

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

Trabajo Fin de Grado
Curso Académico 2024-2025



**Televisiones locales en Alicante: Historia, evolución y...
¿Futuro?**

Local televisions in Alicante: History, evolution and... Future?

Alumno: Marc Entrena Velarde

Tutor: Salvador Campello Iborra



Resumen:

Las televisiones locales se enfrentan a varias incógnitas de cara al futuro. Desde su auge en la década de los ochenta y noventa, la televisión local ha sido un pilar de los medios de cada localidad. La globalización y la revolución digital han puesto en duda la continuidad de los canales a largo plazo. Las nuevas tecnologías, la atracción del público joven, las fake news, las audiencias y las formas de financiación, suponen un reto para estos medios de comunicación. Desde la ciudad de Alicante, Información TV, Alacantí TV y 12tv, trabajan para no solo sacar adelante sus canales de televisión, sino para llevarlos hacia el futuro. Para lograrlo han llevado a cabo una modernización de los equipos y platós, dado un mayor uso a las redes sociales, renovado las páginas web y canales de YouTube, además de estar presentes en el mayor número de eventos posibles, los cuales los ciudadanos de la localidad tienen interés. Pese a la dificultad, las tres cadenas han mejorado su audiencia en los últimos años, ahora bien, todas están de acuerdo con que su contenido debe ir de la mano de la digitalización y el avance tecnológico si no quieren hundirse antes de llegar a la orilla. Eso sí, el avance debe converger con el buen contenido y la cercanía con la ciudadanía.

Palabras clave

(Televisiones locales, digitalización, redes sociales, cercanía, nuevas tecnologías)

Abstract

Local television networks face several unknowns for the future. Since its rise in the 1980s and 1990s, local television has been a pillar of the media in each location. Globalization and the digital revolution have called into question the long-term continuity of channels. New technologies, the attraction of young audiences, fake news, audiences and forms of financing represent a challenge for these media. From the city of Alicante, Información TV, Alacantí TV and Docetv, work to not only advance their television channels, but to take them into the future. To achieve this, they have carried out a modernization of the equipment and sets, given greater use to social media, renewed the websites and YouTube channels, in addition to being present in the greatest number of events possible, in which the citizens of the town are interested. Despite the difficulty, the three networks have improved their audience in recent years, however, they all agree that their content must go hand in hand with digitalization and technological advance if they do not want to sink before reaching the shore. Of course, progress must converge with good content and closeness to citizens.

Key words

(Local televisions, digitalization, social media, closeness, new technologies)

ÍNDICE

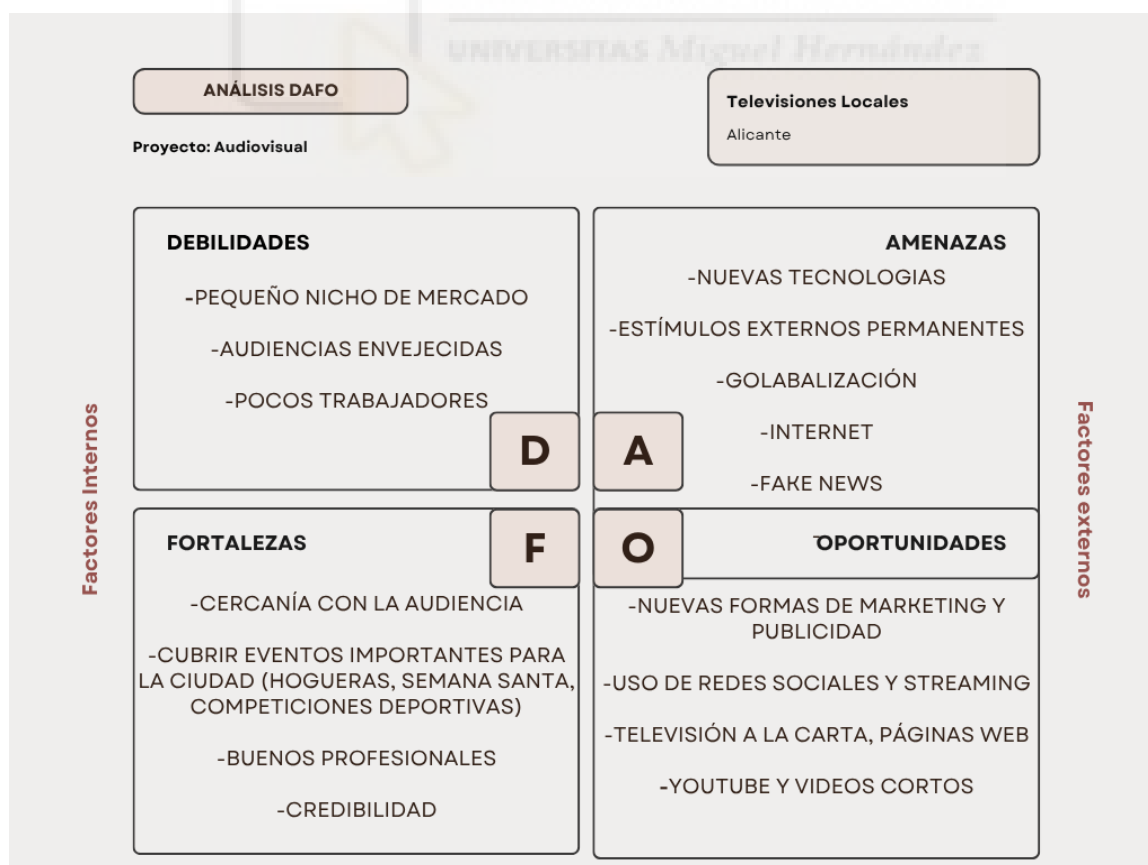
1. Introducción y justificación del reportaje.....	págs. 5 y 6
2. Material y método de trabajo	págs. 6 y 7
3. Contenido del reportaje publicado.....	págs. 8 a 16
4. Interpretación derivada de la investigación.....	págs. 16 y 17
5. Bibliografía y fuentes documentales.....	págs. 18 y 19
6. Materiales e infraestructura utilizada.....	pág. 19
7. Anexo I: Anteproyecto TFG.....	págs. 20 a 22

