

12. atala.

Programaziogintzan eragiten duten faktoreak

Asko dira irratiko edo telebistako programaziogintzan eragina duten faktoreak. Horietariko batzuk, estrukturalak dei daitezkeenak, kanalaren estrategiarekin, tokian tokiko marko ekonomikoarekin, legalarekin, produktiboarekin eta sozialarekin daude lotuta, eta beste batzuk, aldiz, azalekoagoak, ohitura sozialek, konpetentziaren jardunak ala boladek sorturikoak dira. Bakoitzak bere mailan, eta bere eragin-eremuan, programaziogintza baldintzatzen dute.

Faktore horiek ezagutzea, eta bakoitzaren aurrean hartu beharreko jarrera, neurriak eta teknikak ezagutu behar ditu programazio-taula eraikitzea bere egitekoen artean daukan profesionalak.

12. ATALA: PROGRAMAZIOGINTZAN ERAGITEN DUTEN FAKTOREAK

1. Igorlearengan eragina duten faktoreak
 - Ikus-entzunezkoen legedia
 - Publizitateari dagokion legedia
 - Emisioen arauketa teknikoa
 - Egoera sozio-politikoa
 - Irrati-telebistaren seinalearen baldintza teknikoak
 - Emisio-eremua
 - Telebista-sistema
 - Finantzazioa
 - Kanalaren jarrera ideologikoa/filosofikoa
 - Kateak zenbat kanal
 - Baliabide produktiboak
 - Aurrekontua
 - Kontratuak, eskubideak...
2. Mezuan eragina duten faktoreak
 - Programen eskuragarritasuna
 - Programazio-taula nolakoa
 - Konpetentzia zertan ari den
 - Kostua
 - Urtaroa/Data/Ordutegia/Iraupena
 - Erakargarritasun publizitarioa
 - Xede-taldea
 - Bizialdia
 - Kanalaren/emisoraren nortasuna
 - Gaurkotasuna
3. Hartzailearen eragina duten faktoreak
 - Ohitura sozialak
 - Telebista/Irrati-konsumoa
 - Ikus-entzunezko ekipamendua
 - Gustuak/Boladak
 - Medioei buruzko iritzia (sinesgarritasuna, entretenigarritasuna...)
 - Ideologia
 - Perfil sozio-demografikoa
 - Konpetentziaren jarduna
4. Bibliografia

Aurreko atalean, 11.ean, programaziogintza Igorlea-Mezua-Hartzailea komunikazio-paradigmari jarraituz aztertu dugu. Esandakoaren ildotik, programaziogintza askotariko paradigma da eta alderdi askotatik har daiteke. Antzerakoa da programaziogintzan eragiten duten faktoreen azterketa¹: horietarik gehienek hiru estamentuetan eragina dute,aldi berean. Edozelan ere, faktore horien azalpena errazteko asmoarekin, hiru zutabetan banatu ditugu eta eragin handiena duenean kokatu, guztietan bere garrantzia eduki badaukala jakin arren. Beraz, Igorlea, Mezua eta Hartzailea izango dira programaziogintzan, bere orokortasunean, eragiten duten faktoreen azterketa egiteko erabiliko ditugun eremu nagusiak.

1. IGORLEARENGAN ERAGINA DUTEN FAKTOREAK

1.1. Ikus-entzunezkoen legedia

Kontzentrikoak diren lau eremu politiko-administratiboak eta horietan erabiltzen diren teknologiak gurutzatzen dira ikus-entzunezkoetan, eta bereziki irrati-telebistan, eraginez.

Hau da, Europar Batasunak, Estatu espainiarak eta frantziarrak, Autonomiek eta udalek eraikitako amaraun legala kontuan hartu beharko da emititzerakoan eta, zehatzagoa izanez, programazioa eskaintzerakoan. Gainera, emisioetarako erabiltzen den teknologiak ere (lurreko analogikoa ala digitala, kableari dagokiona ala satellite bidezkoan aplikatzen dena, esaterako) markatzen du bete beharreko arautegia zein den.²

1.2. Publizitateari dagokion legedia

Europar osora emititzen dutenetik udalek ezartzen dituztenetara, edukiak eta, beraz, publizitatea arautzen duen lege-markoa dago.

