

2. atala.

Telebista-eskaintza

Ikusgai ditugun kanalen kopurua biderkatu egin da azken urteotan, eta, dirudienez, bide beretik joko du etorkizunean ere. Ugaritasun horrek eskaintza puztu eta, neurri batean, aldatu egin du.

Telebista-eskaintzaren bilakaera aztertzeko, programa edo programazio bakoitzean aurki daitekeen generoa da erabili izan den faktore esanguratsuenena. Baina egia da generoaren definizioa gero eta zailagoa suertatzen zaigula, eskaintza tematikoa, generoen arteko hibridazioa eta formatuetan eman den bilakaera dela medio.

Atal honetan, genero-sailkapen nagusienak erabiliko ditugu telebistaz eskaintzen zaigun edukia eta bere osagarri formalak zeintzuk diren hobeto ezagutu ahal izateko.

2. ATALA: TELEBISTA-ESKAINNTZA

1. Eskaintzaren araberako azterketa
 - 1.1. Birrarauketaren ondoko panorama berria
 - 1.2. Garapen teknologikoen eraginak
 - 1.3. Telebistaren eta bere eskaintzaren inguruko pertzepzioa
 - 1.4. Sailkapen-proposamen desberdinak: Escort (EBU-UER), CSA, Médiamétrie, Euromonitor eta TNS.
2. Generoen definizioa.
 - Erliziozkoak
 - Kultura/Hezitzaileak
 - Informazioa
 - Miszelanea
 - *Infoshow*ak
 - Lehiaketak eta zozketak
 - Kirolak
 - Zezenketak
 - Musika
 - Fikzioa
 - Publizitatea
3. Genero desberdinen garrantziaren bilakaera eta gaur eguna
4. Bibliografia
5. Gehigarriak
 - Intereseko webguneak
 - Telebista-programazioko aldizkariak
 - Telebista-programazioko webguneak

1. ESKAINTZAREN ARABERAKO AZTERKETA

Telebistagintza publikoa eta pribatua merkatu berean lehiatu zitezten 80ko hamarkadan eginiko birrarauketak eta betidanik medioari aplikatu izan zaizkion eta azken denboraldian berebiziko abiada hartu duten aurrerapen teknologikoez osatzen dute gaur-gaurko eta seguruenik mende-hasierako lehen hamarkadetarako testuinguru erreferentziala.

1.1. Birrarauketaren ondoko panorama berria

Joan zen mendearen erdi aldean egin ziren lehen telebista-emanaldiak. Gure artean, aurreko atalean ikusi dugun modura, telebistagintza estatuen esku zegoen, monopolio eran, antolaketan zentralista eta medio gisa zituen helburuetan eta plazaratzen zituen edukietan politikoki oso lerratua, gehienbat Francoren agindupeko administrazioari dagokion lurraldean (Contreras eta Palacio, 2001: 45-85).

Panorama hartan, kanal-kopuruari dagokionez, baina baita ere igorle hartzailearen arteko harremanari zegokionez, eskaintza oso apala zen, “zerbitzu publikoaren” logikak eraikia, eta audientziaren gorabeheraren eta publizitatearen eragine-tatik nahiko libre. Emisio-orduak mugatuak ziren, etxebizitza bakoitzean hargailu bakarra zegoen, teleaginterik gabea, eta, beraz, nagusi zen famili giroko talde-kontsumoa (Gomez-Escalonilla, 2003).

Paleotelebistagintza deitu izan den sasoi hartan (Cortés, 1999: 17-51), puzzle itxurako eskaintza zegoen —orotarikoa ere deitu izan dena—, kanal bakarraren edo biren eskutik zetorrena. Programazio-taula genero askotariko saioez osatzen zen, eta saio horiek ez zeukaten inongo erlaziorik, ez kokapenean, iraupenean, estiloan, edukian ez eta emisio-orduan. Gero nagusitu zen “fluxuaren” jokamoldea 11. atalean jorratzen da. Emisio-orduak, kopuruz mugatuak, *prime-time*aren inguruak eta eguerdi-partekoak ziren.

Bost urteko aldean, telebistagintza publikoaren eta pribatuaren arteko norgehiagokoari hasiera emango zion birrarauketa jarri zen martxan estatu frantziarrean eta espainiarrean. Egia da ordurako ETB aintzindari zela, kanal autonomikoez eta lehen boladako telebista lokalek Estatu espainiarreko telebista-egiturari aldaketa sakona ezarri ziotela.

Neotelebistagintza bataiatu zuten aroaren hasiera izan zen, eta, testuinguru gisa, besteak beste, honako ezaugarriak izan zituen: jabego pribatua eta publikoa zuten kanalak merkatu berean aritzea, —beraz, transmisio-sistema desberdin bidezko kanal-kopurua biderkatzea—, publizitatea aintzakotzat zuen audientzia-ikerketak normaltzea, eguneko 24 orduko emisio-ordutegia estandarizatzea, sutondoko hargailu-kopuruak gora egitea, teleagintearen erabilera orokortzea eta “igorlearen” logikatik merkatu-legearen arabera telebistagintzara pasatzea.

1980-90 bitarteko urte mugarri haietan telebistagintzaren panoraman sumatzen ziren joerak aztertu zituzten Prado-k, Huertas-ek eta Perona-k (1992), eta baita hausnarketa egin eta orduko programazioan eskaintzen ziren genero bakoitzaren garrantziak izandako bilakaeraz eta etorkizunerako aurreikusten zirenei buruz hausnartu.

Hiru ikerlari horien esanetan, bost ziren telebista-programaziorako bide urratu berriak (ikus Arana, 1998):

a) Programa asko asterokoak izatetik egunerokoak izatera pasatzen dira. Audientziaren fidelizazioa lortu gurak emisio-maiztasuna areagotzea ekarri zuen.

b) Programen iraupena luzatu egiten da eta, logotipo eta aurkezle bera erabiliz, “zirku-karpa” gisa, horien pean eduki zein genero desberdina duten zati heterogenoak paratzen dituzte.

c) Espektakularizaziorako bidea gero eta markatuagoa da, eta genero guztiak hartzen ditu bere baitan. Programa-mota desberdinen arteko mugak desagertu egiten dira, eta Informazioa, Fikzioa, Showa eta Publizitatea konbinatzen dira, ordura arte ez bezala. Gainera, programen tratamendu teknikoa eta errealizazioa espektakularizazio horren esanetara jartzen dira.

d) Aurkezle gisa aritzen diren *izar berrien* presentzia azpimarratzen da. Farandula-mundutik etorritakoak edo telebistak berak sortuak, bitartekari berri horiek programaren ardatz bilakatzen dira, eta beren nortasunean oinarritzen da saioaren itxuraketa osoa.

e) Publizitateak garrantzi handia irabazten du eta, aldi berean, ugaritu egiten dira hartuko dituen formak: publie-reportajeak, programa barruan eginiko aipamenak, gaininprimaketak, publizitate estatikoa, etab.

Telebistagintza pribatuaren etorrerarekin hasi eta ondoren irmotu ziren joera horiek ez ziren kanal guztietan modu berean eta kolpean gertatu, baina espektakularizazioa, audientzia-etekina ahalik eta azkarren lortu gura, eskaintzen mimetismoa eta, oro har, epe laburreko programazio miopikoa barneratuz joan ziren guztietan, lanerako eta kanalaren ustiaketarako filosofia berri gisa.

1.2. Garapen teknologikoen eraginak

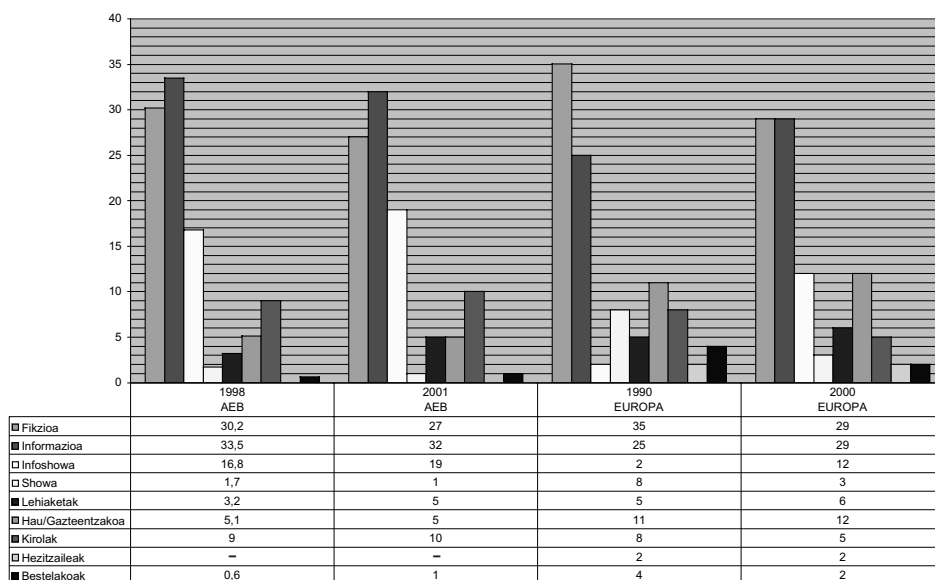
Lurreko telebistagintza analogikoa erabiltzen zuen transmisio-sistemari satellite eta kable bidezkoak gehitu behar izan zitzaizkion, joan zen mendearen azketan. Kanal-kopuruari dagokionez, berriz, biderkatu egin zen eskaintza eta, gainera, telebistagintza tematikoaren kontzeptua erabiltzen hasi zen. Populazioaren atal txikientzako (sozio-demografikoki, kulturalki, gustuen arabera...) ere, eskaintza propioa eta berezitua bideratzeko baldintza teknologikoak, enpresarialak eta sozialak iritsiak omen ziren.

Orain, ordea, digitalizazioaren agintaldian gauden honetan, telebistagintza pribatua gurera etorri ondoko paradoxa berberak kronifikatuko ote diren zantzuak sumatzen dira: eskaintzaren ugaritzearen eta aniztasunaren arteko proportzio eza. Kezka horrek bultzatuta, eta AEBko panorama Europan gertatuko denaren erakusletzat hartuta, Prado-k (2002) orotariko kanaletako generoak eta multikanalak diren eskaintzen balizko espezializazioa aztertu ditu, genero gutxi batzuen inguruan antolatutako telebista-eskaintza agerian utziz.

Bere esanetan, urte batzuk lehenago AEBen izandako ibilbide beretik, Europako orotariko telebistagintzaren eskaintzak hiru generoen inguruko kontzentrazioarako joera izan du azken urteotan.

Hala nola, Fikzioa lehen postuan mantentzen da, Informazioarekin eta Infoshowarekin batera hirukote gaindiezina osatuz. Triada horrek, 1990ean bezala 2000an ere, programazio-tauletan 10 emisio-ordutik 7 eskuratzeko adinako garrantzia dauka.

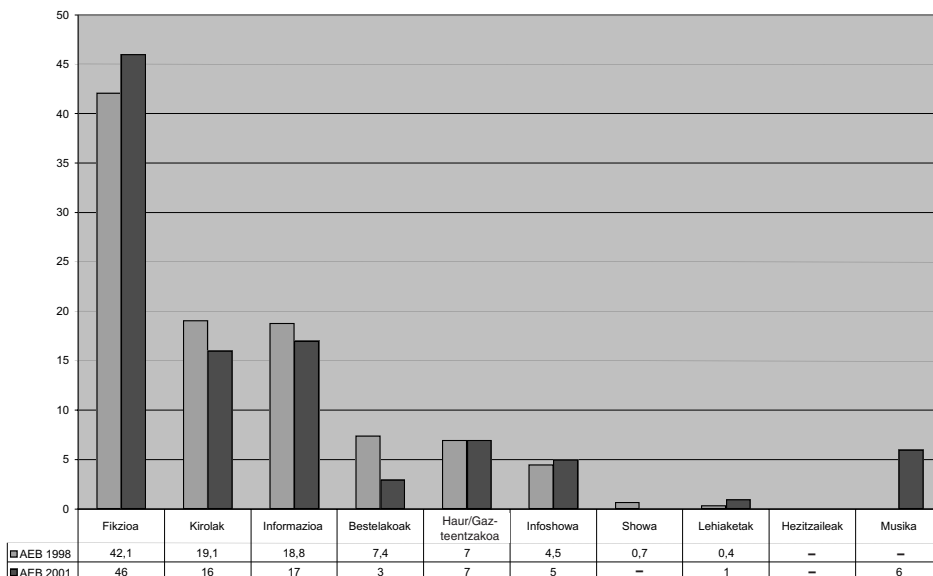
Orotariko kanalen eskaintzaren bilakaera-Usamonitor (1998 eta 2001) eta Euromonitor (1990 eta 2000)



AEBren eta Europaren arteko mimetismo hori kontuan hartuta eta han eskaintza multikanalari dagokion esperientzia gehiago daukanez, Usamonitorren datuetan arakatu du Europako etorkizuna nolakoa izan daitekeen zirriborrazeko. Modu honetara, 1998ko eta 2001eko datuetan oinarrituta, eta eskaintza multikanalaren batezbestekoa eginez, orotariko eskaintzan lehenetsiak diren generoen nagusitasuna ageri da. Hau da, Fikzioa, Kirolak eta Informazioa gehituz gero,

emittitutako orduen %80 inguru eskuratzen dute Kopurutzar horren ondotik Haur/Gazteentzakoa eta *Infoshowa* orotariko telebistetan ez bezala oso plano apalean gelditze dira. Prado-k dioenez, “oparotasuna eta aniztasuna ez dira sinonimo”, eta aipatutako kopuruak ditugu horren lekuko.

Eskaintza multikanalaren bilakaera-Usamonitor (1998 eta 2001)



Beraz, AEBn eskaintza multikanalak duen eskarmentuan eta digitalizazioaren garaiko Europar antzematen diren etorkizunerako joerak hauexek dira (Prado, 2002a eta 2002b):

a) kanal-kopurua puztu izanak ez du aniztasuna ekarri. Gero eta gehiago dira genero gutxi batzuen inguruan antolatzen diren programazio-taulak;

b) merkatuaren legea nagusi, eskaintza berdindu egin da, eta Europako estatu-idiosinkrasien, ipar/hego ardatz geopolitiko bereizgarriaren eta telebistagintza pribatuaren aintzinakotasunaren eraginak ezabatu dira;

c) AEBren ibilbidea telebistagintza europarrentzako eredua da, gero eta gehiago;

d) ikusgarritasuna da apustu programatikoen epizentroa, eta *Infoshowa* bere adierazgarri markatuena (generoaren garrantzia handitu egiten delako, Informazioa espektakularizatu egin delako eta *Infoshowaren* ñabardurak gainontzeko generoetara zabaltzen direlako).

1.3. TELEBISTAREN ETA BERE ESKAINTZAREN INGURUKO PERTZEPZIOA

Marko legalean izandako aldaketak zein teknologikoki gertatu diren aurrerapausoek telebistaren eskaintzan izan duten eragina aztertzen ari garen atal hauetan, beste osagarri bat mahaigaineratuko dugu: medioaren pertzeptzioaz izan den bilakaera. Izan ere, Prado-k aztertu dituen telebista-eskaintzaren joerak ezin dira ulertu soil-soilik ikuspegi ekonomikotik, produktibotik edo industrialetik begiratuta. Telebistarekiko jarrera eta ikus-entzuleriak harengandik zer espero duen eta bere egunero-koan hargailua piztu eta zer aukeratzen duen aztertzea oso garrantzitsua da.

Momentu historiko honetan eta bizileku dugun munduko inguru hauetan, telebistaren eta bere programa-eskaintzaren dinamika egitura mediatiko orokorraren barruan, produkzio-, merkaturatze- eta programatze-sistema eta errutina oso zehatzetan kokatu beharra dago. Indar-faktore horien erdian, medioaren inguruko pertzeptzio soziala eta kontsumitzeko ohitura batzuk sortzen dira.

Kausalitate-legearen aplikazio soilean sinisten ez dugunez, eskaintzaren eta eskaeraren arteko jokia korapilotsua dela aitortu beharra daukagu. Gainera, gaur egungo telebistagintzan, eskaeraren inguruko informazioa zaila da lortzen eta, aldiz, oso ugaria kontsumoari buruzkoa. Beraz, telebista-eskaintza eta horrekiko ikus-entzuleen erantzuna eta, oro har, medioaren inguruko pertzeptzioaren azterketa zeharkako hausnarketaren ondorioz bakarrik lor daitezke.

Lehenago ere ikusi dugun modura, telebistagintzaren historia laburrean, azken bi hamarkadak eskaintzaren espektakularizazioa, audientziarik handiena ahalik eta arinen lortzeko lehia, programen estandarizazioa eta homogenota-suna eta, oro har, entretenitzea helburu duen medioa finkatzearen lekuko izan dira.

Epe laburreko errentagarritasuna bilatzen duen medioak audientzia-neurketan izan du aliaturik garbiena, eta audimetria teknikarik aproposena. Telebista-genero desberdinen kontsumo-mailak markatu du arrakasta eta, aldi berean, hurrengo egunetarako eskaintzaren patroia. Eginiko inbertsio erraldoiak amortizatu gurak ekarri du, duda izpirik gabe, orotariko telebistagintzan ospetsuak diren generoak kanal tematikoetara ere esportatzea. Fikzioa, Kirolak eta Informazioa dira orotariko telebista-eskaintzaren osagarri nagusiak, eta horiek berberak dira eskaintza multikanalarena, eta, esan bezala, ez kasualitatez.

Esanikoaz gain, badira telebistagintzaren inguruan gertatu diren beste aldaketa-elementu aipagarri batzuk. Hiru, behintzat, bai: seinalearen transmisio-sistemen ugaritzea eta euskarri berri horiek edukiz hornitu beharra, ikus-entzunezko medioen eta informatikaren arteko konbergentziarako pausoak eta, azkenik, telebista-kontsumoaren eta medioaren inguruko pertzeptzioan gertaturiko bilakaera.

Azken horrek, beste faktoreak bezala, kontsumo-baldintzatzailea denez, eskaintzan ere eragina dauka. Ikus dezagun, labor-labor, telebistarenganako pertzepzioan eta medioaren gozamen sozialean sumatzen diren joera batzuk.