1. Introducción y justificación del reportaje

La televisión local se encuentra en un periodo de cambio. Las nuevas tecnologías y la gran cantidad de estímulos que se nos ofrece en el día a día han hecho que los canales de televisión de la ciudad se planteen nuevas estrategias.

Tras la popularización y auge de las televisoras locales en España, el 10 de febrero de 1992 fue constituido el Canal 37 con el fin de aproximar a los televidentes de la localidad de Alicante a los sucesos en información de su ciudad. Empezó a emitir gracias con licencia TDT ese año y continuó emitiendo hasta que en 2010 cerró sus puertas, dejando en solitario a Información TV. Nació en noviembre de 2008, como complemento al periódico, bajo el manto de prensa ibérica. En 2011 comenzó a apostar por la tecnología, siendo pionera en la comarca. En el año 2019, inauguraron un plató moderno integrado a la redacción del periódico.

El canal sigue a día de hoy, pero no es el único. En el año 2010 se inauguró Alacantí TV impulsado por Consorcio TV Digital Canal 21. Su tercer competidor nació en 2012 del llamado Grupo 12 Comunicación, con el nombre 12tv.



La actualidad presenta a estos tres canales, trabajando de cara al futuro, con el fin de no solo seguir emitiendo, sino mejorar su audiencia. Se han analizado las amenazas y debilidades que tienen, comparándolas con las fortalezas y oportunidades. Además, se ha hablado con representantes de los tres canales para entender cómo enfrentan esos problemas, cómo han cambiado las cosas con el paso de los años y lo que se espera en el futuro.

En este reportaje se ha investigado el estado actual de las televisiones locales y si están en serias dificultades. Además, se ha investigado si sus datos de audiencia son mayores o menores de lo que aparentan. También se ha tratado de comprender la importancia que tienen o dejan de tener las televisiones en la localidad. En este caso, la ciudad de Alicante.

2. Material y método de trabajo

Lo primero fue documentarse sobre la historia de las televisiones locales en Alicante. Tras eso se llevó a cabo un análisis DAFO sobre la situación objetiva. En adelante se llevó a cabo contacto con los medios a investigar y posteriormente se realizó una entrevista a un miembro de cada medio. Para tener una opinión externa, se contactó con la Asociación de Periodistas de Alicante y se llevó a cabo otra entrevista. Tras las entrevistas, se completó el análisis DAFO en base a las respuestas de los entrevistados y se comenzó la escritura del reportaje. El reportaje se compartió por la red social X (Twitter).

Entre las dificultades destaca la poca información sobre los medios investigados, por lo tanto, la mayoría de la información procede de las entrevistas. Tras contactar con el director de Información TV, Adrián Iborra, dejó claro que no concede entrevistas, ni siquiera para universitarios.

