un programa o lo que sea pero nuestro objetivo será poder ofrecer también resúmenes informativos de última hora que eso son palabras mayores.

**39.- Ustedes tienen un gran archivo documental que también se puede poner al acceso de los usuarios... Programas, retransmisiones, documentos...**

Muy importante pero no es fácil hacerlo accesible. Hay que tenerlo todo digitalizado. Tenemos una parte importante ya digitalizada pero todavía nos queda trabajo. Y una vez que lo tienes hay que hacerlo accesible, con un buscador muy avanzado, para poder llegar a los programas que buscas porque la gente no siempre recuerda el día, o el año o la noticia concreta que quiere ver. Es bastante difícil. Yo eso no acabo de verlo. Otra cosa sería poner el archivo al servicio de investigadores o estudiosos pero al gran público...no sé, de momento es ciencia ficción.

**40.- ¿Tele Elx se ha planteado alguna vez sacar a la luz pública, no sólo para investigadores, sino para el público en general, el material tan valioso que tienen aquí?**

Sí. Es un material muy valioso. Nosotros lo cuidaremos, lo digitalizaremos y algún día reflexionaremos sobre cómo poner a disposición del pueblo de Elche los fondos

audiovisuales que tenemos aquí. También alguna institución se ha interesado en algún momento sobre el tema del archivo audiovisual, sobre todo en la última etapa del gobierno socialista, y hubo algunas conversaciones pero luego la economía cayó y dejó de tener sentido el hablar. No es un tema de primera necesidad, es importante, pero no de primera necesidad y los poderes públicos tienen que centrarse en lo prioritario para los ciudadanos. El día que pase esta etapa probablemente podamos continuar con la reflexión de cómo poner al alcance de los ilicitanos ese material.

#### **41.- ¿Lo que sí que está en marcha es la convergencia de la redacción?**

La redacción sí. En estos momentos es la misma para televisión, para radio y para internet. Pero tú muy sabes como periodista que el formato de cada uno de los medios es distinto. Quiero decir que, aunque es la misma redacción, y sí que se producen sinergias al tener esa única redacción, el formato de cada medio es específico y sí que requiere un trabajo que es inevitable. No se hace un volcado automático de uno a otro. Ahora ya estamos digitalizando todo. Se podía hacer desde hace años pero todo valía dinero y la situación que estábamos atravesando no lo permitía. En estos momentos los ordenadores potentes son ya asequibles y también el software adecuado para esto. Estamos ya preparados y en los puestos individualizados de redacción tienen ya la posibilidad de editar en el sitio para hacer un repositorio común de noticias. Estamos ya trabajando en ello.

#### **42.- ¿Cuál es la situación actual de los tres medios?**

Los tres medios anteriores, Tele Elx, Radio Marca e Infoexpress, evolucionan y pasan a ser Tele Elx, Tele Elx Radio y Tele Elx.es. Todo confluye en un sello de servicio claro que se llama Tele Elx. Y eso es lo que estamos poniendo en práctica. Tele Elx es la marca bandera y, claro, es muy discutible cuando decimos que vamos a utilizar el nombre de Tele Elx incluso para una radio. Parece un contrasentido porque empiezas con el prefijo tele, pero aquí no hay que hablar de prefijos ni de sufijos, hay que ver la marca. La marca es Tele Elx y Tele Elx ya dice mucho para un ilicitano. Si lo pones con el sufijo radio y si le pones un identificador delante como es un 101.4, que ya se identifica con la radio, te estoy diciendo un dial que ya los ilicitanos reconocen desde el antiguo Radio Express-Antena 3 y que después fue Radio Express-Cope durante 18

años y por último Radio Express-Marca. Son diferentes etapas de un medio maduro que necesitábamos las cadenas nacionales pero que hemos llegado al convencimiento de que no queremos estar encadenados, queremos ser la radio de Elche. Y hemos decidido volcarnos en lo que es el servicio a la ciudad de Elche, en esta caso con una radio. ¿Cuál es la mejor forma de identificarnos? Pues no nos vamos a inventar ahora nada. Ni vamos a poner Radio Express, porque la gente lleva oyendo durante 18 años Radio Express-Cope y después van a venir los equívocos que se trasladan a las encuestas.. Necesitábamos romper con eso. ¿Cuál es la mejor marca de comunicación para Elche y disponible para nosotros? Tele Elx, sin duda. Eso es lo que no engaña. Y en este mundo donde el número de emisoras audiovisuales se va a multiplicar, nosotros vamos a tener tres. Cualquiera puede tener una emisora en internet pero la mejor forma de no diluirte en ese nuevo ámbito oceánico que es internet es tener un nombre muy claro, muy identificador. Hemos hecho todas las reflexiones posibles buscando un identificador y para nosotros no hay nada mejor que el nombre de Tele Elx.

**43.- ¿Y con ese afianzamiento de la marca Tele Elx, también tienen previsto ampliar la programación local?**

Por supuesto. En tele ya somos sólo Elche. Repetimos todo lo que haya que repetir. Puesto que somos un canal temático, nuestro tema es Elche. Los canales temáticos repiten. Lo que no tiene sentido es el zig-zag. Soy un canal temático pero ahora te cambio el tema. No, eso es herencia de las televisiones generalistas que son otra cosa. Nosotros lo tenemos claro. Somos Elche. Y en radio también vamos a ser Elche. Eso se tiene que ver en las parrillas. Podemos tener un socio para cubrir ciertas horas de la programación pero las horas punteras de la programación de radio es irrenunciable que sean Elche. Elche 100%. Eso es irrenunciable para nosotros. Por lo tanto sí que va a tener repercusión en la parrilla.

**44.- ¿Tienen previsto también crear más programas en la tele? Porque antes había muchos más. Se han ido quedando en lo justito y repetís ahora mucho más de lo que se repetía antes.**

Sí. Pero haremos lo que podamos. Lo que no podemos es ponernos unos objetivos a sabiendas de que no tienes capacidad para cubrir esos objetivos. Por ejemplo, nuestra colaboración con Vicente Bordonado, que no es propiamente Tele Elx, es muy rica y es una experiencia muy buena. También con Antonio Espinosa, otro chico que cubre fiestas. Ahora viene el verano y todas las partidas de Elche tienen sus fiestas y en Tele Elche están sus fiestas. Nosotros no cubrimos esas fiestas directamente, nos lo hacen personas con las que tenemos un acuerdo comercial y vemos que esa fórmula funciona. Yo creo que tanto en televisión como en radio tú tienes 24 horas al día, que son muchas horas como para decir voy a cubrir y a producir programas que tengan además un cierto interés. Pero lo que sí sabes es que hay mucha gente capaz, que puede colaborar y que podemos albergarlos dentro de las parrillas de televisión o de radio. Y eso ahora va a ser más fácil porque hay mucha gente muy preparada...Aquí en Elche tenemos Facultad de Periodismo, multitud de gente muy bien preparada que sale de la UMH y de otras universidades. Tú ahora te asomas a internet y ves que medios de comunicación de Elche, en temas deportivos por ejemplo, hacen unas programaciones profesionales magníficas. Y es que hay profesionales que, con esa oportunidad que les brinda la técnica que ofrece internet y con las posibilidades de acceso que ofrece, pueden ofrecer iniciativas independientes muy válidas. Eso son viveros en los que hay gente buena y nosotros siempre estaremos dispuestos a abrir hueco a las mejores experiencias que quieran centrarse en Elche y que quieran hacer periodismo y escapar del anonimato de internet donde es muy duro darte a conocer. Nosotros no tenemos vocación de producir todo lo que se haga en nuestros medios. Estamos dispuestos, a abrir espacio en nuestros medios a esas iniciativas que tengan como tema Elche y que se ejecuten con seriedad. En los próximos años confluirán ambas formas de trabajar. Las nuevas tecnologías han roto las barreras técnicas que había antes. Ahora con poco dinero puedes tener cámaras u ordenadores potentes en casa que te permite hacer y editar video con mucha facilidad y los jóvenes manejan muy bien esa tecnología.

#### **45.- ¿Qué es Tele Nit para Tele Elx?**

Yo diría que es la piedra angular de Tele Elx. Es donde se ve el esfuerzo de todo el día que, evidentemente, con la exigencia de la inmediatez que hay hoy, Tele Elx. es habra ido adelantando. Aunque haya habido avances de noticias, tiene que haber un repositorio con formato tradicional que a una cierta hora del día, a las nueve y media de la noche en estos momentos, se tenga que ofrecer y que luego se pueda dar en redifusión hasta la mañana siguiente. De ahí se puedan sacar y extraer resúmenes de noticias para hacer formatos de noticias que se puedan consultar a cualquier hora. Pero yo creo que será, digamos, como recapitular al final del día en un formato tradicional de consumo de televisión en un telediario local de la noche. Y eso es el Tele Nit. Es la piedra angular de Tele Elx, aunque sabemos que cada vez más el prime time será el “my time”. Los espectadores elegirán lo que quieren consumir. Pero ese acto casi litúrgico del telediario de las 3 de la tarde o de las 9 de la noche yo creo que hay que seguir respetándolo, cuidándolo y mimándolo como el mascarón de proa de tu programación.

#### **46.- ¿Es el programa con más audiencia?**

Sí. Sin duda. Es lógico. Son las noticias, lo demás es muy accesorio. Eso es lo fundamental. En el futuro, a medida que vayamos teniendo más éxito, que vayamos a mejor, pues procuraremos tener más diversidad de programación local pero eso, a corto plazo, no nos lo podemos permitir. Hay que hacer lo que podemos cada vez más dignamente y en cuanto tengamos un poco de resuello económico empezar a producir programas especiales de Elche, como la serie aquella de Camins d’Aigua que no se llegó a acabar. Da para tanto Elche que deberíamos tener un buen periodista para que estuviera siempre trabajando al margen de la actualidad...Para mí sería fundamental porque cada día que pasa se van apagando testimonios de Elche, bien porque personas de cierta edad caen en la desmemoria, porque se vacían casas o archivos de personas que cada día el tiempo va cegando. Hay instituciones como puede ser el Museo de Puçol del que se pueden hacer muchos programas pero hay que tener capacidad. Eso construye, eso haría Elche. Eso vertebraría mucho el canal de Elche y haría aflorar señas de identidad de Elche que van mucho más allá de la política actual y de los debates y quitaría esa urgencia y esa tensión de la actividad cotidiana. El programa “Camins

d'Aigua" fue una idea de Conchi que ejecutó magistralmente Ros y que se pudo hacer gracias al empeño de Pascual Ros, el propietario de Mustang, aunque no se pudo acabar. Pero ahora no tenemos más. Estamos en una economía de subsistencia aunque vamos a mejorar. Seguro que sí.

**47.- Entonces apuestan por la información y dejan a un lado una tradición que cultivó Tele Elx durante un tiempo como fue el entretenimiento.**

Sí. Eso no quiere decir que algún día se recupere, si se pudiera, pero de momento no. Y luego en cuanto al tema de actualidad, si estamos en medios digitales con la mutación de Infoexpress en Teleelx.es te va a exigir estar en la noticia importante que ya es un tuit, en un momento dado, redireccionándote a tu diario digital. Esa es otra vertiente que da vértigo y la tenemos que seguir. Cada canal se va a tener que especializar en la demanda del colectivo que consume las noticias a través de ese canal. Tele Elx va a estar en la vanguardia y también en la retaguardia. En todas partes y, en cada sitio, los protocolos de actuación son distintos porque son para consumidores distintos o para consumidores en actitud distinta y, por lo tanto, demandan cosas distintas. Esa polifacética forma de ver la actualidad y de tratarla de acuerdo con la naturaleza del medio por nuestros propios reporteros, de muy jóvenes a maduros, yo creo que nos va a proporcionar un campo muy rico para tratar cada noticia en su momento y en su formato.

**48.- Está claro que no piensa tirar la toalla.**

No. Mis amigos están ya jubilados y yo estoy en estos momentos siento la ilusión de alguien que está iniciando algo que sabe que le va a llevar mucho tiempo pero que le va a dar muchas satisfacciones, a lo que vale la pena dedicarse. Dicen que cuando uno se jubila tiene que tener una ilusión y un hobby. Yo no lo necesito. Esto es lo que va a alimentar mis próximos años y estoy convencido de que va a ser un éxito pero no por mí, que soy el eslabón más débil de la cadena, sino porque hay gente muy buena que ha permanecido aquí en los momentos más que duros porque ha interiorizado y ha visto que aquí hay futuro. Y es que servir al pueblo de Elche es futuro.



## **Entrevista nº 2.**

Nombre: Concepción Álvarez / Año de incorporación a Tele Elx: 1.988

Puesto actual: Directora / Puestos anteriores: Redactora, jefa de informativos.

Entrevista realizada el 10/10/2013

---

### **1.- Cuando usted entró en Tele Elx ¿cuáles fueron sus primeras funciones y cómo se difundía este canal?**

He hecho de todo aquí. Entré en 1988 como presentadora y redactora de informativos. Entré principalmente para presentar un magazine que se llamaba “Radio Expres”, aún no había nacido la radio nuestra pero el magazine ya se llamaba así porque era un magazine con formato de radio donde hacíamos entrevistas, reportajes y todo eso. Luego presente otros programas e informativos y en el año 91 me hice cargo de la dirección de informativos. Cuando empezamos era una emisora de difusión por cable. En 1987 sólo se podían ver la primera y la segunda cadena. Entonces no había ninguna legislación al respecto y tan sólo existían los videos comunitarios que podían emitir para una manzana de viviendas. Pero Tele Elx ya nació con vocación de televisión local con redactores, cámaras y voluntad de informar. Amparándose en la falta de leyes concretas, empezamos a saltar de manzana en manzana y la señal fue extendiéndose por toda la ciudad. La verdad es que causó una auténtica revolución en la ciudad. Hay que tener en cuenta que sólo existían dos cadenas nacionales que no prestaban atención a la información local y por primera vez la gente podía ver y oír a su alcalde, a todos los concejales y ver a su ciudad como protagonista de la noticia. Sentían que Elche era importante. Más adelante, cuando se legisló la televisión por cable nos adaptamos a la nueva normativa, ampliamos nuestra oferta y, además de la cadena local, ofrecíamos también otros canales como Galavisión, la RAI y todos los que se cogían por satélite. Pusimos fibra óptica y, finalmente, constituimos MedTelecom, con la participación de importantes grupos financieros, y pusimos en marcha también servicios de telefonía, Internet o televisión de pago. Pronto supimos que nuestro futuro como canal local no



podía estar vinculado exclusivamente al cable y a la televisión de pago y decidimos empezar a emitir por ondas en 1994. Más tarde la red de cable la vendimos a Auna que a su vez la vendió a ONO. Ahora Tele Elx se puede ver por cable, a través de ONO, y en abierto por TDT.

## **2.- ¿Cuál era el ámbito de difusión entonces y cuál es ahora?**

En un principio sólo nos recibían en el centro de Elche pero poco a poco fuimos cableando el resto de la ciudad y llegando a todos los barrios. Al final se nos podía ver desde cualquier punto de Elche. Hablamos siempre del casco urbano, no del campo. El término municipal de Elche es muy amplio, tiene muchas partidas rurales con la población muy diseminada y es imposible llegar por cable. Aun así, llegamos a tener unas 29.000 viviendas abonadas con lo que, a tres o cuatro personas por casa, podíamos tener una audiencia estimada de unas 100.000 personas. Casi toda la población de la ciudad en aquel momento. Al pasar a emitir por ondas ampliamos mucho nuestro radio de acción. De hecho llegábamos a todo el término municipal, a Santa Pola y Crevillente y a parte de la Vega Baja. Ahora en la TDT ocurre prácticamente lo mismo. Pero no tenemos vocación comarcal, continuamos siendo una televisión fundamentalmente local.

## **3.- ¿Cuántas horas de programación se emitían diariamente?**

Muchísimas. Empezábamos a las 12 del mediodía y cerrábamos emisión hacia la una o las dos de la madrugada. Casi todo era producción propia pero también emitíamos películas, dibujos y documentales para competir con la única cadena generalista que entonces emitía que era La 1. Ahora no intentamos competir con las cadenas nacionales porque la oferta es tan amplia y tienen tantos recursos que es imposible la competencia. Durante las horas de cierre, porque en aquel entonces las televisiones todavía cerraban la emisión durante la madrugada, emitíamos un bucle con información de servicios, agenda, teléfonos, etc.

## **4.- Aproximadamente, ¿cuánta de esa programación era producción propia?**

Era una parte importante de la emisión en los primeros tiempos pero podíamos permitirnos el lujo de plantar cara a la escasa competencia que teníamos y hacer una

televisión generalista por lo que las películas, los dibujos y los documentales abundaban en la parrilla. Con el tiempo, la concepción de la televisión local ha cambiado y ha avanzado. Cuando empezamos a dar otros canales por cable o empezaron a emitir TV3, Canal 9 o las privadas tuvimos que transformar nuestro formato. Ahora aún más, la oferta en TDT es tan amplia que no hace falta pagar por ver películas o deportes u otros canales temáticos. Por eso nosotros decidimos centrarnos en lo local que es nuestra diferencia y nuestra fuerza y no competir con nadie. Somos la única televisión local que emite en la zona y ahí tenemos nuestra única posibilidad de supervivencia. Aunque tengas 40 canales en tu televisor, Tele Elx es el único que te va a ofrecer la información local que buscas como espectador local. Emitimos menos horas pero todo es producción propia. Los tiempos han cambiado. Antes teníamos muchos ingresos por el cable, la gente pagaba una cuota mensual por ver Tele Elx, lo que nos permitía contratar gente y elaborar más programación propia y también comprar productos ajenos para emitir. Ahora vivimos de la publicidad y la crisis nos ha afectado, como a todos, pero hemos aprendido a optimizar los recursos y mantenemos un buen nivel de programación. No hay tanta diferencia entre la producción propia de antes y la que ofrecemos ahora si tenemos en cuenta que hay mucha menos gente trabajando.

##### **5.- ¿Cuál era la procedencia de la producción externa?**

La comprábamos a distribuidoras pero cuando se amplió el espectro televisivo en todo el país ya no podíamos competir. Los estrenos quedaban para las emisoras nacionales que podían permitirse los precios elevadísimos que tenían y nosotros nos vimos obligados a empezar a emitir productos de serie B o reestrenos, por lo que la audiencia fue perdiendo el interés y decidimos dejar de pasar películas y documentales o dibujos animados de producción ajena porque no compensaba.

##### **6.- ¿Qué tipo de producciones externas se emitían? Formatos**

Básicamente, como ya hemos hablado, emitíamos películas, documentales y dibujos animados y también pasábamos telenovelas en la franja vespertina. En algunos momentos llegamos a emitir hasta 3 ó 4 películas al día, a mediodía, por la tarde, por la

noche y de madrugada. Una telenovela a media tarde y dibujos animados a mediodía y a primera hora de la tarde y algún documental antes del informativo.

### **7.- ¿Qué formatos de producciones propias se emitían? ¿Y en la actualidad?**

Entonces, como competíamos con televisiones generalistas, teníamos programas infantiles que han dado a conocer a gente muy valiosa como “La Maga Maja” o el grupo de teatro “La Carreta” que hacían el programa “Zapatistas”, con pocos medios pero con mucho esfuerzo y mucha imaginación. También hicimos programas con muñecos grandes tipo Espinete que requerían mucho esfuerzo con los decorados. También se hacían concursos de tipo local con público o algún magazine nocturno también con público y en directo en una sala de fiestas que había cerca y con actuaciones musicales e incluso teníamos un cuadro de baile. Casi toda la programación se emitía en directo a excepción de los informativos que grabábamos con anterioridad, salvo que hubiera alguna información de última hora. Los informativos en directo son más difíciles de hacer y requieren unos medios, de edición y realización, que nosotros no teníamos. Estos formatos ahora no se hacen. Prácticamente somos una televisión centrada en la información. Con diferentes formatos como la entrevista, el magazine, el debate o el informativo puro y duro pero basado todo en la información local. Nos hemos convertido en un canal informativo y centrado en la información local. Por cierto, también fuimos la primera televisión local en ofrecer en directo y vía satélite un partido de fútbol entre el Getafe y el Elche, en el año 92.

### **8.- ¿Qué formatos de productos informativos se ofrecían? ¿y en la actualidad?**

El Tele Nit fue el primer programa informativo que hicimos. Nació con Tele-Elx y se sigue emitiendo en la actualidad. Es nuestro buque insignia y el programa más antiguo que tenemos. Ha permanecido en pantalla durante estos 27 años. También hemos tenido un informativo de mediodía, Teledía, que hemos estado haciendo hasta hace unos cuatro años en que hemos tenido que dejar de hacerlo por falta de personal. Teníamos dos equipos de informativos diferenciados con dos directores diferentes para cada edición. Ahora ha sido sustituido por la información on-line que ofrece información puntualmente durante todo el día. En nuestra programación también han existido

debates y tertulias sobre asuntos locales que reforzaban nuestro carácter de medio informativo centrado en la actualidad del municipio.

**9.- ¿Ha cambiado la duración del Tele Nit desde el principio hasta ahora?**

Como te decía, es uno de los primeros programas del canal y, aunque básicamente su duración ha sido de unos 30 minutos, al ser una televisión local podíamos flexibilizar los horarios y alargarlo en función de la actualidad del día. En ese sentido hemos tenido más libertad y, en ocasiones, ha podido durar 50 minutos o más si la información lo requería. Pocas veces ha durado menos pero en ocasiones concretas ha durado más

**10.- Aproximadamente, ¿cuántas piezas informativas incluía/incluye el Tele Nit? ¿Ha variado la duración de las piezas?**

Hay un cambio evidente que se detecta viendo los informativos antiguos. Antes se hacían piezas muy largas, algunas eternas con cortes larguísimos. Casi era una entrevista entera. Hacemos muchas más piezas ahora que antes. Les damos un tratamiento más reducido, más concentrado. Son informaciones más ágiles y el informativo es más fácil de ver y más atractivo. Los cortes de voz duran unos 30 segundos y el resultado es más atractivo y ofrecemos más noticias. Ya no hay piezas que duren más de dos minutos. Antes algunas podían durar hasta 4 minutos. Eso es impensable ahora. También ha variado la presencia de los deportes y el tiempo en el informativo. En este momento los incluimos en el informativo pero durante mucho tiempo eran programas aparte por la importancia que siempre le hemos dado al deporte. Hacíamos un espacio de unos 30 minutos con la presencia del Elche, CF., evidentemente, pero también de todo el deporte base de la ciudad. Ahora, con la crisis, la redacción de deportes es más reducida y por eso, en los últimos años, la información deportiva se ha incluido en el informativo general.