- etxebizitza gehienetan asko ugaritu da ikus-entzunezko ekipamendua, eta errezezio-sistema ugarien bidez seinalea jaso, grabatu eta dosifikatzeko¹ aukera dago (TNS, 2004);
- telebista-hargailu bat baino gehiago egotea orokortu denez, horietariko batzuk etxekide guztientzako diren geletatik logeletan kokatuak izatera eramane du, eta horrek talde-kontsumotik norbanakakora jauzia emateko bidea erraztu du²;
- *zapping*-ak telebista ikusteko eta egiteko moduak baldintzatu ditu. Nagusiki publizitatea saihesteko, baina, baita ere, gero eta gehiago diren beste kanaletan zer dagoen jakiteko hara eta hona aritzeak programazio-taula sekuentzialaren kontzeptua aldatu du³.
- kanal desberdinetatik jasotako programa-dieta norberak egiteko joerak eta tematikoki espezializatuta dagoen eskaintzaren presentziak audientziaren segmentazioa dakar;
- orotariko kanalen irudia degradatuz doa tematikoen onerako, baina, harri-garria bada ere, telebista berezitu horien kontsumoan oso patroia tradizionala nagusitzen da⁴;
- oraindik ere aisialdiaren erabilera telebistak duen lekutzarra diskutiezina bada ere, gazte-jendearengan eta gizartearen hainbat sektoretan internet eta bestelako ikus-entzunezkoen erabilera hobesten da (Franquet, 2003);
- telebistaren garrantzia ukaezina da, baina, ezin ezkutatu, haren eraginean (publizitarioa, politikoa, informazio-iturri gisa, iritzia osatzeko...) sortu direla beste medio batzuk, sinesgarritasun-mailan gora doazenak (irratia, kasurako). Telebista, huts-hutsean, entretenitzeko tresna izateko bidean kokatu da, eta hori izan daiteke bere garapenerako galga, etorkizunera begira.

1. Personal Video Recorder (PVR) delakoak telebistara heltzen diren seinaleak disko gogor batean kalitate digitalaz grabatzeko aukera eskaintzen du. Maneiatzeko erraza den eta prestazio ugari dituen bideo sofistikatu honek orain arte nagusi izan den emisio- eta kontsumo-ordu sinkronikoaren kontzeptua aldatu du. PVR modelo desberdinak kaleratu dituzten enpresen artean daude: TiVo (www.tivo.com), Ultimate TV <www.microsoft.com/ultimatetv/>, Replay <www.digitalnetworksna.com/about/replaytv/> eta InOut Television <www.inout.tv/> izenekoak.

2. Estatu espainiarrean, telebista-kontsumoaren %44 bakarka egiten da; kopuru hori denboraren erdira heltzen da eskaintza multikanala duten etxebizitzetan (GECA, 2004)

3. *Zapping*-ari buruzko aipamenak Vaca-ren (1997: 95-105) eta Sara Torras-en (2003) idatzietan aurki daitezke.

4. TVEren “Panel de aceptación de programas” delakoari buruz eta, oro har, telebistarekiko populazioaren irudiarri eta balorazioari buruz, ikus: Sanchez-Tabernero eta al. (1997: 77-85), García (2001: 110-112) eta CIS (2000 eta 2003). Bestalde, eskaintza multikanalak kontratatzean argudiatzen direnak aztertzen dituzte Garitaonandia et al-ek (1999, 2000, 2002 eta 2004).

1.4. Sailkapen-proposamen desberdinak: Escort (EBU-UER), CSA, Médiamétrie, Euromonitor eta TNS

Telebistaz eskaintzen dena aztertzeko, beharrezkoa da programak bere baitan lerratuko dituen generoen sailkapen sendo eta parekagarria. Azken urteotan biderkatu egin den telebista-eskaintzak, generoen arteko mugak desagertu izanak eta herrialde desberdinen tradizioak ez du sailkapen bakarraren egitasmoa erraztu.

Gure artean, erakunde sendoek bermatzen dituztelako, urtez urteko emaitzak modu erregularrean kaleratzen dituztelako eta ikerkuntza-munduan tradizio gehien dutelako, lau sailkapen nagusitu dira: Escort (EBU-UER), CSA, Euromonitor eta TNS.

1.4.1. EBU-UER

1950an sortu zen EBU-UER (European Broadcasting Union/Unión Europea de Radiodifusión/Union Européenne de Radio-Télévision) izeneko irrati-telebista estatalen elkarte profesional modura. EBU-UERek (<http://www.ebu.ch>) 70 partaide oso eta beste 47 partaide asoziatu baino gehiago ditu gaur egun, eta mota honetako elkarterik handiena da munduan.

Egoitza nagusia Geneban dauka eta bere kide diren irrati-telebistentzako zerbitzu ugari eskaintzen ditu: erretransmisio-eskubideak negoziatu, irrati-telebisten arteko programa- eta zerbitzu-trukaketak erraztu eta maila tekniko, legal, komertzial eta operatiboan aholkularitza eman. Eurovision izeneko kantu-lehiaketa antolatzea bere eginbeharren artean duen erakunde horrek, gainera, irratigintzan zentratutako programa- eta zerbitzu-trukaketa dauka, Euroradio izeneko.

Urte luzez, EBU-UERek programa-sailkapen bat erabili du (Sainz, 1994:27), baina gaur egungo telebistagintzara egokitu nahiak Escort izeneko proiektuan murgiltzera bultzatu zuen 1996an: *European Standard Classification System for Radio and TV Programmes*. Munduan zehar dauden irrati-telebista desberdinen eskaintza aztertu ahal izateko tresna egokia edukitzea, kanalen programa eta programazio desberdinen arteko konparaketa eta urteei buruzko bilakaera egin ahal izatea helburu modura hartuta hasi zen lanean Escort.

Telebista eta irratirako pentsatutako sailkapen honen elementu berritzaileena, agian, multidimentsionaltasunean datza. Alegia, programa bat “genero” etiketaren arabera bakarrik sailkatu beharrean, beste sei elementu kontuan hartzen ditu aldi berean. Besteak beste hauek:

- Helburua: Entreteneitzea, Informatzea, Heztea eta Gizarte-ekintza sustatzea;

- Formatua: Ez-fikzioa, Fikzioa, Entretenigarria eta Musika/dantza;
- Edukia: Informazioa (albistegiak, eguraldia, ekonomia, kirolak, *reality-show*ak, hezitzaileak...), Fikzioa, Entretenigarriak (lehiaketak, barietateak, umorea, *show*ak...), Musika;
- Xede-taldea: Audientzia orokorra, Adin-talde bereziak, Gutxiengoturikoak, Talde profesionalak, Zaletasunean oinarritutakoak;
- Jatorria: Telebista-estudioan, Antzerkian, Zineman, Bideoa, Ekitaldi publiko batean ekoitza...;
- Hizkuntza;
- Partaidetza: parte hartzen dutenen artean pertsonaiak, alderdi politiko nagusien ordezkariak eta horrelakoak daudenean.

1.4.2. CSA

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel delakoak hainbat zeregin betetzen ditu: Estatu frantziarreko ikus-entzunezkoak teknikoki arautzea, emisio-lizentziak banatzea, irrati-telebisten programazioak izango duen betebeharrak sozialak definitu eta kontrolatzea, publizitatearen emisio-baldintzak zaintzea, kanal desberdinek duten genero-eskaintza aztertzea⁵. CSAk (<http://www.csa.fr>) urtero kaleratzen dituen txostenetan, kanal publikoetan zein pribatuetan genero bakoitzari eskaintzen zaion programa-kopurua eta denbora zehazten da, besteak beste.

CSAk erabiltzen duen sailkapenean hauek dira generoei dagozkien multzorik handienak: Informazioa/Zerbitzu Publikokoa, Dokumentalak eta Magazinak, Fikzioa (telesailak eta film luzeak), Entretenigarriak, Kirolak, Publizitatea eta Bestelakoak. Ikus atal honetan CSAn eta TNSren sailkapenak alderatuta (65-66 orrialdeak).

1.4.3. Médiamétrie

Oro har, audientzia-ikerketa lantzen duen enpresa honek Médiamat izeneko audimetria-panel bat du telebistarena neurtzeko. Kontsumoaren eta eskaintzaren arteko alderaketa egin ahal izateko, CSAnarekin antzekotasun dezente duen sailkapena erabiltzen du.

5. Médiamétrie-ren sailkapenak antzekotasun handiak ditu CSAnarekin, baina gu bigarrenaren aldekoak gara datuak eskuraerazagoak direlako, gaur egungoak zein historikoak. Hala ere, Médiamétrie-ren webgunean ikusgai dira azken urte pareko datuak, "L'année TV" izeneko txostenean <www.mediametrie.fr>.

1.4.4. *Euromonitor*

Europako bost herrialdetan antolatutako ikerketa-taldeek osatzen dute Euro-monitor (1989) izeneko telebista-behatokia. Sortu zenetik, Italiako, Erresuma Batuko, Estatu espainiarreko eta frantziarreko eta Alemaniako telebisten-eskaintza aztertu eta bertan ageri diren generoen garrantzia neurtzen du, urtetik urtera ematen den bilakaeraren berri emanez.

Hauek dira Euromonitorrek definitzen dituen makrogeneroak: Hezitzaileak, Haurrentzakoak, Fikzioa, Albistegiak, *Infoshowak*, Gazteentzakoak, Lehiaketak, Showak, Kirolak eta Bestelakoak.

Euromonitorren emaitzak lortzea ez da batere erraza izaten, eta bezeroentzako bakarrik diren txostenak prestatzen dituzte, inoiz artikuluren bat argitaratu badute ere (Prado, 1992; Prado, Huertas eta Perona, 1992 eta Prado, 2002).

1.4.5. *TNS (Taylor Nelson Sofres)*

Taylor and Nelson multinazionalarekin bat eginik, Sofres AM audimetria erabiliz Estatu espainiarreko telebista-audientzia neurtzen duen enpresa da. Telebista-kontsumitzaileek zenbat diren eta nolako perfil soziodemografikoa daukaten jakiteaz gain, programa bakoitzari eta, beraz, genero desberdinei eskaintzen zaien denbora-tartea neurtzen du.

Telebista-kanal bakoitzaren azterketa egiterakoan, hauek dira definituta dituen generoak: Erlijiozkoak, Kulturalak/Hezitzaileak, Informazioa, Miszelanea, *Infoshowak*, Lehiaketak, Kirolak, Zezenketak, Musika, Fikzioa, Kontinuitatea, Salmenta-saioak, Publizitatea eta Bestelakoak.

TNSren datuak bezeroentzako *on line* eskaintzen baditu ere, publiko egiten dira urtekari baten bidez eta, baita ere, bere webgunean edo TVErean. Beraz, eskura errazak direnez eta Estatu espainiarrean homologazio-mailarik altuena lortu duelako, liburu honetan ere, CSAk erabiltzen duenaz gain, gehien aipatuko dugun sailkapena da.

1.4.6. *Sailkapen desberdinen arteko parekotasunak*

Ondoko taulan, gure inguruan nagusi diren sailkapenen arteko erlazioak zirriborrotzen dira. Jatorrizko izendapenak mantendu eta genero bakoitzean kokatzen dituzten azpigeneroak beren artean ezkontzen ahalegindu gara, beti ere, egiten diren ikerketa desberdinen emaitzak erabilgarriak gerta daitezzen.

Telebista-eskaintzarako sailkapen desberdinak

ESCORT (EBU-UER)	CSA	MÉDIAMÉTRIE	EUROMONITOR	TNS
- Drama	- Fiction	- Fiction	- Ficción	- Ficción
			- Infantiles	
			- Juveniles	
- Information	- Information / Émissions de service	- Information	- Informativos	- Información
		- Autres		- Religiosos
				- Divulgativos/Culturales
	- Documentaire et Magazine	- Magazines/Documentaires	- Educativos	
	- Sport	- Sport	- Deportes	- Deportes
- Entertainment	- Divertissement	- Divertissement	- Show	- Miscelánea
			- Concursos/Juegos	- Concursos
			- Infoshow	- Infoshows
				- Musicales
- Music	- Autres émissions	- Musique classique		- Programas de ventas
		- Publicité		- Publicidad
	- Élement de programme			- Continuidad
				- Toros
				- Sin Codificar
			- Otros	- Otros

**Telebista-generoak eta azpigeneroak
(TNSren eta CSaren sailkapenak)**

CSA	TNS
FIKZIOA -Telefilmak -Telenobelak -Telesailak -Marrazki bizidunak -Gazteentzakoak -Zine luzea -Bestelakoak	FIKZIOA -Zine laburra -TV <i>movie</i> ak/Telefilmak -Antzerkia -Jarraikortasun argumentaleko telesailak -Jarraikortasunik gabeko telesailak -Telenobelak - <i>Sit-com</i> ak -Formatu handiko telesailak -Marrazki bizidunak -Miniserieak -Bestelakoak
INFORMAZIOA / ZERBITZU PUBLIKOA -Albistegiak -Gaurkotasuneko magazinak -Informazio buletinak -Emanaldi bereziak -Zerbitzu publikokoak -Bestelakoak	INFORMAZIOA -Albistegi orokorrak -Albistegi berezituak -Atzerriko albistegiak -Gertakizun berezietako albistegiak -Erreportajeak -Iritzia -Hauteskundetakoak -Komunikatu ofizialak
	ERLIJIOZKOAK -Elizkizunak -Gertakizunak -Erljio-saioak
KIROLAK -Kirol-saioak -Erretransmisioak -Bestelakoak	KIROLAK -Zuzeneko erretransmisioak -Diferituko erretransmisioak -Kirol-saioak -Laburpenak -Erretransmisioen aurrekoak/atzekoak
DOKUMENTALAK ETA MAGAZINAK -Platoan buruturikoak -Erreportajeak -Dokumentalak	KULTURA/HEZITZAILEAK -Hezitzaileak -Hitzaldiak -Dokumentalak -Bestelakoak
	MISZELANEA (SASKI-NASKIA) -Magazinak -Umorea -Barietateak -Prentsa arrosa -Zirkua -Kabalgatak/Ihauteriak/Astrologia

ENTRETENIMENDUA -Antzerkia -Barietateak -Lehiaketak -Zirkua -Bestelakoak	LEHIAKETAK - Ikuskizun eta guzti - Ikuskizun gabekoa
	INFOSHOWAK - <i>Talk show</i> - <i>Debate show</i> - <i>Reality show</i>
	MUSIKA - Musika-saioak - Kontzertuak/Emankizunak - Bideo-klipak
BESTELAKOAK -Tele-dendak -Publizitatea	SALMENTA-SAIOAK - Tele-dendak - Salmenta eta demoak - Gida komertzialak
	PUBLIZITATEA
PROGRAMEN OSAGARRIAK	KONTINUITATEA - Programazio aurrerapenak - Transizioak - Egokitzapen-taula - Emisio etena - Autopromozioa - Programazio errejionala
	ZEZENKETAK - Zuzeneko zein diferituko erretransmisioak - Erretransmisioen aurrekoak/atzekoak - Laburpenak - Albistegiak
	KODIFIKATZEKE
	BESTELAKOAK

2. GENEROEN DEFINIZIOA

Lehen ere esan dugun modura, telebistak erabiltzen dituen transmisio-sistemak, sortzen dituen kontsumo-moduak eta, oro har, medioari buruz dagoen pertzepzio soziala aldatuz doaz. Baina ez dira horiek etengabeko bilakaeran sartuta dauden elementu bakarrak. Telebista-eskaintza bera ere moldatuz doa tokiaren eta denboraren arabera. Ondoko pasarteetan ikusiko dugun modura, pantailaratzen dituzten programen generoa, edukia, xede-taldea eta formatua ia nahasturik agertzen zaizkigun kontzeptuak izaten dira. Horrek guztiak zaildu egiten du telebista-eskaintzaren ikuspegi zabala eduki ahal izateko hain baliagarria izaten den sailkapen sendoa eta iraunkorra gauzatzea.

Mugarri-jartze lan honetan, eta behin betikoak izateko asmorik gabe, generoa definitzerakoan nagusi den gaia zein den hartuko dugu guk erreferentzia gisa. Egia da, hala ere, generoen demarkazio tematikoan nori zuzendua den edo noiz emititzen den izaten direla gehitu beharreko beste elementu batzuk. Eta, gainera, azken hamarkadetan generoen arteko hibridazioa bultzatuenez, oso zaila egiten da esatea non hasi eta non bukatzen den bakoitza.

Formatuaz ari garenean, aldiz, edozein generotakoa izanik ere, programak hartzen duen itxuraketa eta edukiaren taxuera ezagun eta identifikagarria aipatu nahi dugu (Saló, 2003⁶). Egia da, ikus-entzunezko produktuen industrializazioak, genero batzuen barruan bereziki, programa-eredu definitu, itxi eta esportagarriak ekoizteko bidea erraztu duela eta, beraz, munduko hainbat telebistatan antzerakoak baino gehiago, berdinak diren programak ikus daitezkeela. Telenobelak, lehiaketak, *doku-showak*, *late-night showak*, albistegiak eta salmenta-saioak, beste batzuen artean, tokian tokirako egokipen txiki batzuk besterik behar ez dituzten formatu estandarizatu horien artean daude.

Hemendik aurrerako pasarteetan egingo dugun telebista-generoen errebasoan, hiru abiapuntu izan ditugu gogoan. Batetik, orotariko kanalak erreferente gisa hartu eta beren eskaintzan arakatu dugu genero bakoitzaren definizioa, elementu osagarriak eta kasu zehatzak erakusteko. Bestetik, Estatu frantziarreko zein espainiarreko telebistagintzaren errealitateak desberdinak diren arren, bietan barrena arituko gara, eta dauzkaten osagarri komunak azpimarratuko ditugu, beti ere bakoitzean berezitasunak egon badaudela jakinik. Azkenik, genero-sailkapenerako TNSeK proposatutakoa hartu dugu ardatz modura.

Adibide gisa aipatuko ditugun programek ez dute gaurkotuena den argazki bat osatzeko nahia baizik, etorkizun hurbilean egon daitezkeen ereduak agerian uzteko.

6. Luis Zubiaurre-ri eginiko elkarrizketaren transkribapenean esaten da: “Yo diría que formato es la expresión de todos los elementos, tanto de contenido como de forma, que dan lugar a un programa y que lo hacen diferente de todos los demás” (231 or.).

2.1. *Erliziozkoak*

Erljio edo joera filosofiko desberdinen ikuspegitik eginiko tele-saioak izaten dira genero honetan kokatzen direnak, jakina den bezala, gure artean erljio katolikoa eta kristaua nagusi direnez, horien inguruan egiten dira genero honetako telebista-saio gehienak. Hala ere, azpimarratu beharra dago azken urteotan France 2 eta TVE 2 kanal publikoek beste fede batzuei ere eskaintzen dizkietela tartea. Esaterako, France 2k “Les chemins de la foi” izeneko erljio-saio multzoan, besteak beste, hauek dira igandero, 08:30-12:05 bitartean aireratzen duten saioaren azpisailak: “Voix boudhistes”, “Islam”, “Source de la vie”, “Presence protestante”, “Le Jour du Seigneur”, meza katolikoa eta “JDS infos”. TVEren bigarren kanalak, bestalde, igande goizez “Shalom” (08:40; 10’) eta “Islam hoy” (08:50; 10’) izenekoak ere eskaintzen ditu, eliza katolikoari zuzendurikoak nagusi diren arren: “Pueblo de Dios”, “Últimas preguntas”, “Testimonio” eta “El día del señor”.

Programa horietako batzuek, ohiko egutegi erlijiosoarekin lotuta daudelako, oso leku ezaguna edukitzen dute programazio-tauletan (mezak, aste santuko eta gabonetako ekitaldiak, esaterako). Badira beste batzuk, ezohiko kontsidera daitezkeenak, egoera berezietan bakarrik aireratzen direnak: Aita Santu katolikoaren izendapena, Urte Xakobeoaren ingurukoak eta abar.