1.3. Emisioen arauketa teknikoa

Irrati-hedapenerako Europar Batasunak (EBU-UER) markatzen dituen arauak eta baldintzak bete beharko dira irrati-zein telebistaz emititzerakoan. Gainera,

1. Programaziogintzan eragiten duten faktoreak aztertzerakoan, kontuan hartu ditugu, beste batzuen artean, Vilches-ek (1991: 75-95) eta Palacio-k (1991) aipatzen dituztenak.

2. Legediaren erreposoa egiterakoan, lagungarri suertatu zaizkigu honako testu hauek: Azurmendi, A.: "El marco legal de la televisión" in Durández A. y Sánchez-Tabernero, A. (Znd.) (2000): El futuro de la televisión en España, Iruñea: Arthur Andersen eta Universidad de Navarra, 33-51 or. ; Fernández-Beaumont, J. (1999): "Marcos regulatorios actuales y futuros y su incidencia en la televisión de proximidad", Euskal Telebista, [mimeografiatua] eta Azpillaga, P.: "Euskal Herriko balizko komunikazio esparrua: ikus-entzunezkoaren arauketa eta komunikazioko enpresen egitura" in NOR Ikerketa Taldea (2000): Hedabideak eta Euskal Herria, UEU, Bilbo, 57-100 or.

kasuan kasuko, arauketa propioa du estatu bakoitzak eta, beste neurri batean, autonomia-erkidegoek.

1.4. Egoera sozio-politikoa

Estatu espainiarraren eta frantziarraren antolaketa politiko-administratiboa, deszentralizazioari dagokionez, eta ikus-entzunezkoaren kudeaketa (publiko-pribatu-mistoa) ez dira modu berean gertatu. Esaterako, Estatu frantziarrean ez dago telebistagintza autonomikorik; espainiarrean, aldiz, ez da Conseil Supérieur de l'Audiovisuel bezalakorik sortu, digitalizaziorako pausoak oso modu desberdinean hasi ziren, etab.

Eremu politiko-administratibo bakoitzaren baldintzak eta alor horretako erakundeak zeintzuk diren eta zelako agintea duten jakin beharra du programatzaileak, zehatz-mehatz.

1.5. Irrati-telebistaren seinalearen baldintza teknikoak

Satelite bidezkoa ala lurreko seinale analogikoa erabiltzeak asko mugatzen du seinalearen beraren emisio-eremua, baina baita ere zelakoak izango diren eskainiko diren edukiak. Teknologikoki seinale-mota bakoitzak dituen berezitasunak eta potentzialak landu behar du programatzaileak.

1.6. Emisio-eremua

Telebista zein irrati bakoitzaren seinalea fisikoki noraino heltzen den asko markatuko du emisora horren audientzia potentziala eta erreferentzia-taldea, eta horrek, jakina, eragin zuzena izango du edukietan: informazioetan aipatzen direnak ikus-entzuleentzat hurbilak izatea, iragartzen diren zerbitzu/produktuak eskuragarri edukitzea ingurune horretan, populazioaren gustuak eta izaera kontuan hartuta antolatuko diren programazio-taulak...

1.7. Telebista-sistema

Lehen ere aipatu dugun modura, legeak hala ahalbidetzen duenean, hainbat tokitan batera aritzen dira telebista pribatuak eta publikoak, eremu urrikoak edo kontinente osorako emititzen dutenak. Era batekoak ala bestekoak izateak asko markatzen du eguneroko jarduna eta, horren barruan, edukiak. Gureari dagokionez, konkurrentzialak diren sistemetan gaudelarik, irrati-telebistagintza pribatuaren eragina oso handia izan dela ikusi da.