**11.- ¿Alguna vez han incluido conexiones en directo en el informativo?**

Los informativos casi siempre eran grabados pero en ocasiones puntuales se han hecho en directo o ha habido conexiones para temas concretos. Por ejemplo cuando la Dama de Elche visitó la ciudad. Teníamos el informativo prácticamente montado pero nos

faltaba el tema de apertura que hicimos en directo desde el Palacio de Altamira justo cuando llegaba el camión que trasladaba el busto desde el Museo Arqueológico Nacional de Madrid. También hemos tenido conexiones en directo a lo largo de la programación por hechos importantes para la ciudad como el ascenso del Elche, C.F. Ese día estuvimos en directo durante todo el recorrido del autobús con los jugadores. Pusimos una cámara dentro del vehículo y cámaras en el ayuntamiento para ofrecer la recepción y los saludos desde el balcón y en la fiesta desde el estadio. Otras cosas que se ofrecen en directo siempre son las procesiones de Semana Santa, el Misteri o los desfiles de Moros y Cristianos, las Embajadas, la Charanga, etc. Hacemos un esfuerzo muy importante, incluso a nivel personal, pero siempre ofrecemos en directo este tipo de acontecimientos incluso ahora, a pesar de la crisis.

**12.- ¿Alguna vez han incluido entrevistas en el plató durante el informativo?**

Sí. Siempre lo hemos hecho y se sigue haciendo en función del interés para la audiencia. Recuerdo, por ejemplo, que hicimos una a Eduardo Zaplana cuando se aprobó la creación de la Universidad Miguel Hernández. El entonces presidente de la Generalitat vino al estudio y le hicimos la entrevista durante el informativo. También solíamos hacer entrevistas a los alcaldes elegidos en cada una de las elecciones municipales o a ilicitanos relevantes como Martín Sevilla que hasta ahora ha sido el único conseller de la Generalitat que ha tenido la ciudad. Las entrevistas nos servían para reforzar alguna información relevante y se emitían dentro del informativo. También hacemos entrevistas de mayor duración que se emiten de forma independiente.

**13.- Aproximadamente, ¿qué tanto por ciento de noticias de política municipal incluía/incluye el Tele Nit?**

Ha ido cambiando con el tiempo. Hay que tener en cuenta que cuando Tele Elx nació el Ayuntamiento de la ciudad no tenía ni gabinete de prensa y casi no se convocaban ruedas de prensa, por lo tanto, había poca información municipal. Al principio dábamos mucha información de calle, reportajes de las cosas que pasaban en los barrios. También ofrecíamos información de los plenos municipales pero poco más. Ahora todo el mundo convoca ruedas de prensa a diario, el equipo de gobierno, los grupos de la oposición, entidades locales, etc. Eso ha cambiado mucho. Ahora se da mucha información de la

política municipal porque el Ayuntamiento genera mucha información. Yo creo que el volumen puede oscilar entre el 40% y el 60% del total de la información que ofrece la cadena. Aunque si incluimos otro tipo de noticias como jornadas, ferias o eventos culturales en los que el Ayuntamiento colabora, el porcentaje se puede disparar.

#### **14.- ¿Cómo se organizaba/organiza la redacción de informativos?**

La manera de trabajar también ha cambiado mucho sobre todo por los recortes de personal que hemos sufrido. Al principio, cuando teníamos muchos redactores trabajando para los informativos, podíamos organizar el trabajo incluso por áreas. Un redactor se encargaba de tribunales, otro de municipal, otro de sanidad, etc. Entonces podíamos hacer un seguimiento exhaustivo de los temas y los periodistas controlaban a la perfección sus áreas. Ahora no podemos tener esa especialización. Nuestros redactores tienen que saber de todo y el trabajo lo distribuimos más por horarios y por las posibilidades que nos deja la agenda diaria. Antes, para sacar un tema de tribunales podíamos tener un redactor dedicado dos días a ese trabajo; ahora eso es absolutamente imposible.

#### **15.- ¿Cómo ha variado el número de redactores y personal técnico?**

Cuando yo dirigía el informativo teníamos tres periodistas con su cámara correspondiente, dos colaboradores y yo que estaba en la redacción coordinando y haciendo el trabajo que se podía hacer desde la redacción. Tres equipos al completo incluso con su coche correspondiente. Ahora para informativos tenemos un cámara y dos periodistas, más otro periodista colaborador que refuerza la redacción cuando hace falta. La tecnología también facilita más las cosas. Los redactores llevan su propia cámara digital, que es más ligera y muy sencilla de utilizar, y cubren, por lo general, ruedas de prensa. También estamos adaptando los ordenadores para que cada periodista pueda editar los videos desde su propia mesa de redacción. La tendencia es ir hacia el periodista-orquesta. Luego también hay más cámaras y técnicos para otros departamentos como deportes o publicidad aunque, si la actualidad lo exige y no hay incompatibilidades, podemos utilizar alguno de esos equipos para informativos.

**16.- ¿Cuáles eran/son mayoritariamente sus fuentes de información y cómo llegaban/llegan a la redacción de informativos?**

La fuente de información más importante es el Ayuntamiento que convoca cada día numerosas ruedas de prensa. Elche también es una ciudad muy viva y hay muchos colectivos y asociaciones que funcionan y que también nos convocan para contarnos su actividad. Antes lo hacían por fax o teléfono y ahora, sobre todo, a través del correo electrónico. Afortunadamente, y al margen de eso, los ciudadanos nos tienen muy presentes y nos llaman directamente cuando pasa algo. En ocasiones nos llaman antes que a los servicios de emergencia. Con las nuevas tecnologías, además, nos hacen llegar hasta el video de algún accidente o incendio que acabe de suceder. Los ciudadanos son una fuente muy importante para Tele Elx. Nuestra televisión también ha estado siempre abierta a todo tipo de colectivos y a los problemas de los ciudadanos, a sus quejas, a sus demandas y a sus problemas.

**17.- ¿Existía/existe algún tipo de presión externa o interna para elaborar la escaleta?**

La escaleta del informativo siempre la he hecho yo. Nunca he tenido presiones de ningún tipo. Lo afirmo con absoluta rotundidad. El jefe de informativos es absolutamente libre para decidir qué se da y qué no, el orden en que se emiten las noticias con criterios totalmente periodísticos y, según considere, lo que es más importante o lo que es menos. Y ha sido siempre así. En ningún caso he tenido ningún tipo de presión. Ni antes ni ahora.

**18.- ¿Qué peso tenía/tiene la cultura local dentro de la programación? ¿Y en Tele Nit?**

Para nosotros es muy importante cualquier asunto que tiene que ver con la cultura, las fiestas y las tradiciones. Siempre lo hemos tenido muy en cuenta. En nuestros informativos siempre hay noticias que tienen que ver con la cultura local, actuaciones musicales, teatro o exposiciones. El Misteri, por ejemplo, para nosotros es muy importante. Gracias a nosotros los últimos 26 años de las representaciones del Misteri están grabados. Está presente a lo largo de todo el año pero no genera noticias todos los días. Normalmente la pauta la marcan ellos. Cuando hay reunión del Patronato, cuando



empiezan los ensayos, cuando se buscan nuevas voces por los colegios de la ciudad, los conciertos de la Capella, etc. Estuvimos en Santiago de Compostela, en Roma cuando cantaron ante el Papa y en directo desde París, vía satélite, cuando fue declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO. Pero Elche no es solamente el Misteri. La ciudad ha crecido mucho y hay gente venida de muchos sitios. En nuestra programación también están presentes los andaluces, los maños o los manchegos. Todas las culturas que viven en la ciudad.

**19.- ¿Cuál ha sido/es el tratamiento del valenciano dentro de la programación? ¿Y en el Tele Nit?**

El Tele Nit siempre se ha hecho en castellano. Lo único que tiene en valenciano es el nombre. Aunque en Tele Elx siempre hemos tenido una política de respeto por las dos lenguas. Hay programas que son en valenciano pero la mayoría son en castellano, aunque la gente se expresa con absoluta libertad. Siempre hemos querido darle un tratamiento de absoluta normalidad en la casa y, de hecho, cada uno de nuestros invitados habla en la lengua que prefiere. Si hacemos un programa del campo, la gente habla 100 % en valenciano porque es como habla la gente de esta tierra. Incluso en el informativo se dan videos en castellano o en valenciano indistintamente según el tipo de información o la lengua en que han contado la noticia. Nunca las hemos traducido al castellano. Hemos apostado por la normalidad y el respeto a las dos lenguas.

**20.- ¿Cómo ha influido la no concesión de licencia de TDT-L en Tele Elx? ¿Cuál es la situación administrativa actual?**

Mucho. Cuando se adjudicaron las licencias llevábamos más de 20 años emitiendo. Fuimos la primera televisión local de la Comunitat Valenciana y la segunda o la tercera de España. La decisión nos cayó como un jarro de agua fría y nos enfrentó a la posibilidad de dejar de emitir. Para nosotros fue muy duro. Se empezó a correr la voz que íbamos a cerrar y muchos de nuestros clientes empezaron a retirar la publicidad, incluso las administraciones y eso afectó a nuestros ingresos. Claro, pasamos a ser una televisión ilegal y la gente no se fiaba de invertir en una televisión que parecía condenada a desaparecer. Eso trajo los recortes y las reducciones de plantilla y de



programación. Tuvimos que tomar la decisión de seguir adelante pasara lo que pasara y así lo hicimos porque sentíamos que a los ciudadanos les habían robado su derecho a tener una televisión de proximidad como así se demostró. La totalidad de los canales que se concedieron para la comarca del Baix Vinalopó no tenía ninguna vocación ni ninguna intención de convertirse en televisiones locales.

## **21.- ¿Nunca entendisteis por qué no os concedieron la licencia? ¿Por eso presentasteis el recurso?**

Cuando no nos concedieron la licencia recurrimos pero la respuesta que se nos dio desde la Generalitat Valenciana fue que había otras ofertas mejores que la nuestra aunque sin especificar la baremación de cada una de las propuestas que se presentaron al concurso. ¿Qué puntuación tenía cada uno de los apartados que se especificaban en el pliego de condiciones y cómo se había puntuado a cada aspirante? ¿Qué era lo que nos había hecho no merecedores de la concesión y a otros sí? Nosotros no podíamos aceptar esa respuesta tan indefinida y, además, sabíamos que no había ofertas mejores. Quedábamos en una absoluta indefensión ante el desconocimiento de los criterios de baremación que habían seguido para adjudicar las licencias y qué puntuación tenía cada una de las ofertas presentadas. Y con esos argumentos rechazaron el recurso. Después de muchos años de alegación y de luchas constantes para que regularan el sector de las televisiones locales, cuando por fin se hace esa regulación nos dejan fuera y pasamos a una situación de ilegalidad por una decisión absolutamente arbitraria. Pero nosotros seguimos recurriendo primero a la Audiencia Provincial, después al TSJ de la Comunitat, que le dio la razón a la Generalitat, y finalmente al Supremo que nos dio la razón y anuló la resolución de la Generalitat en todas las demarcaciones de la Comunitat Valenciana. Aun así no sabemos si se volverán a sacar a concurso las frecuencias porque la sentencia sólo les obliga a repetir la baremación que en aquella ocasión fue hecha por una empresa ajena a la Generalitat. Pero clar, ha cambiado todo mucho. Han pasado más de diez años. Pocos tuvieron los redaños de Tele Elx para mantener sus emisiones. Muchas de las empresas que resultaron beneficiadas con una frecuencia han cerrado, han revendido o alquilado sus frecuencias a terceros. Muchas de ellas no llegaron nunca a funcionar como emisoras locales. En la actualidad todas estamos en situación alega porque la sentencia del Supremo anula las concesiones. No sabemos

qué pasará porque convocar un nuevo concurso también sería injusto para aquellos que si están emitiendo una programación estable. ¿Pero pueden convocar un concurso sabiendo quienes van a ser algunos de los adjudicatarios? Nada tiene sentido. La Generalitat parece que quiere repetir la mesa de adjudicación y anular las concesiones que hayan desaparecido o que incumplan requisitos legales o laborales. No me parece bien. Se debería de repetir el concurso y que las empresas que quisieran se volvieran a presentar y se hiciera una nueva baremación con criterios claros y de tipo profesional. Porque en Elche se da la paradoja que, sin tener licencia, somos la única televisión que emite en la actualidad mientras que han ido desapareciendo todas las que obtuvieron licencia. Ahora sólo emite una empresa que se llama Única TV que está utilizando la frecuencia de Libertad Digital, que se la habrá alquilado o vendido, y que pretende emitir para toda la provincia. Además ofrece muy poca información local. Elche sale en contadas ocasiones.

## **22.- ¿Volverán a presentarse al nuevo concurso de adjudicaciones?**

Si, por supuesto que volveríamos a presentarnos si, finalmente, se convoca de nuevo el concurso para adjudicar las frecuencias de la TDT local. También tenemos pendiente la resolución del Supremo sobre la multa de 500 mil euros que nos puso la Generalitat y que Tele Elx también recurrió. El Gobierno valenciano, de momento, no ha retirado la sanción pero suponemos que después de la sentencia que anula las concesiones también tendrán que anular la multa. No sería lógico que se anule la causa de la sanción y se mantenga la sanción. Espero que nos la quiten.

## **23.- ¿Que medios componen ahora mismo el grupo?**

Tele Elx casi siempre ha funcionado como un grupo mediático. Empezamos con la tele pero bien pronto se puso en marcha también la radio, en un principio asociada a Antena 3 Radio. Hemos llegado a tener la tele, la radio y el servicio de internet, televisión y telefonía por cable. Ahora mantenemos la televisión y Radio Express, asociada al grupo Marca, y un portal multimedia de información local que se llama InfoExpress. La radio tiene concesión propia y siempre ha emitido asociada a cadenas nacionales. Primero fue Antena 3, después la COPE y ahora Radio Marca. Son tres medios diferentes pero

funcionamos como una redacción conjunta aunque cada uno es responsable de su área. Desde Infoexpress atendemos todo lo que tiene que ver con las redes sociales.



### **Entrevista nº 3**

Nombre: Antonio Rodes Juan      Año de incorporación a Tele Elx: 1987

Puesto actual: Desvinculado      Puestos anteriores: Fundador, Consejero Delegado

Entrevista realizada el 28/11/2013

---

#### **1.- ¿Cómo se gestó Tele- Elx y cuál fue su participación?**

Yo monté Tele Elx. La primera emisión de Tele Elx se produjo el 27 de marzo de 1987. Antes, el 31 de enero del mismo año, se conoció una sentencia del Tribunal Supremo que daba la razón a un conocido abogado de Sevilla, Manuel Clavero, que había sido ministro en los gobiernos de UCD, y que reconocía que los famosos videos comunitarios de Andalucía estaban protegidos por el artículo 20 de la Constitución. A raíz de eso, llamé a un amigo mío, el periodista Pepe Andreu, y nos trasladamos a Sevilla para conocer de primera mano los detalles de la sentencia. Después le propuse montar Tele Elx. Yo me encargué de buscar el capital y él aportó su conocimiento del periodismo. El primer socio capitalista fue Julián Méndez un empresario muy generoso y muy amigo mío y fue quien aportó el dinero necesario para arrancar. Entre los tres constituimos la sociedad Elche Comunicaciones, S.A. y, en poco más de dos meses, Tele Elx empezó a emitir y yo me convertí en su primer consejero-delegado.

#### **2.- ¿Cuál ha sido la evolución de Tele Elx?**

Tele Elx ha tenido diferentes etapas. En principio, nació como una televisión por cable monocanal pero pronto nos dimos cuenta que, en el resto del mundo, el cable estaba evolucionando hacia la difusión multicanal y transformamos toda la red para poder ofrecer multitud de canales a los abonados. Para llevar a cabo esa nueva inversión decidimos hacer una ampliación de capital en el año 92 y se incorporó la familia Torres para poder montar la televisión multicanal. Más adelante contamos con la participación de un fondo de inversión de capital riesgo de origen británico y nos atrevimos a dar el salto a otras localidades como Alicante, Quart de Poblet o Alaquàs. En toda esa

infraestructura de cable llegamos a invertir más de 7.000 millones de pesetas. El siguiente paso se produjo cuando se liberalizaron las comunicaciones, alrededor del año 2000, un hecho que propició la entrada de la CAM y Retevisión en nuestro accionariado dando así origen a MedTelecom. En ese momento teníamos cableada buena parte de la ciudad de Elche y unos 27.000 clientes a los que ofrecíamos más de cien canales de televisión, telefonía e internet. Competíamos con ONO sin ser legales, de hecho teníamos todo el mercado y ONO no conseguía entrar en la ciudad. Después tuvimos buenas ofertas y en el año 2003 vendimos a Auna toda la red de fibra óptica que después pasó a manos de Orange, que compró todos los activos de Auna en toda España, y que, finalmente, ha acabado siendo propiedad de ONO. Los accionistas locales nos quedamos tan sólo con el canal local de televisión, Tele Elx, y una emisora de radio que hoy emite como Radio Marca. En ese momento yo me desvinculé de la empresa y Luis Torres nos compró las participaciones que teníamos Julián Méndez y yo.

### **3.- ¿Cuándo nació Tele Elx cuál era el nombre comercial de la empresa?**

Hay que distinguir entre el nombre mercantil y el comercial. El mercantil era Elche Comunicaciones, S.A. y el comercial Tele Elx.

### **4.- ¿Tele Elx nació con la intención de ser una empresa multimedia?**

No, en absoluto. Primero quisimos montar un diario pero nos dimos cuenta que era más complicado, que no podíamos competir con los diarios de la zona que estaban muy asentados. Estuvimos en Cartagena viendo un diario que había montado Jesús Sánchez Carrascosa, amigo de Pepe Andreu, a finales de diciembre de 1986 y apenas veinte días después de ponerlo en marcha habían decidido cerrar. Un mes después salió la sentencia del Supremo sobre los videos comunitarios de Sevilla y optamos por hacer un canal de televisión local. Esa era la intención inicial, hacer un canal de televisión. Más tarde, en 1989, se nos ocurrió optar a una licencia de radio de las que concedía la Generalitat y nos dieron una frecuencia. Así nació Radio Express y la vocación multimedia del grupo. La radio emitía programación local pero asociada a grandes cadenas de radio de ámbito nacional. Primero fue Antena 3-Radio, después la COPE y en la actualidad emitimos la programación de Radio Marca. El grupo también publicó durante un tiempo una revista

con toda la programación de Tele Elx y algunos artículos de fondo y de opinión. Hay que recordar que cuando nació Tele Elx tan sólo emitían los dos canales de Televisión Española y TV3, por lo que tuvimos claro que había que hacer una televisión generalista con una programación ambiciosa repleta de informativos, especiales y emisiones de películas. La osadía obtuvo una buena respuesta de la audiencia y el proyecto empezó a financiarse con las cuotas de los abonados. Al principio hacíamos de todo pero la cosa ha ido evolucionando hacia una fórmula de all-news, en información local, que yo creo que es lo suyo.

### **5.- ¿Cuánto se invirtió en la puesta en marcha de Tele Elx?**

La inversión inicial la hicieron los socios a través de fondos propios y de préstamos. La primera aportación fueron 25 millones de pesetas que pronto se convirtieron en 125. Al principio estábamos asustados porque no teníamos ni idea de donde nos habíamos metido. Era un negocio de bolsillo profundo y nosotros no lo teníamos. Fue una inversión importante pero que se pudo afrontar gracias a la buena aceptación de los clientes. Los abonados fueron creciendo muy rápido y pudimos ir digiriendo las inversiones. De todas las maneras el proyecto siempre estuvo mal financiado e íbamos por detrás de las necesidades. No sabíamos dónde nos habíamos metido. No había precedentes en el cableado de una ciudad y el incremento de abonados siempre implicaba la extensión del cableado y, por lo tanto, más inversiones. Esto produjo tensiones financieras muy importantes a veces propiciadas por el éxito. Por si fuera poco, cuando empezábamos a ver la luz al final del túnel tuvimos que renovar todo el cableado para ofrecer los servicios multicanal. Eso fue en el año 90 y hubo que sustituir toda la red. Entre los años 1999 y 2003 pusimos la fibra óptica para ofrecer los servicios de telefonía e internet, además de la televisión. Hubo que hacer una central de conmutación, gestionar los nodos de internet, eran palabras mayores. El grupo de empresas llegó a tener 450 trabajadores en plantilla en los momentos álgidos, entre técnicos, comerciales, ingenieros y el personal de redacción. La tele se puso en marcha en un entresuelo de la Avenida del País Valenciano y el estudio era una habitación de apenas 14 metros cuadrados, luego pasamos a un local más grande y llegamos a tener hasta cinco locales entre los estudios, una oficina de atención al cliente o la central de

conmutación que estaba en el Polígono de Carrús. Las infraestructuras fueron las necesarias en cada momento. En lo que se refiere a medios técnicos, teníamos 8 ó 9 ENG y una unidad móvil desmontable para hacer retransmisiones en directo y los programas que hacíamos fuera de los estudios. También fuimos la primera televisión local en alquilar un satélite para dar un partido del Elche C.F. contra un equipo de Madrid, no recuerdo si el Getafe o el Leganés, que podía suponer el ascenso del equipo a Segunda División.

#### **6.- ¿Cuántos abonados llegó a tener?**

Cuando vendimos la empresa en el año 2003 teníamos 27.000 abonados. Al principio tuvimos un éxito terrible y llegamos a 17.000 en pocas semanas pero luego, cuando dejamos de emitir películas, los suscriptores fueron bajando hasta los 9.500 en el año 1996. Los clientes volvieron cuando empezamos a ofertar también telefonía e internet y nos situamos pronto cerca de los 30.000. Al principio los abonos costaban 1.000 pesetas al mes; al final la cosa era más complicada porque cada cliente compraba un paquete diferente con diferentes contenidos de televisión, telefonía e internet. Pero Tele Elx continuaba siendo la estrella del paquete. En aquellos años los contenidos de la televisión por cable eran muy limitados, apenas si había oferta. De hecho fui con otros dos amigos a Miami a negociar con un productor muy importante de Venezuela para traer uno de los primeros contenidos sólidos de la televisión por cable, el hoy conocido Canal Hollywood. Pero en aquellos años la gente veía mucha televisión local incluso ahora los españoles dedicamos 14 minutos al día a ver programas locales de televisión. Sin duda Tele Elx era el banderín de enganche y el informativo Tele Nit todavía es referencia informativa en la ciudad y la ventana informativa más importante de los barrios. En Elche la información se consume básicamente a través de Tele Elx y del diario Información.