Beraz, hiru motatako programak koka daitezke genero honetan: **elizkizunak** (mezak, hiletak...), **ekitaldi bereziak** (Aita Santuaren bisitaldia...) eta **erljio-saioak** (erljio bakoitzari buruzko informazioak, iritziak, lekukotzak eta abar eskaintzen dituztenak).

Lehen biek platotik kanpoko beste edozein zuzeneko ekitaldik duten tratamendu berbera izaten dute errealizazio aldetik; azkena, aldiz, telebista-estudio batek eskaintzen dituen estandarren barruan ekoizten da.

Kanal publikoetan bakarrik aurkitzen ditugun meza arruntei dagokienez, igande goizetan kokatu ohi dira (TVE 2ren “El día del Señor”, 10:30; France 2; Meza; 11:00, 55’ eta ETB 1en “Meza Santua”, 09:00).

Bestalde, hirugarren azpigenero modura definitu dugun erljio-saioetako emanaldiek asteburu goizetarako joera dute, eta, egituraz, magazin, eztabaida-saio, albistegi tematikoen itxura hartzen badute ere, gaia beti bera izaten dute. Erljio-saio horiek urte luzez mantentzen dira aldaketarik gabe programazio-tauletan, eta errenferentzia ezagunak izaten dira ikus-entzule fidelentzako, beti ere adineko jendea izan ohi dela kontuan hartuz.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Tiempo de Euskalherria”	ETB 2	igandea	08:30	15’
“Euskal Herrirako Garaia”	ETB 1	igandea	10:10	15’
“Egi Bidean”	ETB 1	igandea	08:50	10’
“Voix bouddhistes”	France 2	igandea	08:30	15’
“Islam”	France 2	igandea	08:45	30’
“Presence protestante”	France 2	igandea	10:00	30’
“Pueblo de Dios”	TVE 2	igandea	9:30	30’
“Ultimas Preguntas”	TVE 2	igandea	10:00	25’
“Testimonio”	TVE 2	igandea	10:25	5’

Erliziozko programek, orokorrean⁷, programazio-tauletan lortzen duten lekua (TNS, 2003) oso txikia da, eta TVE 2ren %1,8, Canal Sur TVren emisio-orduen %1,1 eta ETB 1en %1,0 dira, bere apaltasunean, kopururik altuenak. Batez besteko kopurua, kanal pribatuak barne, ez da %0,4tik gorakoa izaten Estatu espainiarrean.

2.2. *Kultura/Hezitzaileak*

Entretengarri hutsak izatea baino gehiago, hezteko asmoa duten saioak sailkatzen dira genero honetan. Hala ere, beren artean oso desberdinak diren lau azpimultzo definitzen ditu TNSek: Hezitzaileak, Hitzaldiak, Dokumentalak eta aurrekoetan lekurik lortzen ez duten Bestelakoak.

Lehen multzoan daude hizkuntzak (“That’s English”, “Bai horixe...” edo “Méthode Victor: anglais”) eta beste arlo batzutako edukiak publikoari jakinarazten dizkietenak, audientzia heztea helburutzat hartuta eta hezkuntza-sistema arautuaren tresna osagarri gisa arituz. Esaterako, “UNED” (TVE 2; larunbata eta igandea; 9:00; 30’); “TV Educativa: La aventura del saber” (TVE 2, lanegunero; 10:00; 60’), “Ikusgela” (ETB 1; egunero; 06:40; 60’) eta “Les maternelles” (France 5; astegunero; 08:45; 95’). (Carta de Ajuste, 2003a).

Hitzaldien kasua, gaur egungo telebistagintzan marginala den arren —gertuko telebista batzuen adibidea aipagarria da bere soiltasunean—, gai baten inguruan hizlari batek ala multzo batek zuzenduriko berbaldia transmititzea izaten da helburua. Formatu aldetik nahiko zaharkituta gelditu delako eta ikus-entzunezkotasun handirik ez duelako, oso kasu berezietan bakarrik erabiltzen da.

Dokumentalena, aldiz, guztiz bestelako egoera da. Azken urteotan, telebistaren inguruko teknologiaren, ekoizpenaren eta lengoaiaren garapenak (mikrokamerak,

7. Kasu honetan zein gainontzeko generoen ikuspegi orokorra ematerakoan, TNSren urtekariak kontuan hartzen dituen kanalen batezbestekoa erabiliko dugu. TNSek Estatu osorako zein kanal autonomikoen programa-eskaintza arakutzen du, genero bakoitzari ematen dioten denbora-kopurua zenbakekoa den jakiteko.

irudiaren sentikortasuna; kamera-mugimenduak, muntaia bereziak eta dokumentalen produkziobide eta merkaturatze berriak) eta hartzailearen aldetiko erantzun onak generoaren aro berria ireki dute (León, 1999).

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“National Geographic”	Canal+ E	lanegunero	15:30	55’
“Bidaide”	ETB 1	lanegunero	16:55 eta 09:40	65
“Grandes Documentales”	TVE 2	lanegunero	15:45	75’
“Euskal Herria: lau haizeetara”	ETB 1 ETB 2	asth/astz/ig asteazkena	21:47 21:46	25’
“Thalassa”	Canal 33	osteguna	22:27	48’
Dokumental-sorta	France 5	egunero	15:25-19:00	3:35’
Dokumentalak eta gau tematikoak	Arte	egunero	20:45	2:55’
“Le documents santé”	France 2	larunbata	13:30	60’

Bere edukietan atemporalak izanik eta behin baino gehiagotan aireratuak izateko aproposak direlako, mota honetako programak oso egokiak izaten dira kanal desberdinen emisio-taulak eraikitzeko orduan. Gainera, audientziarekiko erantzun onaren adibide gisa har daiteke telebista tematizatuen artean lortu duten lekua. Estatu frantziarraren kasuan, aipatzekoa da Arte izeneko kanal berezituaren jarduna, irekian eta kulturaren inguruko eskaintza oparoa daukana. Horrez gain, asko dira dokumentalgintza ardatz modura hartuta dauden kanal tematikoak, besteak beste: Voyage, Planete, Planete Thalassa, Planete Future eta National Geographic.

Estatu espainiarrari dagokionez, gainbegirada arin batez, hauek dira dokumentalen azpigeneroan koka daitezkeen kanal berezituak, gehienetan kablez edo satelitez baino ezin ikusi direnak: Documanía, Discovery, Canal Viajar, El canal de historia, National Geographic Channel, Natura eta Odisea, besteak beste.

Bestelako hezitzaileen multzoa asko handitu eta ugaritu da azken hamarkadan. Izan ere, azpigenero honen baitan kokatzen dira gai modura kultura hartzen dutenak baina tratamendu aldetik oso desberdinak direnak (magazina, eztabaida eta erreportajea, esaterako). Hona hemen horietariko adibide batzuk:

- DIY (Do It Yourself): **bricolajea** [“Bricomanía” (TVE 2; igandea; 20:00; 28’; errepikatzen da larunbatean); France 5: “Question maison”; larunbata; 11:10; 50’], **sukaldaritza** [“La cocina de Karlos Arguiñano” (TVE 1; lanegunero; 13:10; 50), “Bon appétit, bien sûr” (France 3; lanegunero; 11:35; 20’), “A vos marques, prêts, cuisinez!” (France 2; igandea; 12:20; 30’), “Otorduan Karlos Arguiñano” (ETB 1; lagunegunero; 14:05; 25’), “La cocina de Pedro Subijana” (ETB 2; lagunegunero; 9:10; 20’) eta

“Recetas de la abuela” (ETB 2; ostirala; 6:05; 10’)] eta loragintza eta deko-razioa (“Decogarden”;Telecinco; larunbata; 19:00; 30’).

- **Zineari** buruzko saioak: “La noche de...” (ETB 2; asteartea, 21:45; 25’; gero filma eskaintzen da), “Magacine” (Canal +E; igandea; 14:05; 85’) eta “Versión española” (TVE 2; ostirala; 23:00; 25’, gero, film bat eskaintzen da), “Comme au cinéma: l’hebdo” (France 2; asteartea; 23:00; 10’), “C du cinéma” (Canal +F; osteguna; 22:40; 40’), “Le journal des sorties” (Canal +F; asteartea; 18:25; 15’), “Les films dans les salles” (TF 1; igandea; 22:45; 10’TF 1; igandea; 22:45; 10’) eta “Cartelera” (TVE 1; larunbata; 13:45; 75’).
- **Osasunari** dedikatuak: “Saber vivir” (TVE 1; lanegunero; 10:15; 45’), “A su salud” (TVE 2; asteartea; 17:40; 30’) edota “La botica de la abuela” (TVE 2; egunero; 12:45; 15).
- **Informatikak** ere ematen du telebista-saio batzuk egiteko adina, esaterako “PC Adictos” (TVE 2; ostirala; 19:57; 25’).
- **Literatura** gai modura hartuta, badira gure inguruan programa aipagarriak: “Sautrela” (ETB 1; larunbata; 14:40; 30’), “Campus, le magazine de l’écrit” (France 2; osteguna; 23:00; 100’), “Negro sobre blanco” (TVE 2; igandea; 00:15; 30’) eta “Un livre, un jour” (France 3; lanegunero; 18:00; 5’).

Lehen dokumentalen kasuan ikusi dugun modura, Kultura/Hezitzaileak generoen barruko beste alor batzuek ere eduki dute kanal tematikoak garatzeko adinako mami. Adibide aipagarrien artean daude, nola ez, France 5 eta Arte izeneko kanal kulturalak. Edozelan ere, badira beste batzuek genero honen barruan eskaintza berezitua sortzen jakin dutenak: Gourmet TV, Histoire, Toute l’Histoire, Canal de Historia eta Canal Cocina.

Estatu espainiarreko orotariko telebisten programazio-taulan okupatzen duten lekuari erreparatuz, eta beti ere emisio-orduen %10etik 15erako bidean doan generoa bada ere, azpimarratzekoa da Kultura/Hezitzaileak kontsideratzen ditugun saio horiek emisio-orduen %13,5 betetzen dutela, Estatu espainiarreko batezbestekoan (TNS, 2004), baina kopuru hori hutsaren hurrengoa dela kanal pribatuetan (Antena 3en %0,7 eta Tele 5n %1,4). Aldiz, kanal publikoetan oso altuak dira ehunekoak: Canal 2 Andalucía %37,5, TVE 2ren %24,8, ETB 2ren %19,7 eta K3-33en %26,4 dira kopururik aipagarrienak. Hala ere, Hezitzaileak/Kulturalak generoko saioek ez dute ia lekurik izaten *prime-time*an, eta bigarren mailako emisio-orduetan kokatuak izaten dira oso sarritan.

Kultura/Hezitzaileak delako generoaren parekoak —alegia, Domentalak eta Magazinak deiturikoak— emisio orduen %22,8 eskuratu zuen 2003an Estatu frantziarrean, aurreko bost urteen bide beretik.

2.3. Informazioa

Gaurkotasuna ardatz modura hartuta eta informatzeko helburuarekin egiten diren generoko saioen artean bi multzo nagusi daude. Lehena, eta nagusiena, albistegiarena da eta, bestea, tratamenduari eta edukiari dagokionez lasaiago aritzen diren saioek osaturiko multzoa: erreportajeak, elkarrizketak eta albistegi bereziak, besteak beste (Zabaleta eta Zalakain, 2004).

Albistegiek emisio-maiztasunean eta edukian desberdintasun handiak dituzte, formatuaren aldetik oso estandarizatuta dauden arren. Maiztasunari dagokionez, badira egunean zeharrekoak (goizekoa, eguerdikoa, arratsaldekoa, gauekoa...), egunerokoak, asterokoak, hilabeterokoak, besteak beste. Edukiei dagokienez, berriz, berezitasun azpimarragarrienak saio bakoitzaren baitan ageri diren erreferentzia geopolitikoetan, gaitan, tratamenduan eta xede-taldean daude.

“...parriletan duten pisu kuantitatiboaz aparte, genero informatiboak garrantzi kualitatibo handia du. Kateak, orokorrean, sinesgarritasunean eta *katearen kulturaren* errepresentazioan duen eragin handiaren jakitun eta publikoaren nolabaiteko segmentazioa ahalbidetzen duenez, beren nortasuna azpimarratzen ahalegintzen dira albistegien bidez.” (Prado, 1992: 69).

Esan dugun modura, informazio-saioen baitan garrantzi gehien duen azpi-generoa **albistegia** da, kopuru aldetik duen garrantziagatik ez ezik, kualitatiboki jokatzeko duen paperagatik ere bai. Vaca-k (1997) dioenez, audientzia eta prestigioa lortzeko borrokan balagarriak dira, eta, orokorrean, informazio-saioek kanalaren nortasuna eta ildo editoriala definitu eta publikora eramaten dute.

Izan ere, albistegiek programazio-tauletan zeregin garrantzitsua jokatzeko dute. Lehenik eta behin, ikus-entzuleentzako ordutegi-mugarri lana egiten dutelako —eguneko albistegirik nagusienak bazkalorduen eta afalorduen bueltan kokatuak izaten dira—. Baina, gainera, goiz, eguerdi, *prime-time* edota gaueko emisio-multzoak zedarriztatzen dituztelako eta, askotan, ondoren datozen programetara ikus-entzuleak garraiatzen dituztelako, tratamendu, iraupen ezagun eta finkoan aireratuz. Bestetik, asteroko ikuspegi horizontalean, egun bakoitzeko telebista-kontsumoan txertatzen direlako eta fideltasunerako tresna paregabeak direlako. Azken finean, aktualitateak markatzen duen erritmo ero eta aldakorrean, albistegiak betiko eta eguneroko egitura ezagun eta tinkoaren sinbolo bilakatu baitira. Gainera, kanalaren ildo editorialaren adierazgarri diren neurrian, ikus-entzulearen eta emisorearen arteko identifikazioa sortzen laguntzen dute.

Azken urteotan, testuinguru gero eta lehiakorragoan, telebista-kanal batzuk apustu handia egin dute albistegien itxura aldatzeko eta, modu horretara, interesgarritasunean irabazteko. Esandakoaren ondorioz, hautsi egin dute politikan erabat zentratuta daudenen eta, hizkera formalegia eta aurkezlearen kutsu ofizialegia daukaten formatuak; beraz, “aurkezpena-bideoa, aurkezpena-bideoa” konbinazio

monolitikoa eta errepikakorra alboratuxeago geratu da eta gero eta eduki arinagoak eta formalki ugariagoak erabiltzen hasi dira. *Infotainment* hitzaren atzetik ideia hori bera dago: informazioa eta ikuskizuna konbinatuko duen albistegi-formatua. Horretarako, eduki aldetik ere gero eta gai sozialagoak eta humanoagoak sartzen dituzte eta, esan bezala, janzkera arinagoa eta ikusgarriagoa ematen⁸ saiatzen dira. Molde-aldaketa horren beste ondorio bat da albistegiak, oro har, iraupenez luzatu egin direla, eta gaur egun ia guztiak ordu erditik gorakoak direla. Albistegiaren taxuketa berriak ezaugarri hauek hartu ditu, beste batzuen artean: saioa bitan banatu eta edukiak zatitan antolatu behar izatea, publizitateak ongi aprobetxatzen duen etena sortzea, eta daukaten audientzia-akumulazio faktorea ondoren etorriko diren programetarako mantentzea helburu duten teknikak erabiltzea (aurkezlearen aipamenak, programazio josia, lokomotora, e.a.)

Ondoren ikusten den bezala, eta bi ikerketa desberdinen arabera (GECA, 2001; Consumer, 2002 eta Carta de Ajuste, 2003), Estatu espainiar osorako emititzen duten kanalek albistegietan jorratzen dituzten gaiak honakoak dira:

GECA (2001)	%	%	CONSUMER (2002)
Kirolak	14,7	22,5	Kirola
Gizartea	21,3	25,8	Ekonomia + Gizartea + Gertaerak + Osasuna + Hedabideak + Kontsumoa + Segurtasuna + Ingurugiroa + Zientzia
Barne-politika + Nazioarteko Politika	37	25,9	Politika
Kultura eta ikuskizunak	7,1	10,8	Kultura
Ekonomia	4,6	8,2	Ekonomia + Finantzak
Bestelakoak	15,3	6,8	Meteorologia + Loteria

Aipatu dugun bezala, albistegiek emisio-multzo nagusien hasiera markatzen dute, beraz, kanal gehienek goizeko, eguerdiko, *prime-time*ko eta gauerdiko albistegiak dituzte. Hona hemen hauetariko batzuen inguruko zehaztasunak.

8. Cortés-ek (1999) Gori (1995) aipatuz dioenez, europar erarako *infotainment*-a ez zen jaino horrenbeste albiste-saioak espektakularizatzeko asmoagatik, baizik eta programazio-tauletan egoteko moduko informazio-formatu berri bat behar zelako eta neurri barruko kostuan eginga gainera.

Argudioa oso sinplea da. Informazioa oso garestia da eta oso gutxitan izaten da ekonomikoki errentagarria. Telebista publikoak izan dira programazio informatiboa eskaini eta beren ibilbidean lan-tankera bat normaldu dutenak, eta, aldi berean, ekonomikoki baino gehiago politikoki eta "zerbitzu publikoaren" izenean justifikagarria den produkzio-sistema oso garestia erabili dute. Beren azpiegitura teknikoak, korrespontsal-sarea, berri-agentziak eta kostuak jasanezinak dira pribatua eta komertziala den telebista-kanal batentzako. Gainera, urteen poderioz hausteko oso gaitza den fidaltasuna landu dute.

Albistegiaren izenburua	Kanala	Maiztasuna	Ordua	Iraupena
“Telediario Matinal”	TVE 1	lanegunero	07:30	80’
“CNN+ Primera edición”	Canal + E	lanegunero	07:57	22’
“Informativos Tele 5 6:30”	Tele 5	lanegunero	06:30	200’
“Telematin Journaux”	France 2	lanegunero	06:30	120’

“Telediario 1”	TVE 1	lanegunero	15:00	50’
“Antena 3 Noticias 1”	Antena 3	lanegunero	14:59	60’
“Le Journal”	TF 1	lanegunero	13:00	55’
“Gaur egun”	ETB 1	lanegunero	14:00	45’

“Informativo Tele 5 20:30”	Tele 5	egunero	20:28	57’
“La 2 Noticias”	TVE 2	lanegunero	22:00	25’
“Teledirio 2”	TVE 1	egunero	21:00	45’
“Teleberri”	ETB 2	egunero	20:58	52’
“Le Journal”	TF 1	egunero	20:00	55’
“19-20”	France 3	egunero	20:50	10’

“Telediario 3”	TVE 1	lanegunero	01:25	25’
“Antena 3 Noticias 3”	Antena 3	lanegunero	01:45	25’
“Journal de la nuit”	France 2	egunero	01:10	20’

Eguneroko albistegiaren azterketarekin amaitzeko, aipatzekoa da nola Estatu espainiar zein frantziar osorako informazio-saioak emititzen dituzten hainbat kanalek albistegi deszentralizatuak aireeratzen dituztela. Hala nola, albistegi orokorren baitan mikrosaiio edo programa desberdin gisara pantailaratzen dituzte albistegi deszentralizatu horiek.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Telenorte” eta “Telenavarra”	TVE 1	lanegunero	14:00	30’
“Informativos Telecinco” (País Vasco)	Tele 5	lanegunero	15:15	10’
“Euskadi Directo”	ETB 2	lanegunero	13:00	55’
“Navarra Directo”	ETB 2	lanegunero	13:00	55’
“19-20”-ren barruan “Journal Regional: Euskal Herria”	France 3	egunero	19:15 eta 19:55	<10’; birritan

Eguneroko albistegiez gain, informazio-generoak baditu beste azpigenero batzuk, hona hemen zerrendan:

- **Albistegi bereziak:** gai zehatzen inguruan eginikoak.