-Fuentes:

Las fuentes son un miembro de cada una de las tres cadenas de televisión y una representante del APPA



Laura Rodríguez:

Periodista y actual directora de 12tv.



Esther Brotons:

Periodista y actual gerente de Alacantí TV. Trabajó en prensa, tanto en Las Provincias como en La Verdad. Además, trabajó en el gabinete de prensa del Colegio de Médicos de Alicante.



Miguel Ángel Sánchez:

Graduado en periodismo y en publicidad. Redactor de Información TV.



Marisa Ayesta:

Periodista y escritora. Actual directora de contenidos de la Asociación de Periodistas de Alicante.



-Estructura:

El inicio del reportaje deja en duda la actualidad y sobre todo el futuro de las televisiones locales en Alicante y pone el foco en cómo pueden salir adelante tras la llegada de las nuevas tecnologías. Tras ello, se hace un breve repaso por la historia de la televisión local de la ciudad de Alicante y se comentan los medios que se van a tratar. Se presentan los problemas globales que tienen estos medios y luego se va comentando uno por uno cómo les va a esos canales, qué solución tienen contemplada o han llevado a cabo y cómo ven el futuro. Después se habla de la Asociación de Periodista de Alicante, como ente externo, y se llega a la conclusión desarrollada por las respuestas y acciones de estos medios.

3. Contenido del reportaje utilizado

<https://medium.com/@entrenavelardemarc/televisiones-locales-en-alicante-historia-evolucion-y-futuro-0cd131ceb773>

Televisiones locales en Alicante: Historia, evolución y... ¿Futuro?

Los seguidores de los medios de la localidad han aumentado en los últimos años



Plató de Doce TV/ Foto propia

La televisión local ha sido durante años ese lugar de reunión familiar en el cual todos los miembros se sentaban alrededor para informarse sobre lo que ocurría en sus barrios. En una época en la cual la televisión era el rey de los medios de comunicación, las televisiones locales surgieron con el fin de dotar a sus respectivas localidades con un buen periodismo de cercanía. Ahora bien, la llegada de internet ha ido poco a poco cambiando el modo de informarse y entretenerse de la gente. La revolución tecnológica ha destronado a la televisión, la cual ha visto cómo se iba reduciendo su audiencia en los últimos años. Con esto, la pregunta es: ¿Tiene cabida la televisión local en la era de la globalización y las nuevas tecnologías? ¿Qué deben de hacer para asegurar su presencia de cara al futuro?

En los años 80, surge en España el llamado auge de las televisiones locales. Estos medios aparecen por todo el país dando pie a información sobre esos lugares. En la ciudad de Alicante, el 10 de febrero de 1992 fue constituido el primer canal de la localidad, el [Canal 37](#). Como pionero en la ciudad, fue muy seguido por los ciudadanos y disponía de una parrilla amplia, con informativos, cobertura de eventos culturales y deportivos, entrevistas y magazines. A destacar el programa, Tardes de Alicante. En el año 2005, el Canal 37 obtuvo licencia TDT. Por aquel entonces, en 2008 contaba con unos 26 empleados y una facturación estimada entre 0,6 y 1,5 millones de euros. Las cosas no iban del todo bien, ya que del año 2005 al 2008 las audiencias habían disminuido. Con ello, en el año 2010 cerró operaciones, dejando a Información TV solitaria en la parrilla local.



Logo del Canal 37/ Youtube

Actualmente, la ciudad de Alicante cuenta con tres televisiones con sede en la localidad. Información TV, 12tv y Alacantí TV enfrentan un reto mayúsculo, no solo de conseguir mantener las audiencias, sino de tratar de adaptarse a internet y a la vez combatir esos bulos, promovidos principalmente por redes sociales. Esas incógnitas que surgen respecto al futuro de las televisiones locales, responden a cinco cuestiones: las nuevas tecnologías, atracción del público joven, fake news, audiencias y formas de financiación. Cada una de las tres televisiones tiene sus propias particularidades y a la vez un objetivo común, la audiencia.

En 2008 nace Información TV de la mano de prensa ibérica, en correlación al periódico, y es la TV local de Alicante más antigua que sigue emitiendo. A diferencia de otras televisiones, Información TV no tiene página web propia. Incrustan videos en la página del periódico con el que trabajan mano a mano. En cuanto a su financiación, al pertenecer a [Prensa Ibérica](#), comparte ingresos por publicidad institucional. En 2023, el grupo recibió alrededor de 2,16 M € de la Generalitat Valenciana, incluyendo la televisión.

