

**Universidad Miguel Hernández de Elche**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de Elche**  
**Titulación de Periodismo**

**Trabajo Fin de Grado**  
**Curso Académico 2016-2017**



**La TDT-L en Alicante: historia y evolución de  
Información TV**

**The TDT-L in Alicante: history and evolution of  
Information TV**

Alumno/a: Mar Oncina Loro

Tutor/a: Isabel María González Mesa



## **Resumen**

Este trabajo de investigación, en primer lugar, hará un recorrido por la historia de la televisión local en España, seguido de un repaso por el sector audiovisual valenciano y más específicamente por el de la provincia de Alicante donde se ubica el canal objeto de nuestro estudio: Información TV. Esta emisora local de TDT nació en 2008, en el epicentro de la crisis económica y del cambio a la digitalización de los medios de comunicación, ambos afectando de lleno al sector audiovisual de proximidad.

Ni los manipulados repartos de los canales de la TDT en la Comunidad Valenciana ni la competencia con otras cadenas locales de televisión, han frenado la consolidación de Información Televisión, cuya principal característica diferenciadora respecto a otros operadores del sector se centra en su programación, donde combinan información con entretenimiento. Información TV es una cadena relativamente joven en la comarca de l'Alacantí, con una audiencia potencial que supera el millón de personas. Este canal cuenta en la actualidad con una plantilla de trabajadores reducida y no con todo el material técnico que desearían, dos factores que junto al coste de la nueva televisión digital pueden afectar de manera negativa a la producción propia. Por eso, el propósito de esta investigación es observar los rasgos fundamentales de la parrilla de la cadena alicantina, a través de un análisis de su contenido, para conocer las claves de su programación y detectar las dificultades a las que se enfrenta este canal de televisión local.

## **Abstract**

This research work, first, will take a tour of the history of local television in Spain, followed by a review by the Valencian audiovisual sector and more specifically by the province of Alicante where the objective of our study is located: Información TV. This local DTT station was born in 2008, at the epicenter of the economic crisis and the shift to the digitalization of the media, which affected the local audiovisual sector.

Neither the manipulated distributions of the channels of the TDT in the Valencian Community nor the competition with other local television networks, have slowed down the consolidation of Information Television, whose main distinguishing characteristic with respect to other operators of the sector is centered in its programming, since they combine information with entertainment. Información TV is a relatively young channel in the region of l'Alacantí, with a potential audience that exceeds one million people. This channel currently has a small workforce and not all the technical material they would like, two factors that together with the cost of new digital television can negatively affect their own production. Therefore, the purpose of this research is to observe the fundamental features of the gridiron of Alicante channels, through an analysis of its content, to know the keys of its programming and to detect the difficulties faced by this television local channel.

**Palabras clave:** Televisión locales, programación, audiovisual, TDT, Información TV

**Key words:** Local tv channels, programming, audiovisual, TDT, Información TV

## Índice

1. Introducción
  - 1.1. Presentación (1-3)
  - 1.2. Justificación (3-5)
2. Objetivo e hipótesis
  - 2.1. Objetivos de la investigación (6)
  - 2.2. Hipótesis (7)
3. Marco Teórico
  - 3.1. Breve historia de la televisión local en España (8-9)
  - 3.2. Breve historia de la televisión local en la Comunidad Valenciana (9-11)
  - 3.3. Breve historia de la televisión local en Alicante (11-21)
4. Metodología (22-27)
5. Resultados
  - 5.1. Historia de Información TV (27-31)
  - 5.2. Competencia y audiencia de Información TV (31-33)
  - 5.3. Componentes de Información TV (33-38)
  - 5.4. Estructura de la programación (39-48)
    - 5.4.1. Géneros
    - 5.4.2. Origen
    - 5.4.3. Horario y duración de las emisiones
    - 5.4.4. Uso del valenciano
    - 5.4.5. Target
6. Conclusiones (49-51)
7. Propuestas de mejora (51-52)
8. Bibliografía (53-58)
9. Anexos (58-64)

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Presentación

La televisión local es la hermana pobre de los estudios sobre comunicación social en España. La desregulación que padeció el sector hasta la llegada de la Televisión Digital Terrestre (TDT), la multiplicidad de canales de toda índole, su escasa rentabilidad económica y sus pequeñas audiencias no despertaron el interés de los investigadores, salvo en Cataluña, donde la televisión local llegó antes y se consolidó mejor (González Mesa, 2016). En el resto de España, apenas existían estudios sobre las diversas televisiones de proximidad en cada uno de los territorios hasta muy entrados los años 90. Sin embargo, el panorama de este sector ha cambiado mucho desde la implantación de la TDT, aún incompleta, y faltan análisis sobre el nacimiento y evolución de estos canales locales.

En este trabajo se pretende arrojar un poco de luz sobre una de estas televisiones de ámbito comarcal que arrancó sus emisiones en noviembre de 2008. Información Televisión, radicada en la ciudad de Alicante para dar cobertura a la demarcación de l'Alacantí, nació en pleno auge de la crisis económica pero desde sus inicios ha sido un foco de proximidad televisiva para los ciudadanos alicantinos, ante los que se presenta como un canal líder fuertemente arraigado en su entorno.

Para entender el contexto en el que nace Información TV, hemos de remontarnos casi 25 años atrás cuando nacieron las primeras experiencias de televisión local en España, en 1981, en una pequeña localidad catalana donde apareció RTV Cardedeu. Según Bienvenido León (2009), no fue una casualidad que la primera emisora local naciera en Barcelona puesto que Cataluña ha mantenido siempre una especificidad cultural y lingüística y una importante tradición de movimientos asociativos que necesitaban canales propios de expresión. Así, este incipiente canal de televisión local surgió “como una respuesta a la comunicación hegemónica estatal (...) que cobra especial importancia por la defensa de una lengua propia castigada durante el régimen franquista”

(Bienvenido León, 2009: 114). Y así se consiguió crear un modelo de televisión diferente, donde su política quedaba vinculada a la recuperación de la propia cultura.

Posteriormente fueron surgiendo muchas más televisiones locales, privadas, públicas o comunitarias, que se difundían por ondas terrestres o por cable, ya que existía la necesidad de crear unos medios de comunicación más próximos a la ciudadanía que actuaran también como instrumentos de denuncia social. Con el paso del tiempo, los grandes grupos mediáticos se interesaron por este sector audiovisual de proximidad donde creían que podrían encontrar un potencial nicho de negocio basado en la publicidad local pero sin tener claro el modelo de televisión (Alcaide, 2001). Así, durante la década de los años 90 y principios del nuevo siglo se produjo un importante desembarco de estas grandes cadenas en el ámbito de las televisiones locales con la compra de pequeñas emisoras o la inclusión de éstas en redes asociativas. Sin embargo, el negocio no funcionó como estaba previsto y muchas de esas empresas desaparecieron, como fue el caso de Localia.

Por otra parte, el negocio de la televisión local ha sufrido desde sus inicios una falta de regulación por parte de los poderes públicos, ya que para muchos era considerado un “subsector” poco rentable. Además, ha soportado una evidente “desatención consciente” por parte de las administraciones públicas de los diferentes municipios (López Cantos: 2005). Ese “limbo regulatorio” al que se refería Emili Prado en sus primeros análisis sobre el sector de la televisión local a mediados de los ochenta, parecía que iba a resolverse con la puesta en marcha de la ley de la TDT-L, pero lejos de solventar el problema, en 2017 aún se está a la espera de una confección definitiva del mapa de la televisión local en España. Este problema ha tenido una especial incidencia en la Comunidad Valenciana, donde la connivencia entre los poderes políticos y los nuevos dueños de la comunicación local dieron la cara con un escandaloso reparto de licencias para el plan de televisión digital terrestre.

Además, la fuerte crisis económica que sacudió drásticamente a España ha afectado de lleno al sector periodístico. Desde que se inició esta recesión, en un periodo de tan solo

cuatro años, según el Informe anual de la Asociación de la Prensa de Madrid se destruyeron “6.393 puestos de trabajo de profesionales de la información y se echó el cierre de 197 medios” (El País, 2012). Tras seis años de continuo descenso de facturación en los medios de comunicación, en 2014 se produjo la primera subida. El crecimiento fue escaso pero sobre todo, se debió al tirón experimentado por la televisión (APM Informe Anual de la Profesión Periodística: 2015).

A pesar de las diferentes publicaciones que se mantienen optimistas con el cambio económico del periodismo, para los medios impresos la crisis no ha terminado. Ningún tipo de diario se ha librado del descenso y en buena parte, las constantes modificaciones de la actividad periodística se deben a la aparición de las nuevas tecnologías. En este caso en concreto, Información Televisión fue la apuesta televisiva del grupo Información, el periódico más importante de la comarca de Alicante. Pertenece al grupo editorial Moll - Prensa Ibérica, que tiene varias cabeceras a nivel nacional, de periódicos muy importantes, y que cada vez va ganando más prestigio debido a la gran expansión de sus emisoras locales de televisión y radio.

Durante sus casi nueve años de existencia, Información Televisión ha ido ampliando sus servicios y adaptándose a todos los cambios que han ido surgiendo, tanto reglamentarios, tecnológicos, de gobernanza y también de creación de contenidos de calidad. Un conjunto de hándicaps que se han debido de solventar para conectar y fidelizar a la audiencia de la cadena alicantina. Es importante, en este análisis, identificar cuáles son las claves de la parrilla de Información TV para hacer frente a lo que la sociedad actual demanda a los canales locales.

## **1.2. Justificación**

Desde el nacimiento de la primera televisión local, este sector se ha configurado como un territorio secundario, que ha despertado poco interés para los estudios de audiencia y se ha mantenido más o menos apartado de los principales focos de investigación del

colectivo académico. Desde la llegada a la era digital, la televisión comarcal ha ido jugando, cada vez más, un papel muy importante para los medios de comunicación y también para los ciudadanos. Es por ello que, esta investigación hace frente al reto de conocer mejor cómo es y cómo funciona este canal de televisión local de Alicante.

El sector audiovisual local en España ha ido experimentando varias fases de evolución hasta esta última etapa, que podría ser la más revolucionaria: la puesta en marcha de la televisión digital terrestre y la adjudicación de licencias de los nuevos canales digitales locales. Este gran cambio que discurre en paralelo a la digitalización de los medios de comunicación, ha conseguido modificar el concepto, las estructuras, los contenidos y las audiencias de los medios locales. Incluso, podríamos decir que se han visto obligados a adaptarse para “sobrevivir” en esta nueva era.

Las diferentes investigaciones sobre la televisión local han creado una hegemonía de los enfoques basada mayoritariamente en trabajos relacionados con las estructuras y las políticas de comunicación. Los estudios fundamentados en el sector audiovisual local están más consolidados en otros territorios autonómicos como Cataluña y el País Vasco (Corominas, 1997; Jones, 1998; Guimerà, 2005). Pero es preciso recalcar, como dicen Bas y Pérez Llavador (2007), que es importante apostar por nuevas líneas de investigación dentro de este ámbito científico. Además, Casero (2009) hace hincapié en la “juventud” de las investigaciones en la Comunidad Valenciana puesto que este objeto de estudio entró en la agenda científica valenciana hace tan solo dos décadas.

Es por ello por lo que nuestro estudio abarca otras cuestiones como son los contenidos audiovisuales de esta industria televisiva de ámbito comarcal. Es precisamente desde el análisis de contenido de la programación desde donde parte nuestro trabajo de investigación. No obstante, no pretendemos teorizar sobre los diferentes contenidos de las televisiones locales en España. Sería un trabajo titánico lejos de nuestro alcance. Sin embargo, sí que podemos colaborar en el análisis de los contenidos programáticos de un canal de televisión de proximidad al que tenemos acceso, los de Información Televisión.

Son diversos los motivos que justifican la elección de este canal como objeto de nuestra investigación. Entre ellos cabe destacar que Información TV es un canal joven, que empezó sus emisiones en 2008, y que en tan solo nueve años se ha convertido en un referente audiovisual de proximidad para la sociedad alicantina sobre la que actúa y de la que se nutre informativamente. Así, creemos conveniente analizar la variedad de contenidos de su programación. La de producción propia y la de producción externa. Igualmente, la elección de este objeto de estudio también se sumerge en la idea de poder acercar Información Televisión a la ciudadanía y a los investigadores para que conozcan todo el contenido que puede proporcionar el canal alicantino. Además, otro de nuestros objetivos es describir y contextualizar la situación de las televisiones locales en la provincia de Alicante, y más concretamente en la comarca de l'Alacantí. Posteriormente, y centrados ya en el canal que nos ocupa, analizaremos todos los géneros y formatos que nos ofrece a diario esta televisión y conoceremos cuáles son las claves de su programación de proximidad para toda la comarca.

Por otra parte, realizar el trabajo sobre Información Televisión, es un reto personal. Como estudiante de Periodismo, realicé mis prácticas profesionales en este canal desde el mes de marzo hasta mayo de 2017. De esta forma, cuento con información de primera mano a la hora de describir las rutinas de trabajo y los medios con los que cuenta esta emisora ya que, al ser una televisión muy joven, las aportaciones científicas sobre ella son escasas o inexistentes. Por último, apuntar que el sector de la televisión es un tema que me apasiona. Conocer la estructura de un canal local como éste que nos ocupa y las nuevas tendencias del sector audiovisual de proximidad es algo que despierta mi curiosidad y que puede contribuir, al mismo tiempo, a mejorar el conocimiento sobre la el funcionamiento y los contenidos de la TDT local.

## **2. OBJETIVOS E HIPÓTESIS**

### **2.1. Objetivos de la investigación**

El objetivo principal de este estudio es describir la estructura y analizar la programación de la cadena alicantina de televisión Información TV. Partimos de la base de la difícil situación por la que han atravesado, y atraviesan, los medios locales en la Comunidad Valenciana y más específicamente en Alicante. Por ello, consideramos relevante indagar sobre los mecanismos que hacen posible la producción audiovisual de proximidad en un canal nacido en una situación altamente desfavorable para la producción televisiva local. Es por ello que resumimos los objetivos de esta investigación en los siguientes puntos:

1. Describir la historia de Información TV desde su nacimiento hasta la actualidad, atendiendo también a los recursos humanos y técnicos con los que cuenta.
2. Conocer el panorama actual del mapa de las concesiones locales de la TDT en la provincia de Alicante, especialmente en la comarca de l'Alacantí.
3. Analizar el contenido de la programación de Información TV, desde los géneros televisivos que emplea en su parrilla, pasando por los programas que son o no de producción propia, hasta los formatos informativos.
4. Detectar el uso de la lengua valenciana dentro de la programación de Información TV.
5. Conocer la proyección y difusión de Información TV a través de Internet y las redes sociales.
6. Plantear propuestas para la parrilla de Información TV que supongan una mejora en su producción propia y sirvan para aumentar la identificación social con su audiencia.

## **2.2.Hipótesis**

Una vez planteados los diferentes objetivos que conducirán el desarrollo de la presente investigación, formulamos las siguientes hipótesis a las que trataremos de dar respuesta, confirmándolas o rechazándolas, a lo largo del trabajo.

**H.1.** La crisis económica en general y la publicitaria en particular no han permitido que Información TV disponga de una suficiente plantilla de trabajadores ni de los recursos materiales necesarios para desplegar todo su potencial televisivo.

**H.2.** A su vez, la escasez de plantilla y la mínima inversión publicitaria hacen que la programación propia se vea afectada de forma negativa.

**H.3.** Información TV apuesta en su parrilla por contenidos de proximidad fundamentados especialmente en la información de servicio al ciudadano, mientras que los programas de ficción y entretenimiento ocupan porcentajes residuales dentro de la parrilla de programación.

**H.4.** Los programas de contenido folclórico, especialmente las fiestas populares de las localidades insertas en su demarcación, ocupan una gran parte de la parrilla de esta televisión local.

**H.5.** La lengua Vehicular de la mayoría de sus programas es el castellano pero utiliza también, un elevado porcentaje de valenciano.

### **3. MARCO TEÓRICO**

#### **3.1. Breve historia de la televisión local en España**

La televisión local en España es un fenómeno relativamente joven. La primera experiencia de un canal de televisión local tuvo lugar hace tan solo 36 años en Cardedeu, una pequeña localidad catalana. RTV Cardedeu se fundó en 1981, un momento crucial dentro del proceso de descentralización política y comunicativa que caracterizó a España durante los años de la Transición (López Cantos, 2005).