#### **7.- ¿Por qué dejaron de emitir películas?**

Básicamente por la publicación de la Ley de Propiedad Intelectual que nos prohibía ofrecer esos contenidos. Nosotros siempre quisimos llegar a un acuerdo con los distribuidores y estábamos dispuestos a pagar los derechos pero se negaron a vendérmolos. Por eso planteamos una batalla legal importante. Yo iba todos los meses

al juzgado a entregar el listado de películas que íbamos a emitir y con las cartas enviadas a las *majors*, las multinacionales del cine, solicitando el permiso correspondiente. Además, depositábamos en el juzgado la cantidad correspondiente a los derechos de autor de las películas con lo que salvábamos la vía penal. Fue una batalla importante que al final ganamos porque nosotros nunca tuvimos intención de defraudar, sólo queríamos tener acceso a esos bienes culturales abonando los derechos correspondientes. Pero no querían que compitiéramos con TVE que era con quien firmaban los grandes contratos. Nos llegaron a reclamar 23.000 millones de pesetas. Lo que sí que fue duro fue el bajón de audiencia y de abonados que tuvimos en ese período. La imposibilidad de emitir las películas de calidad que programábamos nos hizo perder casi la mitad de los abonados que teníamos y nos quedamos en poco más de 9.000. Por eso cambiamos la red y metimos más canales, la mayoría libres, y más adelante otros de pago con lo que conseguimos incrementar la variedad de la programación y suplir la falta de buenas películas. Por otra parte, Tele Elx seguía emitiendo películas aunque de calidad muy inferior y tuvimos que incrementar la programación propia. Luego empezamos con la multidifusión de programas para llenar huecos porque la televisión es muy cara de hacer y no pudimos mantener el ritmo de producción al caer los ingresos.

#### **8.- Y empezaron a llegar otras televisiones locales...**

En Elche también empezó a funcionar un video comunitario, que pusieron en marcha diferentes videoclubs de la ciudad, que no funcionó y acabó cerrando aunque lo ofrecían todo gratis y tenían mejores equipos. Pero la gente nos prefería a nosotros y acabamos absorbiéndolos y comprándoles todo el material técnico que tenían. Más tarde, a finales de los 90, empezó a emitir por ondas Televisión de Elche que emitió durante unos años en abierto y que acabó aliándose con Localia hasta que quedaron fuera de las licencias concedidas para la Televisión Digital Terrestre. Hubo más intentos, como el caso de Tele Dama, aunque creo que nunca llegó a emitir. Se rumoreó que la compró gente próxima al PP para participar en el concurso de las TDT y, finalmente, acabó en manos de José Luis Ulibarri quien obtuvo una serie de licencias de TDT por toda la Comunidad Valenciana y que emitía con la marca comercial de Tele 7. Pero también acabaron cerrando como las otras dos concesiones que adjudicaron para la comarca de



Elche. En estos momentos creo que no emite ninguna una programación propia y están conectadas a tele tiendas o programas esotéricos.

### **9.- ¿Cuándo empezaron a emitir por ondas?**

No recuerdo exactamente cuándo empezamos a emitir por ondas. Creo que fue cuando vendimos la red a Auna y estos a su vez la vendieron a Orange. Nos quedamos sin red de cable y no tuvimos más remedio que acudir a las ondas para continuar con nuestro proyecto de televisión local. Finalmente toda la red pasó a manos de ONO quien también ofrece a sus abonados la emisión de Tele Elx por uno de sus canales como hace con todos los canales que emiten por ondas en cada zona.

### **10.- ¿Qué fue el “caso Cosistel”?**

Cosistel era una empresa técnica donde trabajaban los empleados de la red. Cuando tuvimos que cambiar la red Tele Elx, Elche Comunicaciones, S.A. no podía asumirlo económicamente y entonces la inversión la asume Cosistel con la aportación de capital de algunos socios de Tele Elx y algunos trabajadores para crear una sociedad anónima laboral donde también permanecieron los socios iniciales de la empresa. Cosistel se convirtió así en la propietaria de la nueva red multicanal, de toda la infraestructura del cable. La inversión que se hizo fue de 400 millones de pesetas para lo que pedimos un préstamo a la CAM, de 150 millones avalado por todos los socios, acogiéndonos a las condiciones que había fijado la Generalitat para la sociedades anónimas laborales y que consistían en subvencionar 4 puntos del 15 % de interés que cobraba la Caja por lo que el interés se quedaba en un 11%. La Consellería también ofrecía la posibilidad de mantener el tipo de interés en el 15 % y capitalizar esos 4 puntos en un solo pago. Optamos por esta opción y nos concedieron 32 millones de pesetas con la condición que tuviéramos como mínimo 16 socios-trabajadores. Buscamos esos socios pero solo encontramos una decena porque las condiciones económicas no eran muy buenas. Al tiempo, una empresa de la competencia nos denunció porque no teníamos el número mínimo de trabajadores que exigía la normativa y la Conselleria nos hace un requerimiento al que contestamos afirmando que en la documentación remitida a la administración figura el número real de socios y que en ningún momento hemos falseado los datos. Así y todo, la Administración nos exige la devolución de la

subvención. En ese momento Cosistel ya había vendido la red de cable a otra empresa con capital fresco, DSC, y se había reconvertido en una empresa instaladora. El tema tenía poco recorrido judicial pero el ABC lo convirtió en una causa contra el gobierno socialista y Eduardo Zaplana lo utilizó contra Joan Lerma como muestra de la corrupción de los socialistas en la Comunidad Valenciana. La causa estuvo abierta durante muchos meses pero acabó archivada y ni siquiera se abrió juicio oral pero les sirvió para estar año y medio erosionando al gobierno de Joan Lerma. “WaterLerma” lo llamaban. Al final, no se devolvieron los millones de la subvención porque hubiera significado el cierre de la empresa y el despido de sus veinte trabajadores. Cosistel ya no tenía solvencia para hacer frente al pago. El mismo director general de Trabajo de entonces me dijo que el tema en condiciones normales se habría archivado después de nuestras alegaciones pero el asunto se politizó y acabó en los juzgados.

#### **11.- ¿Cómo eran las relaciones con los diferentes gobiernos locales y autonómicos?**

Cuando nacimos, las relaciones eran muy buenas y eso que era un medio totalmente ilegal y a la hora de hacer contratos de publicidad, era difícil de explicar a la gente que no éramos ilegales. Entonces se me ocurrió que la mejor manera de hacerlo evidente era hacer una ceremonia de inauguración pública con la presencia de personajes importantes e invitamos a Ramón Pastor que era el alcalde de la ciudad en aquel momento y con el que tenía una buena amistad porque yo había sido portavoz del Partido Comunista en el primer Ayuntamiento democrático. Al alcalde le pareció muy bien y fue él quien hizo la inauguración oficial de Tele Elx durante una ceremonia por todo lo alto que hicimos en el Huerto del Cura. De un plumazo resolvimos el problema porque ya teníamos una buena parte de la ciudad cableada y lo vio todo el mundo. La presencia del alcalde en la inauguración despejó las dudas y ya no fue necesario volver a explicar la diferencia entre ilegal y legal. Desde entonces Tele Elx ha intentado mantener siempre buenas relaciones con los gobiernos locales pero también con la oposición. Buscábamos el equilibrio y el respeto a la pluralidad y, sobre todo en los primeros tiempos, las relaciones era buenas con todos los grupos políticos. En la programación había mucha presencia de los ciudadanos y de sus opiniones pero nunca

entramos en la batalla política ni en el enfrentamiento con ningún grupo. Sabíamos que los gobiernos cambiarían y que nosotros teníamos que seguir estando. Por eso nunca entramos en batalla con el Partido Popular ni cuando Eduardo Zaplana hizo bandera del Caso Cosistel. Sobre ese tema, el diario ABC nos dedicó más de 360 páginas en año y medio y al final también optamos por no contestar.

## **12.- ¿Y qué relaciones mantenían con otras cadenas locales o nacionales?**

Teníamos una asociación de operadores de cable en toda España de la que formábamos parte de forma muy activa y con los que compartíamos la compra de contenidos para nuestras emisoras. También tuvimos buenas relaciones con otros operadores más importantes como Antena 3 con quienes colaboramos para traer a España el Canal Hollywood como ya he explicado. Pero nunca formamos cadena con otras emisoras locales. El cable siempre fue un tema muy local y nunca apostamos para hacer una programación conjunta con otras emisoras

## **13.- ¿La situación de alegalidad le convino alguna vez a Tele Elx?**

No, nunca. No se puede trabajar cómodo desde la falta de legalidad. Es una situación difícil y que te lastra constantemente. A la hora de vender el producto a los clientes, de contratar publicidad, de comprar contenidos. Muchas veces los proveedores no nos querían ni recibir; de hecho a veces íbamos a algunas de las ferias del sector y no nos consideraban como clientes potenciales. No hay mercado si no hay ley.

## **14.- ¿Cuáles han sido los momentos más duros y los más dulces de la historia de la emisora?**

En la historia de Tele Elx hay momentos muy duros como en los años 89/90 cuando tuvimos que hacer frente a la reconversión de la red, lo que produjo mucha tensión financiera. Nos encontramos con una situación durísima, yo creo que la más crítica de todas. También fue muy dura cuando intentaron cerrar la empresa a través del Caso Cosistel. Y los mejores momentos fueron sin duda el inicio, cuando tuvimos un crecimiento en explosión que nadie esperaba, y la última etapa, en que con la oferta multicanal y los servicios de telefonía e internet, llegamos a tener más de 27 mil abonados y un grado de satisfacción muy alto entre nuestros clientes. Competimos muy

bien en telefonía con una oferta muy agresiva de lanzamiento que suponía las llamadas gratuitas entre los clientes de nuestra red. Y también tuvimos un departamento de atención al cliente muy bueno.

**15.- ¿Cuántos directores ha tenido Tele Elx en toda su historia?**

Tan solo han pasado tres personas por la dirección del canal. El primero de todos fue Gaspar Maciá, luego estuvo un tiempo José María Priego, que también dirigía la radio, y por último asumió la dirección Conchi Álvarez quien continúa todavía en el cargo. La emisora de televisión siempre ha tenido una plantilla de unas 20 personas entre periodistas, técnicos y locutores y un equipo de 4 ó 5 colaboradores para programas concretos y especializados. No teníamos muchos cargos intermedios porque no nos lo podíamos permitir. En la primera etapa sí que hubo un director de Programación que fue Iván Aranda pero, con las primeras crisis, tuvimos que rescindir el contrato y redujimos los cargos intermedios.

**16.- ¿De qué manera participaban los ilicitanos en Tele Elx?**

Siempre han estado muy presentes. Además, al pagar cuotas se consideraban un poco propietarios del canal. Había una relación muy cálida y por eso cuidábamos mucho el departamento de atención al cliente. Tele Elx es muy querida en Elche, la gente la ve como una cosa suya. Allí aprendí que una incidencia bien atendida y bien resuelta fideliza más que la ausencia de incidencias. Hay que recordar que la extraordinaria Lola Puentes era la encargada del departamento y con su cariño conseguía que alguien que llamaba indignado por algún fallo en el servicio acabara sintiéndose como de la familia.

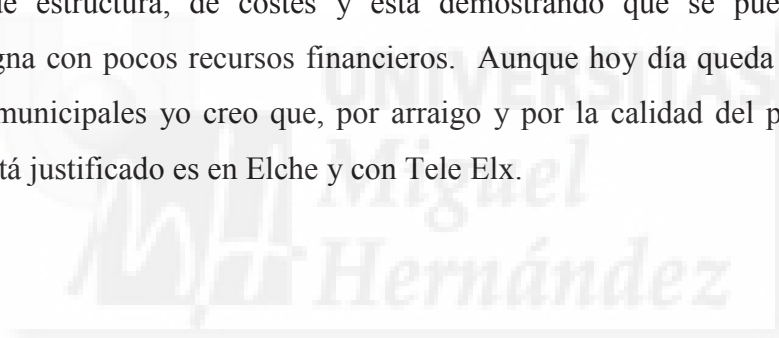
**17.- ¿Han tenido presiones sobre los contenidos que emitían?**

No más de las normales. Alguna vez los políticos se nos quejaban. Todos los alcaldes de la ciudad nos han dicho en alguna ocasión que los habíamos tratado mal y también políticos de la oposición. Siempre han sido comentarios y quejas verbales pero nunca amenazas en serio. Alguna vez se le fue la pinza a alguien y dijo que nos iba a cortar los cables e incluso pidió informes a algún ingeniero pero no pasó de ahí. No hubieran podido hacer nada contra el medio porque es muy popular y muy querido por

la población. Nunca se han atrevido. Ahora mismo se da la paradoja que ninguna de las concesiones de TDT local está emitiendo en la ciudad de Elche. Todas se han caído y no ofrecen el servicio público esencial que deberían. Por el contrario, Tele Elx sigue haciendo la televisión de proximidad que necesitan los ilicitanos a pesar de no tener licencia. Me llevé un gran disgusto cuando supe que no les concedieron la licencia a pesar de que ya no tengo relación alguna con la empresa.

### **18.- ¿Cómo ve el futuro de Tele Elx?**

Personalmente le deseo el mejor futuro a Tele Elx pero no lo va a tener fácil si no consiguen articular ese mercado. El mercado de la televisión local está sin estructurar y no hay paquetes de publicidad importantes para la televisión local, no hay anunciantes, y sólo con la publicidad local no se puede resistir. Tele Elx ha hecho una reducción importante de estructura, de costes y está demostrando que se puede hacer una televisión digna con pocos recursos financieros. Aunque hoy día queda mal hablar de televisiones municipales yo creo que, por arraigo y por la calidad del producto, si en algún sitio está justificado es en Elche y con Tele Elx.



## **Entrevista nº 4**

Nombre: Gaspar Macià Vicente    Año de incorporación a Tele Elx: 1987

Puesto actual: Ninguno    Puestos anteriores: Jefe Programas e Informativos

Entrevista realizada el 9/1/2014

---

### **1.- ¿Cuál es la fecha de su entrada en Tele Elx?**

En 1987, cuando empezó. Lo puse en marcha yo. A mí me llamaron Antonio Rodes y Pepe Andreu en marzo y me explicaron el proyecto. Yo no sabía que habían empezado ya a cablear la ciudad ni que estaban emitiendo en pruebas. Emitiendo música y teletexto. Yo había estado trabajando como director de El Periódico de Elche y estaba pendiente de volver a reincorporarme a mi puesto de La Verdad, donde trabajaba desde el 79. Entonces tuve la entrevista con Rodes y Andreu, me explicaron el proyecto y me pareció extraordinario.

### **2.- ¿Qué le contaron?**

Que querían hacer una televisión local. Entonces lo que se conocía eran los videoclubes comunitarios y alguna televisión que había surgido así, de tipo experimental o tipo municipal donde daban algún informativo. Lo que me explicaron era un proyecto muy ambicioso, que personal y profesionalmente me gustó. Hacer una programación completa, con profesionales, sin ningún dirigismo político y que estaba todo por hacer y por ir configurando esa programación. Entonces me metí en el proyecto. Digamos que yo estaba desde el origen. Yo la monté, bueno estaba ya Iván Aranda dentro de la empresa, y fuimos buscando gente para crear ese equipo. Por eso te digo que estaba desde el origen.

### **3.- ¿Cuál era su cargo o puesto de trabajo?**

Yo entré como jefe de programas y de informativos porque entonces no había tanto personal. Me encargaba de toda la programación y sobre todo de los informativos. Hay

que situarse en aquella época en la que no había más televisión que TVE, la primera y la segunda. Entonces, lo que iba a diferenciar a Tele Elx es tener unos informativos propios sobre la ciudad que no era lo que daba la delegación regional de TVE. Se potenció mucho el aspecto informativo y buscamos gente que fueran profesionales de la información. Claro, los profesionales de la televisión no existían porque aquí no había televisión. Tuvimos que ir haciéndolo sobre la marcha. Pero vamos, me hice cargo de las dos parcelas.

#### **4.- ¿Y de dónde sacaron esos profesionales?**

Entre Iván y yo empezamos a buscar a gente y así fue como surgieron periodistas como Maite Vilaseca y Pepe Soto, que también estuvieron en los inicios. Más tarde llegaron Conchi Álvarez y Rosmari Alonso, que se incorporó como presentadora de continuidad y luego pasó a informativos, Fernando Bazán... Y bueno, tuvimos allí una serie de gente que empezamos a poner aquello en marcha. Y de cámaras buscamos a Pepe Pastor que estaba estudiando Imagen y Sonido, que luego acabó en Canal 9. También Pepe Bernabéu y otros cámaras como Paco Vicente y Tomás Romero. Digamos que la parte de realización quedaba en manos de Pepe Pastor que hacía las funciones de realizador y de Pepe Bernabéu y luego los cámaras eran Paco y Tomás.

#### **5.- ¿Cuántas personas formaban parte de la plantilla inicial?**

Pues lo que era la plantilla de programación e informativos pues seríamos unos ocho o diez sin contar los jefes. Conchi Álvarez se incorporó un poco después. Estos éramos de plantilla pero después también había colaboradores para programas. Estaban Santiago Gambín, de Radio Elche y José M<sup>a</sup> Pallarés, de La Verdad, que hacían deportes. También Jesús Rodríguez, que hacía programas musicales. En fin, que había otra mucha gente que no estaba en plantilla pero que hacían programas especiales como Cari Antón, que junto a su hermano Licinio colaboraban en el programa de La Maga Maja. Pero bueno, lo que hicimos fue poner en marcha eso y nuestro primer objetivo era configurar el informativo y la programación.

## **6.- ¿Estamos hablando de la programación propia o también de la externa?**

Entonces no comprábamos nada fuera porque no había una producción audiovisual que nos interesara sobre Elche. Cuando se fijó el inicio de las emisiones es cuando empezaron a salir imágenes de Elche que habíamos ido grabando. Entonces llevábamos cámaras de super 8 y montábamos con un betamax de Sony que ya prácticamente estaba en desuso. Los que salíamos por ahí, filmábamos el parque, la glorieta y la gente alucinaba viendo aquellas imágenes. Nos llamaban para pedirnos que pusiéramos una y otra vez esas imágenes porque no se había visto nunca en televisión imágenes de la ciudad de esa forma. Hacíamos encuestas sobre qué le parece usted tal o cual cosa y la gente estaba pendiente para verse en televisión. Aquello fue un fenómeno total. Y también empezaron a llamarnos para ver cuándo cableábamos por su barrio. Teníamos claro que no podíamos emitir por ondas porque era ilegal, pero por cable no estaba regulado. En aquel momento decíamos que no éramos ilegales sino legales porque no había regulación sobre el cable. Sabíamos que teníamos que apostar por la programación propia y por el cable. Aquí estaba funcionando ya otra emisora, en el barrio de Carrús, pero era un video comunitario. Yo me enteré luego, cuando nos fusionamos con ellos, que también emitían por cable. Luego vino la Televisión de Elche que montó Radio Elche. Pero la gente nos llamaba y nos preguntaba ¿oye, a San Antón cuándo vais a llegar? Claro, aquello era la revolución en el pueblo.

## **7.- ¿Hasta cuándo estuvo usted en Tele Elx?**

Yo estuve hasta 1989, octubre del 89. Estuve en la sede de la avenida del País Valenciano que fue la primera y luego en la de Marqués de Asprillas con Blasco Ibáñez. Y allí me fui porque me hicieron una oferta de La Verdad y consideré que mi etapa en Tele Elx ya debía acabar.

## **8.- Durante el tiempo que usted estuvo al frente de programas e informativos ¿cuánta programación se emitía diariamente?**

Nosotros empezamos emitiendo por las mañanas, teletexto y algunas de esas imágenes de las que te hablé antes. Y luego la programación se empezó a hacer por las noches que era el informativo de las nueve, programas especiales de debates. Y por las tardes se



hacían programas de reportajes y entrevistas que hacía Lola Puntos. Había programa infantil. Digamos que empezaba a mediodía con el informativo y luego al poco tiempo se incorporó un magazine por la mañana que creo que fue de los primeros que se hizo en la televisión española porque hasta entonces no había nada. El magazine se llamaba Radio Exprés, igual que la emisora de radio que se hizo después. Eso lo decidieron entre Rodes y Pepe Andreu. Hacer un magazine y ponerle Radio Exprés para promocionar la marca de una emisora de radio que tenían en mente. Era un programa que presentaban Xavi Rico y Conchi Álvarez. Yo creo que fue uno de los pioneros, un programa de entrevistas de reportajes de calle, muy dinámico. Y a partir del año o así, había el magazine matinal, uno infantil por la tarde que hacía Rosmary con los niños, uno de sobremesa que hacía Lola Puntos, “Cita con Lola” con cosas suyas, el informativo y concursos. Los concursos fueron un éxito extraordinario y luego, entre medias, películas. Las películas que era una lucha con los videoclubes. Ahí, Antonio Rodes siempre trató de conseguir acuerdos con algunas distribuidoras pagándoles su correspondiente cuota por el derecho de emisión. Intentamos que esas películas que emitíamos tuvieran el permiso de las distribuidoras.