En una entrevista con un redactor del canal, el periodista [Miguel Sánchez](#), ha dejado claro cómo combatir los casos de fake news. Miguel afirma que en los medios se suele ir con pies de plomo, no es como un influencer que si la lía no pasa nada y el video se borra. “Nosotros tenemos un rigor, de hecho, en Información TV, uno de los lemas que destacamos es rigor y cercanía”, comentaba el periodista. Además de esto, asegura que una de las cosas que más agradece la gente es el poder confiar en ellos. Por ello, deben tener un histórico de rigurosidad, cercanía y veracidad.

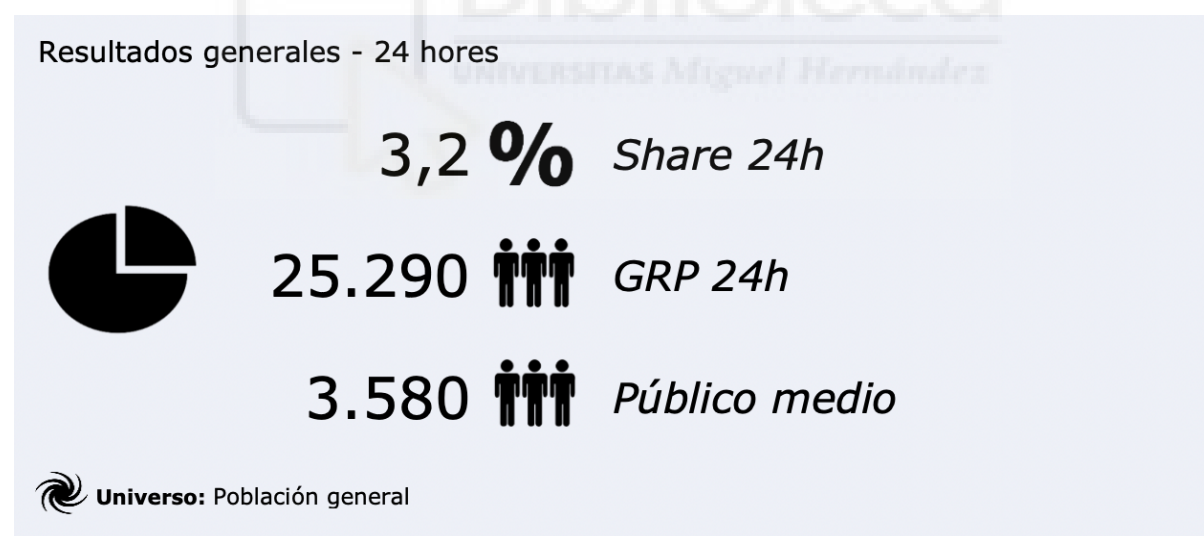


Plató de Información TV, a la derecha de la redacción del periódico/ Foto propia

Para llegar a los jóvenes, desde el Información tratan de hacerlos partícipes, sobre todo a través de redes sociales. Por ejemplo, en selectividad, fueron a entrevistar a los estudiantes a la universidad, subieron dicho contenido a redes sociales y tuvo una gran respuesta, con alta interacción. En estos momentos están generando contenido propio solo para redes sociales. Esto, sumado a programas como Planeta Hércules, cuya contenido interesa a hinchas más acérrimos del club, independientemente de la edad. Las pasiones mueven montañas, por eso los espacios dedicados a los equipos de fútbol, baloncesto, balonmano, fiestas y celebraciones siempre van a tener buena acogida por parte del público.

“Nosotros tenemos un rigor, de hecho, en Información TV, uno de los lemas que destacamos es rigor y cercanía”, comenta Miguel Sánchez

La cadena que ha visto en los últimos años un mayor crecimiento es 12tv. Desde el [2022](#), en el cual ostentaba unos 216.183 seguidores, al [2023](#), han subido unos 16.000 seguidores, llegando a los 232.465. Este año logró [605.680](#) espectadores en Martes Santo. Su directora, [Laura Rodríguez](#), comenta que esto se debe gracias a esa cobertura y esa cercanía, ya que están en todos los sitios. Doce TV, es una empresa privada creada desde la nada que comenzó a emitirse en 2012 y que ha ido in crescendo prácticamente desde sus inicios.