El nacimiento de las televisiones de proximidad se produjo gracias a la voluntad de la sociedad civil que pretendía realzar un nuevo modelo para transmitir la información con el fin de terminar con la comunicación hegemónica estatal.

El principal deseo era la creación de un sistema de comunicación que fuera controlado por parte del ciudadano, pero las instituciones políticas municipales fueron las que finalmente cogieron los mandos de las televisiones municipales, ya fuera por causas económicas o de medios.

Pero lo que sí que sabemos es que, la televisión local en España ha sufrido desde sus inicios falta de atención, de la que las instituciones eran conscientes:

“La televisión local se ha considerado desde sus inicios un subsector de difícil rentabilización, principalmente por el tamaño de los mercados en el que se inserta. Por otro lado, el sector de la televisión local también se ha encontrado con la actitud errática y el olvido consciente del legislador por tratarse de un ámbito, el municipal, que resulta cuanto menos problemático en el mapa competencial que se gestó tras la promulgación de la Constitución” (López Cantos, 2005: 10).

Si la década de los 80 algunos la definieron como la del “imperialismo cultural”, la nueva década de los 90 es conocida como la de la “globalización” (Jesús Martín-Barbero, 1991). Con la llegada de una televisión sin fronteras gracias a los satélites y a las nuevas tecnologías de la información, todo indicaba que el interés por lo local caería en picado ante el flujo de imágenes que recibíamos en nuestras pantallas desde cualquier lugar del planeta. Sin embargo, el reto se situaba justamente en dar testimonio audiovisual de lo que sucede a nuestro alrededor frente a esa tendencia globalizadora de los medios de comunicación. Se trataba pues de pensar globalmente pero actuando localmente. Es en este contexto cuando comienza un primer intento de regularización de las televisiones locales en España a través de la ley 41/1995 de Televisión Local por Ondas Terrestres (Bienvenido León, 2009: 114) aunque no fue hasta el año 2002, convertida ya en Ley de la Televisión Local Digital cuando comenzó a desarrollarse a través del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local que se completó dos años más tarde (Box Mortes, 2016).

### **3.2. Breve historia de la televisión local en la Comunidad Valenciana**

Las televisiones en la Comunidad Valenciana empezaron a emitir en los años ochenta, aunque el mayor crecimiento del sector local tuvo su apogeo entre 1987 y 1988 (Grupo Corporación Multimedia, 2001) en un contexto caótico y falto de cualquier regulación técnica y política donde convivían canales locales municipales, comunitarios y comerciales que se distribuían por cable y por ondas y que tenían emisiones dispares, apareciendo y desapareciendo según la temporada. En 2002 se contabilizaban en la Comunitat Valenciana, aunque la cifra es aproximada debido a su alta volatilidad, 122 emisoras de televisión locales, de las cuales 55 estaban situadas en la provincia de Alicante, la segunda de España con mayor número de televisiones detrás de Barcelona (AIMC, 2002).

En 2005, el gobierno valenciano, siguiendo la normativa estatal para ordenar el espacio radioeléctrico digital, sacó a concurso las licencias para las televisiones locales que se hubieran adaptado a los requisitos de la Ley de la TDT-L. El concurso se resolvió en

enero de 2006 y significó un vuelco en el mapa audiovisual de proximidad de la Comunitat. Estas licencias fueron firmadas por Esteban González Pons, el entonces consejero de Relaciones Internacionales y Comunicación del Gobierno del PP de Francisco Camps, que contrató para la valoración de las propuestas presentadas a una empresa externa, Doxa Consulting. El resultado de las valoraciones de esta consultora privada produjo un fuerte impacto ya que algunas empresas acumularon licencias en 13 de las 14 demarcaciones comarcales en que se dividió el territorio y varios grupos de comunicación de ámbito nacional próximos al PP acumularon demasiadas concesiones dejando fuera del reparto a muchas televisiones locales de las denominadas históricas que gozaban de una fuerte implantación social y que se vieron abocadas a cerrar. El conflicto se judicializó y seis años más tarde, el Tribunal Supremo anuló las adjudicaciones de la TDT- L que en su día asignó la Generalitat (El País, 2012) e instó al gobierno valenciano a efectuar un nuevo baremo con técnicos propios y no externalizar la decisión en una consultora privada. Con esta sentencia se puso fin al quebradero de cabeza que había dejado un panorama de licencias mal concedidas, competidores endeudados y una situación económica terrible en el sector audiovisual local.

Tardaron ocho años en buscar la solución y mientras tanto, algunas empresas adjudicatarias habían desaparecido, otras se habían fusionado e incluso algunas fueron vendidas a terceros. Con esta acción, el PP dejó fuera a empresas que hacía años eran referentes de la televisión comarcal en la Comunidad Valenciana, como TeleElx.

En 2015, poco antes de desalojar la Generalitat, el gobierno saliente del PP hizo pública la nueva baremación que ha vuelto a poner patas arriba el mapa audiovisual de proximidad valenciano, otorgando licencias a quienes se las había negado años atrás. En 2015, el Consell ha resuelto las nuevas adjudicaciones: 17 en Alicante, 11 en Valencia y 9 en Castellón. Las empresas adjudicatarias tendrán sus licencias vigentes hasta dentro de 15 años y se podrán prorrogar siempre que se cumplan los requisitos:

“El titular de la licencia está obligado al cumplimiento de las obligaciones establecidas en la LGCA, en la Ley 1/2002 , de 19 de abril , de la Generalitat, del Sector Audiovisual y la demás normativa que resulte de aplicación y queda vinculado, durante todo el periodo de vigencia” (ABC, 2017).

No obstante, durante este período de descontrol de las televisiones de proximidad valencianas también se ha producido un hecho insólito como es la desaparición de los canales de la radiotelevisión pública valenciana tras el cierre decretado por el Consell encabezado por Alberto Fabra. Este hecho supuso el descalabro de todo el sector audiovisual valenciano y ha ayudado poco a la consolidación de los canales locales. Sin embargo, el proceso de reestructuración aún no ha terminado ya que próximamente volverá a emitir la nueva radiotelevisión autonómica, Àpunt Mèdia, que junto a las nuevas cadenas de televisión locales recompondrán el mapa televisivo que conocemos actualmente. Habrá que seguirles la pista de cerca.

### **3.3. Breve historia de la televisión local en Alicante**

La primera televisión en la provincia de Alicante surgió en 1986. Torrevieja fue la encargada de poner en marcha el nuevo canal llamado TV Costablanca. Una emisora de carácter privado que apenas tenía producción propia de proximidad y que emitía por un doble sistema de difusión: ondas y de cable.

Como ya hemos mencionado, antes de la aprobación del Plan Técnico Nacional de Televisión Digital Local Alicante era la provincia con mayor número de emisoras de la Comunidad Valenciana. En 2002, el censo de televisiones locales publicado por el AIMC, señalaba que España contaba con 897 canales de televisión local y Alicante se situaba como la segunda provincia con más emisoras (55), solo por detrás de Barcelona (69), un número muy elevado si se tiene en cuenta su menor población (AIMC, 2002). A continuación, en la tabla 1 podemos observar el panorama de las televisiones locales en Alicante a principios de este siglo.

**Tabla 1. Televisiones locales que emitían en la provincia de Alicante en 2002**

| Población                 | Emisora   | Difusión                                    |
|---------------------------|---|---|
| <b>Albatera</b>           | Imagen 21-TV  |   |
| <b>Agost</b>              | RTV Agost   | Terrestre                                   |
| <b>Alcoi</b>              | Onda Mariola Canal 37   | Terrestre                                   |
| <b>Alfàs del Pi</b>       | TV Alfàs  | Terrestre                                   |
| <b>Alicante</b>           | Canal 47 Alicante<br>Canal 37 Alicante<br>Localia TV Alicante | Terrestre<br>Terrestre<br>Terrestre         |
| <b>Almoradí</b>           | Canala 37 Vega Baja<br>TV de Almoradí                         |   |
| <b>Altea</b>              | TV de Altea   |   |
| <b>Aspe</b>               | Canal 6<br>Tele Aspe  | Terrestre                                   |
| <b>Banyeres</b>           | TV Banyeres   | Terrestre                                   |
| <b>Benejúzar</b>          | TV Benejúzar  |   |
| <b>Benidorm</b>           | Canal 55 Marina Baixa<br>TV de Benidorm                       | Terrestre<br>Terrestre                      |
| <b>Calpe</b>              | Canal 27  | Terrestre                                   |
| <b>Callosa del Segura</b> | Tele Callosa  | Cable                                       |
| <b>Castalla</b>           | Canal 39 TV Intercomarcal<br>Movitel TV Local                 | Terrestre<br>Cable                          |
| <b>Catral</b>             | Catral TV/Vega Baja TV  | Cable                                       |
| <b>Cox</b>                | Tele Color Cox  | Cable                                       |
| <b>Crevillent</b>         | Tele Crevillent   | Cable                                       |
| <b>Dénia</b>              | Tal TV  |   |
| <b>Dolores</b>            | TV de Dolores   |   |
| <b>Elx</b>                | Localia TV Elx<br>Tele Elx<br>Tele Dama<br>Tele Canal         | Terrestre<br>Terrestre y Cable<br>Terrestre |
| <b>Elda</b>               | Tele Elda   | Cable                                       |

|                              |   |   |
|------------------------------|---|---|
|                              | Vivir TV  | Terrestre                               |
| <b>Guardamar</b>             | TV Guardamar  | Terrestre                               |
| <b>Ibi</b>                   | Tele Ibi  | Terrestre                               |
| <b>Monforte del Cid</b>      | TV Municipal de Monforte  |   |
| <b>Monóvar</b>               | TV Monóvar  | Terrestre                               |
| <b>Mutxamel</b>              | Cetel Mon   | Terrestre                               |
| <b>Novelda</b>               | Tele Novelda  | Cable                                   |
| <b>Ondara</b>                | Canal 37 Marina Alta  | Terrestre                               |
| <b>Onil</b>                  | TV Onil   | Terrestre                               |
| <b>Orihuela</b>              | Canal 34 Vega Baja<br>RTV Vega Baja/Tele Orihuela<br>TVS. Bartolomé | Terrestre<br>Terrestre y Cable<br>Cable |
| <b>Petrer</b>                | Canala 43<br>Tele Petrer  | Terrestre                               |
| <b>Pilar de la Horadada</b>  | TV Horadada   | Terrestre y Cable                       |
| <b>Pinós</b>                 | Tele Pinós  | Terrestre                               |
| <b>Rafal</b>                 | Tele Rafal  |   |
| <b>Redován</b>               | Tele 4  | Cable                                   |
| <b>Rojales</b>               | Tele Thader   |   |
| <b>San Miguel de Salinas</b> | TV San Miguel CB  | Cable                                   |
| <b>Santa Pola</b>            | TV cable Santa Pola   |   |
| <b>Torre Vieja</b>           | Canal 40<br>Costablanca/ TV Torre Vieja                             | Terrestre<br>Terrestre y Cable          |
| <b>La Vila Joiosa</b>        | TV Vilera   | Terrestre                               |
| <b>Villena</b>               | TV Villena Canal 28   | Terrestre                               |

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos del AIMC.

La mayoría de estas cadenas emitían en analógico, con un régimen jurídico totalmente de alegalidad, por lo que muchas de ellas, con la entrada en vigor de la normativa de la TDT-L, tuvieron que cesar su actividad. Además de adaptarse a los diferentes procesos de regularización, las televisiones alicantinas también han tenido que afrontar diversos problemas que son tradicionales de este sector como la precariedad laboral y técnica, la

escasez de plantillas y de anunciantes y la pérdida de influencia dentro de la política municipal. Además, en los últimos años se ha añadido otro factor determinante para el deterioro de la situación, la crisis económica, que ha recortado subvenciones y patrocinios básicos para su financiación. En este sentido, se percibe un sometimiento a los intereses particulares de los pocos anunciantes, institucionales o privados, que en ocasiones dictan la parrilla de programación de las televisiones con poco presupuesto. No obstante, esta situación de dependencia político-financiera que vuelve más precarias las condiciones laborales y el ejercicio de la libertad de expresión se suele compensar con la ilusión y el trabajo de los profesionales de las televisiones locales (García Avilés y González Mesa, 2011).

Durante todos estos años, las televisiones alicantinas también han notado como la publicidad ha ido disminuyendo y eso ha conllevado a una reducción de plantilla, en la mayoría de los casos. Otras, sin embargo, ya nacieron siendo un grupo pequeño de trabajadores donde todos tenían que ser capaces de enfrentarse a cualquier tema y sobre todo, de flexibilizar sus horarios para poder cubrir todas las necesidades de la producción. En este sentido, cabe destacar que gran parte de las plantillas de estos pequeños canales se componen en su mayoría de personal del departamento comercial.

Pero, ¿cómo muestran estas televisiones su vocación de servicio a la ciudadanía? A través de la programación son capaces de ofrecer un servicio muy cercano a sus ciudadanos, aunque también desvelan, en muchas ocasiones, sus limitaciones. Los usuarios de los medios audiovisuales demandan que los contenidos sean de calidad y la consolidación del medio dependerá de ello. Como dice Vacas (2000):

“La programación de carácter propio y centrada en la comarca en la cual se desarrolla un determinado medio local, será aquella que responda con mayor fidelidad al sentido de responsabilidad social que caracteriza a los medios locales y al derecho que toda ciudad tiene a su propia imagen” (2000:29).

Por otro lado, durante sus más de 30 años de existencia, las televisiones locales alicantinas, al igual que las del resto de España, también han tenido que adaptarse a la gestión de los diferentes gobiernos en su ámbito de actuación. Como ya hemos dicho, las televisiones locales se desarrollaron sin el apoyo de un marco normativo hasta la aprobación de la ley 4/1995, que igualmente quedó en letargo hasta que años más tarde, en 2005, se puso en marcha el nuevo Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Con él, se conseguiría un mayor aprovechamiento del espacio radioeléctrico. Las emisoras digitales, en esos momentos, estaban a la sombra de las emisiones terrestres, por satélite o cable, porque el número de receptores de TDT eran muy limitados. El plan que anunciaba el apagón analógico para 2012, en España finalmente se adelantó dos años y a lo largo de 2010 se fue produciendo paulatinamente el cambio tecnológico.

Para la implantación de la TDT a nivel comarcal, se establecieron una serie de demarcaciones y se fijaron los requisitos, técnicos y administrativos, para optar a las licencias disponibles. Entre los objetivos primordiales estaba reavivar el sector audiovisual de proximidad y fomentar el uso de las lenguas propias, diferentes del castellano, en las parrillas televisivas, tal y como quedó recogido en el DOGV del 5 de julio de 2005:

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.
2. Los canales concesionarios debían difundir programas originales, como mínimo seis horas diarias y 48 semanales.
3. Los operadores podrían sindicar 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.
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. (DOGV nº5.042, de 5 de julio de 2005, pp. 23856 – 23858)

En 2005, la Generalitat sacó a concurso 42 licencias de TDT-L privadas para dar cobertura a 14 de las 18 demarcaciones en que se dividió el territorio de la Comunitat Valenciana. Las otras cuatro demarcaciones que faltan no se licitaron hasta el año 2010. En total, se presentaron 74 solicitudes de empresas audiovisuales para los 42 programas que salieron a concurso. En la Tabla 2 se especifica las empresas adjudicatarias para las seis demarcaciones de la provincia de Alicante que salieron a concurso.