1.8. Finantzazioa

Hemen ere, tokian tokiko legediak dioenaren arabera, telebistagintzak (ez horrenbeste irratiak) finantzazio publikoa izan dezake edo abonua eta harpidetza-mota desberdinak aplikatu dirua biltzeko. Finantzazio pribatua daukaten emisoren

artean publizitatea izaten da diru-etorrera oparoena. Gure kasuan, Estatu espainiarrean zein frantziarrean, mota guztietakoak daude, baita aldi berean finantzazio publikoa eta publizitarioa jasotzen dutenak ere.

1.9. Kanalaren jarrera ideologiko/filosofikoa

Jabegoak eta hartuko duen abiapuntu filosofikoak asko eragingo du irrati/telebista bakoitzaren zeregina eta eskainiko duen programazioa. Etekina helburu nagusi eta bakar modura duenak eta zerbitzu publikoaren izenean ari denak ez dute ez helburuetan ezta erabiliko dituen medioetan gauzak modu berean egingo.

1.10. Kateak zenbat kanal

Merkatuan aurki daitezkeen beste aukerek irrati/telebista bakoitzaren eskaintza baldintzatzen duten bezala, kate bakoitzak bere baitan zenbat eta zelako kanalak dituen kontuan hartu beharko da, bakoitzaren edukia definitzerakoan. Alegia, kanal ugari dituzten irrati/telebisten kasuan, bakoitza eduki batean espezializatu daiteke, beren arteko osagarritasuna eta sinergiak bila ditzakete, konpetentziaren kontra elkarrekin jokatu, etab.

1.11. Baliabide produktiboak

Emisora bakoitzak aireratuko duen programazioa zirriborratzerakoan, oso argi eduki behar da norainokoa duen kanal horrek kanpoan erosi ala etxean programak ekoizteko modua. Gainera, produkzioarako ahalmen hori ez da genero guztietan maila berean gertatzen (albistegiak ala kirol erretransmisioak, lehiaketak ala fikzioa), eta horrek asko baldintzatzen du eskainiko den programazioaren nondik norakoa, edukiei eta kostuei dagokienez.

1.12. Aurrekontua

Programazio-taula osoa zein programa soil bat burutzeko dagoen diru-kopurua zenbatekoa den ondo baino hobeto kudeatzen jakitea izango da programatzailearen zereginetako bat. Muga horien barruan mugitu beharrak edukietan eta bestelako osagarri formaletan eragingo du.

1.13. Kontratuak, eskubideak...

Lehen ere ikusi dugun modura, legedi teknikoak zein irratiaren/telebistaren egitura politikoak asko baldintzatuko du telebista zein irrati batek eskain dezakeena. Arautegi orokor horiek ez ezik, badira beste arautegi puntualagoak; esaterako, kirol-erretransmisioei lotua, artxiboan dauden filmak zenbat aldiz aireratu daitezkeen, aurkezle zein artisten kontratuek markatzen dituzten mugak errespetatzea, etab.

2. MEZUAN ERAGINA DUTEN FAKTOREAK

Irrati/telebisten Mezua definitzerakoan, programa soil bat, ordu-multzo bat ala programazio-taula osoa kontsidera daitezke. Guk, hemen, maila desberdin horietan guztietan aurki daitezkeen faktoreak aipatuko ditugu segidan.

2.1. Programen eskuragarritasuna

Programak zein formatu desberdinak eskuratu eta emititu ahal izateko lanak ez dira errazak izaten, gainera produkzio-epeak, banaketa-sistemak, eskusibitateen arauak, kontratuak eta abar nahiko faktore garrantzitsuak dira programa desberdinak antenartzeko bidean.

2.2. Programazio-taula nolakoa

Medio bakoitzaren programazioa osatzerakoan, asko dira kontuan hartu beharreko faktoreak, batzuk ohituran (*prime-time*aren hasieran albistegi bat kokatzea, telenobelak bazkalostean...), boladan (psycho-lehiaketak, kamera izkutuak...), berrikuntza programatiboetan —Barcelona Televisió-n esaterako ez dituzte saio laburrak baino emititzen; Euronews-en, bestalde, programazio ziklikoa erabiltzen dute, erloju-diagramaren tankerakoa— ala baldintza puntaletan oinarrituak eta beste batzuk entearen helburu estrategikoak abiapuntu modura hartuta. Edozein kasutan ere, programazio-taula nola eraikitzen den eta bertan programak nola kokatzen diren faktore eragingarria da mezuaren esangura eta interpretazioa egiteko.