Audiencias Doce TV 2023/ Datos de infortécnica, audiencia.org

Pese a los buenos datos, la audiencia joven, como era previsible, es la que menos alcance está logrando. “Nos faltaría para consolidarnos bien, el perfil de la gente joven”, razona la directora. Comenta que ese es el reto de cualquier televisión y por eso ellos están haciendo un esfuerzo en posicionarse en redes para que todas esas noticias que están emitiendo lleguen a esa franja de edad. Para adaptarse a esta nueva era digital, el canal ha aumentado su presencia no solo en redes sociales, sino también en plataformas digitales, emitiendo en varios países a través del cable americano. El hecho de emitir por el cable americano en más

de mil operadoras les ha abierto nuevas puertas. “La televisión local tiene futuro si avanza hacia el futuro, pero si se estanca no lo tiene”, dilucida Laura.

Un beneficio de las nuevas tecnologías es la organización de los trabajadores. Cuando hay una rueda de prensa en un punto lejano o de imprevisto, puedes verla desde el ordenador sin necesidad de salir corriendo hacia el lugar donde se está llevando a cabo.



Plató Doce TV/ Foto propia

Como empresa privada, sus ingresos dependen de la publicidad. La tecnologización de la tele mediante la página web ha propiciado un cambio en esos ingresos. Según Laura: “Las empresas antes enfocaban su presupuesto de marketing a las televisiones y radios, y de golpe todo el mundo invierte en el tema digital. Nosotros nos hemos tenido que reinventar”. Gracias a sus buenos datos de audiencia convencer a las empresas de que se publiquen en su medio.

En 12tv podemos ayudarte a que tus campañas de Publicidad sean 100% Efectivas



Motivos por los cuales publicitarse a través de 12tv/ Página web de 12tv

En cambio, una televisión con ingresos públicos como Alacantí enfoca su financiación de otra manera. Su gerente [Esther Brotons](#) afirma que eso da mucha estabilidad, ya que no dependes de esa publicidad. "Imagínate que hay una guerra, se encarecen los productos y las empresas rebajan en publicidad, Alacantí no se vería tan afectada como una empresa privada" comparaba Esther.

Laura Rodríguez: "Las empresas antes enfocaban su presupuesto de marketing a las televisiones y radios, y de golpe todo el mundo invierte en el tema digital. Nosotros nos hemos tenido que reinventar"



Sala de realización de Alacantí TV/ Foto propia

Este año es el decimoquinto cumpleaños de Alacantí TV. Desde sus inicios a la actualidad, se ha visto cómo la emisora ha ido profesionalizando su programación y contenido, siendo cada vez más cercano y referente en la comarca. La televisión es un consorcio formado por ayuntamientos. En estos momentos está formada por el ayuntamiento de Alicante, El Campello, San Juan y Jijona, y cada cuatro años se le adjudica la gestoría a una UTE diferente y la gestión ha ido evolucionando, sobre todo en los directos. En los dos últimos años, su audiencia ha crecido exponencialmente, al haber pasado de hacer pocos directos, a hacer medio centenar. La cadena ha conseguido que la audiencia se sostenga durante un mayor tiempo consecutivo. Durante la Cremà de este año, el tiempo de emisión medio fue de 30 minutos.

Esther Brotons llegó a Alacantí TV en 2023, y desde entonces se marcó como objetivo rentabilizar todos los canales. Según la gerente, era fundamental mejorar el canal de YouTube y la página web. En 2022 realizaron un rediseño de la [web](#) para hacerla más visual, navegable y accesible, ajustada a audiencias jóvenes. Se mejoró especialmente la sección de televisión a la carta. “En el canal de YouTube estamos rejuveneciendo la población”, concreta la gerente. Las nuevas tecnologías son la competencia de estos medios, por eso, desde Alacantí TV inciden que va a ser importante la sinergia entre las televisiones, la coproducción de programas y directos. “Aun así, por muchos avances tecnológicos que se produzcan, lo primero es que el contenido sea cercano y de calidad”, afirma Esther.

Las televisiones locales concuerdan que deben unirse a la revolución digital y las redes sociales, sin descuidar el contenido y la veracidad, con el fin de aumentar su alcance y llegar a la gente joven. Destacan que, la cercanía con los ciudadanos de la comarca es vital y que mientras sigan trabajando por y para ellos, las teles locales, junto a las nuevas tecnologías, tienen el futuro asegurado.