### **9.- Y de la programación diaria, ¿cuánto tiempo era de producción propia?**

Pues, emitíamos tres películas al día, unas cinco horas, y el resto, unas siete horas, era de producción propia. Es que hubo un momento en que la producción se hizo tan grande que yo me dediqué más a los informativos. Aunque continuaba siendo el responsable de la programación, había programas que yo ya no controlaba, por ejemplo los programas infantiles, algunos concursos de la tarde, el de Lola Puntos que ya llevaban su marcha. Me quedé con los programas especiales, los de mayor envergadura. Había muchos debates. Programas de información en profundidad que hacía José Félix Abad, “Elche interior”, que abordaba temas de conflictos en barrios como Los Palmerales, o la prostitución. Temas bastante comprometidos. Y dentro de los programas infantiles, fue una revolución el de La Maga Maja, que hizo Cari Antón. Y eso se hizo con Clip, una productora de Alcoy, que ya grababan el programa en U-matic, en formato profesional. Había pruebas deportivas y el personaje de la maga maja se hizo muy popular. Se hacían fiestas. Era un programa muy específico de esa franja infantil pero con mucho gancho. La Maga Maja se hacía fuera, en la Ciudad Deportiva o en el Parque. Era un

programa con participación de niños, con pruebas deportivas... Teníamos un programa de videoclips musicales, porque con la parabólica captábamos videoclips de canciones que aquí todavía no se habían editado y hacíamos nuestras listas de éxito. Luego los concursos. Programas de arte, cultura. Yo hacía un programa “Desde el gallinero” dedicado al cine, al teatro, exposiciones y todo eso. Luego también programas de humor. El “Ringo Rango”, que también dirigí yo, con noticias inventadas, vaya un programa humorístico. Era una programación muy completa. Yo creo que ahora hay televisiones que no tienen tanta programación propia como nosotros. Con dos informativos al día y todo lo demás.

#### **10.- ¿Y respecto a los informativos? ¿Había más de una edición?**

Sí había también un Teledía aparte del Tele Nit y también lo dirigía yo. Luego también había debates con varios formatos. Yo recuerdo uno que tuvo también mucha aceptación porque era los viernes por la noche después de la película e incluso llamaba gente en directo para participar dentro de ese debate. Y entre semana pues habría uno o dos más. No recuerdo exactamente porque confundo ya la época que estuve con la que no estuve. También teníamos reportajes sobre temas de aquí. Por ejemplo había una serie que hicimos sobre los barrios, sobre cómo se vive en los barrios que presentó y dirigió Javier Rico. Íbamos a los barrios para hacer un reportaje de cómo era, hablábamos con la gente sobre sus problemas y sus vivencias. El aspecto informativo abarcaba aparte de las noticias del día ese otro tipo de actualidad. Pero claro entonces sacábamos una imagen de una palmera y era novedoso. Estaba todo por hacer y estábamos encantados de hacer cosas. Te ibas a los barrios y la gente estaba encantada de salir y de hablar y tal. Todo lo que veíamos que podía hacerse pues lo incluíamos.

#### **11.- Vamos a hablar del Tele Nit. ¿Desde cuándo se emite?**

El Tele Nit fue de los primeros espacios en salir. Yo creo que desde que se empezó la emisión en serio, que no eran esos principios de las imágenes de Elche.

## **12.- ¿Cuánto duraba?**

Yo creo que era sobre media hora y después había un informativo deportivo cuando acababa el Tele Nit. Tenía otro tratamiento aparte de lo que era el informativo propiamente dicho.

## **13.- ¿Se acuerda de cuántas piezas informativas incluían los primeros Tele Nit?**

Eran piezas no muy largas aunque había alguna que, incluso en alguna época, nos llevábamos un personaje al estudio para entrevistarlo si era una cosa del día. A lo mejor había un tema importante y, aparte de que hubiera habido rueda de prensa o tal, llamábamos al concejal, al alcalde, al presidente de la entidad que fuera y entonces le hacíamos en directo una entrevista. Y hubo una época en que convidábamos a abonados nuestros a estar allí presentes y luego preguntarles que les había parecido la actualidad del día y tal. Pero bueno yo creo que había bastantes piezas, ten en cuenta que la actualidad tampoco daba para hacer cortes de 30 segundos, igual cogíamos alguna rueda de prensa que había habido, siempre con el criterio de no volcarlo todo. Pero en el Tele Nit, a lo mejor, empezábamos a las cinco a trabajar con él y acabábamos, prácticamente ya, saliendo de la cabina de montaje para meterlo, o sea que, estábamos con las voces en off, los cortes y todo eso mucho tiempo. A lo mejor podían entrar 10 ó 12 noticias perfectamente. Pero algunas, como por ejemplo un pleno, llevaban más tiempo. Claro, vas sacando cortes y a lo mejor nos alargábamos hasta los 5 ó 10 minutos con un pleno pero con distintas noticias de diferentes pasajes. Nunca hemos dado, por ejemplo, una rueda de prensa entera, sin editar.

## **14.- ¿En aquella época el Tele Nit se emitía en directo?**

No. Siempre era grabado aunque lo emitíamos como un falso directo. Además, entonces los medios eran más complejos, más rudimentarios. Grabábamos unos momentos antes y se emitía luego la cinta grabada.

## **15.- ¿Alguna vez se han incluido conexiones en directo con el informativo? ¿O falsos directos?**

Sí. Como no teníamos conexión por aire, entonces claro en directo no se podía. Algún informativo sí podía hacerse en directo pero más adelante, al principio no. Luego, lo que

si hacíamos era, por ejemplo, que sí se producía algo en el ayuntamiento y estaba allí el cámara, se grababa y la cinta se llevaba al magazine de la mañana, se presentaba y se ponía la cinta de lo que acababa de pasar. No había otra posibilidad. Nos pasó en las elecciones por ejemplo. Las primeras elecciones que cubrimos que fueron las del 87, que ganó Manolo Rodríguez. Hicimos tres equipos. Había un periodista y un cámara en el PSOE, otro en el PP o AP o lo que fuera entonces y otro en Esquerra Unida. Íbamos dando los datos de los recuentos y del reparto de concejalías y había tres motoristas que iban y venían trayendo cintas. Dábamos los datos y una voz en off decía...”y desde la sede del PSOE, informa tal...” y metíamos la cinta e íbamos informando de todo. Aquello fue un prodigio de ingeniería informativa...Pero directos no podíamos hacer. Incluso la Semana Santa la grabábamos y la emitíamos al día siguiente. Teníamos técnicos y medios pero tampoco queríamos levantar mucha expectación con el montaje de las unidades móviles y demás. Éramos una televisión ilegal y no queríamos arriesgarnos a una denuncia por parte de los videoclubs por emitir por ondas que sí que era ilegal. Otras televisiones por la Vega Baja sí que lo hacían pero nosotros no queríamos arriesgarnos.

**16.- ¿En su época, qué tanto por ciento de noticias de política municipal incluía el informativo? ¿Era un Tele Ayuntamiento?**

No era un Tele Ayuntamiento. No éramos una televisión municipal. Éramos una televisión de unos empresarios que quisieron invertir en esto y lo sacamos adelante y tal. Entonces el criterio, y a mi desde un principio así me lo dijeron, era estrictamente profesional y periodístico. Si el informativo, por lo que fuera, tenía que llevar el 90 % de municipal, lo llevaba. Pero, normalmente, no dejaba de ser un tercio del informativo. ¿Por qué? Pues porque la atención a los barrios, los vecinos, las fiestas, actividades culturales y demás tenían un peso fundamental. Yo, el mismo criterio que aplicaba en el periódico cuando estaba, es el que aplicaba en la televisión y el que sigo aplicando ahora. O sea, las noticias pues, en base a su importancia, tenían su tiempo y las que no eran importantes pues quedaban fuera. Ten en cuenta que en aquel momento la información municipal era más importante y la gente estaba más pendiente de todo eso

que ahora. Pero no estábamos todo el día con el Ayuntamiento ni el alcalde salía en todas las noticias ni mucho menos.

### **17.- ¿Cómo organizaba la redacción? ¿Cuál era la rutina de trabajo?**

La rutina era que, a partir de las reuniones que hacíamos a las diez, cada uno tenía su parcela. Había un equipo de cámara y redactor encargado del Ayuntamiento, otro equipo para los deportes que funcionaba autónomamente y, en base a la agenda del día o a nuestros temas, hacíamos la distribución. ¿Hoy que tenemos? Pleno. Vale. Tenemos una manifestación en tal punto, tenemos que ir a tal sitio que van a presentar una exposición de no sé qué, aparte un tema nuestro que hemos quedado con el presidente de la Cofradía de tal para mostrarnos la imagen nueva que han hecho. Entonces todo eso se organizaba en base a nuestros equipos. Había algunos que iban a dos sitios... Luego, el informativo de mediodía se nutría, en parte, del informativo de la noche anterior y, en parte, también del día. Cuando llegaban las noticias a tiempo pues se metían, si no, iban para la tarde. A mediodía ya veíamos lo que había surgido, cómo se quedaba perfilado y luego, por la tarde, ya establecíamos los criterios de apertura, de prioridad y de orden en el informativo.

### **18.- ¿La gente trabajaba para las dos ediciones o sólo para el Tele Nit?**

Básicamente, el equipo de informativos era para todo. Si había un hecho importante, imagínate que viniese Joan Lerma o algún ministro por la mañana, pues eso iba a mediodía y por la noche. Otros temas que no tenían mayor trascendencia o eran más tarde pues iban por la noche o incluso se podía meter la cinta directamente cuándo llegara o se hacía un pre-montaje en la presentación.

### **19.- ¿Cuáles eran mayoritariamente las fuentes de información y cómo llegaban a la redacción?**

La gente nos conocía y venían a darnos noticias. Aparte de eso, estaba la agenda del día y cosas que iban surgiendo: presentaciones, reuniones del alcalde, la Asociación del Calzado que anuncia no sé qué. Todo este tipo de cosas se iban estableciendo entre los equipos que había y se distribuía el trabajo. Pero la aportación ciudadana era importante. En una ocasión había convocada una manifestación de vecinos y no fuimos

porque pensábamos ir luego y hablar con los vecinos. Y nos llamó el presidente de la asociación del barrio para decirnos que nos estaban esperando y que si no íbamos no empezaban. Todo estaba supeditado a Tele Elx. Y ahora también. Hasta hace poco en las ruedas de prensa había que esperar a Tele Elx. Ahora menos, porque los equipos se han reducido y no siempre van a todo. En una época si no estaba Tele Elx no había noticia. Ese era el planteamiento que había en aquellos momentos, reconocido por los propios compañeros de los periódicos. Si la gente veía llegar las cámaras de Tele Elx se ponían a cortar la carretera en ese momento. Muchas de esas noticias, o la mayoría, estaban cubiertas por todos los medios pero nosotros teníamos también unas noticias propias de gente que iba exclusivamente a Tele Elx porque quería aparecer en Tele Elx, luego si iban los demás medios pues bienvenidos pero el interés estaba en Tele Elx. A veces eso implicaba el cabreo de otros compañeros de los medios. En esos años era el medio informativo imprescindible en cualquier cosa. No podía hacerse nada si no estaba Tele Elx.

**20.- En cuanto al tema sucesos, me han dicho que, a veces, llegaban ustedes antes que las Fuerzas de Seguridad...**

Sí. Nos llamaban los vecinos: “Oye que ha pasado esto, que hay un accidente aquí” y muchas veces, llegábamos antes que la policía. Es que para la gente, una ciudad donde se lee tan poca prensa como esta, los periódicos tienen mucha importancia pero las noticias no tienen el impacto que tienen en la televisión que se veía en toda la ciudad. Había un 80 % del casco urbano cableado. El impacto era tremendo. Por eso llamaban para contar cualquier cosa. Un accidente, un incendio una pelea. Para todo.

**21.- ¿Han sufrido presiones alguna vez para elaborar la escaleta...?**

No. En cuanto a informativos, yo no he tenido nunca presión durante la época en la que era responsable. He sido muy libre para hacer todo y, a lo mejor en algún momento, a nivel interno, nosotros hemos sido más críticos con nosotros mismos y nos hemos reprochado si algún concejal ha hablado más de la cuenta. Pero la oposición tenía su espacio y tenía su tiempo y era lo normal. No hemos tenido presiones de ese tipo. De saca más a este o a este no lo saques. Nunca.

## **22.- ¿Para la selección de temas tampoco?**

No. Tampoco. A lo mejor venía alguien de la empresa y nos decía, oye este tema a ver si lo podéis tratar con cariño, sobre todo de alguien que exponía y que era conocido, pero eso son cosas normales. O este desfile de los Moros y Cristianos que salgo yo y a ver si le dais un poco de cancha. Y yo tampoco me dejaba llevar mucho. Si consideraba que tenía que darle un minuto a un tema pues no le daba cuatro y nadie me corregía. Nos dejaban trabajar con libertad.

## **23.- ¿Qué peso tenía la cultura local dentro de la programación y específicamente en el Tele Nit?**

Muy importante. Nosotros siempre hemos sabido que éramos, como decía nuestro eslogan, la televisión de Elche y, más que darle cancha a los políticos que también tenían su espacio, nosotros lo que queríamos era captar la vida de la ciudad, sus vecinos, entidades culturales y fiestas sobre todo. En las fiestas nos volcábamos y hacíamos especiales. Por ejemplo en las fiestas de la Venida de la Virgen, en diciembre, nos organizábamos de forma que la carrera de Cantó, que era desde el Raval hasta la plaza del Ayuntamiento, cuando se anuncia la aparición de la Virgen, que dura dos minutos y pico, la cogíamos íntegra con ocho o diez cámaras que pusimos en sitios estratégicos para captarlo. Fue la primera vez, y yo creo que la única, que se ha captado la carrera de Cantó durante todo su trayecto de forma íntegra. De aquello la gente nos pidió muchas copias y la repetíamos a menudo. La Semana Santa también, Y luego todo tipo de teatro, actuaciones musicales, ya te digo que yo hacía el programa ese del gallinero que era todo centrado en eso. De hecho, algunos programas de exposiciones y todo eso, tenían un tratamiento muy amplio. Teníamos muchas horas que llenar, también es verdad, y entonces te podías permitir, por ejemplo, hacer un monográfico de una pintora de Elche que exponía, podías hacer una entrevista con ella y sacar media hora. Con imágenes de su obra en el taller y pintando. Era un mundo muy amplio de posibilidades. La cultura y las tradiciones de Elche eran fundamentales en la programación y era también lo que a la gente le gustaba más. Las fiestas, mucha presencia de las comisiones festeras, los desfiles, en fin todo eso.



#### **24.- ¿Y el tratamiento del valenciano en Tele Elx?**

Sí se entrevistaba a alguien que hablase en valenciano se hacía en valenciano. A muchos concejales les preguntábamos en valenciano directamente y lo hablaban con la intención de introducir el valenciano dentro de lo posible. No había ninguna ley ni nada de eso. Cuando era un tema relacionado con la agricultura o con el campo pues siempre hablábamos valenciano con el protagonista cuando sabíamos que hablaba valenciano. Lo utilizábamos, más o menos, como se usa aquí a nivel social para darle un tratamiento de normalidad dentro de esto. Había algunos programas en valenciano que se hicieron posteriormente pero nosotros, siempre que fuera posible, utilizábamos el valenciano.

#### **25.- ¿Quién componía el primer accionariado de Tele Elx?**

Yo en eso no entré mucho. Yo llegaba como periodista y me contrataron para hacerme cargo de una parcela concreta dentro de ese producto. Yo sabía que estaba Antonio Rodes ahí como aglutinador de lo que era todo ese accionariado y de director estaba Pepe Andreu aunque tampoco figuraba como tal. Sabíamos que la persona que más aportaba económicamente era Julián Méndez que era muy amigo de Rodes y yo tampoco indagué más ni entré en el tema del accionariado. A fin de cuentas tampoco ellos, cuando hablábamos del tema, parecía que estuviesen cómodos hablando sobre quién estaba ahí. A mí lo que me importaba era la forma de trabajar como responsable de mi parcela y que, fuese quien fuese el accionariado, no me influyese a mí. Se decía, “es que hay cargos socialistas que están aportando capital y demás”, pero como a mí tampoco me dijeron nada tampoco no sé si era así. Es posible que ellos a través de esas aportaciones pidiesen aportaciones a más gente. No sé si políticos o no. Pero vamos yo tampoco entré nunca a fondo. Eso después se complicó un poco más con el tema Cosistel. Pero cuando yo estaba no era una cosa que me preocupara especialmente porque yo estaba trabajando a gusto, sin ningún tipo de cortapisas. Yo trabajaba con las personas que había allí, Roque Candel en la gerencia y con Pepe Andreu y Antonio Rodes y con ellos pues me llevaba la mar de bien y tampoco nunca averigüé más, ni fui al registro mercantil ni nada de eso.



**26.- ¿Cuándo nació Tele Elx ya tenía vocación de ser grupo multimedia?**

Al principio a mí me hablaron de la televisión exclusivamente. Yo me incorporé al proyecto de televisión.

**27.- Pero Tele Elx fue precursor en un montón de cosas. En tener revista, radio, telefonía, cable...Como ahora, pero hace 27 años.**

El proyecto fue un éxito. Hay que trasladarse a aquella época en que la televisión se limitaba a los dos canales nacionales y algunas desconexiones regionales y ya está. Nuestro objetivo era ser una televisión ya consolidada cuando surgiesen las privadas. Es decir, que nuestra parcela, que era la televisión local no nos la pudiese quitar nadie. En el sentido de que ofrecíamos una parrilla completa de programación basada en lo local y que, por muchas televisiones que vinieran, eso no lo iba a cubrir nadie. Nosotros teníamos que hacer una buena televisión con buenos profesionales y buenos contenidos.

**28.- ¿Cree que la clave está en la identificación de la ciudadanía de Elche con su televisión?**

Sí. Sin duda. Quizá los jóvenes no tanto pero es que los jóvenes no sienten apego por nada aunque algunos también recuerdan la programación infantil y te dicen “oye tú sabes que yo de pequeñito iba a Cablelandia”, que era el programa que hacía Rosmari Alonso. La verdad es que Tele Elx ha estado muy vinculada a todas las generaciones, quizá a estas últimas menos, porque la programación de ahora ha quedado reducida a lo mínimo y la información local a lo mejor no les interesa, ni los debates, ni los programas que se hacen. Pero, por ejemplo, toda la gente que participa en Semana Santa, que participa en las fiestas, que ve las retransmisiones a través de Tele Elx, o ven el Misteri, son generaciones que también siguen ahí teniendo esa referencia, a lo mejor no tanto como las anteriores, pero yo creo que Tele Elx le sigue aportando un valor añadido a esta ciudad muy importante. Tiene una televisión como esta, que no ha estado manipulada, que no ha estado al servicio del empresario de turno o del alcalde de turno que te dirija los pasos, pues eso tiene un valor tremendo.

### **30.- Pero en muchas ocasiones se ha acusado a Tele Elx de ser la tele del PSOE.**

Yo creo que no. Estoy convencido que no Yo no conozco a fondo los contenidos. Sigo los informativos y algún debate pero tampoco tengo tiempo para verlo todo y, además, con la oferta que hay de televisiones es más difícil. Y desde que yo salí tampoco sé lo que se cuece. Pero creo que la gente que hay allí sigue siendo una gente profesional. Yo sé que en los últimos tiempos sí que han tenido problemas con la alcaldesa o tenían algún problema con el anterior alcalde, que si va uno al debate o si va el otro, todo ese tipo de cosas. Y a lo mejor, en una situación de debilidad como tienen ahora, donde la publicidad ya no es la misma, puede ser que sucumban a esas presiones. En este caso yo creo, más bien, que ha sido por no sucumbir a esas presiones por lo que han venido luego los problemas. Si cuando estaba la actual alcaldesa en la oposición y veía que se le manipulaba y ahora resulta que el que estaba allí de responsable de los programas está ahora de jefe de los socialistas, pues les da pie para decir que tenían razón. Es indudable que sí que existe esa sospecha y que, a veces, pues se pueda haber echado en falta otras opiniones distintas o más plurales dentro de lo que eran debates. Tampoco sé si es porque no querían ir o por qué. Yo he hablado con la alcaldesa de este tema ahora y antes y yo sé que ella tenía mucha desconfianza y no veía con muy buenos ojos la política de informativos. Pero por otra parte, tengo mucha amistad con personal de Tele Elx, por ejemplo la directora, y sé que intentan hacer las cosas lo mejor posible pero, a veces, es muy difícil luchar contra una idea preconcebida. Yo, a veces, le decía a la alcaldesa ¿por qué no vas? Y ella decía, “es que van a ir todos contra mí”. Pero bueno tú vas allí y das tus razonamientos y te explicas y si van todos contra ti qué vamos a hacer, tú explicas lo tuyo por lo menos. Y ella decía que no quería ir a encerronas de esas. Había convidados de todos los partidos y, a veces, también estaba Manuel Ortuño, el anterior líder del PP que también iba contra ella. Pero claro, así son las cosas. ¿Qué quieres que lleven a dos de los tuyos para estar más cómoda? Exponlo o pide más equilibrio, aunque es difícil que no haya más de unos que de otros en función de la realidad. De ahí, a lo mejor, viene la idea de que estaba un poco teledirigido. También es verdad que, en una época en que la publicidad está tan mal, tienes que depender en buena parte del Ayuntamiento y, depende de quien gobierne intentará presionar de una manera o de otra.

**31.- ¿Cómo eran las relaciones entre el gobierno municipal, el autonómico y Tele Elx en su época?**

En mi época eran buenas. Teníamos algunas quejas, se quejaban a Rodes y tal, pero nos dieron todas las facilidades para poder cablear por aire cuando en realidad no se podía. Como hablábamos antes del accionariado, existía dentro de la empresa la sensación esa de que contábamos con el beneplácito de los gobernantes.

**32.- ¿De los gobernantes socialistas o de todos los gobernantes? Porque en el ayuntamiento la oposición también les apoyó al principio...**

Exacto. Yo creo que eso fue también producto de lo que estábamos hablando antes. Vieron que esto era un proyecto serio, informativo, que se veía en la práctica. Es decir, cuando la oposición tenía que hablar, hablaba, podían quejarse puntualmente por si tenían más o menos espacio pero participar, participaban. De hecho nos llamaban para denunciar cosas e íbamos sin dudarle para hablar con el portavoz o el concejal de turno de la oposición y salían sus declaraciones. Ya fuera Manuel Ortuño, del PP, o Joan Antoni Oltra, de Esquerra Unida. En aquel momento no teníamos problemas de que nos dijeran que éramos prosocialistas ni cosas de estas porque la gente que estábamos allí teníamos nuestra trayectoria en otros medios y sabían que trabajábamos con esos criterios y en el día a día se veía cómo íbamos funcionando. Entonces no había una queja sobre el tema. Si había, digamos, diez noticias de municipal pues a lo mejor cinco eran del Partido Socialista, tres del PP y dos d'Esquerra Unida y había días que se abría el informativo con una noticia de la oposición, con criterios estrictamente periodísticos. Nos podíamos equivocar en algún momento pero se asumía como algo profesional. Nadie nos decía esto sí o esto no, porque yo tampoco lo habría consentido. Yo no quiero ser pelele de nadie ni tampoco estaba ahí para dar la cara por otros que están detrás. Todos los que estábamos allí éramos igual.