Eguraldiari buruzkoak: “El tiempo” (TVE 1; egunero; 21:55; 5’), “El tiempo” (TVE 2; egunero; 22:55; 5’) eta “Météo” (France 2; egunero; 12:55; 5’).

Legebiltzarretako informazioari buruzkoa: “Parlamento” (TVE 2; larunbata; 11:00; 60’), “Palabra de Ley” (ETB 2; igandea; 12:10; 35’), “Le magazine du Sénat” (France 3; asteartea; 14:50; 10’) eta “Question au gouvernement” (France 3; asteartea; 15:00; 65’).

– **Atzerriko albistegiak:** Estatu espainiarrean eta frantziarrean ikus daitezkeen kanpoko telebistenak edota bertako kanalek nazioartera begira eginikoak dira hemen metatzen direnak: Euronews (TVE 2; lanegunero; 06:00; 75’ eta France 3; lanegunero; 06:00; 60’), A3N24 (Canal Noticias) (Antena 3; egunero; 0:15; 105’) eta Canal 24 horas (TVE 1; egunero; 03:00; 150’) dira adibiderik esanguratsuenak.

– **Gertakari berezietako albistegiak:** jazoera garrantzitsu baten inguruan antolatutako albistegi ezohiko bat edota, urteroko zerbait izan arren, egunerokoa kontsidera ezin dena. Esaterako, New Yorkeko Dorre Bikien kontrako atentatua, Gabonetako loteriaren erretransmisioa, ETaren atentatu garrantzitsuren bat, Hauteskundeak Estatu Batuetan....

Gaurkotasuneko erreportajeak: albistegi arruntetan leku-faltagatik edota mota horretako gaiak jorratzen ez direlako sorturiko informazio-saioak. Gaur egungo eskaintza ikusita, bi eredu daudela esan genezake. Lehenari dagokionez, programazio-tauletan leku ezaguna eta finkoa duten erreportaje-saioak izaten dira, eguneroko albistegietan jorratutako gaietan sakontzen dutenak, barne-produkzio-koak eta formatu aldetik identifika errazak suertatzen direnak (“Informe Semanal”; TVE 1; larunbata: 21:45; 75’). Bigarren multzokoak, aldiz, gaurkotasuna mantenduz baina kanpo-ekoizpenekoak izanik erreferentzialtasun geopolitikoa hain markatua ez dutenak izaten dira. Eredu honetan kokatzen diren saioek ez dute iraunkortasun handirik lortu urtez-urteko emanaldietan.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Informe Semanal”	TVE 1	larunbata	21:45	75’
“Documentos TV”	TVE 2	astezkena	23:50	70’
“Mundo.hoy”	ETB 2	igandea	13:55	60’
“Espejo Público”	Antena 3	igandea	19:50	70’
“Sept à huit”	TF 1	igandea	18:55	60’
“Reportages”	TF1	igandea	13:25	50’
“Des racines et des ailes”	France 3	asteazkena	20:55	130’
“Envoyé spécial”	France 2	osteguna	20:55	130’

– **Iritzia:** Gaurkotasuna duten pertsonaiei buruz ala beren hitzak zuzenean ezagutarazteko programak: “El tercer grado” (TVE 1; asteazkena; 22:50; 30’), “Forum” (ETB 2; astelehen-ostirala; 09:25; 35’), “El Punto” (ETB 2; astelehen-ostirala; 10:00; 30’), “La mirada crítica” (Tele 5; lanegunero; 09:25; 110’) edota “Foro Sur” (Canal Sur; ostirala; 23:30; 100’), adibidez.

Multzo honetan kokatu behar dira, baita ere, eztabaida-saioak, non iritzi desberdinak dituztenen arteko elkarrizketa eta iritzi-trukaketak izaten diren.

Hona hemen adibide batzuk:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Políticamente incorrecto”	ETB 2	osteguna	23:10	90’
“Firin Faran”	ETB 1	asteartea	00:05	65’
“Capital”	M 6	igandea	20:50	120’

– **Hauteskundetakoak:** hauteskundeen emaitzak jakinarazteko eta beren inguruko irakurketa soziologikoak eta politikoak egiteko saioak.

“Elecciones País Vasco” (TVE 1; 2001/V/13; 19:54; 65’), “Especial Informativo” (Tele 5; 2001/V/13; 21:00; 89’) edota “Hauteskundeak” (ETB 1; 2001/V/13; 19:55; 295’).

– **Komunikatu ofizialak:** dagokion gobernuaren aginduz eginiko saioak. Ohiz, gertakizun garrantzitsu baten inguruan eginikoak. Gaur egun ez da oso erabilia azpigenero hau, eta formula alternatibo gisa albistegi bereziak erabiltzen dira.

Informazioak, oro har, programazio-tauletan kuantitatiboki daukan lekuari dagokionez, eta 2003ko Estatu espainiarreko datuei erreparatuz (TNS, 2004), emanaldien %17 betetzen duela esan beharra dago, azken urteetako goranzko joera mantenduz. Hala ere, kopuru hori ez da berbera kanal guztietan, eta TVE 1k du altuena (%35,8); atzeraxeago datoz Telemadrid (%27,7), TV3 (%33,2) eta TVG (%29,8), eta azkenak C2A (%5, nahiz eta Canal Suren lehen kanalak %20,8 izan) eta Canal +E (%3,3). Euskal Telebistaren bi kanalen kopuruak oso antzerakoak dira: %12,8 ETB1ean eta %13 ETB 2n.

Estatu frantziarrari dagokionez, emisio-orduen %10,1 Informazioari eskaini zitzaion 2001ean zehar, aurreko urteetako kopuru bertsuan gainera.

Orotariko kanaletan leku garrantzitsua eskuratzeaz gain, informazio-genero honek kanal tematikoak sorrarazteko balio izan du, eta gaur egun asko dira satelitez zein kablez heltzen zaizkigunak: nazioartekoak, CNN International (BBC World, Euronews eta Al Jazeera, besteak beste), Estatu espainiarrekoak zein frantziarrekoak, TVEren Canal 24, 3/24 katalana, Antena 3 Noticias 24 horas

delakoa. Gainera aipatzekoak dira informazio berezitua lantzen duten batzuk: Bloomberg eta Expansi3n finantza-mundukoak, M3teo (eguraldia) eta Canal Parlamentario (informazio politikoa).

2.4. *Miszelanea*

Ikuskizunerantz jo duen telebistagintzan, edukietan bezainbeste formatuan denetariko programak ugaritu direnez, azken denboraldian genero honek ere gorakada handia izan du, bere baitan kokatzen direlako eredu emergenteak eta beste edozein lekutan sailkatu ezinik dauden programak. Beraz, barietatea, magazina, prentsa arrosa, zirkua, ihauteriak, umorea, astrologia-saioak, etab. generoen arteko hibridazioaren ondorioa den Miszelanea izenpean, *totum revolutum*, hots, mota askotako azpigeneroak aurki daitezke.

Genero honi eskaintzen zaion denborari erreparatuz, gorakada nabarmena duen bakarra dela ikus daiteke. 2003ko Estatu espainiarreko orotariko telebisten eskaintzan, agerian gelditzen da zenbaterainoko garrantzia eskuratu duen azken sei urteko joera izan den horrek: emisio-ordu guztien %20,9 Miszelanea generoari dagokio.

Magazina, entretenitzea helburu modura hartuta, elkarrizketak, lehiaketak, ikuskizunak, tertuliak, informazioa, umorea eta jendearen parte-hartzea, besteak beste erabiltzen duten programen azpigeneroa da. Hain ugariak diren edukiak eskainiz, aurkezleari eta programaren itxuraketari dagozkie elementu desberdin horiei batasuna ematea eta solte dauden osagarriei nortasun propio eta bateragarriak ematea.

Irratian gertatzen denaren antzera (6. eta 8. ataletan), kontainer *itxura* hartzen du, eta programa identifikatzaile baten magalean denbora luzez aritzen da, aurkezle orojakilearen gidaritzapean, eduki desberdinak eskainiz. Lortu duen audientzia-arrakastari, kanalaren irudi identifikagarri eta balio publicitarioari esker, programazio-taulan tinkotasuna eta sendotasuna eskuratu du. Programazio-tauletan okupatzen dituen ordu-multzoak direla eta, emakumezkoen presentzia nagusi den orduetan kokatzen dira, gehienbat, eurak izaten direlako azpigenero honek duen xede-talde nagusia, baina ez bakarra.

Bi eredu nagusi ikus daitezke Estatu espainiarreko telebista-eskaintzan: helduentzako magazinak (goizekoak zein bazkalostekoak⁹) eta haurrentzakoak.

9. Autore batzuen arabera, goizeko eta arratsaldeko magazinaren maila berean jarri beharko lirateke *late show* deiturikoak ere. Baina egia da azken horien kasuan espektakularizazioa, jorratzen dituzten gaiak eta agertzen dituzten pertsonaiak direla medio, *Infoshowen* artean ere koka daitezkeela. Modu batera zein bestera, gaur egungo telebistagintza aztertzerakoan, *late showen* gorakada kuantitatiboa zein kualitatiboa ezkutaezinak dira. Liburu honi dagokionez, *late show* deiturikoak *Infoshowekin* batera ikusiko ditugu.

Lehen multzoan kokatzen dira goiz-tarte garrantzitsua okupatzen duten programak eta osagarri informatiboa presenteko daukatenak.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Por la mañana”	TVE 1	lanegunero	11:00	180’
“Día a día”	Tele 5	lanegunero	11:15	195’
“Como la vida”	Antena 3	lanegunero	10:00	190’
“C’est au programme”	France 2	lanegunero	09:30	80’

Gainera, azken denboraldian, arratsaldera ere zabaldu da magazinaren formatua eta edukia duten saioen bolada. Bazkalosteko magazin horietan jorratzen dituzten gaiek, ageri diren pertsonaiek eta testuinguruek galdu egiten dute garrantzi informatiboan eta askoz ere tratamendu arinagoa eta *infoshowen* estilokoa izaten dute. Hemen ere Miszelanea eta *Infoshowekin* zerikusia daukaten generoko saioak ageri dira, lehen aipatu dugun generoen arteko hibridazioaren ondorio gisa.

Esaterako:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Lo + plus”	Canal +E	lanegunero	15:30	60’
“Sabor a ti”	Antena 3	lanegunero	16:00	105’
“A tu lado”	Tele 5	lanegunero	17:30	180’

Bestalde, “Sorginen laratza” (ETB 1; 1999-2001; osteguna; 22:25; 85’; 2002tik aurrera astean behin) edo antzeko programek magazinaren gaueko eredia erakusten dute garbiro, bertan konbinatzen baitira umorea, elkarrizketak, iritziak, ikuskizunak, eta dena *realityak* hain berea egin duen “oilategian” sartu gabe.

Azkenik, haurrentzako magazinak aipatu ditugunez, hona hemen nagusiki fikzioa (marrazki bizidunak eta haurrentzako serieak) baina baita ere bestelako osagarriak dituzten (lehiaketak, ikus-entzuleen parte-hartzea, erreportajeak...) programak. Multzo honetan ere, nahasketa eta “aterki” moldea erabiltzen da, alegia: programa, unitate bakar modura eta kareta, aurkezpen eta estetika beraren pean eduki desberdinak nahaspilduta pantailaratzea. Horietariko batzuk eguneroko saioak izaten dira, baina, hala ere, magazin-zentzu osoa larunbatetako eta igandee-tako emanaldietan ikus daiteke.¹⁰

10. Cortés-ek (1999: 191-193) dioenez, badira haurren leialtasuna lortzeko erabiltzen diren estrategia batzuk: eguneroko hitzordua (“la cita diaria”), haurrak jakin dezan zer aurkituko duen; kontainer saioa, programa unitate gisa definitua eta aurkezle eta egitura ezaguna daukalarik; programazioaren inguruan ikusle-klubak sortzea eta, ahal delarik, maskotak asmatzea eta, gainera, haurrek telebista ikusteko dituzten orduen optimizazioa. Azken horri dagokionez, kontuan eduki behar da haurren kontsumoa, egutegiari eta ordutegiari dagokienez, oso konstantea eta estazionalitate handikoa dela: aste santuko, udako eta gabonetako oporraldiak *versus* eskola-garaia.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Megatrix”	Antena 3	asteburua	07:30	210’
“Zona Disney”	TVE 1	asteburua	09:45	135’
“Pim, pam, plus”	Canal+E	asteburua	08:20	50’
“Betizu”	ETB 1	asteburua lanegunero	08:50 07:30	185’ 110’
TD2A-“Terriblement déconseillé aux adultes”	France 2	larunbata	7:05	120’
CD2A-“Karrément déconseillé aux adultes”	France 2	larunbata	9:05	140’
“M6 kid”	M6	larunbata	06:50	135’
“Debout les zouzous”	France 5	larunbata	07:25	105’
“TF! Jeunesse”	TF1	igandea	06:40	80’
“Club Disney”	TF1	igandea	08:00	110’

Umorea, Miszelanearen baitan, irribarrea sortzea helburu duten programen azpigeneroa da. Txiste-kontaketa, sketch-a (Neale, 2001), parodia eta aktualitatea umorez berrirakurtzeko asmoarekin aireratzen diren programa hauek formatu, maiztasun eta eduki desberdinak izaten dituzte (Contreras, 2004: 247-264). Hona hemen adibide batzuk

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Cruz y Raya.com”	TVE 1	ostirala	22:00	60’
“Pecado original”	Tele 5	lanegunero	21:30	30’
“Caiga Quien Caiga”	Tele 5	igandea	15:31	57’
“Les guignols”	Canal +F	lanegunero	19:55	10’
“Parachoques”	ETB 2	osteguna	01:35	40’
Vaya semanita“	ETB 2	osteguna	22:00	70’
“Le top 50 du rire”	TF 1	ostirala	20:50	140’
“Les coups d’humour”	TF 1	ostirala	01:30	35’
“Las noticias del guiñol”	Canal +E	lanegunero	21:50	10’

Barietatea

Telebistarako gala gisa antolatutako programa-mota honetan, musika, dantza, umorea, imitazioak eta abar konbinatzen dira, baina beti ere, aurkezpen-mota ikusgarria erabiliz, alegia, estetika hollywoodtarra baliatuz. Azpigenero honetariko programa batzuk programazio-taulan leku tinko eta ezaguna daukate, eta beste batzuk, aldiz, gertaera berezi batzuen inguruan antolatzen dira (“Operación Triunfo” ala “Star Academy” delakoen galak, missen aukeraketa, espainiar kostalde espainiarreko hirietako ikuskizunen erretransmisioak, etab.).

Hona hemen barietateak elementu definigarri gisa dituzten saioetako batzuk:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Noche de fiesta”	TVE 1	larunbata	23:07	240’
“Amigos en la noche”	TVE 1	ostirala	22:39	180’
“Luar”	TVG ETB 2	ostirala igandea	21:55 09:15	168’
“Furor”	Antena 3	larunbata	22:48	145’
Urte Amaierako Saioak	guztietan	-	23:30	120’
“Le grand classement”	M 6	larunbata	23:20	180’
“Tout le monde en parle”	France 1	larunbata	23:10	85’

Azken denboraldietan, karaoke saioak eta lehiaketak ugaritu egin dira, baina beti ere ikuskizuna mantenduz eta, beraz, azpigenero honetan kokatzen diren saioak sortuz. Hauen artean aurki daitezke: “Lluvia de estrellas” (Antena 3; ostirala; 22:00; 143’), eta “La Parodia Nacional” (Antena 3; igandea; 22:00; 120’).

Prensa arrosa

Famatuen bizitzari eta lanari buruzko saio hauetan erreportajeak, tertuliak eta berriak aurki daitezke. Azpigenero hau, asko ugaritu dena azken denboraldian, genero desberdinen arteko mugan dabil beti. Kanalen arteko lehiakortasunak hala eraginda eta konpetentziagatik bereizi beharrak formatu desberdinak erabiltzera behartu du, askotan, baita magazina ere.

Hona hemen prentsa arrosa gai nagusi modura duten hainbat saioaren erreferentzia:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Corazón, Corazón”	TVE 1	asteburua	14:30	30’
“Corazón de...”	TVE 1	lanegunero	14:30	30’
“Lo Que Faltaba”	ETB 2	lanegunero	15:45	155’
“Stars intimes”	M6	asteazkena	20:50	105’

Zirkua

“Tik tak Circus” (ETB 1; igandea; 15:40; 25’), “Cirque du soleil” (ETB 1; Urteberri eguna; 00:50; 45’), “22^a Festival du Cirque de demain”(France 3; larunbata; 16:45; 90’) eta “5^o cirque Arlette Gruss” (France 5: larunbata; 00:40; 145’) etab.

Ihauteriak

Tolosako edo Donostiako ihauterien inguruko erretransmisio bereziak egiten ditu ETBk, eta bide beretik jotzen du TVEk Tenerifeko karnabalak pantailaratuz. Programa horiek dira sailkapen honetan koka daitezkeenak.

Astrologia

Paranormalak diren gertaeren aipamena egin eta beharrezkoak izaten dituzten azalpenak ematea izaten da saio hauen mamia. Gainera, programa hauetan mantzia-iragarle desberdinei (eskuak, izarrak, kartak...) buruzko tartea egoten dira, gehienetan ikus-entzuleen eskariei erantzunez.

Askotan, astrologiako emisio-ordu luzeak betetzeko baliabidea izaten da, zati batez publizitatez zein telefono-deien fakturazioari esker bizi diren kanalentzako.

Hasieran esan dugun modura, 2002ko denboraldiari (TNS, 2003) erreposoa egin eta berehala ikusten da Miszelaneak lortu duen lekua: emisio-denboraren %20,9koa, hots, beste pauso bat azken bosturtekoan eduki duen gorakada nabarmenean. Garrantzi hori oso nabarmena da Estatu espainiarreko kanal pribatuetan (Antena 3k %22,6 eta Tele 5ek %27), baina bereziki autonomiko batzuetan: K3-33 %36,1, CST %32,4 eta ETB 1 %27,7.

2.5. *Infoshowak*

Gaur egun, telebista-karta guztietan ageri den *Infoshowak* kutsu definigarri bat baldin badu, ikuskizuna da. Programa-eskaintza biderkatu den panoraman, kompetentziarenak baino saio erakargarriagoa pantailaratu eta publizitatek eratorritako merkatu-kuotari eutsi ala handitu behar izateak epe laburreko programazio-taktiken menpe ibiltzea eta gatz eta piper asko daramaten saioak ugaritzea ekarri du.