Entrada del edificio de la sede del APPA/ Foto propia

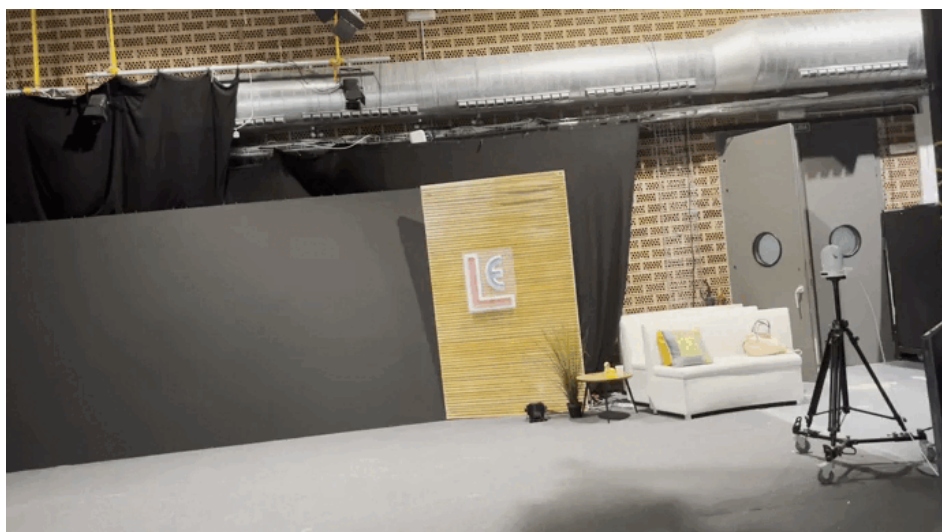
Ellos lo tienen claro, pero no son los únicos. La asociación de periodistas de Alicante, desde un punto de vista externo a las cadenas, está de acuerdo con ellos. La APPA, que el pasado año cumplió una década de vida, fue fundada el 5 de julio de 1904 por Juan Manuel Contreras, tras reunir en Alicante a redactores y corresponsales de numerosos medios nacionales y locales. La Asociación de Periodistas no solo sirve de apoyo para los profesionales de la información, sino que también ayuda a las televisiones a conseguir colaboradores para sus tertulias o programas siempre que ellos lo necesitan.

La directora de contenidos de la asociación, [Marisa Ayesta](#), piensa que a futuro va a haber una conjunción, tanto de radio, prensa y televisión, junto a las redes sociales en las cuales todos los medios de comunicación van a tratar las distintas vertientes del periodismo. “El futuro es internet, es un futuro que ya está aquí”, concreta Marisa. Ahora bien, para ella el arraigo que tienen los ciudadanos a las tradiciones, fiestas y eventos de la ciudad es clave para que las televisiones no teman por su futuro. La Semana Santa, Moros y cristianos, el Hércules y las hogueras son los ejemplos más claros del interés de los alicantinos por su localidad.

Esther Brotons: “En el canal de YouTube estamos rejuveneciendo la población”

Marisa comenta que pese al paso de los años los contenidos no han cambiado, aunque sí es cierto que cada vez intentan ser más identificativas con la ciudadanía. “La clave es la presencia en internet, que ha permitido que lleguen a más gente”, confirmaba. Esto ha permitido que miles de personas con raíces en Alicante, puedan seguir desde otros países o continentes las fiestas de su ciudad.

Se puede observar en los diversos platós de televisión, que la maquinaria que utilizan es de nueva generación. La mentalidad de los dirigentes y trabajadores de estos medios saben que es vital no escatimar en gasto para que el producto ofrezca la mayor calidad posible.



Plató de Alacantí TV/ Video propio

Marisa Ayesta: “La clave es la presencia en internet, que ha permitido que lleguen a más gente”

En definitiva, pese a las grandes dificultades y la multitud de estímulos externos que sacuden el día a día, las televisiones locales afirman que el futuro es más verde de lo que puede parecer y que la modernización de sus medios ha comenzado con el fin de revitalizarse y ampliar su audiencia.

Volviendo a las cinco cuestiones iniciales: Sí que están haciendo uso de las nuevas tecnologías y modernizando sus equipos de trabajo. Están atrayendo a la gente joven mediante las redes sociales y YouTube. Combaten las fake news con cercanía y veracidad. Mejoran sus audiencias mediante las páginas web y la televisión a la carta. Aumentan la publicidad online para mejorar su economía.

Es decir, las televisiones locales de Alicante tienen futuro siempre y cuando vayan de la mano de la tecnología, pero sin perder foco en el origen. Todos están de acuerdo con que al final tiene que haber una sinergia entre lo nuevo y lo viejo, clásico y moderno. Ahora bien, es importante no quedarse atascado. Cómo diría Unamuno, renovarse o morir.