**Tabla 2. Adjudicaciones concurso TDT-L en Alicante (2005)**

| Demarcación     | Empresa concedida   | Demarcación                | Empresa concedida  |
|-----------------|---|----------------------------|--|
| <b>Alcoy</b>    | . 43 TV, SL.<br>. Canal 37 Televisión de Alicante<br>.Homo Virtualis                                      | <b>Elche</b>               | . Comunicación Audiovisual Editores<br>. Unedisa Telecomunicaciones<br>Libertad Digital TV |
| <b>Alicante</b> | . Comunicación Audiovisual Editores<br>. Canal 37 Televisión de Alicante<br>. Editorial Prensa Alicantina | <b>Elda</b>                | . 43 TV, SL.<br>. Homo Virtualis, SA.<br>. Consorcio de Televisión Comarcal                |
| <b>Benidorm</b> | . 43 TV, SL.<br>. Unedisa Telecomunicaciones<br>. Tele Noticias, SL.                                      | <b>Orihuela Torrevieja</b> | . Comunicación Audiovisual Editores<br>. Homo Virtualis, SA.<br>. Tv Orihuela, SL.         |

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

El resultado de dicho concurso cambió radicalmente el mapa de las televisiones locales en la provincia de Alicante, dejando fuera de juego a emisoras que desde hacía años eran referentes en sus localidades. El caso más evidente fue el de Tele Elx, pero también cabe destacar la práctica desaparición de los canales locales explotados por Localia. En su lugar, obtuvieron licencias muchas empresas creadas *ad hoc* para este concurso, sin ningún vínculo con el sector audiovisual local y sin infraestructuras previas más allá de unas excelentes relaciones con el gobierno autonómico del Partido Popular (Sanmartín Navarro, 2014). En este sentido, las críticas a la resolución de este primer concurso no se hicieron esperar. Desde Compromís, la diputada de las Cortes Valencianas, Mireia Mollà, calificó esta acción como “uno de los mayores ataques a la democracia y a la libertad de expresión registrados en el País Valenciano” (El País, 2012). Para López Cantos (2007: 94-95), reflejan una “mediación política indisimulada” por parte del PP en la configuración de un nuevo mapa audiovisual de proximidad en la Comunidad Valenciana.

Gracias a una de las emisoras que no obtuvo licencia, Tele Elx, se inició una batalla legal contra la Generalitat que llegó hasta el Tribunal Supremo, quien en 2012 anuló el concurso de la TDT-L privada en la Comunidad Valenciana obligando al gobierno autonómico a realizar un nuevo baremo que se ajustara a los requisitos legales. Así, no fue hasta el año 2015, pocos días antes del cambio de gobierno en la Generalitat, cuando se rectificó la resolución de aquel concurso. La nueva estimación dio un giro inesperado al mapa de concesiones de la TDT-L privada en la Comunitat Valenciana, tal y como se puede comprobar en la Tabla 3.

**Tabla 3. Resultado nuevo mapa de TDT-L en Alicante (2015)**

| <b>DEMARCACIÓN</b>         | <b>EMPRESAS CON CONCESIÓN EN 2005</b>   | <b>EMPRESAS CON CONCESIÓN EN 2015</b>  |
|----------------------------|---|--|
| <b>Alcoy</b>               | 43 TV, SL.<br>Canal 37 televisión de Alicante<br>Homo Virtualis                                     | Editorial Prensa Alicantina<br>Canal 37 Televisión de Alicante<br>Canal 37 Televisión Marina Alta              |
| <b>Alicante</b>            | Comunicación Audiovisual Editores<br>Canal 37 Televisión de Alicante<br>Editorial Prensa Alicantina | Editorial Prensa Alicantina<br>Comunicación Audiovisual Editores<br>Televisión, Medios y Publicidad            |
| <b>Benidorm</b>            | 43 TV, SL.<br>Unedisa Telecomunicaciones<br>Tele Noticias, SL.                                      | Editorial Prensa Alicantina<br>Canal 37 Televisión Marina Alta<br>43 TV, SL.                                   |
| <b>Elche</b>               | Comunicación Audiovisual Editores<br>Unedisa Telecomunicaciones<br>Libertad Digital TV              | Editorial Prensa Alicantina<br>Servicios de Difusión de Televisión Tele Elx<br>Televisión, Medios y Publicidad |
| <b>Elda</b>                | 43 TV, SL.<br>Homo Virtualis, SA.<br>Consortio de Televisión Comarcal                               | Editorial Prensa Alicantina<br>43 TV, SL.<br>Homo Virtualis, SA.   |
| <b>Orihuela Torrevieja</b> | Comunicación Audiovisual Editores<br>Homo Virtualis, SA.<br>Tv Orihuela, SL.                        | Editorial Prensa Alicantina<br>Comunicación Audiovisual Editores<br>Homo Virtualis, SA.                        |
| <b>Denia</b>               | Comarques Centrals TV, SL.<br>Canala 37 TV Marina Alta  |  |

Fuente: Elaboración propia con datos extraídos de la Tesis de González Mesa.

En lo que respecta a la reconfiguración de la demarcación de Alicante, cabe destacar que los programas otorgados a las empresas Editorial Prensa Alicantina y Comunicación Audiovisual Editores no sufrieron ninguna variación, ya que siguieron manteniendo las licencias que se le concedieron en 2005. Sin embargo, Canal 37 Televisión de Alicante perdió su concesión que ha ido a parar a la empresa Televisión Medios y Publicidad. En cuanto a las licencias obtenidas por Editorial Prensa Alicantina, éstas se han incrementado hasta tener presencia en todas las demarcaciones de la provincia de Alicante. No obstante, en el momento de elaborar este trabajo, únicamente emite en la demarcación de l'Alacantí, aunque se prevé que próximamente se pongan en marcha los canales de Elche y Benidorm. En la Tabla 4 se especifica cuáles son las empresas adjudicatarias en la provincia de Alicante, el nombre comercial de los canales y si estos están emitiendo o no.

**Tabla 4. Panorama actual de la TDT-L en las demarcaciones de Alicante (diciembre 2017)**

|              |                 | <b>Empresa concesión</b>    | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|--------------|-----------------|-----------------------------|---------------------|----------------|
| <b>Alcoy</b> | <b>Privadas</b> | Editorial Prensa Alicantina | Información TV      | NO             |
|              |                 | Canal 37 TV Marina Alta     | TVA                 | SI             |
|              |                 | Consorcio TV Comarcal       | TV Intercomarcal    | SI             |
|              | <b>Públicas</b> | Ninguna creada              |                     |                |

|                 |                 | <b>Empresa concesión</b>   | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|-----------------|-----------------|--|---------------------|----------------|
| <b>Alicante</b> | <b>Privadas</b> | Editorial Prensa Alicantina  | Información TV      | SI             |
|                 |                 | Comunicación Audiovisual Editores  | Canal 12 TV         | SI             |
|                 |                 | Canal 37 Televisión de Alicante  | Intercomarcal TV    | SI             |
|                 | <b>Públicas</b> | Consorcio de Televisión Comarcal de l'Alacantí (gestiona la empresa: Arte quatre Víctor S.L. desde 2016) | Alacantí TV         | SI             |

| <b>Benidorm</b> | <b>Privadas</b> | <b>Empresa concesión</b>    | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|-----------------|-----------------|-----------------------------|---------------------|----------------|
|                 |                 | Editorial Prensa Alicantina | Información TV      | SI             |
|                 |                 | Canal 37 TV Marina Alta     | 8 La Marina         | NO             |
|                 | 43 TV           | Punt B                      | NO                  |                |
|                 | <b>Públicas</b> | Ninguna creada              |                     |                |

| <b>Elche</b> | <b>Privadas</b>                     | <b>Empresa concesión</b>        | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|--------------|-------------------------------------|---------------------------------|---------------------|----------------|
|              |                                     | Editorial Prensa Alicantina     | Información TV      | NO             |
|              |                                     | Televisión, Medios y Publicidad | Elche 7 TV          | SI             |
|              | Servicio de difusión de TV Tele Elx | Tele Elx                        | SI                  |                |
|              | <b>Públicas</b>                     | Ninguna creada                  |                     |                |

| <b>Elda</b> | <b>Privadas</b>                  | <b>Empresa concesión</b>    | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|-------------|----------------------------------|-----------------------------|---------------------|----------------|
|             |                                  | Editorial Prensa Alicantina | Información TV      | NO             |
|             |                                  | Comercial Normasal          | UNE Vinalopó        | NO             |
|             | Consortio de Televisión Comarcal | Intercomarcal TV            | SI                  |                |
|             | <b>Públicas</b>                  | Ninguna creada              |                     |                |

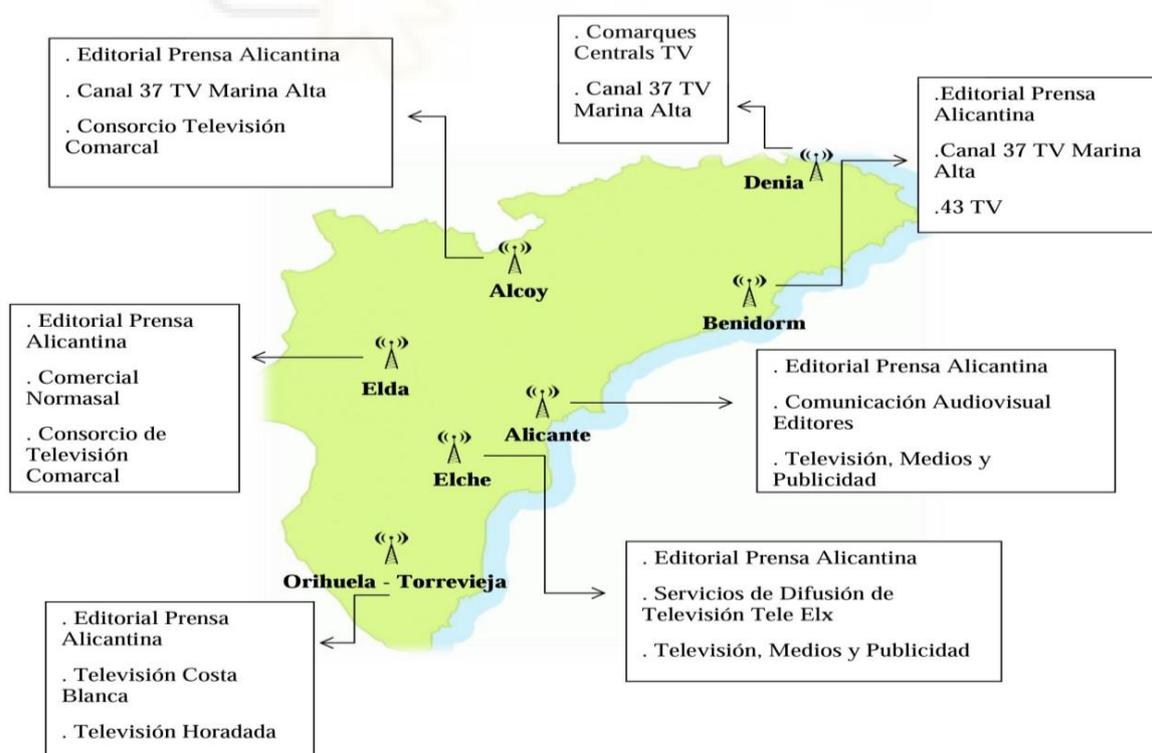
| <b>Orihuela Torrevieja</b> | <b>Privadas</b>     | <b>Empresa concesión</b>    | <b>Nombre canal</b> | <b>Emisión</b> |
|----------------------------|---------------------|-----------------------------|---------------------|----------------|
|                            |                     | Editorial Prensa Alicantina | Información TV      | NO             |
|                            |                     | Televisión Costa Blanca     | TV Vega Baja        | SI             |
|                            | Televisión Horadada | Comarca TV                  | SI                  |                |
|                            | <b>Públicas</b>     | Ninguna creada              |                     |                |

|       |          | Empresa concesión       | Nombre canal | Emisión |
|-------|----------|-------------------------|--------------|---------|
| Denia | Privadas | Comarques Centrals TV   | TV Comarcal  | SI      |
|       |          | Canal 37 TV Marina Alta | 8 La Marina  | SI      |
|       | Públicas | Ninguna creada          |              |         |

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede observar, la demarcación de Alicante es la que mantiene el mayor número de programas en emisión. Dos de los tres canales locales privados siguen emitiendo, así como la emisora pública, Alacantí TV, la única en funcionamiento de toda la Comunidad Valenciana. En cuanto a los canales privados, los únicos que emiten son 12 TV (alquilado a Comunicación Audiovisual Editores) e Información TV mientras que el canal explotado por Canal 37 no emite en la actualidad.

**Ilustración 1. Mapa actual licencias TDT-L en Alicante**



Fuente: Elaboración propia.

#### **4. METODOLOGÍA**

Para poder responder a las cuestiones planteadas anteriormente en la hipótesis, en esta investigación planteamos un doble objetivo. Por una parte, abordaremos toda la historia de las televisiones locales hasta llegar al nacimiento de Información Televisión y así, hacer que los alicantinos conozcan en profundidad esta cadena.

Por otro lado, nuestro segundo propósito y el principal, es analizar su parrilla en profundidad. Estudiar cada una de las características de su programación y los géneros que emplean para conseguir ser una televisión de proximidad referente en Alicante.

Por tanto, la metodología elegida para llevar a cabo nuestra investigación será el análisis de contenido, que se emplea con frecuencia en los estudios relacionados con los medios de comunicación. La finalidad es describir de manera objetiva, sistemática y cuantitativa cualquier contenido relacionado con el medio.

Para ello, hemos recopilado, descrito y analizado su programación durante la semana del 20 al 26 de marzo de 2017. Para recoger todos los datos de la parrilla de Información Televisión hemos confeccionado una tabla donde se incluyen los siguientes ítems:

**Tabla 5. Ficha para recoger datos de la parrilla**

| Información TV                              |   |                       |   |                            |   |  |
|---|---|-----------------------|---|----------------------------|---|--|
| Nombre                                      | Género  | Origen                | Duración  | Target                     | Lengua Vehicular  | Horario  |
| Nombre con el que se identifica el programa | Tipo de Programa según la clasificación propuesta en el estudio | Contenido propio o no | Tiempo exacto de duración del programa en minutos | Público al que va dirigido | Idioma en que se dirige al público el conductor del programa <sup>1</sup> | Horario en que se emite el programa sin contar la redifusión |

Fuente: Elaboración propia.

A su vez, para poder completar todos los datos de la tabla se examinó la página web de la emisora y el diario Información de Alicante, donde cada día se publica el contenido de la parrilla. Igualmente, el estudio contó con la observación directa para comprobar que toda la información era correcta.

Siguiendo en la misma línea, para la clasificación del tipo de programa se presentó la siguiente categorización. Esta nueva tabla, está basada en diferentes tipologías, que han propuesto diferentes autores con el fin de conseguir la clasificación más acertada para nosotros y que permita mayor exactitud del análisis. Por un lado, se tuvo en cuenta la clasificación de la Unión Europea de Radiodifusión, el cual presenta 12 grupos de formatos pero que en muchos casos es poco precisa. Pero por otra parte, también se atendió a la tipología planteada por Melgarejo Moreno y Rodríguez Rosell (2012), basada en las clasificaciones de los autores Sánchez Noriega (2002) y Barroso (1996). Esta última es la más completa, y distingue los siguientes géneros: Educativos, deportivos, variedades, divulgativos, religiosos, servicio público, informativos, musicales, ficción, entretenimiento, publicidad y continuidad/promoción (Melgarejo Moreno y Rodríguez Rosell, 2012: 50).

<sup>1</sup> Los idiomas pueden ser Inglés, castellano y valenciano.

Teniendo en cuenta las enumeraciones anteriormente mencionadas, en nuestro estudio partiremos de los siguientes géneros y formatos, para realizar el análisis de la parrilla de Información Televisión, con el fin de poder definir las claves de su programación y comprobar cuál es su modelo de televisión local.

**Tabla 6. Tipos de géneros**

| <i>Clasificación géneros televisivos</i> |  |
|--|--|
| <b>Educativos</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Educación para adultos</li> <li>. Educación para niños</li> <li>. Educación para universitarios y post-universitarios</li> </ul>  |
| <b>Religiosos</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Festejo o culto a la religión</li> </ul>  |
| <b>Deportivos</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Noticias deportivas</li> <li>. Magazine deportivo</li> <li>. Acontecimientos deportivos</li> </ul>  |
| <b>Noticiero</b>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Telediarios (tanto de producción propia como externa)</li> <li>. Resúmenes informativos</li> <li>. Boletines informativos</li> <li>. Informativos especiales</li> <li>. Debates informativos</li> </ul> |
| <b>Divulgativos y Actualidad</b>         | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Actualidad</li> <li>. Magazines</li> <li>. Entrevistas de divulgación</li> <li>. Reportajes</li> <li>. Ciencia, cultura y humanidades</li> <li>. Ocio y Consumo</li> </ul>                              |
| <b>Ficción</b>                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Series</li> <li>. Películas y cortos</li> </ul>   |
| <b>Variedades</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Juegos y concursos</li> <li>. Talk shows</li> <li>. Espectáculos</li> </ul>   |
| <b>Otros programas</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Festejos</li> <li>. Revistas</li> <li>. Loterías</li> <li>. Chats</li> <li>. Avances de programación</li> <li>. Promociones de programas</li> </ul>   |
| <b>Publicidad</b>                        | <ul style="list-style-type: none"> <li>. Ordinaria</li> <li>. Publicidad profesional</li> </ul>  |

Fuente: Elaboración propia.