Saló-k (2003: 16-26) eta Cortés-ek (1999: 199-205) gogorarazten dutenez, barietate- eta informazio-saioen bilakaeran eta ondorengo nahasketan daude *infoshowen* sustraiak, eta hortik aurrerakoa da gertaera sozialen eta harreman pertsonalen inguruko gaiak lantzeko joera.

Infoshowen osagaiak antzerakoak izaten dira, han eta hemen: aurkezle-lanetan ari denaren zentraltasuna —sarritan programak bere izena darama—; gaien tratamendu arina eta polarizatua; publikoa/pribatua dikotomian etxe barrukotzat kontsideratu izan diren gaiak; eta platoon (pulpitoan), “jende arrunta” hizketan, eta koruan, etxeetako ikus-entzuleen ordezkari eta lekuko modura “publikoa” deituriko pertsonaia, bide batez dekoratua janzten duena.

Infoshowaren baitako tipologian gehiago sakonduz, lau mota aipatzen dira sailkapen gehienetan: *Talk showak*, *Debate showak*, *Reality showak* eta *Late showak*.

Talk showen kasuan ere AEBko eredia da munduan zehar zabaldu dena, beti ere tokian tokiko egokitzapenak eginda gero. Bi dira, hasieratik, ikus daitezkeen ereduak: gonbidatu famatuak dituztenak (*celebrity talk show*) eta ordura arte ezezagunak zirenen presentzia dutenak (azken horiek lekukotza-programak deitu izan dira).

Aintzindari gisa kontsidera ditzakegun *talk show*en artean daude elkarrizketa, musika eta umorea konbinatzen dituzten “Hollywood Open House” (1950) eta urte batzuk beranduagoko “Tonight show” (NBC), “Steve Allen Show”, Johny Carson-ena, eta aurreragoko Late night...with David Letterman (1982) eta Jay Leno-rena (Contreras, 2004: 238-247).

Dagoeneko bost hamarkada bete dituzten gaueko *talk show* horien elementu osagarriek eta formatuak berak antzerako eredua mantentzen dute:

- komedia-mundutik datorren maila altuko aurkezlea;
- gidoilari-talde sendoa, beti ere berrikuntzak integratuko dituenak eta programa “freskotasan” parametroetan mantenduko duena;
- gonbidatuen paper garrantzitsua (ezagunak izatea eta umorea eta kamera aurrean “egoten” dakitenak);
- aurreproduzio oso zaindua, programarentzako eguneroko emisio-maiztasunari eutsi edo mantendu ahal izateko;
- platoa bera jantzi eta komedia-giroa ematen lagunduko duen publikoa.

Estatu espainiarrari dagokionez, frankismoaren ezintasunak gainditu eta telebista pribatuen etorreraren eskutik, Gran Wyoming-en “La noche se mueve” (Telemadrid) eta aurreraxeago Pepe Navarro-k aurkezten zituen “Esta noche cruzamos el Mississippi”, “La sonrisa del pelícano” eta aro bat markatu izan duen Xavier Sardá-ren “Crónicas Marcianas” izenekoak aipatu behar dira.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Crónicas marcianas”	Tele 5	astelh-osteg	00:00	120’
“Salsa rosa”	Tele 5	larunbata	21:30	270’
“La Central”	Antena 3	astelh-osteg	00:09	126’
“Donde estás corazón”	Antena 3	ostirala	22:00	240’
“El Anfitrión”	Tele 5	igandea	23:02	70’
“La sonrisa del pelícano”	Antena 3	astelh-osteg	24:00	120’
“Esta noche cruzamos el Mississippi”	Tele 5	astelh-osteg	24:00	120’

Bestalde, lekukotzak osagarri nagusi gisa dituzten *talk show*etan, “El programa de Ana” (Telemadrid eta, geroago, Tele 5) da aintzindaria. Hortik aurrerakoak, ETB2ren “El diario de Patricia”, adibidez, bide berekoak dira. Lacalle-k (20021: 132) azpimarratzen duenez, *talk show*ak formatu gisa duen izaera kamaleonikoa agerian gelditzen da telebistagintzaren osagarri bihozberak integratzeko duen ahalmena ikusita (Arnanz, 2003).

Testigantza pertsonaletan oinarritutako *talk show* formatu honetan, aurkezlearen garrantzia, kasuak bilatu eta zukutzeko erredakzioaren erreproduzioaren lana eta egunero aieratu ahal izateko aurrez grabaturiko programa-sorta bat edukitzea (produkzio-egun bakoitzean saio bi, hiru eta lau grabatzea) dira behar-beharrezkoak¹¹.

Estatu espainiarreko *talk show* hauentzat eredugarri izan dira AEBko Oprah Winfrey, Geraldo Rivera, Montel Williams, Sally Jessy Raphael, Ricki Lake eta Rush Limbaugh-enak (Parish, 1993), besteak beste.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“El diario de Patricia”	Antena 3	lanegunero	18:30	90’
“Bexamela”	ETB 1	asteartea	22:25	95’
“Bakarrik edo...”	ETB 1	lanegunero	01:10	60’
“Esta es mi gente”	ETB 2	lanegunero	20:00	58’
“Vie privée, vie publique”	France 3	asteazkena	20:55	120’
“Docs de choc”	M6	asteazkena	22:35	120’
“C’esta mon choix”	France 3	lanegunero	13:50	65’

Debate showetan, aldiz, jende-multzo handiagoa egoten da eta, partaideak ez ezik, entzule gisa dagoen publikoa ere sartzen ohi da eztabaidetan. Hemen ere, ikuskizun-ikutua ematen zaio, bai gaiaren deigarritasunaren bidez, bai aukeratzen dituzten gonbidatuak erabiliz. Lehen aipatu dugun “bi muturren” teknika erabiltzen da. Eztabaida-saioak asko diren arren, Estatu frantziarreko telebistagintzan, espektakularizazioarako joera azkoz markatuagoa da Estatu espainiarrekoan, horrek ematen die-eta *show* izaera. Hala ere, ondoko taulan elkarrekin kokatu ditugu programa horien edukia, tratamendua eta xede-taldea oso desberdinak dituztela jakitun izan arren.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Rifi Rafe”	ETB 2	ostirala	22:30	120’
“Moros y Cristianos!”	Tele 5	larunbata	22:30	120’
“Gran Hermano: el debate”	Tele 5	igandea	21:30	150’
“Ça se discute jour après jour”	France 2	astelehena/ asteazkena	20:55	125’
“Vie privée, vie publique”	France 3	asteartea	23:30	110’
“On ne peut pas plaire a tout le monde”	France 3	asteazkena	20:50	105’

11. Programa hauen ikuspegi autokritikoa erakusten du Mariola Cubells-ek (2003) “¡Mírame, tonto!” izeneko liburuan.

Reality showa, programa eta formatu desberdinak izendatzeko etiketa ez ezik, telebista jaio zenetik izan duen indartsuena izan da, gainontzeko generoetara zabaldu dena eta “ordutik aurrerakoa” markatu izan duena.

AEBetako “This is your life” (1952) edota Alemaniako “Dossier xy” (1967) aipatzen dira azpigenero honen aintzindari gisa. Hala ere, jatorrian desberdintasun ugari zituzten; lehenaren kasuan “jende arrunta” protagonista-paperean jartzen zuten eta, bigarreanean, aldiz, “itxi gabeko” polizi-kasuak eta desagerketak argitzeko erabiltzen ziren. Hasierako bidegurutzan agertutako eredu jarraipena besterik ez dira izan AEBko “Unsolved misteries”, “Rescue 911”, “America’s most wanted” eta guretzako hurbilagoak diren “Lo que necesitas es amor”, “Sorpresa sorpresa” eta “La máquina de la verdad” eta, bestetik, “Quién sabe donde” “Misterios sin resolver” eta “Cops”, adibidez.

Contreras-ek (2004: 269) dioenez, *reality show*ena ez da bolada-kontu bat, baizik gelditzera etorri eta etorkizuneko telebistagintzan eragina eduki nahi zuen indarra.

Ibilbide horretan, *reality show* azpigeneroaren bigarren aroa, orain arteko nagusiena, “Gran Hermano”-ren etorrerarekin irudika daiteke. Produkzio-kostu apala eta fikzioarena baino askoz ere baxuagoa dute; programazio- eta fidelizazio-formula berriak sortu dituzte (serializazioa, beste programetan mikrosaiok sortu, gai modura zein pertsonaiak gonbidatu gisa eraman), *Prime-time*a kolonizatu dute, ikus-entzuleen erantzun ona eta erakargarritasun publizitario handia dela medio telebistagintzaren historiara pasa dira “Brig Brother”-a eta bere ondorengoak, eta, itxura guztien arabera, geroaldirako atea ireki dute.

Baina, ondo dakigunez, “Gran Hermano” ez da programa arrakastatsu bat bakarrik, baizik eta telebista eta pertsonen eremu publikoaren/pribatuaren arteko adiera berri baten abiapuntua. “Big Brother”-en ondotik, ugaritu egin dira kameraz inguraturiko jendearen joan-etorriak grabatuko eta erakutsiko dituzten telebista (Quintans eta Sánchez, 2000.). Hona hemen batzuk:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“El diario de Gran Hermano”	Tele 5	lanegunero	15:30	60’
“Gran Hermano”	Tele 5	osteguna	22:00	120’
“El bus”	Antena 3	egunero	22:02	191’
“Basetxea”	ETB 1	asteazkena	22:25	145’
“Supervivientes”	Tele 5	lanegunero	01:10	60’
“L’île de la tentation”	TF1	igandea	22:45	70’
“Koh-Lanta, la finale”	TF1	ostirala	20:55	145’

Lehiaketaren eta *reality show*aren arteko nahasketaren uzta diren aurreko horien ondoan eta aldi berean, *reality show* tradizionalak mantendu dira. *Dokushow* izenaz ezagunak diren formatuak, aldiz, maldan behera doaz eta, oro har, kalean grabaturiko programen kopurua oso baxua da. Bestalde, nagusitu egin dira platoan eta kamera aurrean jendearen bizipenak eta sentimenduak azalertzeko asmoarekin eginikoak.

Oro har, esandako generoen arteko nahasketaren eraginez, *Infoshow*aren garrantzi portzentuala indargabetuz joan da Estatu espainiarrean (ehuneko bostaren ingurutik gaur egungo %3,3ra jaitsiz; TNS, 2004) eta, gainera, kopuru hori oso desberdina den panoramaren batezbestekoa besterik ez da, alegia: Canal 9k %7,5, Tele 5ek %11,1 eta Antena 3k %16,3 baina, beste muturrean, ETB 2 eta Canal +Ek bat ere ez. Hala ere, beherakada horren atzetik generoaren “indarra” dago; izan ere, *Infoshow* huts modura sailkatzen dituzten saioak gutxiago dira, baina, aldi berean, gero eta gehiago ikusgarritasuna bereganatu duten gainontzeko generoetako progra-mak. Beraz, isilpeko eremu-jabetze bat besterik ez da gertatu.

2.6. *Lehiaketak eta zozketak*

Kuantitatiboki bigarren mailako genero gisa kontsidera badaiteke ere, **lehiaketak** beti izan dira telebistagintzaren historian. Gainera, Contreras-ek (2004: 225-237) dioenez, irratitik datorren generoak zutoin berberak mantendu arren, beti izan du birgaitzeko eta garaietara egokitzeko abilezia.

Telebistako lehiaketen bilakaeran, Europak AEBren bide bertsua egin izan du, hori bai, hoguei urteko atzerapenaz. “Password” (“Pasapalabra”), “The wheel of fortune” (“La ruleta de la fortuna”) eta “Who wants to be a millionaire?” (“50/15”) eta “Qui veut gagner des millions?”) eragin horren lekuko dira. Gainera, lehiaketa-formatuak oso esportagarriak gertatu izan dira, eta ugari dira herrialde batean jaio, ospetsu bilakatu eta hortik aurrera beste toki batzuetara hedatu direnak, frankizien bidez.

Tradizionalki esan ohi da lehiaketa-mota bi daudela: abilezia mentalean (*Quiz showa*) eta fisikoan (*Game showa*) oinarritutakoak. TNSren sailkapenean, aldiz, lehiaketen baitan bi azpigenero ageri dira: ikusgarriak direnak (pertsoneiak, aktua-zioak, sariak, dekoratuak...) eta ikuskizunik gabeak, modu xumeagoan aurkezlea eta lehiakidea aurkezten dutenak.

Gainontzeko generoetan gertatu den bezala, neotelebistagintzak generoen nahasketa eta bakoitzaren mugen desagerketa ekarri du lehiaketetara. Modu horretara, oinarri-oinarrian lehiaketak diren hainbat saio *show* galantak dira, eta *reality* telebistan jarriak dituzte oinak. Azken horien artean daude, nola ez, “Operación Triunfo” (TVE 1; lanegunero; 22:00; 155’) eta “Gran Hermano” (Cáceres, 2002 eta Castro, 2002).

Baina, esan bezala, lehiaketa tradizionalen eredura itzuliz, ikuskizuna eskaintzen dutenen artean nagusi dira abilezia-frogak jartzen dituztenak. Lehiaketa horiek *prime-time*an aurkitzen dira maizago, asteroko maiztasuna dute eta barietate eta *show* generoetatik ere zerbait badute. Mota honetakoak dira “El Gran Juego de la Oca” (Tele 5; 1995, ostirala; 22:15; 120’), “La noche de los castillos” (TVE 1; 1995, larunbata, 22:15; 90’), “Qué apostamos” (TVE 1; 1996; ostirala; 22:30; 169’) eta “Gran Prix” (TVE 1; 2004; astelehena; 22:00; 120’), adibidez.

Bestalde, esan dugun modura, ikusgarritasun-maila txikiagoaz, galdera-erantzunetan oinarritutako lehiaketak daude. Mota horretako programak produkzio-kostuei dagokienez apalagoak dira, aurkezle bakarra izaten dute, platoan burutuak izaten dira, sarritan publikoa giroa sortzeko dago, eta diru-sariak izaten dituzte. *Prime-timetik* kanpoko ordutegietan kokatuak eta eguneroko maiztasunez airerazten dituzte lehiaketa horiek, horizontalitatea nagusi duen programazio-teknika erabiliz. Horrek, nola ez, fidelizazioa eta kanalarekiko identifikazioa errazten du, eta, *acces-time* bietan kokatuak izaten direnetan, audientzia garraiatzeko eta albistegien atarian sendotzeko erabiltzen dira.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“¿Quiere ser millonario?”	Tele 5	osteguna igandea	22:16	120’
“Waku, waku”	TVE 1	igandea	20:22	37’
“Pasapalabra”	Antena 3	astelh-ostir	20:00	60’
“Date el bote”	ETB 2	lanegunero	13:55	63’
“Qui veut gagner des millions?”	TF 1	lanegunero	18:55	50’
“100% question”	France 5	asteazkena	14:15	30’
“Des chiffres et des lettres”	France 2	asteartea	16:50	35’
“Questions pour un champion”	France 3	astelehena- larunbata	18:05	30’
“Motus”	France 2	lanegunero	11:00	35’

Zozketak delako programek loteria, kiniela eta, oro har, zortean oinarritutako berri ematen dute, esaterako: “Telecupón” (Tele 5; 1997;) eta “El primijuego” (TVE 1; 1998; osteguna; 20:30), “Loto foot” (France 3; asteartea; 20:25; 5’) eta gabonetako eta errege-eguneko loterien inguruko programa bereziak ere, non zozketaren emaitzak eskaintzen dituzten.

Kopuruari begira baino gehiago kualitatiboki, Lehiaketek telebista-kanal desberdinen eskaintzan daukaten lekua interesgarria da. Izan ere, azken urteotako joera mantenduz, emanaldiaren %2,8ko tarte dute batez beste Estatu espainiarreko ikuspegiari (TNS, 2004). Hala ere, kopuru horretatik gora kokatzen dira Antena 3, (%5,9), TVE 1 (%4,4) eta Tele 5 (%4,5). Baina, esan bezala, *prime-time*aren

atariko kokapenak eta urrezko ordutegi horretan askotan lortzen duten garrantzia ez da ahaztekoa. Gainera, programazio-teknika horizontalean (aste barruan, egunero eta ordu berean) oinarrituta, hitzordu jakinaren papera jokatzen dute, askotan ondoren etorriko diren programetara audientzia eramanez.

2.7. *Kirolak*

Kirol-apur batzuen inguruan antolatutako telebista-eskaintza oparoaz, koloretsuaz eta arrakastatsuz ari gara genero hau aipatzean. Futbolak, eskubaloiak, autolasterketak, rugbiak, txirrindularitzak eta esku-pilotak eta antzeko kirolek berezkoa duten ikus-entzunezkotasunaren, erakargarritasun sozialaren eta, aldi berean, medioaren garapen teknologikoaren eskutik, berebiziko lekua daukate gaur egungo telebistagintzan.

Garrantzi horren erakusle dira bete-betean Kirolei eskainitako programak ez ezik, albistegi orokorretan eskaintzen zaien tartea. Gu, dena dela, hemendik aurrerako lerrootan programa unitate gisa definitzen duen kirolari buruz arituko gara.

Kirolaz gabiltzala, lau dira defini daitezkeen azpigeneroak: Zuzeneko erretransmisioak, Erretransmisio diferituak, Kirol-saioak, Laburpenak eta, azkenik, Erretransmisioen aurrekoak/atzekoak. Horiatariko multzo bakoitza zirriborratzeaz gain, erabiltzen dituzten formaturik erabilienak zeintzuk diren ikusiko dugu ondoko pasarteetan.

Zuzeneko erretransmisioak dira gaur egun kirolak telebistan duen arrakasta-tresnarik nagusienetakoa. Urtero-urtero egiten diren Estatuko futbol profesionaleko lehiaketak beste kirol batzuen munduko norgehiagokak eta, maiztasun txikiagoz, olimpiadak dira zuzeneko emanaldi hauen paradigmak. Gainontzeko kirol batzuk zuzenean eskaintzen badira ere, ez dute lortzen horien audientzia-maila ezta erakargarritasun publizitarioa ere. Hori dela eta, aipaturiko kirolen zuzeneko erretransmisio-eskubideak oso preziatuak eta garestiak izaten dira.

Urteroko telebista-saiorik ikusien zerranda egiterakoan, beti ageri dira lehen postuetan kirolak, eta bereziki, futbola¹². Zuzeneko saio horiek, gainera, *prime-time*an erraz kokatzen dira eta, 100 minututik gorakoak izanik, larunbat zein aste barruko beste gau oso bat molda dezakete erraz.

Diferituan diren erretransmisioak, kirol-ekitaldiaren ordutegia desegokia suertatzen delako, kointzidentziak egoteagatik edota bigarren mailako kirolak tarteko, zuzenean eskainiak izateko garrantzia nahikoa lortzen ez dutenak dira.

12. Azken hamarkadako 25 programa ikusien *ranking*ean futbola agertzen da, hamar baino gehiagotan, batez beste (Sofres AM, 1993-2003).