4. Interpretación derivada de la investigación

Este reportaje te hace ver que, pese a que de primeras parece que las televisiones locales no tienen mucha relevancia, es todo lo contrario. De una manera u otra, todos los medios locales son importantes para cada localidad. De primeras, todo ciudadano de a pie se interesa por lo que sucede en su ciudad, pueblo o barrio, además todas las localidades tienen grandes apasionados de las fiestas locales y los clubes deportivos. Por ello, ese seguimiento y esa curiosidad por lo que ocurre a tu alrededor siempre va a estar ahí.

A todo eso hay que sumarle el poder que tiene la imagen. El audiovisual es el medio con mayor poder, ya que tiene la capacidad de ofrecerte la imagen, pero también audio y letra. Muchas veces una imagen vale más que mil palabras y la gente le da mayor credibilidad.

Lo que sí parece claro es que esos medios televisivos de la localidad están destinados al cambio. De una manera u otra ya no pueden vivir única y exclusivamente del canal de televisión y ellos lo saben. Por eso, en estos últimos años han comenzado un proceso de modernización y tecnificación. De primeras han mejorado las cámaras y los platós de televisión, ofreciendo al televidente una calidad consecuente con los tiempos en los que estamos. En el apartado digital, el desarrollo de la página web, televisión a la carta y directos ha evolucionado de tal forma que sea muy sencillo para cualquiera ver el producto desde

móviles, tablets y ordenadores, por no olvidarse de la inclusión de YouTube. La viralidad de ciertos videos gracias a YouTube ha supuesto una subida de visitas.

Otro mundo aparte son las redes sociales. Esa fina línea entre el periodismo y las redes, que a muchos les da miedo cruzar. A día de hoy, la gente joven se informa por medio de las redes. Puede gustar más o menos pero es la realidad. Por ello que los canales de tv se hayan dado cuenta de que deben promocionarse vía redes y que deben crear también contenido exclusivo para las mismas, les va a permitir tener un mayor alcance y gran visibilidad.

Con esto no se quiere decir que se deba acabar la televisión en su formato primigenio, sino que debe haber una sinergia para alcanzar la mayor cantidad de público. No hay que olvidarse de las personas mayores, que también generan audiencia, que no saben utilizar las redes sociales y que necesitan de la televisión para su entretenimiento, al igual que la gente joven del teléfono móvil.

Una cuestión que tampoco se debe perder es el buen contenido. Tanto para televisión, como para YouTube, como para redes. Se necesitan buenos profesionales que den lo mejor de sí. Además, las temáticas de contenido no han variado en demasía y menos en periodismo local, porque al final la gente quiere lo de siempre, lo suyo. Por lo tanto, la tradición tiene que ir costado a costado con lo moderno para así avanzar juntos hacia el futuro. La cuestión es que las televisiones van a tener que trabajar todos los medios de comunicación que existen para no perder relevancia.

Una sorpresa fue la seguridad con la cual los entrevistados hablaban de sus medios. Esa seguridad al afirmar que sus televisiones tienen todo el futuro por delante, sin miedo a caer. La realidad es que en estos momentos los datos les avalan. Es curioso, pero la propia audiencia de la tele clásica ha subido y los seguidores en redes sociales también. El aumento en redes sociales debería ir elevándose con el paso de los años.

En definitiva, la gente sigue queriendo lo de toda la vida, eso sí, también quieren ir a la última. Por lo tanto, mientras las televisiones locales avancen a la par que las nuevas tecnologías tienen el futuro prácticamente asegurado, pero a la mínima que abandonen o nieguen los avances o cambios, pueden pasarlo mal. En la ciudad de Alicante ahora mismo no es el caso, y tanto Información TV, Alacantí Tv y 12tv hablan de sus medios en cuanto al futuro se refiere con ganas y esperanzas. Con proyectos a años vista a sabiendas de que seguirán creciendo.

5. Bibliografía:

Canal Treinta Y Siete Television De Alicante Sa - CIF y dirección | Empresite. (s. f.).

Empresite España - Buscador de Empresas y Negocios de España.