La descripción de cada uno de ellos, siguiendo el modelo propuesto por Moreno y Rosell (2012) es la siguiente:

- **Educativos:** comprende todos aquellos programas educativos que tienen como objetivo ajustarse a los planes de la educación, ya se ha de forma reglada o no. Es decir, se consolidan como una herramienta de transmisión conocimientos y valores a través de la televisión que complementan la enseñanza.
- **Religiosos:** este género de televisión está basado en las diferentes formas de culto para difundir e informar al público de cualquier inspiración religiosa.
- **Deportivos:** es todo género que su elemento central es el deporte, en cualquiera de sus manifestaciones. Todas aquellas actividades que impliquen esfuerzo, ya sean de carácter competitivo o no. Presentadas en diversidad de subgéneros televisivos.
- **Noticiero:** este género informativo abarca todas las formas de presentar los hechos noticiables en la televisión. Se trata de informar al espectador sobre todos los sucesos que están de actualidad y son de interés general, siendo un reflejo de la realidad.
- **Divulgativos y actualidad:** es un campo difuso de definir. Se refiere a un género específico, con carácter social y no de simple entretenimiento, que adopta forma de documental, magazine, entrevista, etc.
- **Ficción:** este género incluye todas las representaciones, originales o adaptadas, que necesitan estar interpretadas por actores, humanos o dibujos animados, y que recrean hechos históricos o proyectos pensados por un autor.
- **Variedades:** pertenecen una gran variedad de géneros que dificulta su definición. Se adscriben a este género todos los estilos variados que dominan la

música, el espectáculo, juegos y concursos. Con una finalidad muy vinculada al entretenimiento.

- **Otros programas:** También es un género muy amplio donde se recogen todos los géneros que no tienen cabida en ninguno de los demás formatos.
- **Publicidad:** este espacio estaría constituido por unidades de publicidad o spots publicitarios con una finalidad comercial, para dar a conocer un productor o servicios e incitar a la compra de los mismos. Este espacio suele formar parte del proceso de continuidad del canal televisivo.

Estos son los diferentes formatos con los que vamos a trabajar en nuestro estudio. No obstante, hay que tener en cuenta que no todos los tipos de programas mencionados en la tabla 5 se emiten en Información Televisión.

Para determinar algunos de los aspectos señalados en la tabla 1 como la duración, el origen y el tipo de programa, se tomaron como referencia los datos obtenidos durante una semana completa. La duración de cada programa se examinó, en ese periodo exacto de tiempo, para poder definir qué tipo de programas son los que ocupan mayor espacio en la parrilla de Información TV. De igual modo, el origen para determinar el porcentaje de producción propia de dicha televisión local. Y por último, el tipo de programa para conocer qué ofertan a los alicantinos.

Para Fariñas Martín (2008), no hay una única vía metodológica para alcanzar un objetivo por lo que los métodos empleados en una misma investigación pueden ser muy variados. Por eso, para este estudio también hemos realizado una revisión bibliográfica de carácter histórico y el especial “Nueva temporada” que editó Información Televisión, con entrevistas a todos los presentadores e información sobre cada programa. Igualmente hemos recurrido a entrevistas en profundidad con personas vinculadas a este canal local. Son las siguientes:

- **Idoia Pérez:** Actualmente es la coordinadora de programas de Información Televisión y responsable de producción. Todos los datos aportados por Idoia son muy importante ya que lleva 9 años en la empresa, y nos ha podido dar una buena visión sobre la programación y evolución de Información TV. Además, desde sus inicios ha ostentado diferentes cargos, desde dirigir dos magazines hasta ser la garante de toda la producción, y tener que coordinar el equipo y los materiales para el tema de la publicidad.
- **María Mezquida:** Lleva trabajando en la empresa desde que comenzó Información Televisión. Es la única persona que trabaja en el departamento de continuidad y ha sido la encargada de proporcionar toda la información sobre la parrilla de la cadena. Además, compatibiliza sus tareas en continuidad con el archivo, sube los programas a la web, pasa la parrilla al diario Información y descarga los programas que mandan otras televisiones de la cadena.

Además de estas entrevistas concertadas, durante todo el periodo de la investigación se ha mantenido conversaciones con demás integrantes de la plantilla y colaboradores. Toda esa información se ha plasmado en el trabajo con el debido consentimiento de sus autores, pero han preferido mantenerse anónimos.

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Historia de Información TV

El 24 de noviembre de 2008 a las nueve de la noche Información TV entró por primera vez en las casas de los alicantinos. Tras un periodo de pruebas, la nueva cadena de la provincia de Alicante arrancaba con su primer informativo, dejando claro que tenía la intención de revolucionar el sector audiovisual de proximidad con un nuevo concepto de televisión local. La emisora surgió en pleno cambio a la era digital, una época que supuso para muchos medios de la localidad alicantina, el fin de sus emisiones.

## Ilustración 1. Primer informativo de Información TV



Fuente: Diario Información.

Información Televisión fue un proyecto que nació con ilusión y con mucha fuerza, con profesionales llenos de ganas de trabajar y contenidos de calidad, algo muy diferente a lo que estaban acostumbrados a ver los alicantinos en los canales locales que les habían precedido. Las altas expectativas, no obstante, se toparon de golpe con la realidad y pronto sintieron la presión de la crisis económica. El proyecto inicial no tuvo más remedio que adaptarse a las circunstancias con un reajuste de plantilla. Aun así, todo fue adelante y el próximo año cumplirá su décimo aniversario de emisiones interrumpidas, con una programación muy completa y de calidad durante toda la semana que alcanza, desde el canal 21 de la TDT-L, a más o menos 1.043.000 habitantes en Alicante y su comarca.

### Ilustración 3. Programación de Información TV en 2008

Programación InformaciónTV Lunes 15 diciembre 2007

|          |  |
|----------|--|
| 07:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 07:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 07:20:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 07:30:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 07:40:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 07:50:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 08:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 08:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 08:20:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 08:30:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 08:40:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 08:50:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 09:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 09:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 09:30:00 | LA ENTREVISTA DEL DÍA (CON ANA ANTOLÍN)<br>INVITADO: Encarna Llinares (redifusión) |
| 09:50:00 | DIDAVISIÓN (REDIFUSIÓN)  |
| 10:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 10:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 10:30:00 | ANIMALES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN 12 (REDIFUSIÓN)                                   |
| 11:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 11:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 11:20:00 | REWEBTO  |
| 11:30:00 | DE CERCA (CON ESMERALDA MARUGÁN)<br>INVITADO: Ana Planelles                        |
| 12:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 12:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 12:30:00 | DE CERCA (CON ESMERALDA MARUGÁN)<br>INVITADO Carla González (redifusión)           |
| 12:50:00 | REWEBTO  |
| 13:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO  |
| 13:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA  |
| 13:20:00 | DOCUMENTAL: LA MANDUCA 9   |

(Beep-Beep)

|          |   |
|----------|---|
| 14:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO   |
| 14:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA   |
| 14:20:00 | LA ENTREVISTA DEL DÍA (CON ANA ANTOLÍN)<br>INVITADO: Carlos Gómez Gil (redifusión)          |
| 14:40:00 | DIDAVISIÓN CAP 12   |
| 15:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO   |
| 15:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA   |
| 15:20:00 | DE CERCA (CON ESMERALDA MARUGÁN)<br>INVITADO Ana Planelles (redifusión)                     |
| 15:40:00 | REWEBTO   |
| 16:00:00 | DOCUMENTAL: SUPERTECH CAP 15  |
| 16:30:00 | DIDAVISIÓN (REDIFUSIÓN)   |
| 16:45:00 | REWEBTO   |
| 17:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO   |
| 17:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA   |
| 17:22:00 | REWEBTO   |
| 17:30:00 | DIBUJOS ANIMADOS: FOOFUR CAP 29 y 1   |
| 18:00:00 | ANIMALES EN PELIGRO DE EXTINCIÓN 14   |
| 18:30:00 | DOCUMENTAL: SUPERTECH (REDIFUSIÓN)  |
| 19:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO   |
| 19:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA   |
| 19:30:00 | DE CERCA (CON ESMERALDA MARUGÁN)<br>INVITADO: Agustín Serrano (redifusión)                  |
| 20:00:00 | BOLETÍN INFORMATIVO   |
| 20:10:00 | INFORMACIÓN METEOROLÓGICA   |
| 20:20:00 | DOCUMENTAL: TECHNOLOGY TODAY 2  |
| 21:00:00 | CENA CON INFORMACIÓN TV: FOOFUR (REDIFUSIÓN)  |
| 21:30:00 | INFORMACIÓN TV NOTICIAS   |
| 22:10:00 | ENTREVISTA DEL DÍA (CON ANA ANTOLÍN)<br>INVITADO: Andrés Espí (Pte. Diputación de Alicante) |
| 22:30:00 | CINE INFORMACIÓN TV: LA REINA DE NUEVA YORK   |
| 00:00:00 | INFORMACIÓN TV (redifusión)   |
| 00:40:00 | ENTREVISTA DEL DÍA (CON ANA ANTOLÍN)<br>INVITADO: Andrés Espí (redifusión)                  |
| 01:00:00 | DOCUMENTAL: TECHNOLOGY TODAY (redifusión)   |

CC CC CS II  
CC 34 501

Fuente: Información TV.



Uno de los grupos más importantes de la prensa regional en España, Prensa Ibérica-Moll, fue el encargado de impulsar esta nueva televisión. Con el paso de los años, este grupo mediático ha ampliado sus vías para informar, no solo adaptando sus ediciones a los entornos digitales sino también gracias a la expansión de sus emisoras locales tanto de televisión como de radio. Desde su creación, el grupo Moll se ha mantenido fiel a la adquisición y gestión de empresas informativas con una línea editorial independiente de cualquier poder y apostando por la proximidad. Esta nueva aventura la afrontó de la mano del diario Información, periódico decano de la provincia de Alicante, quien también es editado por Prensa Ibérica desde 1984.

El grupo Moll para adquirir concesiones de licencias de televisión local y regional ha participado en diferentes concursos propuestos por los gobiernos autonómicos y hasta la actualidad se le han concedido unas 34 licencias TDT en diferentes comunidades autónomas, aunque no todas están en funcionamiento. Entre ellas, la de Información Televisión. Tras el primer y polémico concurso de la Comunidad Valenciana en el que

se vio desfavorecida, Prensa Ibérica obtuvo concesiones en 14 de las 18 demarcaciones en las que se había dividido la Comunidad. Las cuatro restantes habían quedado excluidas de ese concurso público ya que, el Gobierno central todavía no había adjudicado un canal a Denia, Gandía, la Vall d'Uixó-Segorbe y Utiel-Requena.

Así, al fin, se estrenaba este nuevo canal de televisión de proximidad en la comarca de l'Alacantí, que en la actualidad ha comenzado a ampliar cobertura en la Marina Baixa y el Baix Vinalopó. “La cadena intenta ser el reflejo de lo que ocurre en la capital alicantina y trabaja para seguir creciendo en producción propia, con creatividad en los contenidos e innovación de formatos” explicaba Idoia Pérez (2017), coordinadora de la programación de Información TV.

Todos estos factores han conseguido que Información TV se haya consolidado con el paso del tiempo. Casi dos años después de su puesta en marcha, en marzo de 2010, la empresa de sondeos de audiencia, Infortécnica, realizó el primer estudio encargado por esta cadena. En él se destacó que, en solo dos temporadas, la emisora era seguida por más de 100.000 alicantinos y que alcanzaba un 1,5% de share.

En la actualidad, es una cadena que tiene claro que los medios de comunicación avanzan y que ellos se deben sumar a nuevas experiencias. Por eso, están “hiperconectados” a cualquier hora del día, con gran cantidad de espectadores que hacen uso de los diferentes soportes informáticos, como la web. Ahora trabajan para abrir próximamente el nuevo canal de Youtube, plataforma donde la cadena alicantina podrá seguir compartiendo todos sus videos.

Las televisiones locales, excepto en algunos casos singulares, suele disponer de escasos recursos humanos y técnicos. En el caso de Información TV, el panorama no permite ser demasiado optimista, asegura Idoia Pérez. La coordinadora de los programas de la cadena local alicantina cuenta que esta televisión se compone de 25 ó 30 personas, incluyendo a los trabajadores de la plantilla y los colaboradores. En cuanto a medios

técnicos, cuentan con tecnología de última generación adaptada a la era digital y elaboran sus contenidos con 5 cámaras, microfónica, iluminación y un plató con 3 cámaras robotizadas.

## **5.2. Competencia y audiencia de Información TV**

Las televisiones locales pueden convertirse en un negocio próspero atendiendo a diversos factores. La calidad y la proximidad a su audiencia potencial son dos de los más relevantes pero no hay que olvidar el papel fundamental que juegan los canales de la competencia a la hora de disputarse el pastel de la audiencia y sobre todo los recursos publicitarios que hacen viable el proyecto. Por ello, para entender la posición que ocupa Información TV en su contexto social se hace imprescindible mirar a su alrededor para observar cuál es su competencia audiovisual. En el caso que nos ocupa, la comarca de l'Alacantí, es necesario poner de relieve que es la única comarca de toda la Comunidad Valenciana en la que están en marcha todos los canales posibles, los tres de propiedad privada y el público. Y ha sido así desde el principio aunque haya habido cambios en la titularidad de las empresas que lo gestionan.

Actualmente, los canales locales que emiten en esta demarcación son Información TV, 12 TV e Intercomarcal TV, los tres de titularidad privada, además de Alacantí TV que, como ya hemos dicho anteriormente, es el único canal de público municipal que existe en la Comunidad Valenciana. A continuación describiremos brevemente las otras tres televisiones que compiten directamente con Información TV.

1. 12 TV es un canal audiovisual privado que abarca la información de once demarcaciones, incluyendo varias en Alicante. Es una emisora joven que empezó su andadura en el sector de proximidad en 2014 y cuenta con unos 14 trabajadores. Actualmente alquila la frecuencia concedida a Comunicación Audiovisual Editores en el último reparto.

2. Alacantí TV es un medio de comunicación público que emite en la comarca de l'Alacantí. Esta televisión comenzó sus emisiones en 2010 y su plantilla se compone de 11 trabajadores. Cabe destacar, que es una televisión pública pero de explotación privada es decir, cada 4 años sale a concurso para que una nueva empresa aproveche sus servicios. En estos momentos es la sociedad alicantina Arte Quatre Víctor S.L. la que lo gestiona, una entidad que cuenta con más de 15 años de experiencia en el sector.
  
3. Intercomarcal TV es un canal de televisión local privado que inició sus emisiones en el Alto y Medio Vinalopó. Hace tan solo unos meses comenzó a emitir también a través de los múltiplex comarcales de l'Alcoià y l'Alacantí, donde ha logrado concesiones tras la última rebaremación realizada por el Consell.

En cuanto a la audiencia, diversos estudios señalan que las televisiones locales llegan a alcanzar sus máximas audiencias en periodos que abarcan acontecimientos de gran interés para los vecinos de la localidad además de los programas deportivos que como señala López Cantos (2005), sin duda alguna son los más rentables y los que tienen mayor aceptación por el público local. Pero realmente, no existen datos de audiencia rigurosos de estos canales. Para Información TV, como para el resto de las cadenas comarcales, la medición de su audiencia es una tarea verdaderamente complicada puesto que *Kantar Media*, empresa encargada de esta gestión a nivel estatal, no registra los datos residuales de estos pequeños canales locales. Por ello, para tener datos sobre las televisiones de proximidad que nos ocupan hemos tenido que remitirnos a las encuestas que realiza periódicamente la empresa Infortécnica a petición de los canales interesados.