2.3. Konpetentzia zertan ari den

Irrati-telebistagintzan jarduten duten enteek arreta handiz jarraitzen dute konpetentzia zertan ari den eta, bereziki, nagusi den kanal/emandegiaren nondik norakoak, audientzia zati batzuk kentzeko ala albora utzi dituenak eskuratzeko.

Programen zein programazio-taulen egonkortasunean eragin handia du, beraz, beste kanalen jardunak.

2.4. Kostua

Programak aireratu ala ez eztabaidatzen denean, programak zein sorta osoak izango duen kostua, eskuratuko duen audientzia eta publizitatea kontuan hartzen dira.

2.5. Urtarora/Data/Ordutegia/Iraupena

Programazioak ez dira berdinak izaten urteko sasoi, egun ala ordutegi guztietan. Nagusiki, ohitura sozialen arabera eta zein baldintza produktiboetan oinarrituta dauden, programazio-taula oso desberdinak plazaratzen dira.

2.6. Erakargarritasun publizitaria

Programen osagarri endogenoek (generoa, edukia, formatua, iraupena, aurkezpen-mota, errealizazioa...) eta pantailaratu ondorengoek (kokapena programazio-taulan, audientzia-maila, kompetenziaren jarduna...) asko baldintzatzen dute publizitarioki izango duen garrantzia.

Edozelan ere, garbi dago ezen, programa batzuk, eta orokorrean programazio-taula batzuk, publizitaterako egokiagoak direla beste batzuk baino, eta halaxe jokatzeko dute.

Esandakoaren ondorioz —emisora komertzialetan bereziki—, publizitaterako egokia izatea eta bide horretatik dirua erakartzea izan daiteke programa bat ekoizten hasteko ala programazio-taulan mantentzeko egon daitezkeen arrazoietako bat.

2.7. Xede-taldea

Programaren edukia (generoa) eta bere osagarri formalak (formatua, errealizazioa, etab., baina baita ere emisio-ordutegia) oso garrantzitsuak dira saio baten xede-taldera heldu ahal izateko.

2.8. Bizialdia

Telebistako ala irratiko saio bat (genero bat ala programazio-taula oso bat bezalatsu) pantailaraten hasi, garatzen eta desagertzen den bitartean, denbora-zati bat igarotzen da. Ziklo horri deitzen zaio bizialdia.

Programa desberdinen tratamendu tekniko-espresiboetan, edukietan ala aurkezpenetan egon daitezkeen gorabeheraz gain, ez dago zalantzarik ezen programak, beste produktu guztiek bezala, bizialdi bat daukatela. Zaila da arrazoi bakarri egozte programaren jaiotzatik desagertzen den unera arteko denbora zenbatekoa eta zelakoa den, baina audientzia-maila, formatuaren inguruko saturazioa, kompetenziaren jarrera, eta abar kontuan hartu beharrekoak dira.

2.9. Kanalaren/emisoraren nortasuna

Berezkoa duen ikuspegi filosofikoaz gain, kanal/emisora bakoitzak nortasun propioa behar du. Kanalaren definizioan, esaterako, oso garrantzitsua izaten da orotarikoa ala tematikoa den, generoei dagokienez. Azken horietan, gainera, auke-ratutako generoak programazio osoa mugatuko du, neurri handi batean.

2.10. Gaurkotasuna

Aktualitateak aginduta, programazio-taulak eta saioen edukiak egokitu egiten dira. Horietariko gertaera batzuk aldeztatik aurretik planifika daitezke (olinpiadak, futbol-lehiaketa handiak...), eta beste batzuk, aldiz, bat-batean gertatzen dira (atentatuak, pertsonaia ospetsuen heriotzak, istripu naturalak...).