**33.- ¿Tele Elx también ha sido cantera para trabajadores del sector audiovisual, especialmente en la Comunidad Valenciana?**

Pues sí. Estuvo Pepe Pastor que luego se fue de realizador a Canal 9. Rafa Macià que también ha sido cámara de Canal 9 en Alicante. Salvador Guadalcazar, también cámara. Pepe Bernabeu, que también ha trabajado de editor para una productora que colabora

con televisiones nacionales. También periodistas que se han ido a otras cadenas como Ramón Enric Cánovas y María José Pastor, a Canal 9, o Isabel Selva, a Antena 3. Tele Elx tenía un marchamo de empresa seria y con gente preparada en aquel momento y hemos sido cantera de profesionales magníficos que siguen trabajando. Juanjo Cardenal, que ahora es la voz en off de Saber y Ganar, estuvo presentando el informativo un tiempo y luego se fue a Barcelona. Yo creo que aquí fue su debut televisivo. Ha habido mucha gente que ha pasado por aquí y luego ha tenido una trayectoria destacada en otros medios. Hemos pasado por ahí muchos profesionales que ahora seguimos en otros medios. Aprendimos a editar, a trabajar con los magnetoscopios, los primeros ordenadores para subtitular y todo ese tipo de cosas. Claro, yo disfrutaba allí porque lo hacíamos todo. Hacíamos montajes y toda la parte técnica. Cuando cambiamos a Marqués de Asprillas entró Diego, el fotógrafo en el accionariado, y teníamos mejor material, una consola que era una maravilla, trabajábamos con U-matic y fue un salto tremendo, pero los primeros años era más precario. Se rompía alguna cámara, que eran de Super-8, la teníamos que enviar a reparar y tardaba más de un mes. No se creían que era para una televisión porque el formato era doméstico. La primera inversión no alcanzó para comprar los mejores equipos. Yo fui con Pepe Andreu a una feria de Madrid para ver cámaras pero era una inversión muy costosa. Nos nutríamos de cuotas que pagaba la gente pero también es verdad que había una plantilla que había que pagar, unos gastos y la inversión se hizo muy poco a poco. Eso también fue un acierto en el sentido de no descapitalizar la empresa con inversiones grandiosas y tener que hacer frente luego a pagos que nos hubiesen hundido. Se fue poco a poco. Se contrataba a una empresa para hacer un programa, luego a otra y se les pagaba y, un poco, también inventamos la producción externa en ese proceso. Entonces era raro tener una empresa de fuera para hacerte un programa aunque luego empezó a llevarse en todas las televisiones. Una de ellas era Clip de Alcoy y había otra de aquí que siguen haciendo reportajes y cosas. Estos de Alcoy venían una vez por semana y grababan el programa, creo que era “La Maga Maja”. También hacíamos el “Video Mix” desde una discoteca o un pub, ambientes un poco fuera de lo normal. Luego un concurso que se hacía desde la discoteca “Genius” y se llamaba “De puesto en puesto” que era un concurso patrocinado

por los mercados de Elche sobre temas locales y que presentaba Jesús Rodríguez y con público y todo allí. Era todo un montaje.



## **Entrevista nº 5**

Nombre: Rosmari Alonso

Año de incorporación a Tele Elx: 1987

Puesto actual: Jefa de Informativos

Puestos anteriores: Locutora, redactora

Entrevista realizada el 7/11/2013

---

### **1.- ¿Qué hacía cuando entró? ¿Cuál era su función?**

Entré para locutar la continuidad. Yo era la presentadora que cerraba la programación. Salía y decía: “Esto es todo y para mañana tendremos tal programa, tal, tal, tal. Buenas noches y que sueñen con los angelitos”. Eso fue lo primero que hice, el primer día que entré. Me destinaron a programas de continuidad. Y luego, conforme vieron que tenía una memoria de elefante, porque yo hacía teatro en aquel entonces, y como no había teleprompter, pues me daban todos los comunicados oficiales. Teníamos ataques de los videoclubs y un montón de problemas de gente que no nos quería como televisión local, pues todos los comunicados oficiales los locutaba yo y los decía por Teleelx. Era “la locutora”.

### **2.- ¿Había mucha oposición ante el nacimiento de Teleelx?**

Sí, sobre todo los videoclubs. Porque alquilábamos las películas de los videoclubs, se ponían y, con el aderezo de programas especiales y locales junto con las películas de videoclub pues hicimos todos los abonados. Ese era el gancho, el polo de atracción. Cuando ya vino una sentencia que nos prohibió dar películas sin pagar los derechos de autor, pues ya dejamos de emitir esas películas. Teleelx fue un boom porque veían su televisión local pero además veían películas de última generación, bueno, de lo último, las últimas producciones. Cuando ya se nos prohibió emitir esas películas pues entonces emitíamos películas que comprábamos nosotros y aumentamos aún más la programación local. Hicimos un esfuerzo y ya hicimos una televisión local seria con el

dinero de todos los abonados que continuaron con nosotros a través del cable, que continuaron pagando su televisión.

### **3.- ¿Cómo se formó Telelx, quiénes formaban la cúpula directiva entonces?**

Eso te lo va a contestar Luis Torres...Yo, por lo que sé, nació de un grupo de empresarios de Elche. Julián Méndez, era uno de ellos, socio de Antonio Rodes. Rodes, Julián Méndez, Roque Candel, Pepe Andreu...se juntaron y dijeron “vamos a crear una televisión local” y encontraron el apoyo del partido que gobernaba en aquel momento que era el Partido Socialista. El ayuntamiento nos apoyó. Sin el apoyo institucional hubiera sido inviable porque hubo que cablear toda la ciudad y además un cable aéreo, con lo que se sacaron todos los permisos y empezaron a cablear la ciudad. Teleelx nació como una televisión por cable amparada por una sentencia de Sevilla que daba a los videos comunitarios, a las televisiones, el derecho a la libertad de expresión. No estaban considerados como videos comunitarios sino como televisiones, que así, con ese espíritu nació Teleelx. Por lo que me cuentan, porque yo no estuve en los inicios, Teleelx se presentó en el Huerto del Cura en marzo. Lo presentó Roque Candel, Ramón Pastor estaba como alcalde y Gaspar Maciá estaba como director. Se presentó a la sociedad y se contó con el apoyo institucional y con el apoyo empresarial y político del momento. Empezamos como una televisión con ambiciones, como si fuéramos una televisión nacional. Si comparas antes y ahora, es que teníamos hasta productores que ahora es inviable tener un productor para hacer un informativo o para hacer un programa. Secretarias, había de todo. Es que la plantilla era de más de 100 personas entre cableadores, administrativos y todos los puestos de la televisión, que la televisión era carísima en aquel entonces. No se ahorran tantos puestos de trabajo como ahora se ahorran.

### **4.- ¿Y ahora cuántos trabadores quedan?**

Muy pocos. Estoy yo sola en informativos de Teleelx. Me ayuda Daniel Gozávez que ha sido contratado para el Infoexpress y Salvador Campello también. O sea que ahí somos tres redactores, tres personas para hacer tres medios, la radio, los informativos de la radio, los informativos de la tele y los informativos de Infoexpress.

### **5.- Claro, nada que ver...**

Nada que ver con los informativos que teníamos al principio porque cuando yo entré había informativos de fin de semana, que yo estuve mucho tiempo cubriendo los informativos de viernes a domingo, o de jueves a domingo, que era el segundo turno de informativos. Luego también había informativos matinales e informativos por la noche, el Tele Nit, igual que había redactores para el mediodía y para la noche. Teníamos una plantilla bestial de redactores y de cámaras. Ahora no, ahora se tiende a que el redactor sea cámara y además sea editor. Eso no lo hemos conseguido nosotros, de momento, en Teleelx, porque no tenemos la infraestructura adecuada para lograr que un redactor locute y monte su propia noticia. Habría que hacer una inversión para tener nuestras propias cabinas de edición lineal y...una edición distinta a la que hacemos ahora.

### **6.- Un programa, un software adecuado...**

Sí. Efectivamente. Ordenadores adecuados y ahora con lo que tenemos nos vamos apañando.

### **7.- ¿Y cómo se apañan, tienen alguien que monta los videos?**

Sí. Hay una persona que monta el Tele Nit, que es Chema. Yo lo escribo, Daniel Gozávez también y las personas que vengan de prácticas, bienvenidas son. Escribimos y minutamos, que con eso le facilitamos un montón el trabajo a Chema a la hora de montar. Tenza presenta el Tele Nit, o nosotros cuando no puede él. Lo que pasa es que el Tele Nit de ahora no es el Tele Nit de antes. Antes había muchos informativos y muchas noticias porque había muchos redactores y más medios. Ahora no, y como hay menos medios y menos redactores pues no podemos levantar temas propios, se levantan los que se pueden. Por eso ahora el informativo es más institucional que otra cosa, porque acudimos a lo fácil, a las ruedas de prensa que ya están programadas pero, aun así, nunca hemos renunciado a levantar todos los días reportajes, temas propios y, sobre todo, a responder a las demandas que nos hace la gente. Los vecinos vienen a Teleelx o llaman quejándose porque hay algo en mal estado aquí o porque han visto que no funciona un servicio en el hospital o en la Ciudad de la Justicia o en el colegio o en el instituto. No renunciamos a responder a esas demandas vecinales, demandas de



colectivos y las demandas políticas. Pero es una lástima porque ahora los informativos están más volcados a política institucional porque nos invaden también a ruedas de prensa. El Ayuntamiento ha aprendido, el gabinete de prensa del Ayuntamiento, que cuantas más ruedas de prensa pongan, mejor para ellos porque no nos dejan trabajar en asuntos propios con los que podamos molestar al político de turno y así nos bombardean a ruedas de prensa. Muchas veces optamos a no ir a algunas, por supuesto, muchas veces decimos no, no, no. Siempre damos prioridad al reportaje que hagamos. Por ejemplo, la ampliación de vertederos que han llevado a cabo. Los vecinos nos han llamado y nos han dicho “nos vamos a manifestar porque no queremos un vertedero”; pues allí hemos estado nosotros incluso antes que en la rueda de prensa en que han presentado el balance de la concejalía de Contratación. Primamos más el reportaje de la calle, por supuesto.

**8.- Bueno me voy a saltar el orden para seguir con lo que estamos. Aproximadamente, ¿qué tanto por ciento de noticias de política municipal incluían los Tele Nit de los primeros años y los de ahora?**

Vamos a ver. Los primeros años yo no era responsable del informativo Tele Nit por lo que no sé qué consignas había. Pero lo que yo recuerdo, por ejemplo, nosotros abrimos un programa especial para Santa Pola, un Tele Santa Pola. Yo llegué a estar yendo con Gaspar Maciá y José Antonio Quiles y el cámara, Alberto Ventura, cuatro personas, que íbamos todos los días y veníamos de Santa Pola. Nos pasábamos todo el día allí para hacer un informativo específico porque también queríamos cubrir, en verano, el desplazamiento de ilicitanos a Santa Pola. Sabíamos que teníamos audiencia y lo estuvimos haciendo durante un verano y, te lo digo, porque ahí sí que tenía la responsabilidad de crear ese informativo

**9.- ¿De qué año estamos hablando?**

Del 90. Fue un verano y claro, el esfuerzo era inmenso. Yo recuerdo perfectamente las instrucciones de Gaspar Maciá de había que ir al Ayuntamiento el primer día para ver qué había pero no es que fuéramos para coger noticias políticas, no, es que en el Ayuntamiento estaba la policía local y lo primeros que hacíamos era ver todos los partes de novedades, qué había pasado en la página de sucesos de todos los días, si los

alcantarillados estaban saturados, si los vecinos se habían quejado, si había malos tratos, si había asesinatos, si había accidentes de tráfico, o sea, el pulso de los sucesos lo cogíamos en la policía local. Y muchas de las noticias que nos decía la policía local que no eran de su competencia. Entonces íbamos al cuartel de la Guardia Civil, o sea, que los sucesos eran, yo creo que eran casi lo más prioritario que hacíamos en el Ayuntamiento, cazar los sucesos. Luego hablábamos, evidentemente, con el alcalde o con los concejales de turno y con la oposición también, con todos. La Corporación Municipal nos dejaba el Centro Social de Santa Pola para emitir desde allí nuestro informativo.

#### **10.- ¿Emitían desde allí?**

Sí. Editábamos aquí, porque aquí teníamos todas las ediciones y luego nos íbamos, con la cinta ya editada, y las poníamos allí, en el repetidor que tendríamos allí. Yo es que lo de la técnica no lo controlo pero sé que iba con la cinta allí. Lo hicimos durante un verano. Yo trabajé haciendo este informativo de Tele Santa Pola, haciendo muchos concursos de televisión en Teleelx, programas infantiles, programas de Elche oculto, de magazine. Estuve trabajando mucho como locutora, en programas especiales, en informativos, puntualmente. los fines de semana y con Gaspar Maciá en Tele Santa Pola.

#### **11.- Hábleme de esos programas, los de producción propia.**

Cuando a Gaspar lo pusieron como director de programas especiales...es que aquí teníamos directores de continuidad, de programación, de programas especiales, de informativos, el director de la tele, es que había muchos cargos directivos y un organigrama amplísimo. Se ve que nos lo podíamos permitir por el dinero que ingresábamos de los abonados, que eran miles. Entonces, cuando yo empecé a trabajar como locutora cogí muchas tablas delante de la cámara porque me mandaban a los programas especiales que eran concursos. Hacíamos muchos concursos donde regalábamos pues...electrodomésticos, vales de dinero de empresas que querían participar...Eran de esos que llamaban por teléfono y si acertabas la pregunta cultural le dabas un vale para comprarse material escolar en tal sitio o le dabas un vale de 5.000

pesetas, te estoy hablando de pesetas, a quien acertaba. Eso eran los concursos dentro de los magazines y luego hacíamos concursos propios, con entidad propia. Recuerdo el “Tele Tela” que era un concurso en que se regalaba dinero todas las noches. Lo hacía con José Antonio Quiles y era también de llamadas telefónicas. Yo era la azafata y José Antonio Quiles el presentador. Luego estaba el concurso “Tic-Tac”, que ese lo presenté yo y lo dirigí. Era un concurso en que participaron muchísimos colegios y el premio era irse a Euro Disney. Ese concurso se pudo hacer gracias a la concejalía de Educación porque era caro el concurso, el premio era caro. Pagar un viaje a Euro Disney en aquel entonces, que acababa de estrenarse Euro Disney en el 92, a una clase entera con sus profesores, pues imagínate. Y así lo hicimos.

## **12.- ¿En qué consistía el programa?**

Era un trivial gigante. Construimos un trivial gigante de madera y cada semana se enfrentaban dos colegios y quien ganaba, quien completaba el quesito, pasaba a la siguiente ronda. Creo que era así. Y lo hice yo...en el 92. Fue el colegio San Crispín quien ganó y se fue a Euro Disney. El “Tic-Tac” se grababa en el Squash, con una unidad móvil porque era mucho, mucho público. Imagínate dos colegios, dos clases de dos colegios. Era un concurso con público. Luego hice otro concurso con gente famosa, el primer concurso piloto. Poníamos un trocito de un monumento de Elche y tenías que acertar a qué monumento correspondía, a qué casa o a qué complejo de Elche. Era muy divertido. Ese concurso duró un tiempo y el primer programa, recuerdo, fue con María Dolores Mulá y el hombre del tiempo, José Agulló. Ellos fueron los invitados y a partir de ahí, la gente empezó a escribir y a llamar a Teleelx para apuntarse. Los ganadores se llevaban electrodomésticos. Luego también se hizo otro concurso que lo hizo Valentín Medina que se llamaba “De puesto en puesto”. También era un concurso con público. Creo que era de Moros y Cristianos y participaban los fiesteros. Luego hubo otro concurso parecido al “Tic-Tac” que era “L’Embollic” que lo presentó José Antonio Quiles y también se grababa en los colegios. No sé si en uno concreto, en el Francesc Cantó, o en varios, y también era fuera, con unidad móvil y público. También presentábamos muchas fiestas en las plazas, en las calles. En los inicios de Teleelx el objetivo era salir. También se hacía un programa musical que lo presentaban Isabel Halcón y Jesús Rodríguez que se grababa en discotecas. Era un programa musical y

también con público. Se salía muchísimo con la unidad móvil. En verano, el magazine no se grababa en el estudio sino que se salía con la unidad móvil y se iba a las playas, eso lo recuerdo porque he ido e incluso, es más, en el 92 cuando hice el “Tic-Tac, luego hice otro programa que era algo así como “Ilicitanos por el mundo”. Lo hicimos en el 92, fíjate, fuimos pioneros en muchos de los programas. Recuerdo que fue una idea de Priego y lo que hicimos fue contactar con ilicitanos en Ibiza y en Mallorca y con hoteles para que, a cambio de publicidad, nos dejaran sus instalaciones para hacer las entrevistas con los ilicitanos que estaban allí. Se hicieron dos programas porque los hice yo, en el Club de Regatas.

### **13.- Pero, ¿gente anónima que estaba de vacaciones?**

Sí, sí. Gente anónima, conocida de Elche. El ilicitano ausente. En aquel entonces se le ocurrió a Priego, lo que pasa es que no hubo continuidad porque no hubo patrocinadores, era una época... Los mejores programas se han hecho en las épocas donde más dificultades económicas hemos tenido. Precisamente para salir adelante, se invertía más, creo yo. Los que estábamos queríamos hacer cosas nuevas. Fueron dos programas pero se hacían cosas de esas. Concursos con los que se salía a la calle, mucho directo. Por ejemplo, las elecciones municipales siempre han sido la prioridad. Teleelx empieza a ser o tiene la esencia de televisión local en las elecciones municipales y autonómicas. Yo creo que barremos en las elecciones municipales, como medio de comunicación y como eso lo sabían los que están al frente de Teleelx...

### **14.- ¿Recuerda cuáles fueron las primeras que se cubrieron?**

Yo no estaba. Estaba en la tele pero no trabajé. Yo trabajaba como azafata quizá, creo recordar, como azafata, pero se cubrieron. Tendrías que preguntárselo a Gaspar o a Conchi. Ellos estaban como redactores, yo estaba como locutora por ahí pululando.

### **15.- ¿Cuántas unidades móviles había?**

Una. Pero teníamos mucha gente. Y con esa unidad móvil hacíamos también un programa que se llamaba “Malabusca”, en la Glorieta. En el edificio de la Glorieta, en Primera Planta, ahí hacíamos un programa por las noches, en directo, con público y con

invitados y actuaciones musicales, como si fuéramos una televisión nacional. Era semanal. ¡Fíjate las cosas que hacíamos! Salíamos muchísimo fuera porque el objetivo era ese. Salir fuera, la tele tiene que verse fuera, directo, calles, plazas, edificios emblemáticos, ahí tiene que estar Teleelx. Y por supuesto, en las elecciones municipales echar el resto. Recuerdo las primeras elecciones municipales que presenté. Fueron en la plaza del Congreso Eucarístico y ahí, imagínate, una pantalla gigante, un escenario y todas las cámaras de Teleelx, en pleno centro de la ciudad. Ese era el objetivo de Teleelx. Que las elecciones municipales se cubrieran por todo lo alto. Dar participación y abrirnos a la ciudad, con actuaciones en directo, durante horas en directo, entrevistas en directo y publicando, todo el tiempo, los datos que nos venían, que recabábamos de los puntos de información, del ayuntamiento, del ministerio, del recuento de votos, los sondeos. Siempre lo hemos hecho...

**16.- ¿Y había gente enviada a las sedes de los partidos políticos? Porque aún no existía internet...**

No, no. Por teléfono. Teníamos mucha gente. De hecho, yo he llegado a movilizar a mi marido y a amigos. O sea, llevarlos de un punto a otro para que nos trajeran la información, las cintas. Teníamos tantísima gente trabajando para nosotros que eso se podía hacer. Yo recuerdo esas elecciones municipales en la plaza del Congreso Eucarístico...

**17.- ¿Y los políticos venían para que los entrevistan ahí?**

Sí, sí. Ahí estaban los políticos. Incluso me atrevería a decir que a Diego Maciá, que fue el que ganó esas elecciones, también lo entrevistamos en el set. No sé si fue en el 92, porque ese año tuvimos de todo, la Expo, elecciones y muchos problemas...económicos que han incidido en la programación.

**18.- ¿Cómo incidían en la programación?**

Vamos a ver, los problemas económicos han influido en la estructura y en la columna vertebral de Teleelx. Ahora con la crisis, es evidente, con la disminución de ingresos pues hemos llegado, aquí en Teleelx, a tener una sola persona en informativos, que era yo. Una persona sólo, para todo. Radio, informativos e Infoexpress. A lo mejor esto han

sido cuatro días, porque luego ya, evidentemente, se ha contratado a más gente como se ha podido. Se ha contratado a más gente y ahora hay tres personas.