En la siguiente tabla hemos recogido en valores absolutos y porcentuales las personas que afirman ser seguidoras habituales de cada uno de los canales locales, tanto públicos como privados, que emiten en la misma demarcación que nuestro objeto de estudio. También se incluye el *share* y el tiempo medio que asegura los encuestados que le dedican a mirar diariamente cada uno de estos canales.

**Tabla 7. Últimos datos de audiencia publicados por Infortécnica**

| <b>Empresas en 2017</b>             | <b>Personas que la siguen</b> | <b>Share</b> | <b>Tiempo que le dedican</b> |
|-------------------------------------|-------------------------------|--------------|------------------------------|
| <b>Información TV</b>               | 127.976 (49,5%)               | 2%           | 18 min de media              |
| <b>12 TV</b>                        | 183.637 (33,9%)               | 1,6%         | 22 min de media              |
| <b>Alacantí TV</b>                  | 135.054 (58,3%)               | 4,1%         | 25 min de media              |
| <b>Intercomarcal TV<sup>2</sup></b> | 143.659 (51,6%)               | 7%           | 24 min de media              |

Fuente: Elaboración Propia.

Hay que mencionar también que Información Televisión mantiene una relación fluida con su audiencia, gestionando con eficacia todas las peticiones que diariamente llegan hasta la sede. La edad media de su audiencia se sitúa entre los 30 y los 50 años, según informa Idoia Pérez (2017), un rango muy apetecible para cualquier canal generalista ya que incorpora a las personas con mayor poder adquisitivo en la actualidad y, por tanto, se convierten en “objeto de deseo” de los anunciantes que invierten en esta emisora. Sin embargo, esto no quiere decir que la cadena alicantina deje de lado al público más joven. Es muy complicado adaptar la programación de una emisora al gusto de todos pero Información Televisión intenta captar la atención de todos los ciudadanos emitiendo una gran variedad de contenidos.

### **5.3. Componentes de Información TV**

#### **. Espacios de trabajo**

Información TV está ubicada desde sus inicios en la Plaza Virgen del Mar 2, en el barrio alicantino de la Tómbola. Las instalaciones cuentan con una planta baja de 500 metros cuadrados en los que se reparten dos espacios dotados de grandes dimensiones para la producción propia.

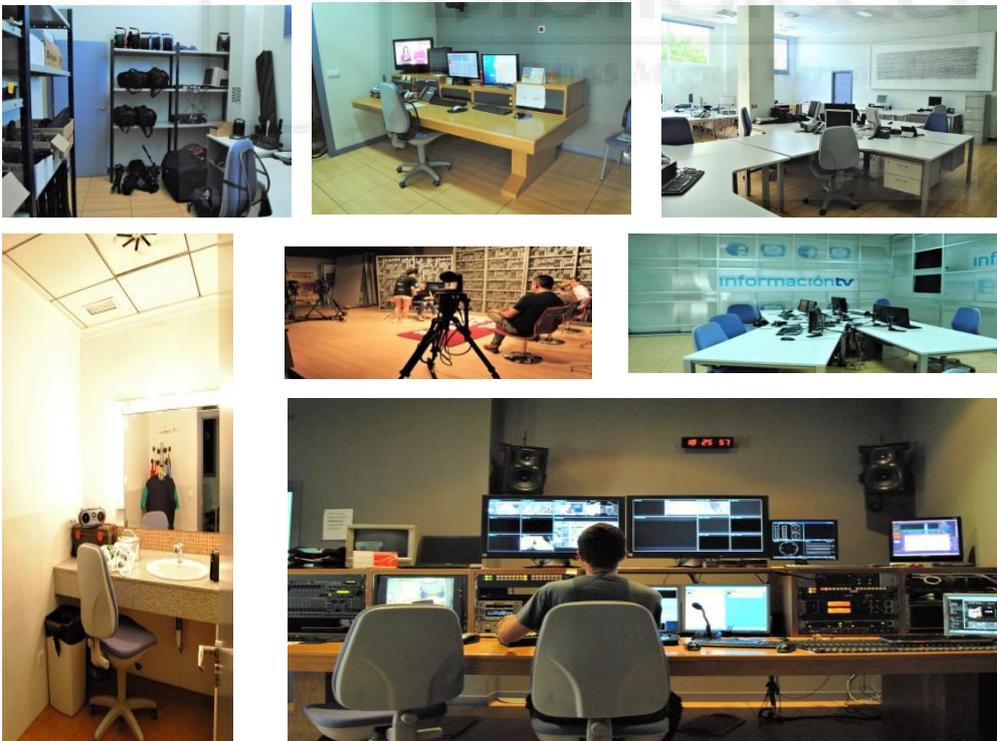
---

<sup>2</sup> Los datos se han obtenido del último estudio realizado por Infortécnica en junio de 2017, en las comarcas del Alt Vinalopó, Mitjà Vinalopó y l'Alcoià. Los datos referidos a la comarca de l'Alacantí aún no están disponibles ya que este canal comenzó a emitir en esta demarcación hace apenas dos meses.

En el ala este del local se ubican varias salas de producción, un espacio abierto para la redacción, cuartos de baño, sala de reuniones y un pequeño cuarto de peluquería, maquillaje y vestuario. Por otra parte, la parte oeste alberga dos platós, uno para los informativos y el otro para la producción de los diferentes programas, una sala de dirección, administración, material, control de realización y sala de continuidad donde también se archiva la programación en papel porque los videos se archivan dentro de los programas informáticos.

El interior de sus instalaciones cuenta con un diseño vanguardista, en colores blancos y grises, pero sin perder el logo azul que distingue a Información TV. En cuanto al decorado, en cada uno de sus programas varía ya que, hacen un diseño propio para cada uno de ellos.

#### **Ilustración 4. Conjunto de imágenes de las instalaciones de Información TV**



Fuente: Elaboración propia.

## **. Recursos técnicos**

La gran mayoría de las televisiones locales han tenido que ir renovando sus equipamientos en los últimos años, debido a los rápidos avances tecnológicos. Sin embargo, las emisoras más jóvenes que desde sus inicios partían con una buena inversión han podido diseñar de mejor manera sus necesidades materiales teniendo en cuenta sus criterios de producción y las nuevas tecnologías digitales (López Cantos, 2003).

Información TV es un canal que ya nació en plena digitalización. Así, sus medios de producción y emisión salieron desde sus inicios íntegramente en tecnología digital. Un formato que permite la perfecta calidad de recepción de las imágenes y del sonido, lo que posibilita acercar al ciudadano la información de manera fiable y eficaz. El equipo técnico de esta televisión se compone de con cinco cámaras ENG de alta definición más una unidad móvil para los desplazamientos rápidos. Por otra parte, los espacios utilizados para la realización de los programas propios están dotados de tres cámaras robotizadas, microfonía e iluminación LED.

Pero como en todas las televisiones, tras la labor de grabación es necesaria la postproducción, una tarea que se realiza desde el PC trabajando con ediciones no lineales.

## **. Recursos humanos**

El departamento de recursos humanos es fundamental para el desarrollo diario de las actividades de la televisión. En el año 2008, con el inicio de sus emisiones, Información Televisión arrancaba con una plantilla algo diferente a la actual. En aquel entonces la emisora local alicantina estaba dirigida por el periodista Javier Izquierdo, que provenía del diario Información, y conformada por profesionales que contaban con experiencia en el sector audiovisual. Como redactora jefe de los informativos estaba Sandra

Llinares, quien hasta ese momento era redactora del diario Información y que anteriormente había trabajado en televisión. Por otro lado, Bernat Picó era el responsable de la sección de deportes. Estos dos periodistas fueron los encargados de dar el pistoletazo de salida al primer informativo de Información TV en directo. En cuanto al departamento técnico, el jefe era Arturo del Pino y en el comercial, José Enrique López.

En la actualidad, Información TV se compone de alrededor de 25 personas, contando las que forman parte de la plantilla, colaboradores y agentes que trabajan para la emisora en programas de exteriores. Desde 2012 está dirigida por Adrián Ivorra, a quien también Prensa Ibérica le asignó la dirección de su otra televisión local, Levante TV. Al mando de la producción está Idoia Pérez y en el departamento comercial, Cristina Ripoll. Por otro lado, la responsable de la continuidad de esta televisión es María Mezquida y como encargado del departamento técnico, sigue Arturo del Pino.

En los últimos años, a pesar de la heterogeneidad de las diferentes empresas que componen el sector audiovisual local y de los diversos recursos empleados para su producción, todas han creado más o menos los mismos puestos de trabajo (López Cantós, 2003), donde las plantillas no suelen superar los 30 trabajadores.

### **. Web y redes sociales**

Todos somos conscientes de que Internet ha penetrado en los hábitos culturales de toda la sociedad y, con el paso del tiempo, la audiencia vía web ha ido ganándole terreno a la audiencia televisiva. Este proceso de migración de las audiencias es especialmente reseñable en los espectadores más jóvenes que cada vez ven menos televisión en la pantalla del televisor y más en los ordenadores, los dispositivos móviles y en la televisión a la carta, según apunta el estudio de Nielsen sobre hábitos y consumo de la televisión (Nereida López y Leire Gómez, 2014: 328). Así pues, el consumo de videos a través de la webs y las redes sociales son las plataformas idóneas para complementar la información proporcionada por las televisiones.

Conscientes de la evolución del consumo televisivo, Información TV ha ampliado sus servicios tanto a audiencia como a los anunciantes con nuevos soportes: su web y la página oficial de Facebook. A través de Internet se puede acceder a su programación desde cualquier parte del mundo, por lo que esta emisora alicantina consigue llevar su programación a los más de 300.000 usuarios de la versión online del periódico desde donde se accede al canal local (Información, 2008).

Informacióntv.es, el portal web de la emisora alicantina, cuenta con un diseño limpio en colores blancos, grises y azules. Además, a simple vista se puede observar que esta televisión pertenece al diario Información, ya que en la cabecera se enlaza con la web del periódico. Este espacio virtual se estructura en seis pestañas que facilitan al espectador llegar con rapidez hasta la información que desee, lo que se llama televisión a la carta.

Al acceder a su página web, por defecto se abre el apartado “portada” que recoge en la parte superior los programas más vistos, la videoteca e incluso, el contenido de los programas uno por uno. En la parte inferior también podemos observar que a la izquierda enlazan con un pequeño resumen de las últimas noticias, en el centro describen la programación que se está emitiendo en ese momento y a la derecha una columna de publicidad. Sin embargo, si accedemos a la pestaña “actualidad” nos llevará a continuos enlaces de las últimas noticias publicadas por el diario Información de Alicante. Si accedemos al apartado “parrilla” observaremos hora por hora la programación del día pero también del resto de la semana. A través de la pestaña denominada “programas” se accede a un pequeño resumen de cada uno de los programas de la emisora.

Por otra parte, las dos últimas solapas ofrecen servicios. La penúltima, “sintonízanos”, brinda toda la información para sintonizar con Información TV en la televisión de casa y la última, “publicidad” muestra las diferentes tarifas que ofrece la emisora de la provincia de Alicante a todos los anunciantes. Cabe destacar que, desde la página de

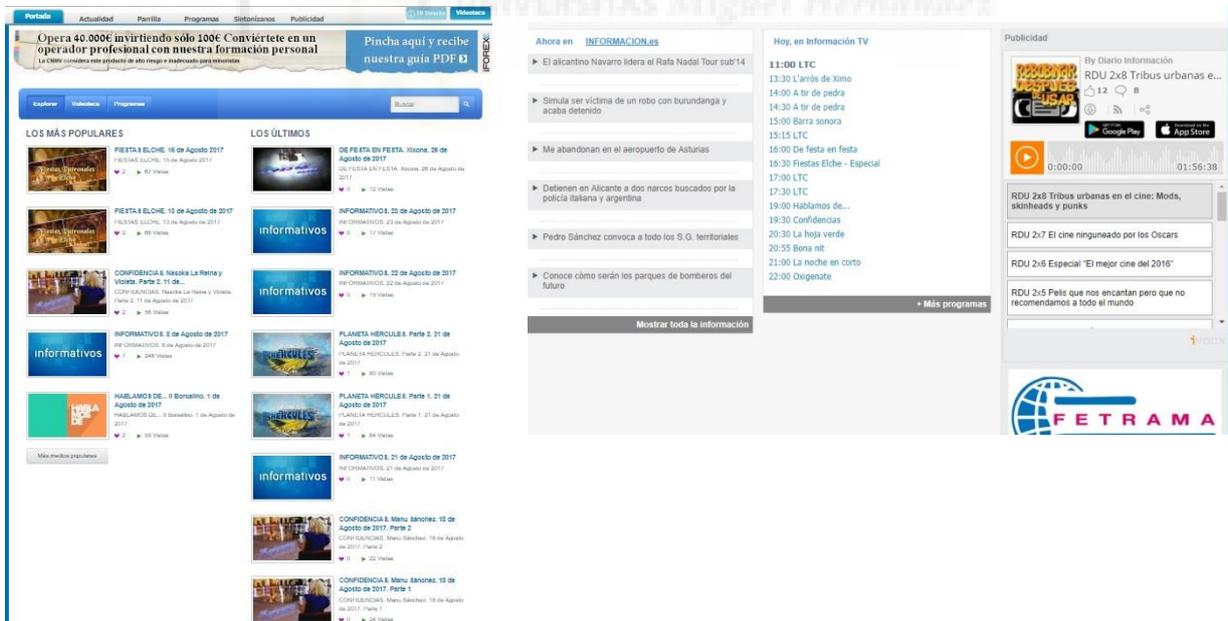
inicio hay un enlace para poder acceder a la televisión en directo pero actualmente esta ventana se encuentra inhabilitada.

#### Ilustración 4. Cabecera web



Fuente: Elaboración propia

#### Ilustración 5. Inicio de la página web



Fuente: Elaboración propia.

#### **5.4. Estructura de la Programación**

El concepto de programación televisiva ha ido evolucionando hasta encontrar una nueva percepción más allá de la sucesión de contenidos audiovisuales. En la actualidad es una tarea mucho más compleja para este sector, ya que soporta implicaciones políticas, económicas y sociales que atienden la identidad de la emisora. Y es en esta misma programación en la que encontramos la clave de la supervivencia de cada uno de ellos.

No podemos olvidar que el motor de las televisiones, especialmente de las de gestión privada, es la audiencia. Los anunciantes son los que pagan y estos espacios en los que invierten tienen más o menos valor según la cantidad de espectadores que aglutine el canal. Ahí reside la tarea de los programadores que tratan de estudiar la oferta de programación de la competencia para ofrecer la mejor propuesta televisiva. Con el fin de conseguir lo anteriormente citado es necesario diseñar parrillas de programación equilibradas y atractivas siguiendo una serie de normas que intenten garantizar el éxito.

Información TV comenzó sus emisiones con una parrilla semanal bastante completa que emitía ininterrumpidamente las 24 horas con contenidos de diversa índole. Desde sus inicios ha sido una televisión digital en abierto donde se pretende abarcar toda la actualidad de la ciudad de Alicante y su comarca. Como especificaremos a continuación, los programas más habituales dentro de su parrilla son los magazines de actualidad y documentales, los informativos y los espacios deportivos. Además, la apuesta de programación también incluye la emisión de dos películas semanales y una miniserie infantil como herramientas para conseguir más audiencia.

Se debe tener en consideración que el análisis de la parrilla de Información TV se realizó en el mes de marzo de 2017 y que por lo tanto, la cadena puede haber realizado modificaciones. Además, para el siguiente análisis de la programación se ha examinado la franja horaria que va desde las 07:00 horas hasta las 00:30 horas, un espacio de tiempo que consideramos como horario útil de emisiones, eliminando así la franja de madrugada en la que se concentran programas de teletienda, videncia o contactos.

### 5.4.1. Géneros

Las parrillas de las televisiones cuya programación es generalista, como es el caso de Información TV, se componen de diferentes productos audiovisuales para atender las preferencias de una audiencia variada y plural en cuanto a sus apetencias televisivas. En el fondo, no se trata más que de ofrecer un menú para todos los gustos en el que convivan diversos géneros y formatos para alcanzar al mayor número de espectadores. Sin embargo, las cadenas locales, al disponer de menos recursos económicos y una audiencia que viene definida geográficamente, no pueden asumir el reto de competir en igualdad de condiciones con canales nacionales generalistas y en abierto que disponen de una gran variedad de formatos propios y ajenos. La programación de las emisoras locales debe ser consciente de sus limitaciones y diseñar parrillas que pongan el énfasis en contenidos de proximidad que las grandes cadenas no suelen ni pueden atender.