3. HARTZAILEARENGAN ERAGINA DUTEN FAKTOREAK

Ikus-entzuleen izaera sozio-demografikoak, gustuak, irrati-telebistan egindako kontsumo-orduak edota etxebizitzetako ikus-entzunezko ekipamenduak hartzaileen jokaera baldintzatzen duten neurri berean, programazioan ere eragina dute. Programatzen dabilen edonork kontuan hartu beharko dituen faktoreen artean daude, beraz, hartzailearen ingurukoak. Ondoren datozenak dira nagusienak.

3.1. Ohitura sozialak

Tokian tokiko biztanleek dituzten baldintza orokorrek (langabezia-tasa, eskolaratze-maila, hizkuntzen ezagutza, zaletasunak, sinesmen erlijiosoak, azpiegitura kulturala...) eta ohiturek (aisialdiaren erabilera, kontsumo kulturala, kirol-zaletasuna...) eguneroko portaeran duten eragina handia da. Gainera, esaniko horiek guztiak eguraldiak, eguneko argi-orduak, kontzentrazio urbanoaren mailak eta abarrek baldintzatzen dute populazioak izan dezakeen denboraren erabilera. Horiek guztiek, nola ez, markatuko dute medio desberdinen kontsumoa, eta horien artean telebistarena eta irratiarena.

3.2. Telebista/Irrati-kontsumoa

Denbora librearen erabileran leku handia daukate hedabideek eta, bereziki, telebistak eta irratia. Baina, nola ez, denbora-tarte horren banaketa ez da toki guztietan eta pertsona guztiengan modu berean ematen. Kontsumo mediatiko horren erabilerak urtaroak, egunak eta ordu bereziak ditu, eta horiek ezagutu behar dira ondo, eragin handia dutelako programazioan. Programazio-taulak ezin dira eraiki populazioaren kontsumo-portaera nolakoa den aztertu barik, orokorrean zein segmentu sozio-demografikoen joera kontuan hartu barik.

Gainera, telebista/irradi-kontsumoaren faktoreak kontuan hartu beharko dira, esaterako, banakakoa den ala familiar gertatzen den, seme-alaben kopurua, hargailua zein gelatan dagoen kokatua, etxeetan ala tabernetan ikus-entzuten den, etab. Faktore horiek, eta horiekin lotuta dagoen teleagintzaren “jabegoa” zeinek duen, esaterako, eragina dute kontsumoan.

3.3. Ikus-entzunezko ekipamendua

Gure kontsumo mediatikoaren joerak eta denbora horren erabileran eragin handia du etxean daukagun ikus-entzunezko ekipamenduak eta, beraz, garapen teknologikoak.

Neurri handi batean, satellite ala kable bidezko telebista/irradi-seinaleak jaso ahal izateak markatuko du emisio batzuk ikus-entzun ahal izatea ala ez. Modu berean, zenbat irrati/telebista-hargailu ditugun, ordenagailua dugun ala ez ala bes-telako ikus-entzunezko tresna elektrikoaren presentziak markatuko du irratiaren/telebistaren kontsumoa.

3.4. *Gustuak/Boladak*

Bizitzaren beste alor guztietan bezalaxe, irratia-telebista kontsumo-portaeran eragin handia du norberaren gustuak eta zaletasunak eta, baita ere, inguru sozialetik jasotzen diren estimuluaren aurreko erreakzioak. Modu horretara, telebista-saio zein irrasaio batzuk boladaka “beharrezkotzat” hartzen dira. Soziologikoki begien bistakoa den joera horrek eramaten ditu hainbat telebista/irradi antzerako programak eskaintzera.