### **19.- ¿Cuáles han sido los puntos de inflexión en la historia de Tele Elx?**

Los puntos de inflexión de Teleelx... Ha tenido muchos. Fue una explosión cuando nació. Tuvo un bache cuando nos quitaron las películas, cuando la sentencia nos obligó a pagar derechos de autor. Ahí se dieron de baja muchos abonados porque la gente quería ver películas porque, es verdad que la programación local es muy bonita, todo el mundo quiere a su tele, ahora, con el paso del tiempo, todos se han acostumbrado a ver la televisión local pero antes, al principio, lo que querían ver eran buenas películas y si de paso veían al tendero de la esquina mejor que mejor o al político de turno, mejor que mejor. Pero así nacimos. Hubo un bache cuando los abonados se fueron. Hicieron una, apuesta muy importante de dinero por hacer programas caros pero con gancho. Se apostó por la programación local y eso tuvo que ser catastrófico, porque apostar por una programación como si fuera una televisión nacional... No salen las cuentas. Nosotros jamás pudimos competir con las televisiones nacionales porque jamás pudimos hacer programas como se hacen en las nacionales. Competimos con la programación local, sólo con eso. Ahí barrimos y lo hemos demostrado en todas las elecciones municipales y en todos los eventos de fiestas y desfiles, en Semana Santa. Todo lo que es exclusivo de Elche es lo que quiere la gente ver en su televisión local y si no apuestas por eso, te mueres como televisión local. Bueno pues cuando nos impidieron poner todas las películas que poníamos quizá hubo un bache, lo tendrás que confirmar. Luego nació la radio e incluso una revista, no un diario digital, que entonces no existían, pero Teleelx ya nacía con carácter de ser una televisión multimedia. Un grupo de comunicación, eso desde un principio, desde el 87 y conforme se pudo, se fue haciendo. Entonces se abrió la radio, Radioexprés, primero con Antena 3, luego COPE y ahora con Radio Marca. Bueno, nació la radio y ahí en ese bache, Rodes y sus socios necesitaron hacer una ampliación de capital. Se ve que fue un bache económico muy importante porque ahí entró Luis Torres y yo recuerdo, con palabras de Rodes, que Luis Torres entró para salvar al medio de comunicación. Luis Torres con el patrimonio suyo y de su familia evitó que el medio de comunicación cerrase. Pero tienes que preguntarlo porque eso

yo... Pero cuando entró Luis Torres, nos dio un balón de oxígeno. Entonces empezó a preparar el concurso para adjudicarnos el cableado en Elche. ¿Zaplana no hizo un concurso para la adjudicación de la televisión por cable de fibra óptica? El objetivo era quedarnos con el mercado, con Elche, pero el gobierno de turno de la Generalitat Valenciana no nos dio la concesión. Se la dio a ONO. Pero ONO no se comió ningún “torrao” en Elche porque la gente no contrataba ONO, porque ONO no tenía TeleElx. Se llegó a un acuerdo con ONO. Teleelx se emitía en ONO por cable. No pagábamos nada porque Teleelx es la marca y ONO sabía que no se comía un “torrao” en Elche si no ponía Teleelx en su red de cable. Entonces los abonados se fueron y ahí empezó el mal, empezaron a despedir a gente. Fue una etapa dura. Tuvimos que fijar nuestra prioridad en la información y olvidarnos de todos esos programas de entretenimiento que habíamos hecho en años anteriores. Ya no podíamos tener ni productores, ni maquilladoras ni todo ese despliegue de personal al que estábamos acostumbrados. Menos mal que la radio funcionaba muy bien y durante ese tiempo sostuvo económicamente a la tele. Se fue muchísima gente y ahí dejamos de tener los privilegios de antes. Secretarias, productores...; teníamos una maquilladora que nos maquillaba todos los días, dejamos de tener maquilladoras, ya dejamos de tener muchas cosas que se tenían en las televisiones nacionales, pero salimos adelante. Siempre con ingenio, con nuevas ideas, desde la austeridad más absoluta porque sabíamos que íbamos a tener unos años muy duros porque una televisión y una radio es difícil, sobre todo la televisión. Pero ¿qué pasó? Pues que la radio daba mucho más dinero que la tele. La tele es muy cara pero la radio no, la radio fue una máquina de hacer billetes. Creo que nuestra radio era la más escuchada en Elche. Ahora no, pero antes era la más escuchada. Eso te lo podrá decir Priego, todos los datos y tal. Y gracias a eso la tele jamás se cerró porque la tele vivía de la radio.

## **20.- ¿Y apostaron más por los informativos...?**

Efectivamente. Apostamos por lo que sabíamos que la gente quería de una televisión local. Una televisión local nunca podría ser una televisión nacional pero sí que podemos competir con las noticias locales, con la información local, con el debate del estado de la ciudad, con las elecciones, con los programas culturales, con las entrevistas. Nos centramos en eso y así hemos seguido hasta ahora. Radio y tele juntas. Bueno, los jefes



siempre han intentado que la radio y la tele se unieran como un solo medio y en esas, en esas estamos. Hemos conseguido fusionar la radio y la tele. Eran dos monstruos y mientras la radio iba bien, la tele pues también se mantenía. Pero era difícil hacer sinergias porque unos tenían sus intereses y los otros, los suyos. Había un director de la radio, un director de la tele, había un director de informativos de la radio, un director de informativos de la tele, claro, eso es difícil pero al final lo hemos conseguido. En estos momentos hemos conseguido el objetivo que ya Luis pensaba y es que fuera un único medio. Y en esas, nació, Infoexpress. Infoexpress es el futuro.

**21.- ¿En este momento Teleelx continúa emitiéndose por cable, a través de ONO, por ondas, en TDT, y por Internet?**

Efectivamente. Ah... y otro punto de inflexión que no te he contado en medio de todo esto... Cuando perdimos los abonados, entonces empezamos a prepararnos para la concesión de la TDT. Y en diciembre de 2005, ese fatídico día de diciembre de 2005, un 31 de diciembre, Esteban González Pons no nos dio la concesión y eso fue la estocada mortal para Teleelx, Ese fue otro punto de inflexión de Teleelx porque sin la concesión de TDT, claro, qué inversiones podíamos hacer. Pues ahí tienes a Luis Torres que ha sido un empresario que, bueno yo creo que... no sé cuántas veces habrá dormido pero lo que ha pasado Teleelx... serviría para escribir un libro. Pero eso te lo tiene que contar él porque él lo ha vivido en primera persona. Yo lo he vivido como trabajadora de la tele. Yo he vivido un camino muy sinuoso, muy largo, muy difícil y, por supuesto, todo por culpa de los políticos de turno que nunca, nunca han querido dejar libertad a las televisiones locales. Teleelx ha sufrido, Luis te lo dirá, y yo, como trabajadora, he visto todos los ataques políticos que hemos sufrido a lo largo de todos estos años. Nunca nos han dejado respirar como medio local e independiente, nunca. ¿Porque? Porque somos poderosos. Porque el medio de comunicación local más importante es una televisión local que está arraigada como está Teleelx, porque llevamos muchos años. Como periodistas, hemos ido a un sitio y hemos oído decir a la gente, “¿oye te has enterado que hubo ayer aquí un accidente en la plaza de Barcelona?... ah, no, no, si no lo ha dicho Teleelx es que no ha ocurrido”. Imagínate ese comentario que he podido escuchar. O sea, si no sale por la tele, no ha ocurrido. Por eso te digo que Teleelx ha



estado y está muy implicada en la ciudad, lo que pasa es que, claro, llevamos muchos años de crisis y no sé lo que hemos perdido por el camino. Evidentemente, ya no estamos como estábamos antes, en las plazas, en las calles, en los eventos de los fines de semana. A mí me gustaría estar mucho más de lo que estamos, pero como no hay gente, no podemos estar como hemos estado pero lo intentamos.

## **22.- Sois tres personas para cubrir los informativos...sin contar deportes...**

Sin contar deportes. Luego, en deportes, hay tres personas para la radio y la tele. Y luego tenemos programas especiales que son Mercedes, Vicente Bordonado y Antonio Espinosa, tres personas que cumplen una función muy importante porque tenemos a gente que está cubriendo huecos como por ejemplo las fiestas. Tenemos a un chaval que está haciendo fiestas, luego tenemos a una locutora que está haciendo el magazine, “Dia a Dia”, que también es muy importante. Los colaboradores nos están ayudando a reflotar esto.

## **23.- Hablemos del Tele Nit ¿Desde cuándo se emite?**

Desde el principio. Es lo único que no hemos cambiado, Tele Nit, además es la marca. Nosotros no decimos el informativo de la noche, decimos el Tele Nit.

## **24.- ¿Y cuánto tiempo duraba el Teledía? ¿Era un avance informativo?**

No, no. Era un informativo, porque tenía su presentadora, sus redactores y creo que tenía su director. O sea que había un director del Teledía y un director del Tele Nit. Aunque de eso no me acuerdo bien. No recuerdo lo que duraba pero supongo que como el Tele Nit, 20 minutos o media hora. Yo sé que lo presentaba Ramón Enrique Cánovas y Maite Vilaseca también.

## **25.- ¿La duración del Tele Nit ha cambiado desde el principio hasta ahora?**

Sí. Se intenta que dure media hora pero hace 4 ó 5 años cambiamos. Antes era el Tele Nit y el “Elche Esport”, había dos programas. El informativo con las noticias locales y el informativo con las noticias deportivas pero vimos, y esto sí que lo pensamos en la redacción, que lo más importante era unirlos. ¿Por qué dos programas? Vamos a meter el deporte dentro de Tele Nit porque el deporte también engancha y que salga a la misma

hora, a las nueve y media, porque el “Elche Esport” salía antes en una hora que no era prime time. Pues vamos a meter también los deportes dentro del Tele Nit y solamente sacamos el “A Todo Gol” que es un programa con patrocinio, con publicidad y tal, que es el de después del partido de futbol. Dejamos “A Todo Gol”, que se hace los lunes, fuera del Tele Nit, pero de martes a viernes hay un informativo con los deportes dentro. Entonces, el informativo, con menos noticias, dura lo mismo que el informativo de antes que se hacía con más gente. Media hora, porque hemos incluido el deporte, las noticias locales y luego, como coletilla final, un programa con entidad propia, porque lo necesita por la publicidad, tenemos “El Tiempo”. También es muy importante para mí el tiempo, como los deportes y la información local.

**26.- Y el Tiempo... ¿en estos momentos está fuera del Tele Nit?**

Sí. Está fuera sólo por la publicidad pero viene siempre a continuación del Tele Nit. De hecho, cuando hay una entrevista dentro del Tele Nit, la pegamos al Tiempo. O sea, primero noticias locales, luego deportes, el tiempo y la entrevista política o la entrevista de turno que se suele hacer dos o tres al mes. No todas las semanas.

**27.- Y las piezas. ¿Cuántas piezas informativas entran, aproximadamente?**

Unas 12. En estos momentos 12 de media. Pero antes 23 y antes 25 y antes...yo creo que hemos llegado a las 30.

**28.- Sin embargo la duración era la misma. ¿Eran piezas más cortas?**

Al principio eran noticias muy largas con cortes de voz, incluso, aburridas, pero bueno se cubría todo, también hay que decirlo. Luego empezamos a acortar los off y los cortes de voz. Luego empezamos a priorizar las noticias por las imágenes del día porque abusábamos mucho de los archivos. Porque cuando tu metes 30 piezas en un informativo no es porque has hecho 30 noticias en un día sino porque escribes 30 noticias on imágenes de archivo. Eso se puede hacer pero, claro, abusábamos demasiado del archivo y, además eso nos interrumpía un poco el tiempo de la realización de los informativos. Se hacía demasiado tarde para presentar el informativo, porque buscar en los archivos era horroroso. Entonces priorizamos que salían menos noticias de archivo y

más con noticias del día. Ahora todo son noticias del día excepto dos o tres que puedan ser de archivo. Es mucho más operativo trabajar con las imágenes del día, más ágil. Entonces ahora hay menos piezas que antes pero como hemos incluido el deporte y el tiempo pues ni se nota en la duración de los informativos.

### **29.- ¿Se han hecho conexiones en directo?**

Sí que hemos hecho directos. En París. El informativo del 18 de mayo de 2001 empezó con la noticia de que el Misteri había sido declarado Patrimonio de la Humanidad. Como era a las nueve y media y la declaración fue a las tres de la tarde, esa misma pieza que grabé en la sede de la UNESCO en París, la llevamos a la televisión de París, que estaba muy cerca de la UNESCO, y por vía satélite envié las imágenes, mi crónica y mis cortes de voz a Teleelx y eso fue una conexión, no en directo pero sí vía satélite, para decir ese mismo día lo que se había producido en París.

### **30.- ¿Y cuando vino la Dama?**

Sí. Cuando vino la Dama..., como vino en el año en que no nos dieron la concesión de TDT, no teníamos gente y no hubo directos, pero como la Dama llegó al MAHE, estábamos muy cerca y se dio todo íntegro. Pues si la Dama vino a las seis de la tarde, a las nueve y media la gente lo tenía todo, todo, todo. Paso por paso, se grabó íntegro y se dio. Hacíamos muchas conexiones en directo en El Misteri, con las fiestas, los desfiles, la Semana Santa, todo es en directo.

### **31.- ¿Y entrevistas en el plató? En informativos, me refiero.**

Muchas. Pues la noticia del día, por ejemplo. ¿Te acuerdas que hubo un fraude de las cooperativas en Elche? Fue imputado el presidente...pues lo trajimos y le hicimos la entrevista en directo para que él pudiera argumentar y defenderse de las acusaciones de que se había hecho una malversación de las subvenciones europeas en la cooperativa También trajimos, no sé si grabado o en directo, a los padres de esta chica que desapareció en la clínica de Alfàs del Pí..., a los padres de Gloria Martínez, cuando empezaron a buscarla y pensaban que por Elche podían tener alguna pista. Era como un avance informativo, para decir estos son los padres de Gloria Martínez, la niña que ha desaparecido...

### **32.- ¿Pero había luego una entrevista?**

Sí. Porque el informativo salía y entonces yo dije, como han venido estos padres angustiados buscando a su hija, cuando termine la careta del informativo pinchad que les voy a hacer una entrevista. Vamos a pedir colaboración ciudadana. Terminaba el Tele Nit, pinchaban la careta de “Especial Informativo”, y salía yo. Era como un apéndice al informativo. Porque como el informativo se había grabado ya, creo recordar que dije pues venga vamos a incluirlos pero con careta propia como especial. Porque vinieron en aquel momento, el informativo ya se había hecho sino se hubieran incluido dentro. Nunca hemos podido hacer nada en directo del Tele Nit porque no hay medios. Los debates sí se hacían en directo a las diez de la noche. Y el Tele Nit, no sé si se ha llegado a hacer en directo. Bueno, hicimos un seguimiento del 11 de marzo en directo. El 11 de marzo, ese Tele Nit era en directo. Aquí hemos tenido a presidentes de la Generalitat. Hemos entrevistado a Joan Lerma, a Zaplana, Camps no ha estado pero porque no hemos querido. Porque para nosotros Camps fue el que no nos dio la TDT.

### **33.- Aproximadamente, ¿qué tanto por ciento de noticias de política municipal incluía e incluye el Tele Nit?**

No te vayas, voy a buscar la carpeta y lo vemos....Aun teniendo un solo cámara en el pleno municipal, por ejemplo, pude dar ayer San Crispín, porque para mí son muy importante las fiestas. ¿Sabes que me ayuda muchísimo para hacer el Tele Nit? Infoexpress. Todos los días le pregunto a Salvador Campello qué noticia es la más leída. Muchos de los asuntos con los que abrimos, para nosotros son muy importantes. El tema del agua, siempre ha sido prioritario, las infraestructuras. Hay una serie de temas que abren los informativos porque son de futuro para la ciudad y eso lo ve el periodista pero te aseguro que esas noticias son las menos leídas en Infoexpress. Claro que no voy a abrir con las que más se leen en Infoexpress que, por ejemplo, son cotilleos que arrasan, arrasan...Pero sí que lo tengo en cuenta. Que sé que si viene Carolina Cerezuela a Elche o viene el famoso de turno a Elche, hay que ir, hay que ir a hacerle una pequeña entrevista porque eso le va a gustar a la gente y va a ser la noticia más comentada pero no voy a abrir con esa noticia. Vamos a ver, el dispositivo de Todos los Santos, es municipal, pero no. PSOE cementerios es una crítica a los nichos

prefabricados, esa es municipal; ladera del río, es municipal, porque esto sí que fue una rueda de prensa diciéndonos lo bonita que había quedado la ladera del río; mercadillo medieval es importante porque es un evento cultural, ¿lo contamos cómo municipal? Futurmoda no es municipal, el plan de apoyo al sector del calzado no es municipal, la presidenta de Cáritas no es municipal y esta sí que es municipal. O sea, el jueves dimos doce noticias y sacamos 3 ó 4 noticias municipales. El 22 de octubre, había 13 noticias, cuatro de ellas, municipales. Lo que hacemos mucho ahora son *speech*. Antes no, pero ahora sí. Porque ahora somos tan pocos que hay que llenar.

### **34.- ¿Cómo se organiza ahora la redacción de informativos y como se organizaba antes?**

Tenemos la agenda de informativos, que es fundamental. En esa agenda nosotros apuntamos todo, todo. Y apuntar todo es todo. O sea, nosotros vamos a una rueda de prensa y en esa rueda de prensa se dice que el 3 de abril de 2016 va a haber un baile, pues vamos a la agenda y lo ponemos. En la agenda todo lo que no se anote se olvida. Lo primero que hago es mirar la agenda porque se apunta día a día, todo. Luego, los lunes son el día más trabajoso porque los lunes es cuando empezamos a levantar temas. Hacemos rondas. La ronda es principal porque llamas a todos tus contactos, a todas tus fuentes...en educación, en sanidad, en juzgados, en sucesos, policía, ayuntamiento. Llamas a todos para ver qué va a pasar esa semana y eso es lo que levanta temas, no otra cosa. Antes, con la agenda en la mano, éramos muchos y había muchos más temas apuntados, entonces nos sentábamos aquí en esta misma sala y hablábamos sobre lo que íbamos a hacer. Pues mira, fulanita tendría que ir a hacer el reportaje de tal que hemos llamado y que nos esperan y que vaya, que haga el *speech*, que haga tal. Todo eso se hacía antes. Se podía hacer, éramos tres o cuatro y nos poníamos de acuerdo y salíamos. Ahora no, ahora no se puede hacer eso y vamos un poco a salto de mata. Las previsiones nos llegan el día antes. Las previsiones, como Teleelx es un medio de comunicación que está muy implantado, a nuestro buzón de correo llegan las previsiones de todo el mundo. Plataformas, colectivos, ayuntamientos, consellerías, policía, guardia civil, todo. Yo pongo todo en la agenda y al día siguiente, cuando vienen Salva y Daniel, empezamos a ver qué descartamos, a qué podemos ir y a qué no. Y eso te deja también muy poco margen para temas propios porque a veces hay tantas

previsiones que no llegas a todo y, te hartas y dices, pues mira no voy a ir a ninguna rueda de prensa porque los del gabinete de prensa se han acostumbrado, y con buen criterio, a no poner el motivo por el cual hacen la rueda de prensa porque si lo ponen no vamos. De las cinco de ruedas de prensa al día que convoca el ayuntamiento, por ejemplo, tres son de “chichinabo” y podrían perfectamente resolverse con una nota de prensa pero no lo hacen y hay algunas que hasta nos indignan porque es publicidad pura y dura. Que viene una empresa y se le ocurre hacer el festival de la cerveza y ahí nos tienen veinte minutos hablando de lo maravillosa que es la empresa que va a poner no sé cuántas carpas y no sé cuántas mesas a no sé qué precio en no sé dónde. Y claro, te indigna. Por eso no te lo ponen porque si me lo ponen no voy. Muchas veces descartamos las ruedas de prensa y, a veces, eso es peligroso porque hemos descartado ruedas de prensa que son muy importantes, que son contestación..., el concejal de turno aprovecha para contestar la crítica que ha hecho el día anterior Compromís, Esquerra Unida, los republicanos o PSOE. O, a lo mejor, para anunciarte algo importante. Porque en festejos también hay cosas importantes. Por ejemplo, la Junta de Gobierno aprueba llamar al cementerio nuevo y viejo, Mare de Deu de l’Assumpció y San Agatàngelo. Pues ha sido una de las noticias más leídas en Infoexpress porque eso, la gente quiere saber cuándo se cambia la denominación de los lugares y cómo se van a llamar. Pues hemos ido, hemos hecho un reportaje... Yo he hecho esa noticia y salió de una rueda de prensa de “chichinabo” pero, a veces, salen cosas...

### **35.- Pero, ¿cómo prioriza? ¿Cuáles son los criterios informativos?**

Yo lo tengo muy fácil. Por las imágenes. Porque tú un informativo no lo puedes abrir con una rueda de prensa. Es aburrido. Por ejemplo, si hay unos procuradores que se quejan de un anteproyecto de ley que va a liberalizar la profesión y el Colegio de Procuradores se va a ir al traste. Eso importa a cuatro en Elche, pero bueno, se habla de la Ciudad de la Justicia, se habla de la mala administración de la justicia, del colapso, de una nueva reforma educativa que nace y se va a implantar sin consenso, están todos “rebolicados”. Tenemos imágenes de la Ciudad de la Justicia, de los procuradores con pitos y pancartas. Pues dices, vamos a abrir con eso mejor que con la rueda de prensa de la ordenanza de aparcamientos de minusválidos. Que eso, a lo mejor interesa a más de

uno porque saben que hay mucho pillaje en cuanto al aparcamiento de minusválidos. Pero, claro, eso es una rueda de prensa. Bueno, le he dicho a Chema que ponga imágenes de archivo, del aparcamiento de minusválidos, pero no deja de ser una rueda de prensa. Pues hemos abierto con los procuradores.

**36.- ¿Cuántas noticias suele hacer cada redactor?**

El que sale fuera a hacer piezas, dos o tres. Y el que está dentro, que soy yo, diez o nueve. Es más fácil. Las notas de prensa, las ruedas de prensa. Es más fácil.

**37.- ¿De cuántos operadores de cámara disponen ahora para informativos?**

Hay días que de dos y hay días que de uno. Ayer, por ejemplo, uno y hoy tenemos dos.

**38. ¿Y cámaras?**

Tres. Pero cada cámara es de un sistema. Una de UBcam, una de VCPro y una digital. Con eso ya te haces una idea. Las tres cámaras son para deportes, publicidad e informativos.

**39.- ¿Y el máximo de personas que han llegado a trabajar a la vez entre informativos y deportes?**

Es que también estaba el redactor de la radio, Paco Escudero. También hay que contarle. Mira...Mari Carmen Ponce, yo, Manoli Guilabert, Carmen Pérez, Paco Escudero y Conchi, pues seis. Seis redactores y cámaras pues, a lo mejor, cuatro. O sea unas diez personas más un jefe de informativos.