En general, las emisoras locales dan preferencia en su programación a los géneros informativos y divulgativos en detrimento de los de ficción y de entretenimiento (López Cantos, 2003). La razón de esta preferencia hay que buscarla, sobre todo, en los bajos presupuestos con que cuentan estos canales locales que hacen imposible la compra de productos de ficción de calidad (películas y series, fundamentalmente) con los que competir con cadenas estatales.

En Información TV, el género televisivo que tiene mayor presencia en su parrilla, como se puede observar en el gráfico 1, es aquel que engloba programas divulgativos y de actualidad, que representan un 46% del total de su programación. En este género se incluyen programas como “La línea roja”, un magazine de actualidad política de la comarca, que se emite en la franja de mediodía de lunes a jueves. También “L’arròs de Ximo”, un espacio gastronómico que se emite diariamente a las 13,30 horas o “Confidencias”, un programa de entrevistas en profundidad que sale en pantalla los viernes por la noche. En segundo lugar, con un 15,38% aparecen los géneros informativos, especialmente los noticieros diarios de producción propia que se emiten a las 20,30 horas de lunes a viernes y otros de producción ajena como el informativo semanal Noticias UMH que elabora la Universidad Miguel Hernández y que

Información TV emite los viernes, martes y domingos. Los programas deportivos ocupan el tercer lugar, con un 11,5% del tiempo total de las emisiones, el mismo porcentaje destinado a la ficción. Entre estos últimos cabe destacar el programa “Cine en casa”, que aparece en la parrilla dos veces a la semana, los martes y los sábados. También cabe destacar la miniserie “Bona nit”, un espacio infantil de dos minutos de duración que se emite a las 20,55 durante toda la semana excepto jueves y domingos. Los programas educativos apenas ocupan un 3,85% de la parrilla de Información TV, con un solo espacio, el “Programa de inglés”, que se emite los lunes a las 7,30.

**Gráfico 1. Géneros utilizados en Información TV**



Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8, se puede observar la programación íntegra de Información TV durante la semana objeto de nuestro análisis, así como la duración del programa, el horario de emisión, el género en el que se incluye y la lengua vehicular.

**Tabla 8. Clasificación de los programas de Información TV**

| Información TV          |                          |           |          |                   |                  |                               |
|-------------------------|--------------------------|-----------|----------|-------------------|------------------|-------------------------------|
| Nombre                  | Género                   | Origen    | Duración | Target            | Lengua Vehicular | Horario                       |
| Programa de inglés      | Educativo                | No propio | 55 min   | Todos los targets | Inglés           | Lunes<br>7:30 h               |
| Oxigénate               | Divulgativo y actualidad | Propio    | 55 min   | Adultos           | Castellano       | Domingo<br>22:00 h            |
| Especialistas en salud  | Divulgativo y actualidad | Propio    | 40 min   | Adultos           | Castellano       | Lunes<br>22:30 h              |
| L'arròs de Ximo         | Divulgativo y actualidad | No propio | 30 min   | Adultos           | Valenciano       | Sábado y domingo<br>13:30 h   |
| Línea Roja              | Divulgativo y actualidad | Propio    | 55 min   | Adultos           | Castellano       | De lunes a jueves<br>14:00 h  |
| Hablamos de             | Divulgativo y actualidad | Propio    | 30 min   | Adultos           | Castellano       |                               |
| Noticias Información TV | Noticiero                | Propio    | 27 min   | Adultos y jóvenes | Castellano       | De lunes a viernes<br>20:30 h |

|                     |                          |           |         |                   |            |   |
|---------------------|--------------------------|-----------|---------|-------------------|------------|---|
| Bona Nit            | Ficción                  | No propio | 2 min   | Infantil          | Valenciano | Lunes, Martes, miércoles, viernes y sábado<br>20:55 |
| Planeta Hércules    | Deportivo                | Propio    | 55 min  | Adultos           | Castellano | Lunes<br>21:30                                      |
| Informativo UMH     | Noticiero                | No propio | 15 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Martes, Viernes y Domingo<br>15:00 h                |
| La hoja verde       | Divulgativo y actualidad | Propio    | 25 min  | Adultos           | Castellano | Domingo<br>20:30 h                                  |
| Cine en casa        | Dramático                | No propio | 120 min | Adultos y jóvenes | Castellano | Martes 22:00 h<br>Sábados 18:00 h                   |
| Boletín Informativo | Noticiero                | Propio    | 10 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Martes, miércoles, jueves y viernes<br>12:00 h      |

|                      |                          |           |         |                   |            |                            |
|----------------------|--------------------------|-----------|---------|-------------------|------------|----------------------------|
| <b>Al cierre</b>     | Divulgativo y actualidad | Propio    | 55 min  | Adultos           | Castellano | Martes<br>21:00 h          |
| <b>Chat</b>          | Otros programas          | No propio | 180 min | Adultos           | Castellano | Lunes a Domingo<br>00:00 h |
| <b>Alicante hoy</b>  | Divulgativo y actualidad | Propio    | 75 min  | Adultos           | Castellano | Miércoles<br>21:10 h       |
| <b>Jugadas</b>       | Deportivo                | Propio    | 25 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Miércoles<br>22:30 h       |
| <b>Súper running</b> | Deportivo                | No propio | 45 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Miércoles<br>23:00         |
| <b>Confidencias</b>  | Divulgativo y actualidad | Propio    | 55 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Viernes<br>22:30 h         |
| <b>Infogueres</b>    | Divulgativo y actualidad | Propio    | 55 min  | Adultos y jóvenes | Castellano | Jueves<br>21:30 h          |
| <b>Documental</b>    | Divulgativo y actualidad | No propio | 20 min  | Adultos y jóvenes | Valenciano | Jueves<br>23:30            |

|                               |                          |           |        |                   |            |                    |
|-------------------------------|--------------------------|-----------|--------|-------------------|------------|--------------------|
| <b>Especial...</b>            | Otros programas          | Propio    | 55 min | Adultos y jóvenes | Castellano |                    |
| <b>El sumiller.com</b>        | Divulgativo y actualidad | Propio    | 25 min | Adultos           | Castellano | Viernes<br>21:00 h |
| <b>La noche en corto</b>      | Ficción                  | Propio    | 55 min | Adultos y Jóvenes | Castellano | Viernes<br>21:30   |
| <b>La revista de sociedad</b> | Otros programas          | No propio | 55 min | Adultos y jóvenes | Valenciano | Sábados<br>16:00 h |
| <b>Resumen informativo</b>    | Noticiero                | Propio    | 20 min | Adultos y jóvenes | Castellano | Domingo<br>10:30 h |

Fuente: Elaboración Propia.

#### 5.4.2. Origen

Como hemos mencionado anteriormente, la gran mayoría de los canales locales suelen recurrir a producción ajena para poder hacer frente a los espacios que quedan vacíos en su parrilla, puesto que la capacidad de producción propia de estas emisoras es bastante limitada. Así, los programas elaborados por estas cadenas locales suelen situarse en las franjas matinales y sobre todo en horario de prime time, que suele ir desde las ocho y media de la tarde hasta las doce de la noche aproximadamente (González Mesa, 2016). En Información TV, el volumen de producción ajena se sitúa, como puede observarse en el gráfico 2, en torno a un 34% del total de su programación. Los programas emitidos por Información TV durante el período analizado y que tienen un origen externo a la

propia cadena son los siguientes: El programa de inglés, Informativo UMH, Cine en casa, Documental, La revista de sociedad, Bona nit, Súper running y L'arròs de Ximo. Excepto el informativo universitario de la UMH, el resto de programas es compartido por el canal Levante TV y desarrollados por productoras afines al grupo editorial Prensa Ibérica, al que pertenecen ambas cadenas.

El resto de la parrilla de Información TV, un 65% del total, se corresponde con programas de producción propia. Entre ellos cabe destacar los siguientes: Oxigénate, Especialistas en salud, La línea roja, Hablamos de..., Noticias Información TV, Planeta Hércules, La hoja verde, Boletín informativo, Al cierre, Alicante hoy, Jugadas, Confidencias, Infogueres, El sumiller.com, La noche en corto y Resumen informativo.

**Gráfico 2. Origen de los programas de Información TV**



Fuente: Elaboración propia.

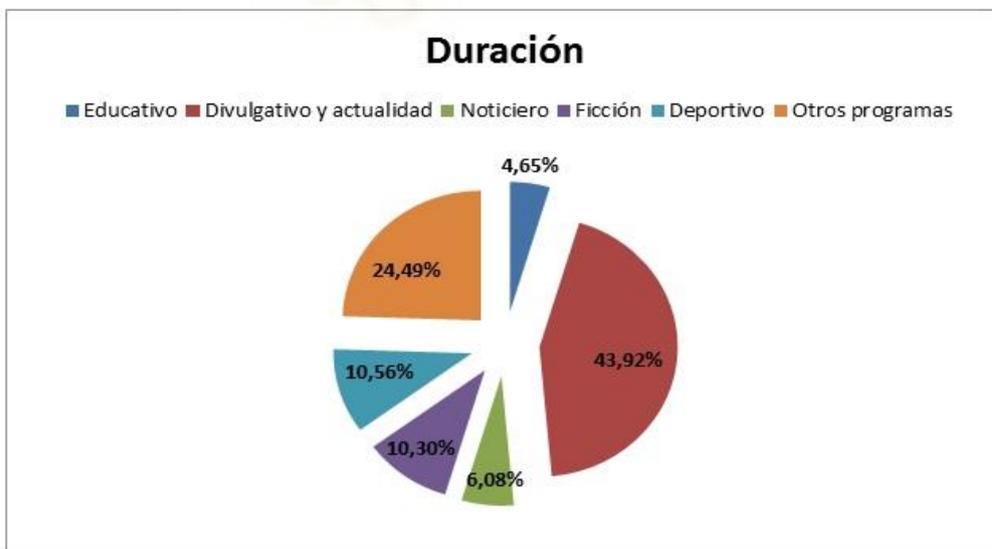
#### **5.4.3. Horario y duración de las emisiones**

En un epígrafe anterior hemos observado cuáles son los géneros más comunes dentro de la programación de Información TV, sin atender a la duración de dichos programas. Ahora, fijamos nuestra atención en el tiempo total que le dedica este canal a cada uno de esos géneros. Hay que tener en cuenta el hecho de que esta emisora, como la mayoría de canales locales, utiliza el fenómeno de la redifusión para rellenar parte de sus emisiones.

Por ello, hemos diferenciado entre el tiempo semanal que le dedica a cada género sin tener en cuenta las redifusiones y por otro lado, hemos contabilizado ese mismo tiempo incluyendo programas repetidos.

En el primero de los casos, como se puede reflejar en el gráfico 3, el género que ocupa el mayor tiempo de las emisiones, sin contar las redifusiones dentro de la parrilla, es el que aglutina los programas divulgativos y de actualidad con un 43,92% del total, es decir, casi la mitad del tiempo de emisión de Información TV está ocupado por este tipo de programas. Le siguen, con un 24,5%, los espacios incluidos en el apartado de Otros programas donde aparecen aquellos programas destinados a festejos, loterías o los chats. En tercer lugar del ranking semanal están los programas deportivos, con un 10,56%. En cuarta posición encontramos los programas de ficción que suponen un 10,3%. En quinta, los espacios informativos, con un 6% del total de la parrilla semanal. Y en último lugar, al género que menor tiempo se le dedica dentro de la programación de Información TV es al educativo con un 4,65%.

**Gráfico3. Tiempo de los programas según los géneros sin reemisiones**

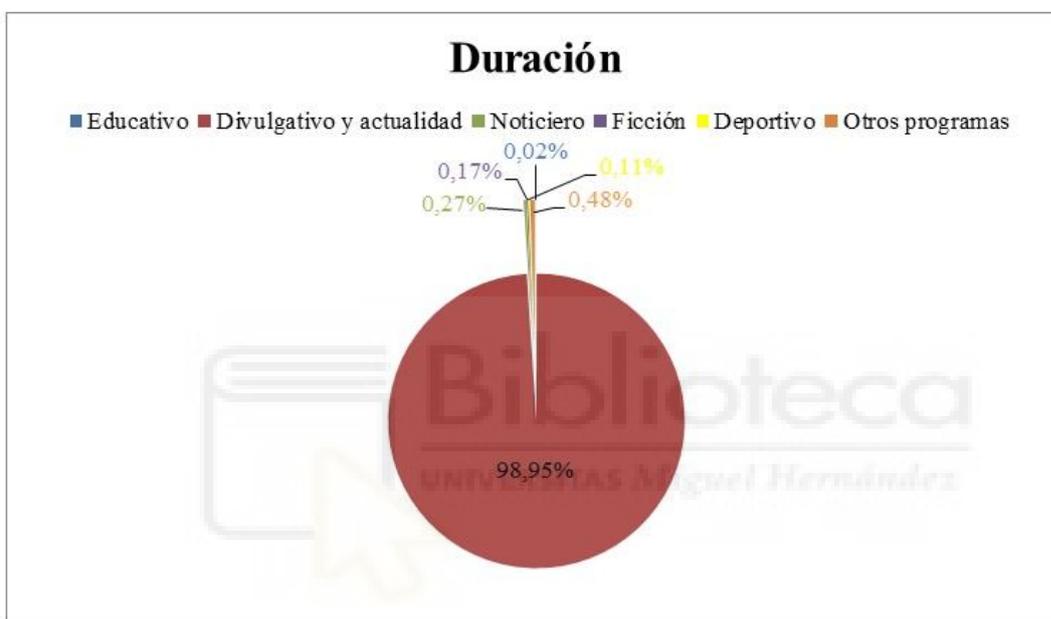


Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, si tenemos en cuenta el fenómeno de las redifusiones utilizado por la cadena alicantina vuelven a liderar los porcentajes la variedad de divulgativos y

actualidad ocupando un 98,91% del tiempo de emisión semanal de la parrilla, seguido de nuevo por la categoría “otros programas” que abarca un 0,48% de duración. Así mismo, el género que menos espacio de tiempo tiene dedicado en toda la semana, contando como ya hemos dicho anteriormente con la reemisión, es el “educativo” que alcanza solamente el 0,02%.

**Gráfico 4. Duración de los diferentes géneros contando las reemisiones**



Fuente: Elaboración propia.

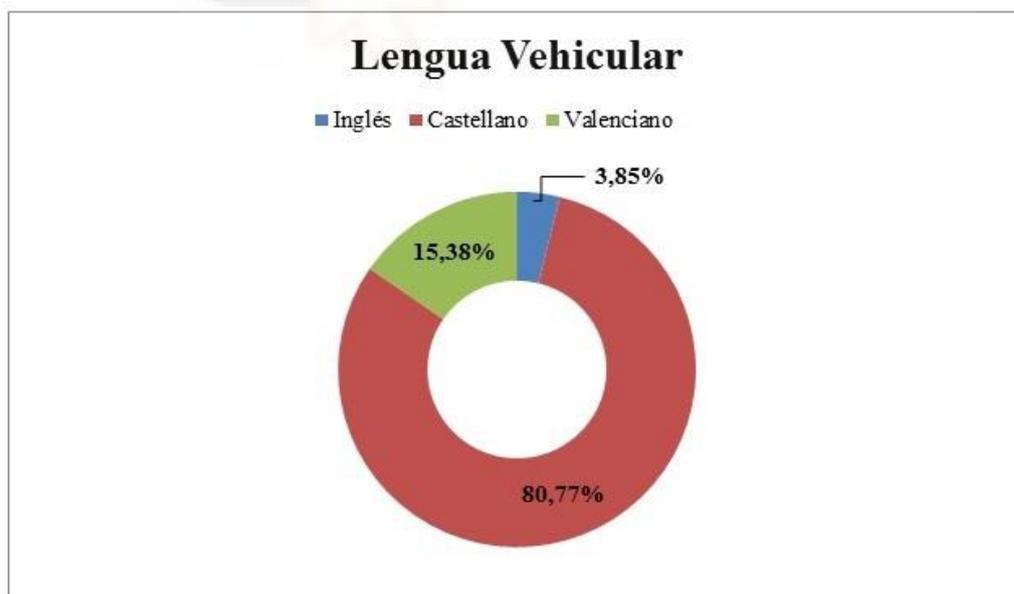
#### 5.4.4. Uso del valenciano

Los medios de comunicación locales, especialmente los audiovisuales, han sido una herramienta clave para reforzar el conocimiento de las lenguas vernáculas en algunos territorios bilingües, como en este caso la Comunidad Valenciana. Sin embargo, éste no es el caso de Información TV que, como muchos otros canales de televisión local valencianos, incumple flagrantemente la normativa de la TDT-L en cuanto al uso del valenciano en su programación, fijado por ley en un 25%.