<https://empresite.eleconomista.es/CANAL-TREINTA-SIETE-TELEVISION-ALICANTE.html>

Redacción. (2011, 29 septiembre). Información TV, primer canal local disponible para móvil. *Información.*

<https://www.informacion.es/cultura/2011/09/29/informacion-tv-primer-canal-local-6935133.html>

Benaloy, J. (2019, 28 mayo). Así es la nueva redacción de INFORMACIÓN y el plató de InformaciónTV. *Información.*

<https://www.informacion.es/empresas-en-alicante/2019/05/28/nueva-redaccion-informacion-plato-informaciontv-5417328.html>

ALICANTE TV – publifcción. (s. f.).

<https://publificcion.com/alicanti-tv/>

Comunicación, G. 1. (2024, 8 mayo). *GRUPO 12 COMUNICACIÓN* | *LinkedIn*. GRUPO 12 COMUNICACIÓN.

<https://www.linkedin.com/company/12tv-grupo-de-comunicacion-lider/>

Estudio de audiencia de Alacantí TV. (2022, noviembre). *Infortécnica, audiencia.org*

<https://audiencia.org/estudios/34409/index.pdf>

Estudio de audiencia de 12tv. (2022, mayo). *Infortécnica. audiencia.org*

<https://www.audiencia.org/estudios/34233/index.pdf>

Estudio de audiencia de 12tv. (2023, junio). *Infortécnica. audiencia.org*

<https://www.audiencia.org/estudios/34522/index.pdf>

Estudio de audiencia Canal 37. (2008, agosto). *Infortécnica. audiencia.org*

<https://www.audiencia.org/estudios/21174/index.pdf>

Estudio de audiencia de Canal 37. (2005, agosto). *Infortécnica. audiencia.org*

<https://www.audiencia.org/estudios/16818/index.pdf>

Marketing. (2025, 30 enero). Así reparte entre los medios su publicidad la Generalitat Valenciana. *Dirconfidencial*.

<https://dirconfidencial.com/medios/asi-reparte-entre-los-medios-su-publicidad-la-generalitat-valenciana-20250130-0404/>

12tv. (2022, 3 marzo). *Tarifas 12tv - 12tv.es*. 12tv.es.

<https://www.12tv.es/tarifas-12tv/>

Jover, Ana. (2023, 10 marzo). Alacantí TV da un salto digital con la creación de su app. *Extradigital*.

<https://www.extradigital.es/cv-alacanti-tv-da-un-salto-digital-con-la-creacion-de-su-app/>

6. Notas

Las entrevistas se han llevado a cabo en cada una de las sedes, Información TV, Alacantí TV, Docetv y APPA. Las entrevistas se grabaron en video con la cámara del Iphone 13.

Anteproyecto

1. Definición de la temática

El reportaje trata sobre cómo pueden o deben afrontar el futuro las televisiones locales en la ciudad de Alicante ante los diversos retos tecnológicos y generacionales. El enfoque es investigar qué están haciendo para adaptarse y su proyección en el tiempo

2. Presentación de los objetivos y principales hipótesis

La hipótesis es que aspectos deben combatir y cómo combatirlos para seguir avanzando:

- Las nuevas tecnologías
- El público joven
- Las fake news
- Las audiencias
- Formas de financiación



3. Cronograma

Lo primero fue documentarse sobre la historia de las televisiones locales en Alicante. Tras eso se llevó a cabo un análisis DAFO sobre la situación objetiva. En adelante se llevó a cabo contacto con los medios a investigar y posteriormente se realizó una entrevista a un miembro de cada medio. Para tener una opinión externa se contactó con la Asociación de Periodistas de Alicante y se llevó a cabo otra entrevista. Tras las entrevistas, completó el análisis DAFO en base a las respuestas de los entrevistados y se comenzó la escritura del reportaje.

4. Relación de los datos y la documentación recabada

Los informes de audiencias de los medios locales informan de una crecida de la audiencia y aun mayor aumento de los seguidores del medio a través de sus diversas redes y plataformas.

Estudio de audiencia de Alacantí TV. (2022, noviembre). *Infortécnica*, *audiencia.org*

<https://audiencia.org/estudios/34409/index.pdf>

Estudio de audiencia de 12tv. (2023, junio). *Infortécnica*. *audiencia.org*

<https://www.audiencia.org/estudios/34522/index.pdf>



5. Selección y presentación de las fuentes propias y justificación.

Las fuentes son un miembro de cada una de las tres cadenas de televisión (Información TV, Alacantí TV, Docetv) y una representante del APPA.

Laura Rodríguez, directora de Docetv

Esther Brotons, gerente de Alacantí TV

Miguel Sánchez, redactor de Información TV

Marisa Ayesta, directora de contenidos de la Asociación de Periodistas de Alicante