**40. ¿Y los sueldos?**

Nunca han estado bien. Y ahora están peor. Yo antes ganaba...bien. No me podía quejar pero ahora me quejo. Ahora veo el sueldo que ganaba antes y digo qué bien...si pudiera volver al sueldo de antes. Es que ahora no llega ni a la mitad del sueldo de antes. Es brutal la bajada de sueldos. Las condiciones laborales han bajado tanto...pero pensamos que es coyuntural. De hecho, hemos firmado un papel como que es algo transitorio. Que aceptamos esas condiciones como algo transitorio, para una



determinada época, para que esto funcione. Porque esto va a ir, porque hemos pasado mucho.

**41.- ¿Es usted optimista respecto al futuro de Tele Elx?**

Mucho. Teleelx tiene futuro. Ya te digo, está Infoexpress.es que es alucinante. Yo ahora, veo que estamos en una etapa donde está todo por descubrir porque fijate lo que hemos hecho. Teleelx y la radio son un solo medio de comunicación. La radio está saliendo por la tele. Es que eso es una nueva fórmula, yo la desconocía. Ahora estoy haciendo radio y me fascina la radio. Que yo he estado 25 años en una televisión local.

**42.- ¿Quiere decir que la programación que se hace en el estudio de radio se retransmite en directo por *streaming*?**

Sí. En Teleelx. Eso nos abre muchas puertas porque podemos hacer mucho. Y por Infoexpress se va tuiteando. Y acabamos de empezar...que todavía nos queda. Y ahora estoy aprendiendo la radio. Que es lo que dices tú, ¿cómo puede ser que un trabajo en el que yo he estado 25 años, en una televisión local que ha tenido radio, y que ahora, a estas alturas esté aprendiendo yo a manejar la radio. Si eso ya debería haber estado incorporado. Y me fascina. Si es que no me aburro. No me puedo aburrir. Ahora me fascina la radio.

**43.- ¿Cuáles son, principalmente, sus fuentes de información? ¿Cómo llegan a la redacción de informativos? ¿Cuáles son los mecanismos?**

Llamamos mucho y nos llaman mucho. Los ilicitanos nos llaman mucho, para cualquier problema. Que eso es bueno y malo porque hay gente que viene exigiendo y no puede ser. Hay conflictos muy personales que nosotros no damos. Y eso también te desgasta, el tener que tratar con una persona que viene para que saques su conflicto personal... Pero también hay cosas buenas. Gente que viene y cuenta cosas que son injustas y que estás ayudando a un determinado colectivo o a una determinada familia con una determinada situación que está viviendo de forma totalmente injusta. También tenemos las fuentes institucionales, que llegan por correo electrónico, las sociales de todos los colectivos. Nosotros estamos implantados 25 años. Somos radio, televisión e



Infoexpress y nos llegan por muchos cauces. Nuestras fuentes son: redes sociales, que cada vez nos da más información. Por ejemplo, llega un tuit que dice que ha aparecido una mujer muerta en Tabarca. Coges el teléfono y vas directamente a la fuente de la Guardia Civil porque sabes que la demarcación de Tabarca la lleva la Guardia Civil y no pierdes tiempo. Preguntas por las circunstancias y ya tienes la noticia. Te llama un colectivo, que vamos a hacer un huerto de berenjenas en no sé dónde y al día siguiente vamos a ver qué bonito es. Vamos y hacemos un *speech*. A veces no vale nada pero a veces tiene un reportaje bonito. Llamamos nosotros a los sindicatos. Oye tenéis alguna noticia o cómo va el asunto en el hospital. Pues mira, que el gerente ha dicho que va a cerrar la planta número tal para ahorrar y eso no puede ser. ¿Cuándo vais a hacer la protesta? Tal día. Ya tenemos noticia. Colegios. Las AMPAS nos llaman, mandan correos. Que todavía no tenemos el profesor de no sé qué. Las fuentes nos llaman de muchas formas. Y luego, tú misma. Te llama tu madre y te dice, oye que no paran de pasar ambulancias. Te viene información por todas partes.

**44.- ¿Ha existido o existe algún tipo de presión externa o interna para elaborar la escaleta?**

Sí. Por supuesto. Negarlo sería mentirte. Hay una presión externa y una presión interna. Clarísima. Primero, yo estoy muy presionada porque vivo en esta ciudad donde doy noticias de mis vecinos. Eso para mí es una presión muy fuerte porque eso me limita mucho como persona. Porque yo estoy segura que hacer periodismo en Madrid es mucho más fácil o en cualquier gran capital que en una ciudad pequeña. Porque yo he tenido que hablar mal de mi vecino y he tenido consecuencias, claro que las he tenido. Te voy a poner un ejemplo y con eso queda claro. Te vas a dar cuenta de la presión que tengo. Yo iba a hacer equitación a un centro ecuestre y di la noticia de que el padre del dueño del centro estaba detenido en Marruecos por que le habían cogido con un alijo de hachís. Pues dejé de ir porque, evidentemente, no me apetecía que me mirasen mal o que me reprocharan la noticia. Que me dijeran que era una hija de puta por decirlo. Tuve que dejar de ir porque me lo dijeron. También hemos dado la noticia de que la clínica Odex no sé cuántas demandas tiene por haber puesto una teta al revés, por ejemplo. Pues yo he oído que la directora de la clínica le ha dicho a un familiar mío que soy una hija de puta y que como vaya por ahí me van a dar una paliza. Son pequeños

ejemplos. Esa es la presión de trabajar en la información local y luego está la presión política, por supuesto. Todos los políticos que gobiernan quieren tener el control de la información y a todos les parece mal que digamos que suben los impuestos porque ellos todo lo dicen con eufemismos, Y presiones las hemos tenido de todo tipo. Ya ni te cuento en el debate que hacía yo. Ni te cuento las presiones que he tenido por parte de la derecha y de la izquierda. Que si invitas a fulanito, yo no voy. Que si por qué se lo has dicho a él, que si la agenda, que si me tienes que sentar a la derecha, que me tienes que dar a mí paso al final...Infinitas. Y luego las internas, que son los intereses de tu jefe que pueden estar sujetas a los intereses de la gente que dirige esto.

**45.- ¿A usted le han censurado alguna vez una noticia? Que le hayan dicho “esto no lo saques”. ¿Hay alguien que supervisa lo que va a salir en antena?**

Claro, claro que hay supervisión. Y si no les gusta pues no sale. Yo no acierto siempre y me dicen, no Ros, eso así no puede salir. ¿Censura? No sé Isabel, no puedo decirte si me censuran o no pero es evidente que supervisan y aquí hay un criterio y nos reunimos precisamente para ver qué criterio es el que tiene que tener la tele.

**46.- Y ¿cuál es ese criterio? ¿Hay temas tabú? ¿Es verdad que son un canal pro-PSOE como se ha dicho siempre?**

No. No hay temas tabú. No somos pro-PSOE pero, vamos a ver, el PSOE ha gobernado 32 años. También nos dirían ahora, ¿sois pro-PP? Porque siempre estáis en el ayuntamiento. Siempre sale la alcaldesa, evidentemente, es la que gobierna. Y durante los 32 años de gobierno del PSOE, en 25 ha estado Teleelx. Han salido Ramón Pastor, Manuel Rodríguez, Diego Maciá, Alejandro Soler y, ahora, Mercedes Alonso. O sea que no. En absoluto. Luis Torres no es de un partido político. Aquí eso sí que no ha habido.

**47.- La pregunta es obvia ¿por qué entonces les han maltratado algunos políticos?**

Porque Rodes se ha significado políticamente, evidentemente. Pero Rodes ya no es accionista. Pero cuando lo era, cuando estaba aquí se nos ha dicho pro-PSOE por activa y por pasiva. Se ha atacado políticamente al medio desde el Partido Popular, por la

campaña que emprendimos también contra Camps, algo nos tenían que sacar y, en aquellos momentos ya no estaba Rodes dentro pero pensaban que Rodes nos conducía. Eso son cuestiones políticas, eso son luchas, intereses de partidos, de vernos mal, de acabar con nosotros...

**48.- Pero al principio el PP les miraba con buenos ojos. Yo he leído y he oído declaraciones muy favorables de cuando nació Tele Elx.**

Nadie nos criticaba por la tele. Era por detrás. Cuando nació la tele, la corporación municipal era diferente porque la derecha gobernaba también. Quien gobernaba era Ramón Pastor pero el alcalde les daba competencias de gobierno a la derecha. Fíjate que talante... Estaba José Quiles Parreño como concejal y tenía competencias. UCD tenía competencias. Aquí el PSOE ha dado competencias de gobierno a la derecha. Si es muy sencillo. Vamos a ver, ¿por qué se nos ha atacado tanto? Porque el PP tenía intereses en otros medios de comunicación con las concesiones de la TDT. El PP tenía televisiones suyas propias y querían acabar con Teleelx para tener el mercado ellos. Si es que es así de claro, no hay otras lecturas. Eran intereses del Partido Popular y se nos ha atacado como medio de comunicación y muchísimo. Por eso nos decían sois pro-PSOE, sois unos rojos. Todo mentira.

**49.- ¿Y ahora qué tal?**

Ahora de maravilla todo. Lógico. Ellos están en el gobierno y nosotros tenemos un medio de comunicación potente.

**50.- ¿Qué peso tenía y tiene la cultura local dentro de los informativos?**

Para responderte tendría que preguntarme, ¿qué peso tiene la cultura en Elche? ¿Qué nivel cultural hay en Elche? La cultura ha tenido mucho déficit, muchísimo en Elche, Y nosotros, de verdad, que nacimos con la programación cultural muy presente. Haciendo programas sobre historia, sobre literatura, sobre música, sobre pintura. Lola Puentes, Gaspar Maciá, con el “Ringo-Rango”, además con la cultura más vanguardista que te puedas imaginar. Yo, con mis programas de patrimonio cultural. Aquí ha habido mucha programación volcada con la música clásica, con la literatura. Yo creo que en los informativos, la cultura tiene peso. Porque aquí cuando viene un escritor y presenta un

libro se intenta hacer una entrevista. Cuando viene el Festival Medieval y hay un congreso importante y una ponencia se intenta ir. La Universidad Miguel Hernández ha sido un revulsivo y cada vez que se ha producido una exposición de Bellas Artes, un premio y tal se ha ido. El Misteri es prioridad. Nosotros al Misteri le damos prioridad absoluta. Los museos también. El MUPE, el MAHE, la Calahorra. Todo lo que se mueva... Por ejemplo, si la Calahorra ahora la pintan de verde, eso abre los informativos. Si al Misteri se le ocurre poner en su web una novedad, quizá no abramos con eso pero sí titulamos con eso. Que sí, que tiene peso, cuando se produce.

### **51. ¿Y el tratamiento del valenciano dentro de la programación?**

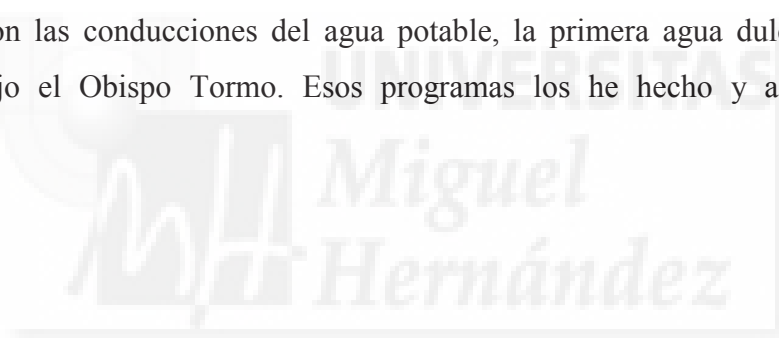
Muy escaso, muy poco. Ya me gustaría que fuera más. Antes se le daba más. Ahora hay políticos que no hablan en valenciano, antes si hablaban, había más políticos que hablaban en valenciano. Mira aquí hay un criterio. Cuando un político te habla en valenciano y te da la rueda de prensa en valenciano, yo la escribo en valenciano y la decimos en la radio y en la tele en valenciano. Pero, a lo mejor, en un mes, solamente hemos escrito una noticia en valenciano. En la radio un poquito más. Pero muy poco, pero nunca se le vetado al valenciano. Nunca. Es porque, realmente, no hay ruedas de prensa en valenciano.

### **52.- Pero puede ser cualquier otro tema. Por ejemplo, la Fireta del Camp, la celebración de San Crispín...**

Los programas especiales salen en valenciano. El Camp d'Elx se hace en valenciano. Pero en informativos, es que cuando hemos ido a la Fireta del Camp d'Elx nos han hablado en castellano. A lo mejor mando a un redactor y le hablan en castellano. Si voy yo a lo mejor me hablan en valenciano y escribo la noticia en valenciano. Es que también va en función del redactor. En estos momentos el valenciano está en las manos del criterio del redactor. Si el redactor viene de una rueda de prensa en valenciano la escribe pero de verdad que hay muy pocas ruedas de prensa en valenciano. Creo que no hemos tenido en todo este mes ninguna. Notas de prensa, sí pero ruedas de prensa muy pocas. Pero es escaso, a mí me gustaría darle más.

**53.- ¿Tele Elx también ha trabajado como productora para vender programación a otras televisiones?**

No sé si venderla o la hemos cedido o la hemos dejado pero creo que mis programas de “Camins d’aigua” se han emitido en institutos, centros culturales, colegios. Eran unos programas culturales muy chulos que hacíamos hace poco. Fueron los últimos que he hecho. Eran preciosos. Unos reportajes alucinantes. Por ejemplo, el primer capítulo hablo de todos los yacimientos arqueológicos que hay en el cauce del río Vinalopó. En el segundo capítulo hablo de los arcos que tenemos, de las minas de agua que tiene en propiedad el Ayuntamiento con los arcos de medio punto que son del siglo XVIII, que son patrimonio arquitectónico. Hasta Roman Polansky se ha fijado en ellos para rodar en esos puentes películas de romanos porque son unos puentes que se conservan de maravilla y que están amenazados por las obras del AVE y están ahí, en Aspe, pero son de Elche. Con las conducciones del agua potable, la primera agua dulce que vino a Elche la trajo el Obispo Tormo. Esos programas los he hecho y además los he disfrutado.



## Entrevista nº 6

Nombre: Salvador Campello

Año de incorporación a Tele Elx: 2012

Puesto actual: Redactor y gestor web

Puestos anteriores: Becario

Entrevista realizada el 23/11/2015

---

### 1.- ¿Exactamente ahora, cuál es s función dentro de Tele Elx?

Yo soy periodista y aquí hago las funciones de periodista y también de gestor de la página web y de las redes sociales. Como periodista me encargo de cubrir algunas informaciones aunque no suelo seguir la agenda *setting* porque para eso están Dani y Ros. Yo me encargo más de las cosas esporádicas, cosas que pasan por la tarde o en fin de semana o de ir siguiendo un tema durante varios días para luego publicarlo porque del día a día se encarga más los otros dos compañeros. Eso sí, yo me encargo luego de hacer el avance de mediodía para colgarlo, al principio nada más que en redes sociales porque era un avance concebido para eso, pero ahora también lo publicamos en la tele, en la web y en la radio. El audio en la radio, las imágenes en la tele y luego también en la página web. Es un avance de menos de dos minutos que estaba pensado para colgarlo exclusivamente en las redes sociales. Hago ese avance al mediodía y luego me encargo de subir todo a la página web con la ayuda de Daniel. Digamos que soy yo más el gestor porque soy quien decide el orden de las noticias en la página web y la jerarquización. Reviso todos los titulares porque la diferencia con la televisión es que, por ejemplo Ros, la jefe de informativos, escribe pensando en la televisión con lo cual primero hay que adaptarlo a un lenguaje web, no puedes poner “como vemos en las imágenes”, hay que adaptarlo. Luego también hay que ponerle muchas comillas, que en la tele no tiene. Hay que adaptar la noticia y lo que hago es ponerle un titular, porque la noticia tiene un titular, y me encargo de destacar el titular con el flash o el *title* que es lo que nosotros le ponemos para el titular de fuera. La página web, cuando la diseñé a través del Máster de Innovación en Periodismo de la UMH, vi que lo más atractivo sería que tuviese dos titulares. Uno es el primero que ves, que es el más llamativo, y otro cuando te colocas encima con el ratón te enseña otro más informativo, el titular. Entonces, yo me encargo de poner tanto el “llamador”, como luego el titular. También de ir subiendo noticias y

de ir complementándolas con todo el lenguaje audiovisual propio de la página web. Por ejemplo en esta noticia: aquí está el avance de hoy. Primero metemos la publicidad porque hay que comer y... [Audio del avance]: “En este martes empezamos hablando del mercado central porque en este caso el defensor del pueblo...”

## **2.- ¿Y eso se sube a mediodía?**

El avance se da a la una y a las dos está ya colgado en Facebook, en Twitter, en Youtube y en la página web. El video se manda a la tele porque los programas por la tarde lo van metiendo hasta las nueve y media que es el Tele Nit y el audio lo metemos en la radio en las horas como si fuese un boletín de radio. Luego, por ejemplo, lo que hablábamos, esta noticia...y...aquí la portada...

## **3.- ¿Ese es el llamador?**

Sí. “La corrupción política y la transparencia a debate” Ese es el *flash*, el llamador o segundo titular, el titular de portada y luego ya dentro tienes el titular. “El conseller de Transparencia...” que en ningún sitio más te aparece. Y si nos hemos fijado, dentro de la noticia, el texto se complementa con un enlace a cosas que no tiene la noticia, el video con las declaraciones del conseller y más fotografías. Aprovechamos muchos recursos. No enlazamos con el video entero sino con el corte de voz que luego sale en el informativo. Esto es lo que he hecho aquí desde que entré a trabajar en octubre de 2012, cuando acabé la carrera. Acabé en junio, hice prácticas en Tarsa y luego ya me quedé aquí para gestionar la página web, relanzarla, rediseñarla...

## **4.- Ya existía con anterioridad una página web, la de Infoexpres**

Existía Infoexpress que era una página antigua, poco usable, no estaba adaptada a los nuevos cánones estéticos, a las pantallas más grandes y por supuesto no estaba adaptada a las redes sociales, no estaba integrada para nada.

## **5.- Era un portal donde se podían ver algunas noticias.**

Sí. Podías leer el texto tal cual pero sin los cortes de voz, como el guion que pasaban a los montadores. Era el guion de los montadores, tal cual. Desde que entré me encargué de rediseñar, no solamente la página web estéticamente, sino también la forma de

trabajar. Ha sido un proceso un poquito lento, es decir, hablamos de unos dos años. Desde octubre de 2012, que fue cuando entré. El primer día de trabajo estuve con los brazos cruzados porque lo único que hice fue observar cómo se trabajaba aquí. Ya sabía porque había hecho prácticas, pero el primer día a mí me dijeron: “no vas a escribir, no vas a ir a ninguna rueda de prensa, observa cómo funciona la redacción, ya sabes cómo funciona pero obsérvala y empieza a implementar innovación, o sea a meter innovación, para desarrollar una nueva página web”. Y empecé a trabajar, y en octubre de 2014, cuando se hizo la convergencia de los diferentes medios, de los nombres, de la radio, cuando fue toda la confluencia de todo, se aprovechó para lanzar el proyecto que ya tenía. Un proyecto que era un cambio estético de la web, un cambio de nombre...

#### **6.- ¿El proyecto se llama...?**

Tele Elx.es, que es la sustitución de Infoexpres. A mí me encargaron gestionar la página web de una forma moderna, de una forma innovadora. Entonces, mi primer planteamiento fue que la página web tiene que ser rentable. Yo tengo que sacar beneficio de esa página web porque a mí me han contratado para que la página web dé beneficios. Si tenemos que rentabilizar la página web, tenemos que cumplir con varios puntos como, por ejemplo, que la web sea nueva, atractiva, moderna y que incluya todos los aspectos que le piden hoy en día los usuarios a una página web. Que tenga integración de redes sociales, que sea fácil de lectura, que tenga mucho contenido audiovisual... Estamos hablando que Tele Elx es una televisión, no es un periódico de papel trasladado a una web. Entonces eso es diferente. A la hora de plantearme yo como hacer esta página web y a la hora de hacer el diseño no me fije en páginas como El País, El Mundo o Información porque yo pensé que esos eran periódicos convertidos a página web y nosotros queríamos hacer algo nuevo. Por eso la página web de Tele Elx tiene fotografías muy grandes y cuadradas porque queremos que te recuerde a una televisión. Son como pequeñas televisiones donde ves las noticias.