Al analizar la lengua predominante en cada uno de los programas de la parrilla de Información TV hemos tenido en cuenta el idioma en que se expresa el conductor o conductora del programa, independientemente del que utilicen los invitados al mismo, como suele suceder en el caso de los magazines o los informativos de producción propia. Así, hemos distinguido tres grupos, los que se dirigen al público en inglés, los que lo hacen en castellano y los que conducen el programa en valenciano. En este caso, como vemos en el gráfico 5, la lengua mayoritaria de Información TV es el castellano, con una prevalencia de casi el 81%, mientras que los programas en valenciano ocupan poco más del 15% y los emitidos en inglés, apenas un 4%.

En cuanto a los programas emitidos en valenciano cabe mencionar “L’arròs de Ximo”, “Bona nit”, destinado al público infantil, algunos documentales y “La revista de sociedad” mientras que los emitidos en inglés se reducen básicamente a “El programa de inglés”, con una duración de 55 minutos que solo se emite los lunes por la mañana.

**Gráfico 5. Lengua usada en la programación de Información TV**



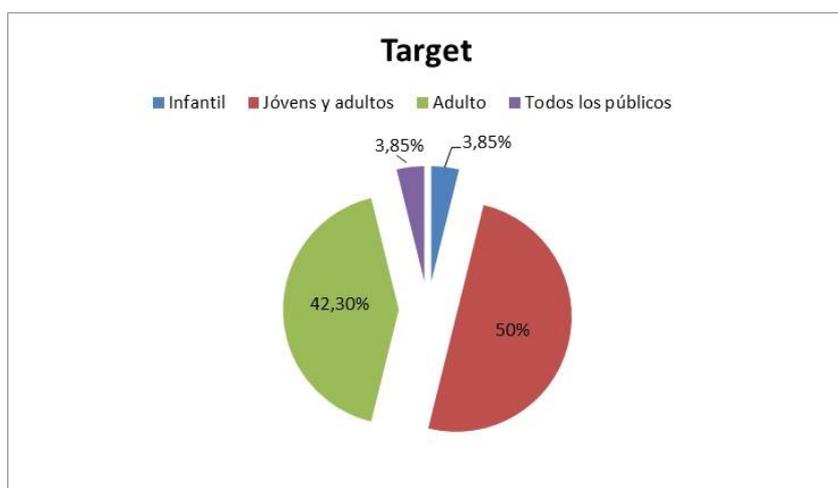
Fuente: Elaboración propia.

### 5.4.5. Target

Para conocer el tipo de audiencia al que van dirigidos los diferentes programas emitidos en Información TV hemos establecido la siguiente clasificación en función de la edad de los grupos sociales a quienes se dirigen mayoritariamente dichos contenidos. Así, hemos establecido cuatro categorías: público infantil, público juvenil y adulto, público adulto y para todos los públicos. Para elaborar estas categorías nos hemos basado en la información aportada por fuentes de la cadena entrevistadas para este trabajo, además de en la observación personal de esta investigadora.

Los datos reflejados en el gráfico 6, ponen en manifiesto que la mitad de la programación emitida por Información TV va dirigida al conjunto formado por los jóvenes y los adultos, con programas como el cine en casa, los noticieros e Infogueros entre otros. En segundo lugar, estarían situados los espacios dedicados a los adultos que ocupan un 42,3% de la parrilla semanal. No obstante, las categorías público infantil y todos los públicos, ambas se sitúan a la cola con tan solo el 3,85% cada una del total. La primera de ellas, solo cuenta con la miniserie “Bona nit” y la segunda con el “Programa de Inglés”.

**Gráfico 6. Target al que van dirigidos los programas de Información TV**



Fuente: Elaboración propia.

## 6. CONCLUSIONES

A pesar de que Información TV lleva casi diez años emitiendo en la demarcación de l'Alacantí, aún no goza con totalidad del favor de la audiencia como canal de referencia de información local. En el último sondeo realizado por la empresa Infortécnica, especializada en audiometría de canales locales, los datos no resultan del todo halagüeños. La mitad de los alicantinos afirma conocer esta emisora pero los resultados del *share* apenas superan el 2%. Según este mismo informe, en mayo de 2017, Información TV ha sido seguida por 97.000 personas que han visto este canal una media de 18 minutos al día. Estos datos son sensiblemente inferiores a los obtenidos por el canal local público Alacantí TV que obtiene un 4,1%, el doble que Información Televisión, por lo que las afirmaciones realizadas por este canal de que son líderes en la información de proximidad en su comarca no se corresponden con la realidad. Y eso que aún se desconoce el impacto sobre la audiencia que tendrá el nuevo canal Intercomarcal TV, de reciente aparición, cuyos resultados en otras comarcas donde tiene presencia audiovisual supera igualmente los datos de seguimiento que publica Infortécnica. Así las cosas, todo indica que Información TV tendrá que seguir trabajando para conectar con una audiencia que dispone de otros canales para informarse de lo que pasa en su comarca, si es que quiere convertirse en la televisión de referencia local de los alicantinos.

Para descubrir los motivos de esta falta de liderazgo observada en Información TV basta repasar uno a uno los resultados de las hipótesis formuladas al principio de este trabajo.

En primer lugar, se confirma la hipótesis número uno, que se sostenía sobre la idea de que la crisis económica general y la publicitaria en particular, habían jugado un papel determinante para la consolidación de Información TV como referente informativo de proximidad en el plano audiovisual. La conjunción de estos dos factores, unido a una falta de implicación empresarial, no ha permitido la implantación de una plantilla bien dotada y estable de profesionales. Gran parte del trabajo de Información TV se nutre de una plantilla de becarios que van rotando sin tener tiempo de consolidarse como

profesionales capaces de elaborar productos de calidad. Igualmente se ha detectado una escasez de material técnico para la cobertura de los eventos que requiere una televisión de estas características. La cadena alicantina no se libró del reajuste de plantilla al poco tiempo de iniciar sus emisiones, a pesar de haber nacido ya en plena transformación del sector audiovisual local. Sí que es verdad que, a comparación de otras televisiones comarcales, tiene una gran cantidad de programación propia pero muchas veces no consiguen proporcionar toda la calidad informativa que desearían, tal y como se recoge en la entrevista a la responsable de producción.

En cuanto a la segunda hipótesis que señala que la escasez de plantilla y la mínima inversión publicitaria hacen que la programación se vea afectada de forma negativa no se cumple de manera íntegra. Como se deduce de la primera hipótesis, la escasez de personal no les permite cubrir toda la información necesaria ya que no llegan a superar los 30 profesionales entre personal fijo y colaboradores para atender una parrilla con casi 27 programas de producción propia semanales. Esto contrasta con el elevado número de anunciantes, unos 500, cuya inversión publicitaria no revierte en la profesionalización de la plantilla que es la encargada de ofrecer contenidos de calidad que conecten con la audiencia.

La tercera hipótesis planteada también ha podido ser confirmada. En ella se planteaba la idea de que la parrilla de Información TV apuesta por contenidos de proximidad fundamentados en la información de servicio al ciudadano, mientras que la ficción y entretenimiento ocupaban menos espacio en su programación. Tras el análisis del contenido de la parrilla, se confirma que casi la mitad de los programas emitidos por la cadena, un 43,9%, se corresponden con géneros divulgativos y de actualidad local, y solamente el 10,3% de sus programas son de ficción.

En cuanto a la hipótesis que recoge que los contenidos de carácter folclórico, como las fiestas populares de las localidades, ocupan gran parte del contenido de la televisión local, hemos de concluir que en este caso no se cumple. Como se puede observar en el gráfico 1, el tiempo que le dedica a este tipo de actividades a lo largo de la semana

analizada Información TV es prácticamente irrelevante con solo un 0,48% del tiempo de emisión. No obstante este dato hay que valorarlo con todas las reservas teniendo en cuenta que puede obedecer a un sesgo no buscado ya que, la retransmisión de actos festivos tiene una alta variabilidad temporal.

Por último, en la hipótesis número cinco buscábamos cuál era la lengua vehicular por excelencia de Información TV. Los resultados en este sentido demuestran una clara ventaja del castellano frente al valenciano y el inglés. Tras recopilar los datos sobre los diferentes idiomas en que se conducen los diversos programas de su parrilla, es evidente que el castellano es el idioma principal de su programación, ya que abarca más del 80% de sus emisiones. Por contra, el valenciano apenas se utiliza, alcanzando solamente el 15% de sus programas lo que significa que no llega a ocupar el porcentaje del 25% que estableció el DOGV en 2005, como normativa obligatoria para conseguir la licencia de TDT. Respecto a los programas emitidos en inglés, solo cabe constatar que su presencia es puramente testimonial con un 3,85% que se corresponde exclusivamente con el Programa de Inglés.

## **7. PROPUESTAS DE MEJORA**

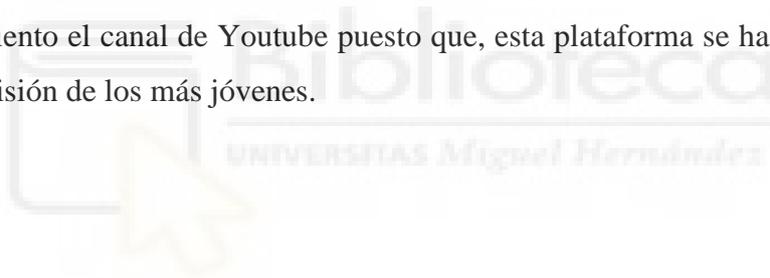
Consideramos que una buena propuesta de mejora para Información TV sería el aumento de sus recursos humanos puesto que este garantizaría la mejora en la calidad de los contenidos. Además, podría llegar a cubrir todos los acontecimientos y así conseguir siempre la información de primera mano. Esta propuesta sería mucho mejor si también se aumentaran los recursos digitales o tecnológicos, ya que ambos traerían consigo nuevos programas de producción propia.

Por otro lado, vemos necesario dedicar más programas a otros targets, como son el infantil o juvenil, porque el diseño de una nueva parrilla que incluyera este nuevo público conseguiría aumentar los seguidores de la cadena. Incluso, plantearse crear

programas dedicados a las minorías, es decir, proyectos audiovisuales especialmente ofrecidos a otras culturas o religiones para así conseguir ser más plurales.

También, sería conveniente aumentar el número de programas de producción propia conducidos en valenciano para fomentar la lengua autóctona. Sabemos que las televisiones locales basan sus parrillas en la lengua vehicular de sus públicos potenciales pero es evidente que, ofrecer este servicio conlleva acercar nuestra cultura a todos los alicantinos y a su vez, satisface a otros públicos que lo demandan.

Como última propuesta, Información TV debería aprovechar más el auge de las tecnologías. Por una parte, mejorar su página web poniendo en funcionamiento la pestaña de televisión en directo ya que, permitiría ver toda la programación al instante desde cualquier reproductor multimedia. Pero por otra parte, resultaría interesante poner en funcionamiento el canal de Youtube puesto que, esta plataforma se ha convertido en la nueva televisión de los más jóvenes.



## 8. BIBLIOGRAFÍA:

Abc. (2017). *La Generalitat notifica 37 licencias de TDT locales en toda la Comunidad Valenciana*, ABC.es. Recuperado 31 de abril de 2017 de [http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-generalitat-notifica-37-licencias-locales-toda-comunidad-valenciana-201702011343\\_noticia.html](http://www.abc.es/espana/comunidad-valenciana/abci-generalitat-notifica-37-licencias-locales-toda-comunidad-valenciana-201702011343_noticia.html)

Alcaide,S. (2001). *La televisiones locales inundan España*, elpais.com. Recuperado 3 de abril de 2017, de [https://elpais.com/diario/2001/05/20/sociedad/990309601\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2001/05/20/sociedad/990309601_850215.html)

Asociación de Prensa de Alicante. (2017). *TV Local, retomando impulso*, Hojadellunes.com. Recuperado 28 de julio de 2017 de <http://hojadellunes.com/index.php/entrevistas/405-la-tv-local-social-2-0>

Asociación de la Prensa de Madrid. (2015). *Informe anual de la profesión periodística 2015*. Recuperado 13 de abril de 2017 de [http://www.apadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015\\_baja\\_7M.pdf](http://www.apadrid.es/wp-content/uploads/2016/11/INFORME-PROFESION-APM-2015_baja_7M.pdf)

Balaguer, A y Ferrandis, J. (2012). *El Supremo anula la concesión de las TDT adjudicadas por GonzálezPons*, elpais.com. Recuperado 31 de junio de 2017 de [http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/13/valencia/1347529913\\_840506.html](http://ccaa.elpais.com/ccaa/2012/09/13/valencia/1347529913_840506.html)

Barroso, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

Bas, J.J y Pérez Llavador, J. (2007). *La recerca en comunicació en el País Valencià. Estructura i polítiques de comunicació*. *Treballs de Comunicació*, nº 22, pp. 61-72.

Boix, A. (2012). *El escándalo de la TDT*, elpais.com. Recuperado 1 de junio de 2017 de [http://elpais.com/ccaa/2012/09/17/valencia/1347906794\\_626265.amp.html](http://elpais.com/ccaa/2012/09/17/valencia/1347906794_626265.amp.html)

Box Mortes, N. (2016). *Canal Vega, una televisión comarcal en peligro de extinción*. Trabajo Fin de Grado, Universidad Miguel Hernández de Elche, Alicante, España.

Recuperado 6 de julio de 2017 de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/3640/1/Box%20%20Mortes%2c%20Noelia.pdf>

Casero, A. (2009). Llums i ombres de la recerca en comunicació en el País Valencià. *Anàlisi*, nº38, pp. 300-304. Recuperado 9 de abril de 2017 de <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/viewFile/142506/194061>

Casero Ripollés, A; González Molina, S y Fernández Beltrán, F. (2012). *La prensa local ante el reto digital*. Castelló de la Plana: Universidad Jaume I.

Corominas, M. (1997). Estructura i polítiques de la comunicació. En Berrio, Jordi (Ed.). *Un segle de recerca sobre comunicació a Catalunya* (pp.99-150). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.

Corporación Multimedia y GPR Consultores. (2003). *Libro blanco del Sector Audiovisual de la Comunidad Valenciana*. Generalitat Valenciana.