Berez, zuzenekoan tratamendu tekniko-espresibo bertsua dute diferitukoek, baina sarri ekitaldiaren emaitza ezaguna izan daitekeenez, freskotasuna eta erakargarritasuna gal dezakete. Kasuan kasuko adibide zehatzak dauden arren, “Boxeo izarrak” (ETB 1; ostirala; 0:30; 55’) eta pilota-saio bikainak dira modu iraunkorrean programazio-tauletan ageri diren saio aipagarrienak.

Kirol-saioentzako lehengaia kirol desberdinen laburpenak, berriak, elkarrizketak eta erreportajeak izaten da. Kirol-erretransmisioek baino maiztasun handiagoa (egunerokoak asko, baina asteburuetakoak ere ugari) eta programazio-tauletan tinkoago mantentzen direnez, gaur egungo telebistagintzaren eskaintzaren elementu oinarrikoak dira. Izan ere, barne-produkziokoak izaten diren saio hauek ekoitzi ahal izateko telebistek erredakzio propioa eta aurrekontu eta ekipamendu tekniko berezituak izaten dituzte.

Aurkezpenean, tratamenduan edo tradizioan gorpuztutako kirol-saio definituak ditu telebista bakoitzak eta kanalaren irudiaren osaketan paper garrantzitsua jokatzen dute saio horiek. Beraz, hauek dira dauden kirol-saio ezagunenak:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Kirolez Kirol”	ETB 1	larunbata igandea	17:10 16:05	190’ 235’
“Estadio 2”	TVE 2	larunbata igandea igandea	13:30 12:30 23:00	360’ 450’ 90’
“Téléfoot”	TF 1	igandea	10:55	65’
“C du sport”	Canal+F	larunbata	15:00	40’

Laburpenak dira kirol-saioen artean, egunean zehar ala momentu horretan bertan ospatzen ari diren kirol ekitaldien zatiak ala, amaituta gero, laburpenak eta emaitza zehatzak eskaintzen dituzten programak. Normala denez, kirol-saio hauek ugariagoak izaten dira asteburuetan, eta *kontainer* itxura hartzen dute iraupena (“Estudio Estadio” hiru ordu t’erdi inguruan dabil) eta egitura aldetik.

Azkenik, **Erretransmisioen aurrekoak/atzekoak** aipatuko ditugu, labur-labur. Saio hauen izateko arrazoia kirol-ekitaldien inguruan sortzen den itxarokizun eta ikusminaren berri ematea izaten da. Magazine-ikutua hartzen du sarritan eta, kirolaz gain beste osagarri batzuk izaten ditu: historikoa, estatistikoa, ekonomikoa, soziala eta mediatikoa.

Adibide gisara, Canal +Ek eskaintzen duen “Previo fútbol” (igandea; 11:40; 20’) izeneko dago.

Oro har, Estatu espainiarreko telebistaren emisio-orduen batez besteko tinkoan %6,7 eskuratzen badu ere, datu hori ez da modu homogenoan ematen kanal

guztietan: Antena 3k eta Tele 5ek ez daukate ia kirol-saiorik, baina Canal +Eren emanaldiaren %15,1 genero horri dedikatu diote 2003an (TNS, 2004). Kanal publikoei dagokienez, nolabaiteko paper-banaketa bat badagoela ikus daiteke. Alegia, bi kanal dituzten kateetan, batek kirolari garrantzi handia ematen dio (TVE 2en %17,6, Punt 2ren %17,5 eta ETB 1en %13,1,) eta bestean ia ez zaio tarterik eskaintzen: TVE 1en %2, Canal 9n %3,2 eta ETB 2n %0,4.

Kirolaren garrantzi telebisiboa, gainera, kanal tematikoen kopuruan eta ordainpeko telebista-kontsumoan ere neur daiteke. Hauek dira kirola gai bakartzat hartu duten kanaletako batzuk: Eurosport, Sport+, eta Sportmanía. Eta hori baino berezituagoak direnak: Canal Barça, Real Madrid TV, Futbol Total, Equidia, Via Mundial, Moteurs eta Golf+.

Bestalde, lehen ikusi dugun bezalaxe, ordainpeko telebista multikanala kon-¶tratatzera, Kirola da —futbola, zehatzago esatearren— arrazoi nagusien artean bigarrena, Fikzioaren ondotik.

2.8. Zezenketa

Zuzeneko zein Diferituan eginiko erretransmisioak, ekitaldi hauen aurrekoak/ostekoak, Laburpenak eta Albistegi berezituak izaten dira telebista-genero honek hartzen dituen tankerak.

Lehen biegi dagokienez, zezenketak berak duen besteko iraupena izaten du, eta arratsaldea eta *access prime-time* izeneko tarteak betetzen du: 18etatik 20etara, gutxi gorabehera. Egutegian oso kokapen zehatza izaten dute zezenketek, eta beren urtaroa udaberritik udazkenaren lehenetara luzatzen da.

Erretransmisioek 100 minututik gorakoak izaten dira, eta askotan 140ra ere heltzen dira. TVE 1 da modu erregularrean eta irekian zezenketak eskaintzen duen orotariko kanal bakarra. ETBk hainbat erretransmisio burutzen ditu Iruñeko sanferminetan, jai horietan ospatzen diren zezenketa-entzierroak aitzakia modura hartuta.

Erretransmisioen aurrekoak/ostekoak, programa gisa, lehenago aipatu ditugun ekitaldi nagusi horien inguruan gauzatzen diren saio bereziak izaten dira.

Laburpenak, sasoiaren sasoi, zezenketen tarterik aipagarrienak erakutsiz osatzen diren programak dira.

Azkenik, zezenketei dedikaturiko **albistegi berezituak** aipatuko ditugu. Saio bereziek ez bezala, albistegiek kokapen ezaguna eta tinkoa dute programazio-taulan, eta, kopuruan gutxi izan arren, horietariko batzuk urte luzez aireratu izan dira. Esaterako, ezagunak dira “Tendido Cero” (TVE 2, asteazkena, 00:15, 30’), “El toreo” (Canal Sur, larunbata, 14:00, 30’) eta “El Planeta de los toros” (Canal +E, osteguna, 19:00, 60’) izenekoak.

Estatu frantziarrean, France 3k Akitania osorako duen emisio-eremurako, Simon Casas-ek aurkezten duen “Toromania” izeneko saioa pantailaratzen da, denboraldiak irauten duen bitartean.

Batez beste, telebista-eskaintzaren ehunekoa 0,3 da zezenketek betetzen dutena. Canal Sur da Estatu espainiarrean denbora gehien eskaintzen diena (TNS, 2004), emanaldien %1,3; atzerago datoz TVE 2 (%0,8), Punt 2 (%0,5) eta TVM (%0,3). Gainontzekoetan ez du ia inolako tarterik lortzen. Hala ere, Zezenketen sasoian, audientzia aipagarria eskuratzen dute zuzeneko erretransmisioek eta, gainera, berez emakumeak nagusi ohi diren ordutegian gizonezkoen presentzia erakartzeko modukoa izaten da genero hau. Bestalde, bere momentuan Via Digital plataforma digitalak zezenketa nagusien erretransmisio-eskubideak erosi zituen eta, nolabaiteko espezializazio hark orotariko kanalen audientzia-mailak behera egitea ekarri zuen. Canal +Ek berak ere emanaldien %0,3 ematen die zezenketei.

2.9. *Musika*

Estilo desberdinak eta ikus-entzunezko lengoia ugariak erabiliz, baina, hori bai, musika-ardatz eta mami gisa duten programak biltzen ditu genero honek. Irratian hain ospetsuak ziren saioak ikus-entzunezko mediora egokituz jaio ziren, gaur egun krisitik ia atera ezinean dabilen generoa (Contreras, 2004: 271-279).

Baget Herms-ek (1993 eta 2003) musika-generoaren bilakaera aztertu du eta, Estatu espainiarreko kasuan zentratuz, hasiera bateko musika-ikuskizuna lehenengo, bideo-klipen garaia gero eta, gertuago, krisialdia eta musikaren eta lehiaketaren arteko sinbiosia aipatzen ditu. Lehen etapakoak dira, besteak beste, “Gran Parada” (1959) eta “Noche de sábado” (1966). Bideo-klipen aldian MTVren (Donnelly, 2001) sorrera eta ondorengo kanal tematikoak kokatzen ditu. Azkenik, lehiaketa-*show* garaikoak dira munduan zehar barreiatu diren formatuak: “Popstar”, “Fame”, “Operación Triunfo”, “Star Academy”, adibidez.

Musikak, telebistan programa bilakatzeko bidean, lau joera nagusi ezagutu ditu: Musika-saioak, Kontzertuak/Emankizunak zuzenean ala diferituan, Bideo-klipak eta, azkenik, forma berriak biltzeko sortuko dugun Besteak delako multzoa.

Musika-saioetan emankizunak, berriak, elkarrizketak eta abar tartekatzen dira, gaia bera izanik elementu bateratzailea.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“El concierto”	TVE 2	larunbata	12:00	30’
“Música sí”	TVE 1	larunbata	11:30	150’
“Nosolomúsica”	Tele 5	igandea	02:00	45’
“Los 40 principales”	Canal +E	lanegunero	13:30	30’
“Plus vite que la musique”	M 6	larunbata	20:05	35’
“Toute la musique qu’ils aiment”	France 3	ostirala	02:00	55’
“Tubissimo”	M6	lanegunero	10:55	55’

Kontzertuak/Emankizunak azpigeneroan, zuzenean ala diferituan nagusi diren bi eredu aurki daitezke: musika klasikoa eta modernoa. Bietarako, eta azken denboraldietan arakatzuz, hona adibide batzuk:

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Maestros de la Zarzuela”	TVE 2	osteguna	10:00	23’
“Concierto”	TVE 2	larunbata ingadea	9:20	65’
“Los conciertos de Radio 3”	TVE 2	astelehena- osteguna	01:45	25’
“Sputnik Concert”	K33	larunbata igandea	19:30	30’
“Platée”	France 3	larubata	00:40	155’
“En concierto”	Tele 5	larunbata	02:20	30’

Bideoklip saioei dagokienez, musika-estiloa definitua duten arren, gaurkotatua eta salmenta handien inguruan antolatutako bideo klipen zerrenda eskaintzea izaten da beren eginkizuna. Estilo honetakoak dira “Del 40 al 1” (Canal+E; larunbat; 12:00; 52’) eta “E-clipse@” (ETB 1; ostirala; 09:00; 25’). Programa horiek irratian hain famatua den formularen egokitzapena besterik ez dira.

Azkenik, gaur egungo telebistagintzan nagusitu diren genero-nahasketak direla medio, musikaren inguruan antolatu diren lehiaketak, *reality show*ak eta magazinak aipatu beharko ditugu. Izan ere, 2001-2002 denboralditik aurrera, “Operación Triunfo” (TVE 1 eta TVE 2) eta “Star Academy” (TF 1) direlakoak fenomeno sozialak bilakatu ziren. Aipaturiko horiek eta horrenbesteko arrakasta lortu ez zuen “Popstar” saioa genero hibridoak dira, denetarik apur bat dutenak. “Operación Triunfo”-k (TVE 1) eta “Star Academy”-k (TF 1), esaterako, musika-emankizun, elkarrizketa, *reality show*aren elementuak hartu zituzten, eta lehiaketetatik ere bai zerbait. Itxura guztien arabera, modu egokian konbinatuta, lortu duten arrakasta paregabea izan baita: audientzia-kopuruan eta “kualitatean”,

*prime-time*an kokatuta izan direlako¹³ eta proiektzio sozial handia eskuratu dutelako (Cebrián, 2003).

O.T.-ren eta “Star Ac”-en arrakastaz aparte, musika-generoak ez du bestelako garrantzirik programazio-tauletan, izan ere emanaldien %3,6tik gora ez du egiten, batez besteko datuetan (TNS, 2003). Hala ere, badira salbuenpenak, Punt 2 (%13,9) eta, apalago, ETB 1 (%8,5).

Baina musikaren interesgarritasuna neurtzeko, orotariko telebistagintzan duen garrantziaz gain, eskaintza tematikoetan duena ere kontuan hartu behar da. Mundu honetan aipatzeko modukoak dira MTVren etiketapekoak (MTV España, MTV2, MTV Hits eta MTV Base), 40 TV, Music Choice, 40 Latino, MCM Africa, Muzzik eta VH1, Mezzo, eta horrelakoak.

Azkenik, gogoratzekoa da Operación Triunfo delakoak iraun zuen bitartean, Estatu espainiarreko plataforma digitaletako batean, programa horri dedikaturiko kanal oso bat emititzen zutela.

2.10. Fikzioa

Telebista-eskaintzaren oinarriak hiru (heztea, informatzea eta entretenitzea) zirela esaten zuteneko garaian, entretenimenduari emaniko tartean Fikzioa nagusi zen, bereganatzen zituen minutuen arabera. Gaur egun ere, telebistaren espektakularizazioaren sasoian gauden arren —prentsa arrosa, *reality show*ak eta abar ugaritu egin dira—, Fikzioak betetzen du ordu-kopururik handiena informazioarekin zerikusirik ez duten programen multzoan.

Kanal konbentzionalen programazioa ikusita, Fikzioak duen zentraltasuna (*prime-time*an eta *day-time*an), garrantzi kuantitatiboa (ordu-kopuruan) eta ikusentzuleen erantzun ona —eta, ondorioz, iragarleentzako komenigarritasuna— ukaezinak dira.

Fikzioak genero gisa izan duen ibilbidean, AEBek buruturiko “kolonizazioa” eta joan zen mendeko 90.eko hamarkadan Europan gertatu zen infleksio-puntua gogoratu beharrekoak dira. Izan ere, urte askotan, film *hollywoodtar* luzeak, telesailak eta marrazki bizidunak izan dira nagusi. Hala gertatu da Europar Batasuna sortu, gorpuztu eta ikus-entzunezko merkatu eta industria propioa bertan eraikitze-ko neurriak hartu diren arte (Richeri, 1983)¹⁴.

13. Gainera, Operación Triunfo kanal tematikoa izatera heldu zen denbora batez.

14. “Efectivamente, es posible afirmar que mientras la televisión conquistaba lentamente el mundo, las compañías *hollywoodienses* ya lo poseían (...). Las compañías *hollywoodienses*, que ofrecían alta calidad técnica, dinero, asistencia, estructuras y naturalmente un enorme bagaje de programación ya disponible eran los interlocutores más productivos. Ofrecían un producto esencial en un mercado en el que, virtualmente, no existía competencia (...). Frente a los precios de venta de los distribuidores *hollywoodienses* y las garantías de índice de aceptación aseguradas por los productos norteamericanos, el productor local no tenía más remedio que retirarse y renunciar a la competencia” (Richeri, 1983: 307-309).

Contreras-ek (2004: 156-157) dioenez, 90.eko hamarkadan berrikuntza nabariak suma zitezkeen Europako ikus-entzunezko panoraman: inbasio iparramerikarrari aurre egiteko moduko fronte zabalak eta indartsuak; birrarauketaren ondorengo egituraketa industrial sendoa; ondo hezituriko gazte sortzaileak; kanal tematikoen eskutik, programazio bide alternatiboak; eta, berrikuntzak edukietan eta hurbileko gai eta pertsonaien presentzia.

Sortua, irudikatua eta errealtatearekin loturarik ez omen duen genero honetan, azpigenero, produktu eta formatu desberdinak koka daitezke. Horiatariko nagusiei buruz ariko gara ondoko lerroetan (Gómez, 2003).

Film luzeak, oinarrian, zine-aretoetarako eginiko produktuak izanik ere, ondo egokitzen dira telebistaren distribuzio-kanalera —baita bideora, kablara eta *pay per view*ra—, eta, horrela, hain garestia den produktuaren amortizazio-katea ugaritu eta denboran luzatu egiten da.

Kanalaren irudi publikoa osatzerakoan, Fikzioaren presentzia zenbateraino-koa den —eta nola programatzen den— eta eskaintzen dituzten produktuen arrakasta oso garrantzitsuak izaten dira.

Tradizionalki, film luzeak hein handi batean Amerikako Estatu Batuetako produkzioak izaten dira, nahiz eta orain jatorri europarra dutenen ehunekoak gora egin duen. Farré-k (2001: 121-126) dioen bezala, zinea produktu oso erakargarria izan da eta, azken hamarkadetatik ona, hori baino gehiago, ezinbesteko bilakatu da. Gainera, orain eskaintzen den zineak Hollywoodeko jatorrikoa behar du izan, hango *star system*-eko izen ospetsuak bere baitan, eta akzio handiko istorioa kontakizun. Film horiek telebistan jasoko duten arrakasta neurtzeko, garrantzi handikoa da aurretik zinema-aretoetan lortu izandakoa.

Jakina den bezala, AEBko *majorrek*, hots, zine-ekoizpena dedikaturiko enpresa erraldoiek, film luzeak ez dituzte solte merkaturatzen, baizik eta sortak eginez. Fardel horietan, lehen mailako filmak sartzeaz gain (*blockbuster* izenekoak), B, C eta hortik beherako kalitate baxuagokoak ere sartzen dituzte. Errealitate hori ezagutu eta alderik onenak ateratzen jakitean dago arrakastaren giltza programa-tzaile askorentzako.

Filmen erosketa (salneurria, emisio-eskubideak, epeak...) eta kudeaketa (saillkapena, xede-taldearen definizioa, promozioa, emisioa...) oinarrizkoak dira kanalaren programazio-taulagintzan. Cortés-ek (1999: 154), Fikzioari buruz ari dela dioen modura, arrakasta lortzeko funtsezkoa da *library* (bilduma) on bat edukitzea eta denbora, konpetentziaren jarduna eta norberaren intentsitate-fluxua ondo kudeatzea.

Film luzeak eta futbola izaten dira nagusitasuna eskuratu guran ari diren kanalen arteko bi tresna erabilienak, kontraprogramazioan. Edozelan ere, azken

urteotako programazio-taula ohizkoenetan leku garrantzitsua eskuratu dute filmek. 120-140 minutu inguruko iraupen estandarrekoak izaten direnez, edozein ordu-multzo betetzen dute ia bere osotasunean, egunean zehar (bereziki asteburuetan 15:00-18:00) zein aste barruko *prime-time*an —bostetik bi gautan filmak egoten dira kanal handienetan—. Gainera, jatorrizko iraupen horri iragarkietarako etene-nak gehituz gero, asko luzatzen dira, sarritan jendearen arreta galtzeraino eta eraginkortasun publizitarioa indargabetuz, saturazioz. Esaterako, eta adibide gisa, “Salvar al soldado Ryan” izeneko filmari (169’) beste 45 minutu gehitu zitzaizkion telebistaz estreinatu zen egunean, eta neurrigabekeria horrek eragin kaltegarria izan zuen audientzia-kuotari dagokionez (GECA, 2002: 46-47).

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Madrugada de cine”	Tele 5	astelehena	02:30	95’
“El pelicolón”	Antena 3	astelehena	22:00	180’
“Cine de barrio”	TVE 1	larunbata	17:45	195’
“Siempre cine”	ETB 2	asteartea	18:00	120’
“Estreno Canal+”	Canal+E	astelehena	22:00	105’
“Le films dans les salles”	TF1	igandea	23:00	120’

Taulan ageri diren programen aurrean hartzaileen erantzuna ikusita, badirudi Fikzioa, ikus-entzuleak erakartzeko arma eraginkorrenetarikoa dela oraindik ere.