3.5. *Medioen gaineko iritzia (sinesgarritasuna, entretenigarritasuna...)*

Hedabide bakoitzaren izaerak, kontsumo-patroiak ala historiak baldintzaturik, iritzi desberdinak sortzen ditu populazioarengan. Batzuk gehiago identifikatzen dira entretenimienduz, informazioaz baino; beste batzuk, aldiz, seriotasunaz eta objektibotasunaz. Alegia, medio bakoitza ñabardura batzuen jabe izaten da, bere ibilbidean gorabeherak eduki ditzakeen arren. Medioei buruzko iritzi horrek baldintzatzen du, baita ere, programatzailearen lana. Noizean behin egiten diren ikerketa soziologikoetan hedabide bakoitzaren sinesgarritasuna, entretenigarritasuna, objektibotasuna, ikusgarritasuna eta horrelako faktoreak neurtzen dira, eta iritzi horien berri edukitzea oso komenigarria da.

3.6. *Ideologia*

Ikus-entzuleen jarrera ideologikoak eragina du programaren edo programazio-taulen aurrean eduki dezakeen jarreraren eta kontsumo-portaeran.

3.7. *Perfil sozio-demografikoa*

Populazioaren eta horren baitan kokatzen den audientziaren izaera sozio-demografikoak eragina izango du jende-multzo horrek izango dituen kontsumo-portaeretan. Gainera, telebista eta irratia sarri taldean ikus-entzuten denez, talde horietan sortzen diren dinamika propioek ere kontuan hartu behar izaten dira.

3.8. *Konpetentziaren jarduna*

Ikus-entzuleek eskura dituzten aukeren kopuruak eta tipologia markatzen du nolakoa izango den kontsumo hori. Programatzaileak ugaritasun/urritasun hori aintzakotzat hartuz egingo ditu bere eskaintzak, zeren eta, aukera gehiago dituzten neurrian, audientzia sakabanatzeko arriskua baitago.

IGORLEA

- Legedia orok.:
 - EB
 - Estatuak
 - Autonomiak
 - Udalak
- Publizitate-legedia
- Emisio-legedia: UER...
- Egoera sozio-polit.
- Baldintza teknikoak
- Emisio-eremua
- Telebista-sistema:
 - pribatua
 - publikoa
 - mistoa
- Finantzazioa:
 - abonua
 - harpidetza
 - publizitatea
 - publikoa
 - mistoa
- Kanalaren filosofia
- Kateak zenbat kanal
- Baliabide produktiboak
- Aurrekontua
- Kontratuak, eskubideak...

MEZUA

- Programaren eskuragarritasuna
- Parrila nolakoa:
 - ohitura
 - modak
 - estrategiak
- Kompetentzia zertan?
- Kostua
- Iraupena/ordua
- Erakargarritasun publizitarioa
- Edukia, formatua eta Helburu-taldea
- Bizitza-zikloa
- Kanalaren definizioa
- Gaurkotasuna

HARTZAILEA

- Ohitura sozialak
- Telebista-konsumoa
- Ekipamendua
- Gustuak/boladak
- Iritzia
- Ideologia
- Perfil sozio-demografikoa
- Kompetentziaren jarduna

4. BIBLIOGRAFIA

- Azpillaga, P.: “Euskal Herriko balizko komunikazio esparrua: ikus-entzunezkoaren arauketa eta komunikazioko enpresen egitura”, in Nor Ikerketa Taldea, *Hedabideak eta Euskal Herria*, UEU, Bilbo, 57-100.
- Azurmendi, A. (2000): “El marco legal de la televisión”, in Durández A. eta Sánchez-Taberero, A. (zuz.), *El futuro de la televisión en España*, Arthur Andersen eta Universidad de Navarra, Iruñea, 33-51.
- Fernández-Beaumont, J. (1999): “Marcos regulatorios actuales y futuros y su incidencia en la televisión de proximidad”, Euskal Telebista. [Mimeografiatua].
- Palacio, M. (1991): “La práctica profesional del programador”, *Archivos de la Filmoteca de la Generalitat Valenciana*, **9**, 116-123.
- Vilches, L. (1991): “Factores que condicionan la parrilla de programación”, in Peñafiel, C., Ibáñez, J. L. eta Castilla, M. (arg.), *La televisión que viene: nuevas tendencias en programación*, EHU, Leioa, 75-95.