#### **7.- Muy americana...**

Es muy americana, muy El Mundo Today. Es una página muy blanca que, a veces, nos recuerda al cine, como grandes fotogramas. Todo está pensado para, por ejemplo,



primeros planos de los protagonistas como por ejemplo este plano del coche. También quería que las noticias no estuviesen una detrás de la otra. Esto, por ejemplo, lo hace El Mundo o El País o El Confidencial, que las noticias no tengan la misma jerarquía, pero el diario Información sigue teniendo la jerarquía de todas las noticias igual, todas tienen el mismo orden, ¿no? Aquí nosotros hemos jugado, en este caso no, pero ha habido veces en las que dos noticias se han enfrentado. Aquí poníamos a un concejal del PP mirando para allá y aquí uno del PSOE mirando para acá, los dos con el antetítulo igual: están hablando del Mercado Central o del picudo y aquí lo hemos titulado con comillas. Eso, sé que otros medios no lo pueden hacer, lo de titular con comillas. ¿Por qué? Porque esto no sirve. Por ejemplo, por las mañanas nos hemos encontrado un problema porque por las mañanas se leen las portadas en la radio, en el magazine de la radio, y ha habido que volver otra vez a aprender a leer una portada de Tele Elx.es. Porque tú no puedes llegar y decir, cultura, habrá un “yarti” en los Odeón para los discapacitados porque eso no tiene ningún sentido. Tienes que jugar con todo, tienes que decir: “en cultura, la concejal Patricia Maciá...”o, por ejemplo, aquí tampoco puedes decir “la corrupción política y la transparencia a debate”, sino tienes que decir, la fotografía de portada es para la Universidad para la conferencia del conseller en el centro Crímina. Nosotros jugamos con que el usuario también, con las estadísticas. Aquí detrás hay una literatura científica grande para saber leer las estadísticas a la que me ha ayudado mucho el máster de “Innovación en Periodismo”. Mi público es joven, tiene entre 25 y 45 años. Luego también hay hasta 55 que también leen bastante, pero sobre todo entre 25 y 45. Es un público que sabe leer, que sabe moverse en Internet y sabe, por ejemplo, que cuando pasan el ratón por encima encuentran enseguida otro titular que les explica más. Una curiosidad, a la semana de sacar la página web nos llamó una persona de unos 60 años, que era lector asiduo de Infoexpres, diciendo que la nueva página no le gustaba nada porque no había nada escrito, que nada más que había fotografías y titulares. Nosotros le dijimos, “pero señor, póngase encima. Pero claro el señor lo que hacía era que cogía la barra y la desplazaba. Nadie desplaza la barra ya, lo que hace la gente es poner el ratón encima y mover la ruedecita. Entonces yo, como periodista, me encargo de jerarquizar las noticias todos los días y de transformarlas. Cuando viene un becario en verano lo primero que le explicamos es la filosofía de Tele Elx ahora. Con el cambio que propuse hacer en octubre de 2014 y que se aprobó y se llevó a cabo es que a partir

de ahora nosotros somos una redacción de informativos. La redacción de Tele Elx. Cuando cubrimos una información la cubrimos para Tele Elx y dependiendo de la hora del día o del soporte en que lo vayamos a publicar, la escribimos de una forma o de otra. La escribimos para la radio, poniendo los circunstanciales de tiempo delante y escribiendo en forma de telegrama. En la tele, jugando con las imágenes, narrando las imágenes o en la web, contándolo en un formato más periodístico pero web. Con el video, por ejemplo, no hace falta poner tantas comillas porque tenemos el video del corte de voz de la persona. Todo eso también me ha servido y lo he ido complementando poco a poco porque Tele Elx ha cambiado en general también su forma de trabajar. Las cámaras se han digitalizado. Antes para coger un corte de voz había que bajar y estar dándole al video para adelante y para atrás para sacar el corte de voz, para sacar el TC, el tiempo del corte para sacarlo entero y tenías que perder un rato. Ahora está todo en un servidor externo al que tenemos acceso toda la casa y enseguida. El cámara llega, vuelca la tarjeta en ese servidor y, desde arriba, en cuestión de un minuto ya puedes ver el corte de voz y las imágenes. El redactor escribe, saca el corte de voz y al mismo tiempo que el redactor saca el corte de voz yo ya estoy editándolo para subirlo a Youtube y lo estoy colgando en la página web. Hemos ahorrado mucho tiempo. Todo esto es el trabajo que yo he hecho desde el año 2012 hasta el año 2014. Mi trabajo ha cambiado. Hasta el año 2012 todo era idear; idear la página web, idear qué se podía hacer, cómo se podía mejorar, y a partir del año 2014 ya tuve más tiempo porque no tenía que estar todo el rato pensando. Ahora me dedico más a seguir algunos temas por ejemplo el tema del cine Odeón, llamar al concejal, estar detrás preguntando. Algo que no puede hacer Daniel porque tiene que ir siguiendo la agenda *setting* del día. También me dedico a otras informaciones como por ejemplo, de fiestas, que apenas tienen tiempo de cubrirse. Pues yo sí que puedo cubrir algo de eso y hacer un reportaje más extenso de las fiestas o algo más cultural, ¿no? Me dedico más a eso y ahora también a presentar el Tele Nit, con lo cual, por la mañana me dedico a redactar noticias, a gestionar la página web y por la tarde a presentar el telediario.

## 8.- ¿Entonces desde teleelx.es hay acceso a todo?

Sí. La página web la diseñé gracias al master aunque cambié muchas cosas. Vinieron muchos ponentes y esa gente de fuera a mí me ayudó a ver las cosas de forma distinta. Sobre todo porque ellos siempre hablaban de medios nacionales o temáticos y chocaba mucho con mi proyecto que era un proyecto local y con una temática localista. Yo no hablaba de deportes en general en todo el mundo o no hablaba de educación en todo el mundo sino que era algo específico de Elche, pero igualmente me sirvió para coger ideas. Por ejemplo, una de las ideas que cogí en el master es: “Si esta página es de Elche, tiene que notarse que es de Elche y que la gente lo reconozca de un vistazo”. Entonces, parece una tontería, pero le pusimos este grafismo que además coincide con el grafismo del Tele Nit, que tiene detrás la silueta de la ciudad. El tiempo se queda sobre la silueta, el tiempo que hace en Elche. Son tonterías pero que ayudan a identificarte con la página. Lo más esencial es lo que he comentado antes, que son como pequeñas televisiones para que te recuerde a televisión todo el rato. Tiene que haber siempre un *play* y que puedas tocar, ponerte encima o, por ejemplo, permite también tener la televisión, la radio, podemos entrar a la televisión... [nuestro informante está manejando una tableta para ilustrar a esta investigadora cómo funciona el portal Teleelx.es] pero empezamos mejor por las secciones de lo que son propiamente el diario. Tenemos la sección de deportes en la portada que gestiona el compañero Adrián Egea, quién también entró exclusivamente para la web. Hace cosas de radio, de tele, porque ahora hay integración de medios, pero se dedica a recoger lo que se dice en la tele, en las entrevistas y en todo. Otra cosa que no se hacía antes era que si se hacía una entrevista muy potente en la radio o en la tele había un debate o venía el alcalde a la tele o a la radio, pues antes se quedaba en la tele o en la radio y ya está. Ahora, entendiendo que somos un único medio de comunicación aunque tengamos diferentes nombres, que de hecho tampoco son tan diferentes porque son Tele Elx Radio, Tele Elx.es y Tele Elx tdt, lo que hacemos es colgar directamente la entrevista y dar otra noticia de la entrevista. Un titular con lo que ha dicho el alcalde o cortes de voz de lo que ha dicho. Si hay una tertulia, lo mismo. Si se hace en la televisión, por qué no una fotografía y lo vas contando en la web. Para la campaña electoral una de las cosas que hice fue un debate que se grabó. Entonces, a la hora de grabar ese debate por la tarde yo lo que hice fue minutarlo y durante el debate tomé nota de lo que se decía y en qué minuto se decía.

Luego pregunté en la televisión, a Chema, a qué hora lo iban a meter en continuidad con lo que pude programar todos los tuits para que saltasen tanto en redes sociales como en la propia noticia. Hice como un time-line de lo que iba ocurriendo en el debate.

### **9.- ¿Lo iba lanzando conforme se estaba emitiendo el debate en un falso directo para dar la sensación que era en directo?**

En ningún momento dijimos que era directo porque no queríamos engañar pero sí que daba la sensación de que se estaba cubriendo ese acto, ese debate electoral. Era noticia, teníamos una noticia especial que se veía en la pantalla de televisión y luego estaban las redes alrededor de todo.

Una de las cosas que también diseñé en esta página fue una página de fiestas y de tradiciones de Elche porque las secciones de los periódicos que tienen Elche como una sección más, no pueden meter una subsección de fiestas, tienen que meter las fiestas dentro de las noticias. Pero curiosamente, con las estadísticas en la mano, yo me fijaba que las visitas a las noticias relacionadas con el mundo de las fiestas triplicaban a las de política o las de sociedad y entonces les creamos un apartado. Además, sabiendo que hay un programa específico para fiestas en la televisión pensamos que se puede poner una galería de fotos, que es muy visitada, o poner las retransmisiones en directo de la Semana Santa, del Misteri o de las fiestas de agosto que se hacen por Tele Elx con amplia cobertura. Es una cabina, un contenedor de las fiestas que se hacen en la ciudad. Ya te digo, la noticia de que se colocan las luces de Navidad es más leída que si el Partido de Elche denuncia cualquier cosa. Las estadísticas son así. Y hemos conseguido que las comisiones de fiestas, comparsas o las cofradías nos manden a nosotros cosas que no consideran que son noticias para hacer una rueda de prensa pero sí para comunicarlas. Por ejemplo, la cofradía del Lavatorio nos dijo que iban a dedicar una marcha a su Cristo. Pues me llamó y me dijo: “oye no voy a hacer una rueda de prensa y llamar a todos los medios para esto, pero me parece curioso y os va a gustar” y nos lo mandó.

El cuarto pilar que tenemos, para reforzar la proximidad, es el tiempo. Dentro del tiempo tenemos una estación propia dentro de Tele Elx y quería fomentarla con la página web. No solamente con los datos sino, por ejemplo, ponerle una cámara web. Además

Tele Elx, la redacción, está en un edificio en un sitio único como es la plaza de Santa María, con lo cual se puede ver Santa María en directo. Ahora mismo con el tema de la eficiencia energética este mes se han apagado las luces de la iglesia y se ve en blanco y negro pero de día se ven imágenes espectaculares de Santa María. Cuando llueve se ve que está mojado, cuando hace viento se ve como se mueven las palmeras, o sea, da una sensación de que ves el cielo de Elche y, al lado, las variables en directo o bien la previsión. Una previsión que además complementamos con una previsión para mañana, para los días siguientes, que esto no estaba antes, con el mapa del municipio, con fotos que nos envían los espectadores del tiempo. Cada vez que ocurre algo, cosas que son curiosas pero no son noticias para estar en portada, las ponemos aquí, como las cabañuelas, etc.

Otro apartado es para la radio y la televisión en directo, con la programación arriba, y la implementación de las redes sociales. Aquí está el Facebook, con los comentarios de los oyentes y los comentarios de Twitter para ir siguiendo la radio en directo. Además, con una opción de poder meter aquí la webcam que hay en el estudio de radio o, por ejemplo, si estamos narrando un partido, se puede meter una infografía del campo de fútbol con los jugadores, cómo se han colocado, quién tiene tarjetas rojas o información que se puede ir metiendo. La televisión es una réplica de esta página de la radio, donde también están los *podcast* de los programas. Igual, con la televisión en directo, los videos a la carta y los comentarios de las redes sociales. Luego tenemos el obituario.

**10.- Eso es curioso, porque es algo que estaba en desuso y que los diarios americanos han puesto en valor sacándole bastante rendimiento. Pero en Elche lo de los obituarios ha tenido siempre mucha repercusión. Vamos, que la gente antes, no sé si lo siguen haciendo, colgaba carteles por la calle con la esquela. Eso ya no se suele ver y menos en una ciudad del tamaño de Elche.**

Pues en Elche sigue ocurriendo y la página web de Tele Elx es un reflejo de Elche con lo cual le damos su importancia. Estamos hablando con el tanatorio porque nos hemos dado cuenta de que no se cuelga la fotografía de la persona. En las esquelas de la calle sí pero en las de la web no. Luego tenemos el empleo, que es una parte muy importante, con ofertas de empleo que se van cambiando todos los días. Ofertas, demandas o cursos de formación. La página web, todas las páginas que te he enseñado, todas, incluso las

noticias, tienen un separador, un llamador con las diferentes secciones que hay o bien incluso una foto-galería. En este caso tenemos una foto-galería del pantano pero ahora haremos un concurso de belenes en la tele para que la gente nos mande una foto de su belén que lo colgaremos aquí en la foto-galería. También hay una zona de servicios con las farmacias, lotería, la cartelera de cine que también la actualizamos, con los cines, con los Aljub, con el cine Odeón, con todo, vamos. Información de servicios que solamente puede dar una página de la ciudad. Y luego, los blogs, blogs que no solamente se quedan en la página web sino que se extrapolan a la radio y a la tele. Por ejemplo, el blog de entrenamiento en la radio tiene unas secciones, el blog de moda en la tele tiene una sección, el blog de astronomía tiene una sección, o sea, son los colaboradores los que van retroalimentando la web, la tele y la radio. Se va retroalimentando todo.

#### **11.- ¿Y después tienen aquí lo del Club de Amigos?**

El Club de Amigos de Tele Elx es una sección en la que estoy trabajando ahora para cambiarla. Nació desde el departamento comercial de Tele Elx, hace un año y medio, Los comercios que quieren se adhieren al club y se les da una pegatina que los identifica como miembros del Club que ofrecen descuentos a los miembros del Club de Amigos de Tele Elx. Un descuento que se puede ver en la página web. Si entramos en la página se pueden ver los diferentes comercios que ofrecen descuento. La gente, los ilicitanos vienen aquí, se hacen la tarjeta del Club de Amigos de Tele Elx y cuando acuden a cualquiera de estos establecimientos obtienen el descuento que han visto en la página web. Ahora lo estoy cambiando porque esta estática y no es tan agradable como la que estamos pensando. Tienes aquí el nombre de la empresa y abajo la dirección pero ahora estamos preparando un mapa que las ubique. Lo estamos haciendo más atractivo. Luego, la página web nos permite hacer otras cosas. Por ejemplo, en la radio los fines de semana se hacen unos reportajes de las pedanías para el programa Fin de Semana que presenta Mario Abril. Bueno pues, ¿por qué no colgar esos *podcasts* y de una forma más interactiva, colgar el mapa de Elche y luego, cuando nos ponemos encima de la pedanía que queramos escuchar, tenemos ahí el *podcast* para escuchar el reportaje de esa pedanía con los vecinos y demás. Implementar siempre. La radio, la tele y la web que

estén siempre conectadas. Ahora la web ya no es la hermana pequeña porque ya no hay hermanos, es todo uno y es algo más que se va enlazando.

## **12.- ¿Cómo va de audiencias? Me ha hablado antes un poco del perfil de los usuarios de la web**

A ver si tengo aquí las últimas estadísticas...La estadística la sacamos mes a mes para ir viendo los datos. Estamos hablando que la página web tiene una audiencia media, durante los tres meses anteriores...Hacemos estadísticas mensuales pero a los comerciales no se las pasamos mensualmente porque en la radio, el EGM se hace trimestralmente o cuatrimestralmente. Entonces, lo que hacemos nosotros es adaptar las estadísticas de la web a ese mismo periodo para que coincida con los datos del EGM.. Hay meses malos, porque septiembre es un mes malo, agosto no, porque en agosto como están las fiestas, la gente ve la televisión pero en septiembre la gente está volviendo de vacaciones, otros no están porque siguen de vacaciones, no ocurre nada en la ciudad, no hay ninguna fiesta, ningún acto, ningún evento, los políticos no han empezado y está la ciudad a medio gas. Es el peor mes en las estadísticas. Por eso darlas al mes no es tan fiable como darlas al trimestre y sacando la media. A la hora de sacar la media nos dimos cuenta que el resto de páginas web de Elche no daban estadísticas, no las daban porque tampoco las medían. El diario Información, por ejemplo, no necesita vender su página web en Elche, la vende a nivel nacional la EPI [Editorial Prensa Ibérica es el grupo empresarial del diario Información] con lo cual ni siquiera a nivel provincial la tienen que vender. La página de La Verdad, igual. Y luego las otras páginas que son la competencia, como Elche diario y Elche digital, tienen un sistema de financiación diferente al nuestro. Elche diario y Elche digital se han financiado mediante el Ayuntamiento. Elche diario en la etapa del PP y Elche digital en la etapa anterior del PSOE más Compromís. Estamos hablando que no necesitan salir a vender tanto como necesitamos nosotros que no tenemos el apoyo de nadie detrás. Con lo cual a la hora de hacer las estadísticas también decíamos, bueno, ¿qué vendemos? Tenemos aquí estadísticas pero me preguntaban a mí, ¿con toda esta marabunta de datos que hay qué les podemos decir a los clientes sobre si la página web es buena?, o sea, ¿por qué es buena la página web? Entonces con esa pregunta y también gracias al máster me di cuenta que nosotros no tenemos que vender número de páginas, de páginas vistas,



número de visitas, lo que tenemos que vender es la gente que consume, los ilicitanos que consumen esas páginas. Porque a mí no me importa que un anuncio se haya visto una vez o se haya visto cien veces, me importa que lo hayan visto cien personas porque yo como estoy en un ámbito geográfico muy delimitado me importa más el número de personas alcanzadas que el número de visitas que tiene ese anuncio.

### **13.- ¿Eso es el número de usuarios en números absolutos?**

Sí. El número de ilicitanos diferentes que al mes visitan la página web que está ahora en unos 82.000. A veces sube, a veces baja, pero cuando éramos Infoexpress, los primeros datos que yo saqué, en noviembre de 2012 eran 35.000 personas y ahora estamos en 82.000. O sea que ha subido y bastante. El mes que más subió fue cuando el Elche subió a primera, porque hicimos una gran campaña en la web y en todo y subimos a 105.000 pero bueno estamos en 82.000 que es una media bastante aceptable que, además, con el subidón de las elecciones lo hemos mantenido. Estos datos también los doy porque luego hay gente que pregunta, “¿y cuantas visitas tiene?”. Pues mira tiene 185.000 accesos. Es decir, 82.000 personas u 83.000 personas entran 185.000 veces a la web y ven 382.000 páginas de noticias, de deportes, todo. Si lo comparamos con la competencia, pues aquí podemos ver la comparación... Por ejemplo, nosotros no solamente comparamos Tele Elx o la radio con la Cadena SER o con la Cadena COPE, sino que vemos también con Elche diario o Elche digital y hay cierta diferencia de audiencias, de usuarios únicos que tenemos. Luego también medimos la audiencia de nuestra aplicación móvil, que sacamos en octubre del año pasado, y las redes sociales que para nosotros son importantes. Una de las primeras cosas que hice cuando empecé a trabajar en Tele Elx, en octubre de 2012, fue crear el Facebook, el Twitter y el Youtube de la casa. Otras redes sociales también las he barajado pero he visto que sería demasiado trabajo el gestionarlas y poca la rentabilidad de usuarios que nos llegarían a través de Pinterest o Instagram. Sé que existen, las hemos manejado pero para una televisión local, realmente, y una persona que tiene que dedicarse a presentar el telediario, a escribir, a la gestión de la página web, abrir un Instagram o un Pinterest, sería demasiada carga de trabajo y no las podríamos mantener con el nivel de calidad que a mí me gustaría tener. Twitter y Facebook sí porque además he enseñado a toda la



casa y ahora todos los programas utilizan el Twitter i el Facebook. Una de las decisiones más complicadas que tuve que tomar es si abríamos un Facebook y un Twitter para cada programa o uno sólo para toda la casa. Al final, por aunar esfuerzos, abrimos uno para toda la casa y, además, uno sólo para tele, radio y web. Sólo uno, con el nombre de Tele Elx. Algo que al principio costaba porque cuando las creamos, lo hicimos con el nombre de Infoexpress y costaba, porque en la radio tienes que decir: “bueno comenta este programa de Radio Express-COPE con el hashtag Infoexpres o con la cuenta Infoexpres”. Era un poco complicado. Ahora todo es Tele Elx. Luego, hacer la transición a Tele Elx fue muy sencillo porque a la gente le dijimos. “Esto que siempre ha sido Infoexpress, sin que tú hagas nada, ahora se llama Tele Elx” y fue muy fácil llegar a esa gente. Cuando otros medios de comunicación se han querido iniciar en las redes sociales, pues se puede ver como nosotros con Facebook y Twitter doblamos a la competencia en proyección en redes sociales. La gente se siente integrada dentro de Tele Elx

#### **14.- Cuénteme lo de la aplicación móvil...**

Durante este periodo entre 2012 y 2014 me di cuenta, y se lo comenté a Luis, de la necesidad de abrir un nuevo soporte que era la aplicación móvil. Pensando, más que en las tabletas, en los *smartphones*. A la hora de ver la televisión era muy difícil verla a través de la página web; los podcasts eran muy difícil y tenían que estar de una forma más usable, de una forma más intuitiva y presentar las noticias en un formato más adaptado a la pequeña pantalla que a una pantalla como la de tableta o el ordenador. Así que diseñamos la aplicación móvil, a través de Gorilapp, que es la empresa desarrolladora. Nosotros fuimos los arquitectos y ellos fueron los obreros. En la aplicación, las noticias tenían que verse de una forma sencilla: titular, cuerpo de texto y al final publicidad. Todo metido y que se pudiese compartir de una forma rápida, en Twitter, en Facebook, como mensaje. Que se pudiese ver, igual que aquí, portada, deportes, fiestas, y que se puede pasar de una forma sencilla. Y después, que la aplicación tuviese las mismas funciones, las mismas patas que tiene la página como es la televisión, en directo o a la carta. A la carta solamente hemos metido el Tele Nit. Tú le das al Tele Nit y puedes ver aquí el informativo. Y con la radio igual, puedes escucharlo en directo y puedes entrar en Twitter y en Facebook y seguir oyéndola. O

bien el podcast, que ahora tenemos el programa estrella de la noche de la radio que es el “Elche en punta”. Y por último, el tiempo con la webcam y las variables para que, estés donde estés, puedas verlo. Incluso hay mucha gente que, me lo ha comentado, desde la cama, cuando se levanta por la mañana, lo primero que hace es conectarse a la aplicación y ver a través de su móvil la ventana de Tele Elx para ver el cielo y saber si está nublado, si hace sol y la temperatura, para saber si tiene que abrigarse o si no. Desde la misma cama estás viendo la información del tiempo y con la predicción para hoy y para mañana escrita. Tenemos más de 6.000 descargas; en diez meses más de 6.000 descargas de la aplicación en Android y en Iphone.

### **15.- ¿Y la publicidad cómo va?**

La publicidad, en un principio, durante esos dos años del 2012 al 2014, también estaba en fase de prueba porque no existía la publicidad dentro de la página web, no existía. Y la que existía estaba regalada porque algún cliente la había pedido y se le había regalado, con lo cual hubo que tarificarla y diseñar los propios espacios dentro de la nueva web. Tarificar esos nuevos espacios y enseñar a venderlos a los comerciales de la casa, que fue el paso más difícil. De momento, las previsiones de venta de los banners está por debajo de las expectativas que teníamos pero han crecido bastante. De no haber nada en el año 2014, cuando empezamos, se ve cómo empieza y cómo va subiendo. Más lentas de lo que esperábamos pero van subiendo. Sobre todo de cara a Navidad, de cara a las elecciones, de cara a las fiestas de agosto suben las ventas y nos damos cuenta cuál es el perfil del cliente que quiere la página web. Por ejemplo, una panadería de barrio no quiere la página web pero una empresa en el parque empresarial que está empezando sí que quiere la página web porque sabe que es un escaparate *on line* donde entran los ilicitanos y donde pueden vender. Entonces, estamos también viendo el perfil de quién quiere y quién no.