Diario Información. (2017). *Listado de medios de comunicación en Alicante*, *diarioinformacion.com*. Recuperado 15 de julio de 2017 de <http://www.diarioinformacion.com/directorio-provincia/medios-comunicacion-alicante.html>

Diputación de Alicante. (2016). *Comarcas y municipios de la provincia de Alicante*. Recuperado 15 de julio de 2017 de <http://documentacion.diputacionalicante.es/comamun.asp>

Diputación de Alicante. (2016). *Revisión del padrón municipal de habitantes (evolución)*. Recuperado 15 de julio de 2017 de <http://documentacion.diputacionalicante.es/censo.asp>

EDICIONES PLAZA, S. (2015). *Estas son las 42 TDT que obtendrán licencia si cumplen los requisitos*, *valenciaplaza.com*. Recuperado 31 de junio de 2017 de <http://valenciaplaza.com/estas-son-las-42-tdt-que-obtendran-licencia-si-cumplen-los-requisitos>

Fariñas Martín, J. (2008). *La televisión local en España: el modelo de negocio de Popular Televisión (2002-2006)*. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense de Madrid. Recuperado 9 de abril de 2017 de <http://eprints.ucm.es/8254/1/T30610.pdf>

García Avilés, J.A y González Mesa, I. (2011). El sector de la radiotelevisión: entre la ilusión y la precariedad. En González, JL (Ed). *Cuadernos Comarcales de Comunicación Alto y Medio Vinalopó* (pp. 21-42). Alicante: Diego Marín Librero Editor. Recuperado 1 de mayo de 2017 de <https://issuu.com/medialabumh/docs/cuadernogicov2>

Gifreu, Josep. (1991). *Construir l'espai català de comunicació*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Gómez, R. (2012). *La crisis se lleva por delante casi 200 medios de comunicación, elpais.com*. Recuperado 27 de junio de 2017 de [https://elpais.com/sociedad/2012/12/13/actualidad/1355414252\\_725575.html](https://elpais.com/sociedad/2012/12/13/actualidad/1355414252_725575.html)

González Mesa, I. (2016). *La información de proximidad en las televisiones de ámbito local: el caso de Tele Elx*. Tesis Doctoral, Universidad Miguel Hernández de Elche, Alicante, España. Recuperado 1 de mayo de 2017 de <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/2943/1/TD%20Gonz%C3%A1lez%20Mesa%2c%20Isabel%20Mar%C3%ADa.pdf>

Infotécnica. (2017). *Estudios de audiencia de medios suscritos*. Recuperado 10 de agosto de 2017 de <http://www.audiencia.org/estf.php>

J. A. GIMÉNEZ. (2008). *Una nueva televisión digital para Alicante, diarioinformacion.com*. Recuperado 27 de abril de 2017 de <http://www.diarioinformacion.com/alicante/2008/11/09/nueva-television-digital-alicante/817893.html>

JONES, D. (1998). Investigación sobre comunicación en España: evolución y perspectivas. *Zer*, nº 5, pp. 13-51. Recuperado 1 de mayo de 2017 de <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17359/15144>

La Vanguardia. (2014). *El consumo de televisión de los jóvenes se desmorona en dos años*, *LaVanguardia.com*. Recuperado 2 de agosto de 2017 de <http://www.lavanguardia.com/television/audiencias/20140923/54416244551/consumo-television-jovenes.html>

León, B. (2009). *Transformar la televisión: otra televisión es posible*. Sevilla: Comunicación Social.

López, B; Risquete, J y Castelló, E. (1999). España: consolidación del modelo autonómico en la era multicanal. En Moragas, Miquel de; Garitaonandía, Carmelo y López, Bernat (Ed). *Televisión de proximidad en Europa* (pp. 141-193). Bellaterra; Castellón de la Plana; Barcelona; Valencia: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra y Universitat de València.

López Cantos, F. (2007). El panorama de la TDT en la Comunidad Valenciana. En Marzal, J y Casero, A (Ed). *El desarrollo de la televisión en España* (pp. 81-96). La Coruña: Netbiblio.

López Cantos, F. (2005). *La situación de la televisión local en España*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

López Cantos, F. (2003). *La televisión local en el contexto audiovisual*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Castellón, España. Recuperado 8 de julio de 2017 de <http://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/10450/lopez.pdf?sequence=1>

López, N y Gómez, L. (2014). Nuevos hábitos de los jóvenes españoles y tendencias de futuro en el consumo de radio y televisión. *Historia y Comunicación Social*, nº 19, p. 328. Recuperado 25 de abril de 2017 de <https://revistas.ucm.es/index.php/HICS/article/download/45031/42401>

Moragas, M y Fernández, I. (2005). Les polítiques de comunicació. En Corominas, M; Moragas, M y Guimerà, JA(Ed). *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004* (pp.231-245). Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; Valencia: Universitat de València. InCom-UAB.

Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona. Barcelona: Gustavo Gili.

Ortiz, C; Macas, J; González, V; Coronel-Salas, G y Paladines, F. (2013). Análisis de las parrillas de programación de los canales de televisión de Ecuador. *Revista Latina de Comunicación Social*, diciembre 2013, p. 6. Recuperado 20 de abril de 2017 de [http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013\\_actas/153\\_Ortiz.pdf](http://www.revistalatinacs.org/13SLCS/2013_actas/153_Ortiz.pdf)

Prado, E. (2007). La televisión local: entre el limbo regulatorio y la esperanza digital. En AA.VV (Ed). *Alternativas a la televisión actual* (pp. 249-302). Barcelona: Gedisa.

Rodríguez Rosell, M y Melgarejo Moreno, I. (2012). Géneros y formatos en los canales infantiles politemáticos de televisión. *Revista de Comunicación Vivat Academia*, nº 120, pp. 44-64. Recuperado 20 de abril de 2017 de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5100236.pdf>

Rosario G.Gómez. (2005). *Llega la TDT*, *elpais.com*. Recuperado 12 de mayo de 2017 de [https://elpais.com/diario/2005/11/30/sociedad/1133305214\\_850215.html](https://elpais.com/diario/2005/11/30/sociedad/1133305214_850215.html)

Sánchez, J.L. (2002). *Historia del cine. Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza.

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, España. Recuperado 8 de julio de 2017 de <http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/285550/jsn1de1.pdf;jsessionid=03C378F6E1AF30ACC4A3280295E7FE1D?sequence=1>

Vacas, F. (2000). Las televisiones locales en Extremadura. *Zer*, nº 4, pp. 219-236. Recuperado 1 de mayo de 2017 de <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer07-12-vacas.pdf>

## **9. ANEXOS**

### **9.1. Entrevista a Idoia Pérez (Coordinadora de programas de Información Televisión) el viernes 21 de abril de 2017**

#### **¿Cómo son las rutinas de trabajo de Información Televisión?**

Lo primero de todo es la coordinación de los equipos, que este todo bajo control. Que todos los miembros de la tele sepan donde tienen que ir y que tienen que hacer. Y luego cuando llegan a la tele saber quién tiene que montar y editar. Luego todo el tema de la publicidad, es una televisión privada y al final los ingresos que entran es eso. Entonces nos lanzamos al 100% en todo el tema de publicidad, está marcado como prioridad absoluta.

#### **¿De qué forma os organizáis?**

Nos organizamos a través de una aplicación (intrainf), creada por el jefe técnico de Información Televisión, donde los técnicos acceden a ella para saber toda la planificación de la semana. Sí que es verdad que luego surgen muchos imprevistos, y hay que ir cambiando y modificando. Además también con emails y con algunas reuniones.

#### **A la hora de diseñar la programación, ¿qué es lo primero que tenéis en cuenta?**

Primero se tiene en cuenta, sobre todo, el público que a esa hora va a ver la tv. Miramos también mucho lo que la competencia tiene puesto en esos horarios. Y luego si hay algún tema que es pagado también se le da mucha importancia.

### **¿Qué requisitos necesita un programa para formar parte de la parrilla de Información Televisión?**

Fundamentalmente quien venga a hacer el programa tenga muchas ganas de hacerlo. Nosotros estamos siempre abiertos a muchos contenidos. Ahora mismo estamos haciendo 27 programas de producción propia pero continuamente se siguen ampliando y estamos abiertos a nuevos contenidos. En este septiembre que viene, vamos a hacer nuevos programas. Uno nuevo de política, uno de videojuegos, uno nuevo de deportes (sobre el fútbol de Elche). Entonces, se requiere como recursos pues mobiliario nuevo pero que al final todo sale. Con empeño todo sale adelante.

### **¿Cuál es la proporción de contenido propio y externo en la parrilla de Información Tv?**

Nosotros tenemos semanalmente 27 programas de producción propia, más o menos con gran variedad de contenidos y con formatos diferentes. Los programas que tenemos externos son de gastronomía, de música, documentales, “Aventúrate”, “A tir de pedra”, “Revista sociedad” (magazine de Valencia), “Pilota valenciana”.

### **En esta televisión local, ¿cuál es la relación que mantienen el contenido y la publicidad?**

Muchos de los programas que hacemos en exteriores sí que se podrían considerar publibreportajes. Son mucho de temas publicitarios o de demanda del cliente. Luego claro, los que hacemos aquí en el plató ya no son tan comerciales. Una relación muy directa. Es importante la inversión publicitaria ya que nos permite mejorar mucho la calidad de nuestro contenido, ahora mismo tenemos más de 500 anunciantes.

### **¿Consideras Información Televisión un canal de proximidad?**

Por motivos económicos siempre al final hay que recurrir a la publicidad. Es fundamental, porque al fin y al cabo esto es una televisión privada. Los ingresos o entran por la publicidad o no se sostiene. Aun así, intentamos ser el reflejo de lo que

ocurre a nuestro alrededor e intentamos poder atender a los contenidos que más demandan con nuestros programas de producción propia.

En cuanto a los informativos, tocamos un poco de todo, más que nada porque al final lo que quiere ver el espectador es la información más completa posible. Entonces, si que tenemos un acuerdo con la Agencia EFE que nos facilita temas internacionales y nacionales pero el tema local siempre lo tenemos muy presente. El espectador quiere estar informado de todo.

**A la hora de organizar la parrilla, ¿tenéis en cuenta la política de uso del valenciano?**

En la actualidad ya estamos incluyendo más el valenciano. Al principio de la tele no estaba tan presente. No hay ninguna ley que exija ningún porcentaje de valenciano en las noticias de la tv local, pero sí que es verdad que lo estamos incluyendo porque dan subvenciones.

**¿Cómo medís la audiencia?**

El tema de la audiencia aquí en Alicante está complicado. Porque la empresa Sofres que se encarga de la audiencia, no tiene suficientes audímetros instalados en la provincia de Alicante para medirlo. Entonces, lo que hemos hecho son estudios a través del Instituto Nacional de Estadística, y estamos alcanzando, más o menos, 1.343.000. Pero datos de audiencia tal cual, no tenemos.

**De forma estimada, ¿cuáles son los programas que tienen más audiencia?**

Se ve muchísimo el tema de política. Fiestas también pero sobre todo, eso es en los meses de verano. Como la política pega un bajón, ahora se centra ya más en tema de fiestas. Aunque el deporte también, el deporte base sobre todo. Tenemos un programa de ello y sabemos que tiene muchos seguidores por la web.

### **¿Qué relación tiene esta cadena con su audiencia?**

Utilizamos mucho y estamos muy pendientes de los comentarios que nos dejan. Además, en la web tenemos un email de sugerencias y ahí la gente también nos escribe. Y la verdad, que cuando salimos a la calle la gente es muy cercana con nosotros y te cuentan todas las cosas que les gustan y que no también. Además, recibo muchísimas llamadas. Estamos abiertos a todo. Sin dejar de lado, claramente las redes sociales.

Por otro lado, algunos estudios que estiman la audiencia de Información Televisión apuntan que el rango de edad que más ve este canal es entre los 30 y 50 años. Eso quiere decir, pues que en muchas ocasiones es una ventaja ya que como he dicho, al fin y al cabo nos financiamos de la publicidad y estos espectadores son los que tienen mayor poder adquisitivo. Y así, los anunciantes ven resultados.

### **Cuéntenos cómo es la convergencia con el diario Información.**

Mantenemos una relación muy buena. Pertenece al mismo grupo, hay muchas cosas que llevamos por separado pero la relación es muy buena. Hacemos muchas cosas del periódico, hacemos videos de allí, cubrimos muchos actos del club información, en premios importantes hacemos un gran despliegue. Y en cada aniversario la tele también está volcada para que todo salga a la perfección.

### **¿Cuáles son los problemas a los que se enfrenta día a día esta televisión?**

Yo creo que más que nada, aquí hay que sacar día a día el trabajo sí o sí. Entonces, te encuentras todos los días con muchísimos imprevistos. Y claro esto no es una tv pública, la plantilla es la que es, los recursos son los que son... y al final tienes que intentar solucionarlo lo más rápido posible con los recursos existentes. Lo que no permite a veces sacar todo el potencial televisivo que nos gustaría ofrecer. Pero que al final siempre llegamos pero cada día hay diferentes. Por mucho que tengas una buena planificación siempre surge una cobertura o algún programa, noticias de última hora...

pero vamos esto desde el punto de producción. El problema es la inmediatez, el tener que solucionar las cosas con muy poco margen de actuación.

### **¿Quién dio el paso a crear esta tv?**

La televisión pertenece al grupo editorial Prensa Ibérica, que tiene varias cabeceras a nivel nacional de periódicos muy importantes. En ese entonces, decidió apostar por el tema audiovisual. Se concedieron las licencias y se abrió la tele de aquí, Levante televisión. En Valencia fue primero y luego a los meses en Alicante como Información televisión.

Yo creo que la televisión se abrió porque el grupo Información es muy importante en Alicante y al final, el tema audiovisual cada vez está más en auge. Sí que es verdad que el tema de los periódicos, más que nada porque la gente está ya acostumbrada a consumir información a través de otras plataformas, entonces el tema audiovisual tenía que estar presente en nuestra provincia. Al final es una televisión a nivel provincial.

### **¿Con qué recursos materiales y técnicos cuenta Información Televisión?**

Ahora mismo todos los que componemos Información televisión estaremos alrededor de unas 25 personas, una plantilla de los más normal, que no supera los 30 trabajadores. Contando con el personal en plantilla y colaboradores que hacen algunos programas, más agentes de fuera con los que hacemos trabajos en exteriores. El panorama de las televisiones locales, en general, no nos permite ser muy optimistas con los recursos tanto técnicos ni con los materiales. Además, en cuanto a medios materiales con los que contamos son 5 cámaras, microfónica, iluminación, en plató tenemos 3 cámaras robotizadas.

## **9.2 Entrevista a María (Encargada del departamento de continuidad de Información TV) el viernes 21 de abril de 2017**

### **¿Cuántas personas trabajan en el departamento de continuidad de Información Televisión?**

Siempre ha trabajado una persona en el departamento de continuidad. Lo que pasa es que la continuidad es algo que va evolucionando todos los días, yo lo dejo todo hecho, pero igual por la tarde entra un spot y hay que ponerlo. Entonces siempre hay alguien que sabe cómo se maneja todo esto y lo pone en marcha. Pero realmente, la encargada de la continuidad soy yo.

### **¿Qué horarios tiene en la actualidad una encargada de continuidad?**

Pues al principio, había jornada partida porque había que poner todo el instrumental en marcha pero ahora mismo mi horario es de 8 de la mañana a 3 de la tarde. Porque tengo jornada reducida y las nuevas tecnologías lo permiten.

### **Ahora podríamos decir que ya nadie esta las 24h pendiente, ¿cómo es que todo sigue funcionando correctamente?**

Justo por los avances de la tecnología. El programa con el que llevamos la continuidad en Información TV se llama Vectorbox, tú en este programa puedes dejar puestas todas las líneas que quieras o que te dé tiempo. Por ponerte un ejemplo: “yo me voy de vacaciones, y dejo todo hecho de esos 10 o 15 días”. Otra cosa es que entren spots o se cambie algún programa, entonces eso hay que hacerlo nuevo. Pero básicamente, tú esto lo dejas hecho siempre que quieras, salvo los cambios que para eso está el jefe técnico que sabe manejarlo también.

**A continuidad, se les llama “los vigilantes de la tele”, puesto que ellos son los encargados de pasar a publicidad cuando hay alguna urgencia, emitir unos bucles especiales o incluso, algún programa alternativo. ¿En qué se basan para lanzar otro contenido en medio de la parrilla ya determinada previamente?**

Eso era sobre todo antes. Ten en cuenta que cuando no existían ordenadores o este programa de Vectorbox, la antigua continuidad que yo la he hecho, se hacía con cintas. Es decir, tenía que haber alguien las 24 h delante del ordenador, haciendo turnos entre los compañeros, y entonces dependiendo lo que tocara pues ibas metiendo. Que si películas, que si publicidad, y así en los cambios ibas metiendo la cinta correspondiente. Es decir, ahí sí que tenías que vigilar, pero eso ha cambiado mucho.

Y en general, para incluir algo nuevo en la parrilla, el director te dice que quiere emitir en cada momento. Y luego desde producción te dan los anuncios o spots, es decir el anunciante quiere 14 spots; 7 a lo largo del día y el resto en prime time. Así, todos los spots, entonces yo me vengo al ordenador e intento cuadrar todo.

**¿Cuáles son exactamente las funciones que desempeña continuidad en la programación de Información Televisión?**

A parte de lo que ya he explicado, realizo archivo, subo los programas a la web, paso la parrilla al periódico, bajo los programas que nos mandan de otras televisiones...