Fidelizazio-teknika gisa, film horiek programa baten izenpean aurkezten hasi dira, eta egun eta ordutegi bertsuetan. Gainera, azken denboraldietan, aurkezle batek filmaren inguruko sarrera bat egiten du, hainbat informazio eskainiz. Horietariko saio batzuk gehiago garatu dira, eta zineari buruzko kontainer itxura hartu dute. Esaterako: “Cine de Barrio” (TVE 1; lanegunero; 18:05; 168’), “Versión española” (TVE 1; asteartea eta osteguna; 22:45; 184’) “Qué grande es el cine” (TVE 2; astelehena; 22:40; 188’) eta “Thema” (Arte; igandea; 20:45; 195’) adibidez.

Film luzeak kanal tematikoetarako lehengaia izan dira, eta, horrela, mota askotariko eskaintza berezitua dago ikusgai: Calle 13; Canal 18; Canal Hollywood; Canal Star; Cinemanía; Cine 60; Ciné Classic; Gran Vía Cine; Cinéfamily, Cinéculte, Action, Cine Box, Polar, Cinécinéma Auteur, eta Cinétoile, besteak beste.

Film laburra: iraupen mugatuagoa duen fikziozko produktua; agian, AEBn nagusi den komertzializazio-sisteman eta merkatuan lekurik ez duenez, bigarren mailako azpigenero gisa ageri zaigu. Hala ere, aipatu beharra dago gero eta gehiago ikusten direla film laburrak, “gau tematikoak” deiturikoetan edota xedetalde zehatza duten emanaldietan.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“La noche más corta”	Canal +E	asteazkena	23:30	60’
“Cortometrajes de ETB 2”	ETB 2	larunbata	23:00	100’
“Sens tre”	Punt 2	asteartea	22:45	30’
“Scrat l’écureuil”/Court métrage	Canal+F	asteartea	10:15	10’
Les films faits à la maison”	Canal+F	igandea	23:45	15’

TV movieak/Telefilmak

Film luzeal ez bezala, *TV movieak* telebistarako pentsatuak izan dira, eta hori jakinik ekoizten, merkaturatzen eta pantailaratzen¹⁵. Horrez gain, hauek dira telefilmaren beste elementu definigarri batzuk (Contreras, 2004: 205-210 eta Carta de Ajuste, 2003c):

- bereziki AEBko ikus-entzunezko industriak telefilmak ekoizteko ahalmen handia du, film luzeekin ez bezala, eta horrek produktu-bilduma handia eskaintzea dakar;
- ekoizten denetik pantailaratzen den arteko denbora-tartea askoz ere laburragoa da;
- film luzeen aldean, ekoizpen-kostu baxuagoa dute;
- programazio-baldintzetara oso ondo moldatzen dira: iraupenez estandarizatuak (asko jota 90’; gehi publizitatea = bi orduko emanaldia), gaia eta tratamenduagatik, film luzeak baino aproposagoak dira *prime-timean* kokatuak izateko, eta publizitate-etenak sarriago eta luzeagoak egiteko aukera eskaintzen dute;
- aktore/aktorea hain ezagunak ez direnekin eginak;
- telebistarako aproposagoak diren planoen iraupenak eta zabalerak, gehi audio-baldintzak kontuan hartuak izaten dira;
- eta, azkenik, askotan benetako gertaeretan oinarrituak izaten dira, eta horrek aktualitatearekin nolabaiteko lotura edukitzeko aukera ematen die.

Oro har, Fikzioaren azterketa egiterakoan, Cortés-ek serialitatearen garrantzia azpimarratzen du. Ikuspegi produktibotik begiratuta, ekoizpena estandarizatzeko bidea errazten duelako: gidoi-fasean, produkzioan zein postprodukzioan ala merkaturatzean baldintza jakinetara egokitzen delako. Eta, gainera, programatzeari dagokionez, serialitateak horizontalitatea —asteko egun guztietara zabaltzea telesail bera, esaterako— eta fidelizazioa dakartzalako bere baitan (istorioa, trama eta antzesleak, baina baita ere emisioaren ordutegia, ohitura...).

15. Cortés-ek (1999: 179) gogorarazten duenez, telesailak izateko asmoarekin egin ziren programa-pilotuak dira *TV movie* gisa ezagutzen ditugun asko eta asko.

Sailkapenak sailkapen (Gonzalez Requena, 1989: 35-53), eta azken urteotan gertatu diren bilakaeren gainetik, kapitulu-kopuruak, horietan kontatzen diren istorioak edota pertsonaien arteko jarraikortasuna —serialitatea, alegia— eta emisio-maiztasunak dira osagarririk definigarrienak.

Elementu horiek kontuan hartuta, eta orain arte bezala TNSren sailkapena gida gisa erabiliz, bi dira ageri diren azpigeneroak: kapituluz-kapitulu jarraikortasun argumentala dutenak (serieak eta serialak) eta kapitulu bakoitzeko istorioaren hasiera eta amaiera erakutsiko dutenak (*episodic series* edo kapitulu bilduak). Kasu bietan pertsonaiak, giroa eta momentu historiko bera dute, baina lehenean bakarrik jarraituko dute hasitako tramek eta azpitramek emisio-egun batetik bestera.

Serieen eta serialen arteko desberdintasunak produkzio-moduetan, kapitulu-kopuruan eta, gehienbat, emisio-maiztasunean leudeke. Ikus ditzagun banan-banan.

Telesailak/Serieak

Zine-industriaren errekurtsioak errentabilizatzeko eta, bide batez, Hollywodeko produkzioa ugaritzeko asmoarekin sortu ziren lehen serieak, XX. mendeko erdi aldean. “Bonanza” eta “The Virginian” *westernean* girotuak eta “The Untouchables” eta “Perry Mason” poliziakoak dira orduko adibiderik ezagunenak.

Gaur egun, telesaila telebista-produktu sendo, osasuntsu eta askotarikoa da. Jorratzen dituzten gaiak, pertsonaiak, ekoizpen-moduak desberdinak izan arren, mantentzen ditu formatu gisako elementu bateragarri batzuk. Besteak beste (Contreras, 2004: 179-180):

- hirurogei minutuko iraupena, iragarkientzako tartea barne;
- lau zati edo atal izaten ditu, bakoitza hamar minutukoa, eta, horien bidez, egoera aurkeztu, tentsio-gunea garatu eta ondorioak azaldu;
- argumentalki kapitulu bilduak izaten dira, trama nagusi bat eta bigarren mailako azpitrama pareaz;
- telekomedietan baino antesle-kopuru zabalagoa dute, eta, platoko dekoratuez gain kanpokoak ere erabiltzen dira;
- errealizazioari dagokionez, plano tinkoak, kamera-mugimendu zailik gabeak eta muntaketan oinarritutako erritmoa (egun gutxitan buruturiko postprodukzioa dute).

AEBn ekoiztutako telesailen aro luzeari tokian tokiko fikzio seriatua gehitu zaio, eta panorama-aldaketa horretan, lehen ere aipatu dugun modura, europar produkzioarekiko neurri babesleak, kanal publiko eta pribatuen ugaritzeak, formatuaren mekanizazioa eta, zalantzarik gabe, gertuko edukiak, gaiak eta inguruneak agertzen dituzten telesailen aurrean jendearen erantzun ona dago (García de Castro, 2002; Irazu, 2002; eta, Buonanno, 2001). Estatu espainiarrean, “Anillos de

oro”, “Brigada central”, “Las chicas de hoy en día” lehenetarikoak izan ziren arren, benetako ospea lortu zutenak kanal pribatuekin batera etorri ziren: “Farmacia de guardia” (1991-1995) eta “Médico de familia” (1995-2000), esaterako.

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Ertzainak”	ETB 1	osteguna	21:45	55’
“Señorío de Larrea”	ETB 2	asteazkena	22:00	30’
“CSI”	Tele 5	astelehena	22:00	60’
“El equipo A”	Antena 3	lanegunero	12:30	60’
“Cuéntame cómo pasó”	TVE 1	lanegunero	22:00	90’
“La brigade du courage”	France 3	lanegunero	10:15	55’
“Preuve a l’appui”	TF 1	lanegunero	16:25	50’
“FBI: portés disparus”	France 2	asteazkena	20:55	45’
“Columbo”	TF1	asteazkena	22:45	105’

Telenobelak

Kulebroia deitu izan den azpigenero hauek irrati-dramatikoetan daude sartuta —eta, beste neurri batean, XIX. mendeko nobela serializatuan—; izan ere, xaboi-marka ospetsuek babesturiko saio haiek (*soap operas*) tradizio handikoak eta sozialki oso arrakastatsuak izan ziren.

Telebista jaiotzeaz bat hasi ziren lehen folletoiak AEBn, kate handien goizeko ordutegian. Orduko batzuk gaur egun ere mantentzen dira, adibidez: “The Guiding Light” (1952tik aurrera), “General Hospital” (1963) eta “The Young and the Restless” (1973) (Matelski, 1999; McCarthy, 2002; eta, Allen, 1995).

Iparramerikar jatorriko produkziokoei Erresuma Batukoak (“Coronation Street”, 1960; “Brookside”, 1982, “EastEnders”, 1985 eta australiarra den “Neighbours”) gehitu zitzaizkien, baina bereziki aipatzekoak dira Hegoamerikakoak. Azken horiek sarrera errazagoa izan dute Estatu espainiarreko merkatuan; besteak beste: “Roque Santeiro”, “Caballo viejo”, “Yo soy Betty, la fea” edota “Son amores” izenekoak.

Beraz, telenobelak, historikoki dira: kanpo-produkziokoak, kapitulu ugarikoak, programazio-taularen ordu bertsuetan, goizean eta bazkalostean eta emozioak suspertzen dituzten argumentu joan-etorrikoiez beteak (López-Pumarejo, 1987 eta Roura, 1993). Aipatu beharra dago, edozelan ere, barne-produkzioko telenobelak ugaritu egin direla eta Estatu espainiarrean famatu egin direla (Carta de Ajuste, 2002a), hala nola; “Poble Nou”, “Nissaga de poder”, “Plats bruts”, “Mareas vivas” eta “Goenkale”, adibidez (ETBren fikzio seriatua aztertzeko, ikus: Irazu, 2001 eta Aristi, 2003).

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Luna negra”	TVE 1	lanegunero	16:00	90’
“Goenkale”	ETB 1	lanegunero	21:45	40’
“La vie avant tout”	TF 1	lanegunero	9:25	50’
“Des jours et des vies”	France 2	lanegunero	08:35	30’
“Amour , gloire et beauté”	France 2	lanegunero	09:05	25’

Sit-comak/Telekomediak

Gidoian deskribatzen dena toki berean lekutzen den komedia hauek, argumentalki jarraikortasunik ez duten arren, pertsonaiak eta ingurune tenporala zein espaziala mantentzen dituzte, kapituluz-kapitulu.

Irratiko komediekin eta *vodevil*arekin zerikusi handia duten *sitcomak* ikus-entzunezko mediora egokitu ziren berezitasun propioak eskuratuz, hauek besteak beste (Cortés, 1999: 185-186 eta Contreras, 2004: 161):

- iraupenez laburrak (25’ gehi publizitatea = 30’), baina luzaroan antenan egoteko jaiok (batzuk urteak egin dituzte: “El show de Bill Cosby”, “El Principe de Bel Air”...);
- nortasun oso markatukoak eta askotan kontrajarriak eta topikoz beteak diren bi edo hiru pertsonaien inguruan antolatzen da trama, nahiz eta beste bi edo hiru bigarren mailako pertsonaiak agertu noizean behin;
- umorea eta egoera txokanteak dira gehien erabiltzen diren aitzakiak istorio laburrak eta errazak kontatzeko;
- xede-talde zabala bezain heterogeneoa edukitzen dute;
- hitzetan oinarritzen dira eta, horregatik, elkarrizketa laburrak, zorrotzak, oso landuak eta *gag*-ez hornituak (“Roseanne”) egoten dira, baina, berez, akzio gutxikoak dira.

Telekomediak pantailaratzerakoan, hasiera batean *acces prime-time* edota eguerdiko albistegirako bidea markatzen zuten, baina gaur egun hainbat kanaletan *prime-time*an daude kokatuta. Horizontalitatea da nagusi azpigenero honen aireratzean.

Azken hamarkadan, *sitcomaren* eta seriearen arteko mugak lausotu egin dira nabarmen, eta bien arteko mugak desagerrarazi. Modu horretara, hasierako “Farmacia de guardia”-k (Antena 3, 169 kapitulu; 1991-1995), “Medico de familia”-k (Tele 5; 1995-1999) eta “Hostal Manzanares”-ek, “Siete vidas”, “Ellas son así” edota “Martin” (ETB 1,) eta antzekoei utzi diete lekua, beti ere komedia, elkarrizketa eta eszenatoki gutxi batzuetan gertaturiko istorioa kontatuz.

Hori bai, AEBko *sitcomak* nagusi diren arren, gero eta gehiago dira Estatu espainiarreko zein frantziarreko produkzioak, baita euskarazkoak ere (Álvarez Berciano, 2003).

Izenburua	Kanala	Eguna(k)	Ordua	Iraupena
“Los Serrano”	Tele 5	asteartea	22:00	105’
“Les vacances de l’amour”	TF1	astelehena-larunbata	11:05	60’
“Caméra café”	M6	lanegunero	20:40	10’
“El comisario”	Tele 5	asteazkena	22:00	105’

Formatu handiko serieak

Mineseriekin gertatzen den bezala, argumentalki jarraikortasuna duten telesailak dira eta kapitulu gutxikoak, gehienetan hiruzpalaukoak. Miniserie hauek, 60’-90’ tartekoak iraupenez, gertaera historikoetan oinarritzen dira askotan.

Izenburua	Kanala
“Viento del pueblo (Miguel Hernandez)”	TVE 1
“Severo Ochoa, la conquista del Nobel”	TVE 1
“Les misérables”	TF1

Miniserieak

Jarraikortasun argumentala duten serieak dira baina kapitulu gutxikoak, gehienetan seitik beherakoak. Miniserie hauek —60’-90’ tartekoak iraupenez— benetako gertaeretan edota dramatikoak diren egoeretan oinarritzen dira. Cortés-ek dioenez *TV movie*ekin alderatuz gero, produktu gisa, kalitate-maila altuagoa dute, aurrekontua, produkzio-denbora, gidoia eta antzespina bera zainduagoa dutelako.

Ohitura eta fidelizazioa lortzeko adinako kapitulu emititzen ez direnez, promozio-lan handia behar izaten dute eta emanaldi berezi gisa iragartzen dira. Gainera, gertaera ezohikoen aitzakitan pantailaratu daitezke berez izango ez zuten ospea lortzearren. Esaterako, “Titanic” film luzearen estreinuarekin koinzidituz emititu zuten izen bereko Miniseriea.

Marrazki bizidunak

Haurrei zuzendutako saio hauek bilakaera interesgarria izan dute azken urteetan, pantailaratze-tankerari dagokionez. Izan ere, historikoki eskolatik etxeratzeko ordutegietan kokatuak izan badira ere marrazki bizidunak, azken denboraldietan

programazio-tarte horietan *reality show*ak izan dira nagusi. Aldi berean, eskolarako bidea hartu aurreko ordutegia eta asteburuetakoa goizak izan dira hurrei luzatutako eskaintza berriak.

Gainera, marrazki bizidunak, neurri handi baten, “aterki” efektuari esker (Prado, Huertas eta Perona, 1992), haurrentzako programa orokorren barruan kokatuak izan dira, lehen ez zeukaten osotasuna eta indarra eskuratuz. Iraupenez oso luzeak suertatzen diren saio hauek goiz osoa hartzen dute, eta, sarrerak, lehiaketa txiki batzuk eta bestelako osagarri lokalak kenduta, kanpo-produkzio iparramerikarrekoak izaten dira.

Azkenik, marrazki bizidunek lortzen duten arrakastaren lekuko dira kanal tematiko asko, azpigenero honi dedikatuak edo, behintzat, haur/gazteei zuzendurikoen artean marrazki bizidunek leku handia dutenekoak: Toon Disney, Play House Disney, Megatrix, Fox Kids España, Disney Channel, Disney Channel +1, Club Super 3, Nickelodeon, Cartoon Network, Canal J eta Télétoon.

Antzerkia

Antzerki-areto batean taularatuak izateko idatzi baziren ere, asko dira telebistagintzaren historian eskaini izan diren antzezlanak. Horietariko batzuk antzerki-aretoan grabatuak izan direnak, gutxienekoak, eta besteak telebista-estudioan propio ekoitzi izan direnak.

Garai batean, TVEren lehen hamarkadetan, “Estudio 1” delako saioa ospetsua izan zen arren, gaur egun oso gutxi dira telebistaz pantailaritzen dituzten antzerki-obrak. Edozelan ere, badira adibide batzuk TVEren emisioetan (RTVE, 2003): “Daali”, “Ventolera”, “¡Ay! Caray”, “Casa de muñecas” eta “Pareja abierta”

Azken denboraldian, ordea, gala erraldoietan antzerki-skechak eskaintzen dituzte, barietate- eta errebista-kutsukoak, baina antzerkiarekin zerikusia duen interpretazio-estiloa mantenduz (Jose Luis Moreno-k zuzentzen zuen “Noche de fiesta” da famatuetarikoa; TVE; larunbata; 22:45; 170’).

Bestelakoak

Multzo honetan kokatzen dira, gutxi batzuen artean, plastilina zein gomaespumaz eginiko panpinak. Horien artean paradigmaticoa da Canal +ekoek Estatu espainiarerako zein frantziarerrako egiten dituztenak: “Las noticias del guiñol” (Canal +E; lanegunero; 21:50; 10’) eta “Les Guignols” (Canal +F; lanegunero; 19:55; 10’) delakoak.

Orain arte Fikzioari emandako pasarteetan ikusi dugunez, azpimarratzekoa da genero honek duen garrantzia, kuantitatiboki baina baita kualitatiboki ere (Carta de Ajuste, 2003).

Estatu espainiarreko programazio-tauletan beheranzko joera erakutsi duen arren, 1995-2003 tartean 12 puntu galdu ditu; oraindik ere, Fikzioak duen lekua handia da oso: %29,3, batez beste, 2003an. Kopuru horren banaketa, aldiz, desorekatua da kanalka: Canal +en emisio-denboraren %58,1, Antena 3en %33,7, Tele 5n %24,7. Beste kanaletan ere altua da ehunekoa: CMT %61,2, Canal 9 %40,4, Televisión de Canarias %33,8, TV3 %39 eta ETB 2 %41,4.

Fikzioaren bilakaera nolakoa izan den eta horren baitan barne-produkzioakoaren osasuna aztertzeko, European Audiovisual Observatory delakoak (<http://www.obs.coe.int>) Eurofiction izeneko txostena kaleratzen du urtero.

Esaterako, Estatu espainiarraren kasuan¹⁶, hauek dira Fikzioari astean eskainitako ordu-kopuruaren bilakaera azken bost urte hauetan (Vilches et al, 2003 eta Carta de Ajuste, 2004):

Kanal	1999	2000	2001	2002	2003
TVE 1	27,3	33,2	28,2	20,4	27,4
TVE 2	9,9	10,7	7,5	2	15,4
Tele 5	46,5	43,2	2,5	22,7	30,4
Antena 3	38,1	38,2	11,5	16,6	30,9
TV3	19	32,4	19,9	23,6	23,1
K3-33	4,1	8	18	5,3	7,5
Guztira	147,5	165,7	110,1	90,6	134,4

Fikzioari emandako emisioen ordu-kopuru hori pantailaratzekoan, eta, taulan ikustenenez, azpimarragarria da *day-time*ak lortzen duen ehunekoa eta *late-night*en ezereza.

Noiz emititu	1999	2000	2001	2002	2003
<i>Day-time</i>	72	67	78,7	77,7	82,1
<i>Prime-time</i>	10	9	15,4	22,3	15,9
<i>Late-night</i>	18	24	6	-	2

Pantailaratzeko diren fikziozko saioen jatorriari erreparatuz, hiru multzo nahiko orekatuen presentzia ikus daiteke 2002an. Alegia, barne-produkzioa, kanpo-produkzio iparramerikarra eta latinoamerikarra ia maila bertsuan daude. Ikus bestela ondoko taula:

16. Estatu espainiarreko ikerketa-taldeak irekian emititzen duten Estatu osorako, lau kanalak (TVE 1, TVE 2, Antena 3 eta Tele 5) eta Kataluniako biak (TV3 eta K3-33) aztertzen ditu. Ikerketa horien Estatu espainiarreko emaitzak honako helbidean aurki daitezke: www.blues.uab.es/~scampus/masters/masters1/web/report03.htm

Estatu frantziarrari dagokionez, datu interesgarriak aurki daitezke honako helbidean: <http://www.ina.fr/recherche/etudes/composantes/2001/genre.fr.html>.

Produkzioaren jatorria	1999	2000	2001	2002	2003
Estatu espainiarra	16	22	31,9	35,9	24
Latinoamerika¹⁷	10	13	15,9	31	5,6
Iparramerika	74	59	50,6	29,2	64
Europar koprodukzioa	1	6	1,6	3,9	6,5

Barne-produkzioko saioetan sakontzen duenean, Eurofiction delako ikerketak honako panorama erakusten du Estatu espainiarreko kasurako, taulan ikus daitekeenez.

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Titulu-kopurua	27	36	33	51	54	61	63	70
Kapitulu-kopurua	696	1.276	1.424	2.352	1.961	2.467	1.830	1.468
Ordu-kopurua	459	758	851	1.468	1.208	1.306	1.028	1.020

Estatu frantziarrari dagokionez, CSAren (2004) txostenaren arabera, programa-eskaintzaren %37,9 Fikzioari dedikatua da. Eta, Eurofiction delakoan adierazten denez, 2003an zehar, Estatu frantziarrean 592 dira barne-produkziokoak okupatzen duen ordu-kopurua, eta 871 kapitulu-kopurua. Beraz, Estatu espainiarrean baino dezente baxuagoa kategoria guztietan.

2.11. Publizitatea¹⁸

Produktu zein zerbitzu desberdinak ezagutaraztea eta beren kontsumoa bultzatzea helburu gisa duten mezuak sartuko ditugu genero honen baitan.

Behin baino gehiagotan aipatu dugunez, generoen perfila lausotzeak eragina izan du publizitatea eta bestelako edukien artekoan ere (Prado, Huertas eta Perona, 1992: 72-84). Aldi berean, kanal pribatuak etorri-osteko publizitatearen gorakada kuantitatiboa (emisioen zenbatekoa) eta kualitatiboa (publizitate-forma berriak; edukia eta publizitatea elkar erlazionatuz; publizitatearen programazio-teknikak; etab.) nabarmena izan da (Reinares eta Reinares, 2003).

Publizitatea deitzen dugun generoaren baitan lau bat badira defini daitezkeen azpigeneroak (GECA, 2001 eta 2002): **publizitate konbentzionala** (spotak, publiberreportajeak eta gaininpresioak), **babesletza** (programazio-aurrerapenaren babesletza, programetan txertatutakoa eta babesletza-spotak), **autopublizitatea**

17. Eurofiction txostenean esaten denez, kanpo-produkzioan bi multzo daude: AEBkoa eta bestea nagusiki latinoamerikarra. Horregatik, etiketa horiek erabili ditugu goiko taulan.

18. Kontinuitatea, Salmenta-saioak eta Publizitatea hiru genero desberdin gisa ageri dira Sofres AMren sailkapenean. Hala ere, guk nahiago izan dugu horiek guztiak (publizitate konbentzionala, babesletza, autopublizitatea eta teledenda) batera kokatzea eta "Publizitatea" izeneko etiketa soila erabiltzea. Birsailkapen honetan, Sofres AMren taxuketatik kanpo gelditzen den elementu garrantzitsu bakarra "programazio erregionala" izenekoa da. Baina azpigenero hori, guk Informazioaren generoan kokatu dugu, logikak esaten duenari jarraiki, bestalde.

(autopromozioa eta programazio-aurrerapena) eta **teledenda** (teledenda eta *informatial*-a). Bakoitzaren garrantzia ikusiko dugu ondoko lerroetan.

2001eko eta 2002ko publizitate-mota desberdinen garrantzia (GECA, 2001k eta 2002k “Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España 2002” delakoan oinarrituta) oso desberdina da ondoko taulan ikus daitekeenez.

PUBLIZITATE-MOTA	2000	2001
	%	%
Publizitate konbentzionala	61,8	61,4
Spotak	61,3	60,7
Publierreportajeak	0,0	0,0
Gainprimaketak	0,6	0,7
Babesletza-publizitatea	6,1	5,5
Program. Aurrer. babesletza	1,9	2,1
Barneratutako babesletza	3,8	2,9
Babesletza-spota	0,4	0,5
Autopublizitatea	17,7	17,2
Autopromozioa	2,3	1,8
Programazio-aurrerapena	15,4	15,4
Teledenda	14,3	15,9
Teledenda	3,7	4,6
<i>Informatiala</i>	10,7	11,3
Guztira	100	100

Agerikoa denez, oraindik ere publizitate konbentzionala da garrantzi gehien daukana eta bere baitan spotak. Azken horiek 20"-30" iraupenaz mezu publizitario definitua, osatua eta autonomoa izaten dira eta programa desberdinen hasieran edo atsedendaldietan kokatzen dira multzoak sortuz. Publierreportajeak, bere apaltasun kuantitatiboan, publizitatea eta informazioa bateratzen ditu, erreportaje baten itxurarekin, baina antza gehiago dauka bideo enpresarialarekin, epe laburreko mezuekin baino. Konbentzionala deituriko hirugarren publizitate-mota gaininpresioa da. Azken hori gehienbat kirol-erretransmisioetan gertatzen da: futbola, txirrindularitza, rugbya, pilota eta abarretan.

Babesletza erabiltzen duen publizitateari dagokionez, programaren baitan integratzen dena da nagusi. Eta estilo asko aurkezten dituen arren, aipagarrienak mikrosaiokak (programa baten barruan kokatzen den zozketa, informazio-tarte edota *sketcha*) eta aurkezleak berak eginiko aipamenak izaten dira.

Autopublizitatea, bestalde, gero eta garrantzi gehiago hartzen ari da, eta kanalaren diskurtso propio eta irudiaren osaketan lan garrantzitsua jokatzen du. Mezu autopublizitario horietan, aineratuko dituzten programen aipamena eta aurre-rapena egin ez ezik, kanalaren irudia osatzen duten mezuak igortzen zaizkio ikus-entzuleari.

Azkenik, Teledendan bi mota daude, eta biak dira oso erabiliak gaur egun nagusi egin den 24 emisio-orduko kanalaren zereginean: informazioa aurkezteko modu “irentsigarriagoa” eta ez hain bortitza —ez baitu programazioa eteten baizik eta osatzen— eta, bereziki, *Infomercial* deiturikoetan, publizitatea emateko teknika komunikatiborik aurreratuenak erabiltzen baititu: errealizazio arina, freskoa eta erakargarria, produktuaren inguruko lekukotzak, pertsonaje famatu baten presentzia, produktuari buruzko informazio objektibo-itxurako lengoia, e.a. Publizitate-mezu horiek programazioa betetzeko eta goizaldeko ordu txikitetan eskaintzen dira gehienbat. Publizitate-mota horren adibide modura bi hauek: “Televenta” (Antena 3; egunero; 02:45; 150’), “Infocomerciales” (Tele 5; egunero; 03:15 eta 05:30; 120’), “M6 Boutique” (M6; lanegunero; 09:05; 30’), “Televitrine” eta “Teleshoping” (TF 1; larunbata; 7:40 eta 8:05; 25’ eta 50’).

Publizitatea kanal guztietara heltzen denez, bere garrantzia telebista horren audientziaren araberakoa izaten da, nagusiki (Díaz Nosty, 2001: 267-278). Datu guztiek erakusten dutenez, publizitate-mezuak —gehienbat *prime-time*an agertzen direnak¹⁹— gabonak inguruan (urritik abendura) eta uda aurreko bi hilabetetan pilatzen dira, gehienbat (ikus Infoadex, 2003; <http://www.infoadex.es>). Hala ere, publizitate-mezuen itxura eta edukia aldatzearekin batera, gero eta garrantzitsua goa da programaren zein ordu-multzo bakoitzaren audientziaren arabera eginiko publizitatea. Modu honetara, haurrentzako programazioa bezero horientzako publizitateaz “jantzirik” agertzen zaigu, eta etxeko kontsumorako zein garbiketarako produktuak emakumezkoak nagusi diren ordutegietan kokatzen dituzte.

Hona hemen SGAEk 2003ko urtekarian (SGAE; 2002: 449-453), publizitatearen presentziaren bilakaeraz ematen duen informazioa. Ikus daitekeenez, bi dira erabiltzen diren kopuru-motak: Estatu espainiarreko kanal nagusienetan publizitateari luzatutako minutuen banaketa absolutua eta portzentuala.

19. Kontuan hartu behar da Estatu espainiarreko telebistarako publizitate-legediak dioena: ezin izango zaizkiola publizitate komertzialari 12 minutu baino gehiago eskaini orduko, gehi beste bost teledendakoak. Guztira, orduko 17 minutuko muga duela publizitateak, eta edozein kasutan ere, telebista-kanal batek ezin izango duela emanaldiaren %15 gaintitu.

Estatu espainiarreko orotariko kanaletan publikizitateari eskainitako denboraren banaketa (1996-2002).

Kanala	Minutuak (absolutuak)						Minutuak (ehunekoak)								
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	B/B
Kanala															
TVE 1	38.119	46.456	45.669	51.043	50.804	55.515	66.397	11,1	11,2	10	10,1	10	10,2	10,6	10,5
TVE 2	22.127	29.860	34.851	35.776	34.811	40.678	50.517	6,4	7,2	7,7	7,1	6,8	7,5	8,1	7,3
Tele 5	58.573	62.459	67.268	68.588	64.408	66.547	82.954	17	15,1	14,8	13,5	12,7	12,3	13,2	14,1
Antena 3	55.836	66.419	64.239	70.651	71.631	74.546	78.677	16,2	16,1	14,1	13,9	14,1	13,8	12,5	14,4
Canal + E	4.437	6.449	8.603	11.033	14.211	14.024	17.542	1,3	1,6	1,9	2,2	2,8	2,6	2,8	2,2
Canal Sur	23.979	29.849	35.228	41.040	39.062	42.493	37.677	7	7,2	7,7	8,1	7,7	7,8	6	7,4
C2A	-	-	-	7.243	6.148	6.115	9.145				1,4	1,2	1,1	1,5	1,3
TV3	21.803	26.143	31.581	35.702	35.382	32.165	37.297	6,3	6,3	6,9	7	6,9	5,9	5,9	6,5
C33	6.784	10.148	15.024	16.322	16.764	19.332	19.098	2	2,5	3,3	3,2	3,3	3,6	3	3,0
ETB 1	8.610	11.014	14.038	14.414	19.156	17.053	16.897	2,5	2,7	3,1	3,4	3,7	3,1	2,7	3,0
ETB 2	17.467	23.097	25.921	30.038	27.972	27.360	39.298	5,1	5,6	5,7	5,9	5,5	5	6,3	5,6
TVG	25.278	30.782	31.488	33.189	31.414	31.359	37.968	7,3	7,4	6,9	6,6	6,2	5,8	6,1	6,6
TVM	34.228	38.969	41.899	45.299	45.043	45.625	46.107	9,9	9,4	9,2	8,9	8,8	8,4	7,4	8,9
Canal 9	27.636	31.712	35.905	37.090	36.197	38.106	42.233	8	7,7	7,9	7,3	7,1	7	6,7	7,4
Punt 2	-	-	4.630	6.037	7.219	7.495	8.079			1,1	1,1	1,4	1,4	1,3	1,3
TVAC	-	-	-	-	6.204	23.499	31.076					1,2	4,3	5	3,5
CLM	-	-	-	-	-	-	6.189							1	1
Estatu osorakoak	179.09	211.64	220.63	237.09	235.86	251.31	296.08								
GUZTIRA	344877	413357	455419	506465	506425	542001	627151								
B/B								7,7	7,7	7,2	6,6	6,2	6,2	5,9	6,8

Iturria: TNSren datuetan oinarrituta, SGAEK (2002: 451) eta guk eginiko azterketa. Komunitate Autonomoetarako eginiko deskonekzioetako publikizitatea ez da kontuan hartua izan. Estatu osorako batuketan: TVE 1, TVE 2, Tele 5, Antena 3 eta Canal + sartu ditugu.

Eta, panorama osatuz, DDMek 2001eko urtekarian (DDM; 2001: 70) Estatu frantziarreko telebistagintzan publizitateak daukan garrantzia eta izan duen bila-kaeraz ematen duen informazioa.

Estatu frantziarreko orotariko kanaletan publizitateari eskainitako denboraren banaketa (1990 eta 1995-2000).

Kanala	Minutuak (absolutuak)						
	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000
TF 1	25.686	43.128	44.682	46.530	46.116	47.460	48.600
France 2	14.886	34.848	35.718	39.798	39.204	40.866	32.040
France 3	6.180	27.228	25.350	29.718	27.582	29.490	23.940
France 5	23.280	2.850	5.448	9.498	10.392	10.140	10.920
M 6	13.200	37.200	36.948	40.104	42.510	44.406	46.020
Canal + F	4.548	6138	6.348	6.948	7.392	7.764	9.120
GUZTIRA	87.780	151.392	154.494	172.596	173.196	180.126	170.640

Iturria: SECODIPen datuetan oinarrituta.

Amaitzeko esan, beste generoekin gertatu bezala, badirela kable zein satelite bidezko kanal tematikoak bete-betean publizitatera dedikatuak; esaterako, Canal Punto de Venta izenekoak.

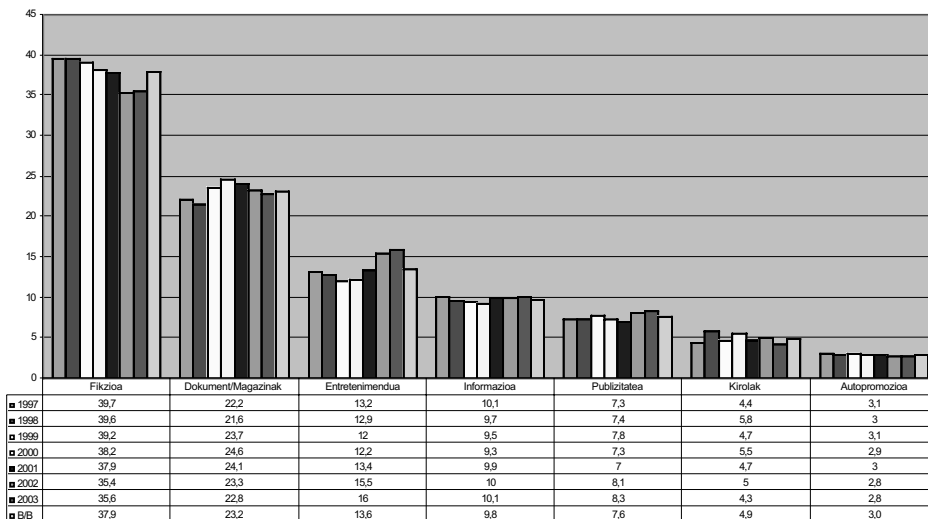
3. GENERO DESBERDINEN GARRANTZIAREN BILAKAERA

Estatu frantziarrari dagokionez, eta CSAren emaitzak oinarri modura hartuta, lurralde osorako ari diren telebista analogikoen batez bestekoan (TF 1, France 2, France 3, France 5 eta Canal +F), Fikzioaren nagusitasuna agerian gelditzen da 1997-2003 seiurtekoan (batez bestea, %37,9). Bigarren mailan, baina kopuru aipagarriaz (batez beste, %23,2) Dokumentalak/Magazinak ageri dira. Berriro ere, gogoratu beharra dago, Madrildik emititzen duten telebistekin alderatuz, Estatu frantziarreko magazinek formatu estandarizatua eta informazioaren eta zerbitzu publikoaren ikuspegitik hurbilago daudela. Genero honen baitan, ia erdira iristen da dokumental hutsak direnak, hau da, zientzia, natura, munduko herrialde desberdinak eta horrelakoak gai modura hartzen dutenak.

Askoz atzerago gelditzen dira, grafikoan ikus daitekeenez, gainontzeko generoak: Entretanimendua (%13,6), Informazioa (%9,8), Publizitatea (%7,6), Kirolak (%4,9) eta Autopromozioa (%3). Entretanimenduari dedikaturiko saioetan, musika eta lehiaketek berebiziko garrantzia dute. Informazioa genero modura dutenen artean, pentsatzekoa denez, albistegiak dira nagusi, eta horien ondotik datoz gaurkotasan handiko magazinak.

Bestalde, genero bakoitzak emisio-denboraren arabera neurtuta eskuratzen duen garrantzia nahiko konstantea izan da azken urteotan. Ikus bestela ondoko grafikoa.

Generoak Estatu frantziar osorako telebista-eskaintzan; 1997-2003-CSA.



Estatu espainiar osorako ari diren telebistei dagokienez, eta azken urteotako ibilbidea aztertuz, generoen garrantzia nola aldatu den ikus daiteke eta, ezer baino lehen, genero gutxi batzuen nagusitasuna. Izan ere, batez besteko datuei erreparatuz, hamar emisio-ordutik zazpi pasatxo Fikzioari (%41,1), Miszelaneari (%15,3) eta Informazioari (%14,1) eskainitakoak dira. Hiru handi horien ondotik datozenetatik, Kultura (%9,3) eta Kirolak (%8,3) dira ehuneko hamarrarren bueltan dauden bakarrak. Genero-aniztasun gutxiren adierazgarri dira gainontzekoek lortzen dituzten kopuru apalak: *Infoshowa* (%2,5), Musika (%2,2) edo Erljioa (%0,4), esaterako.

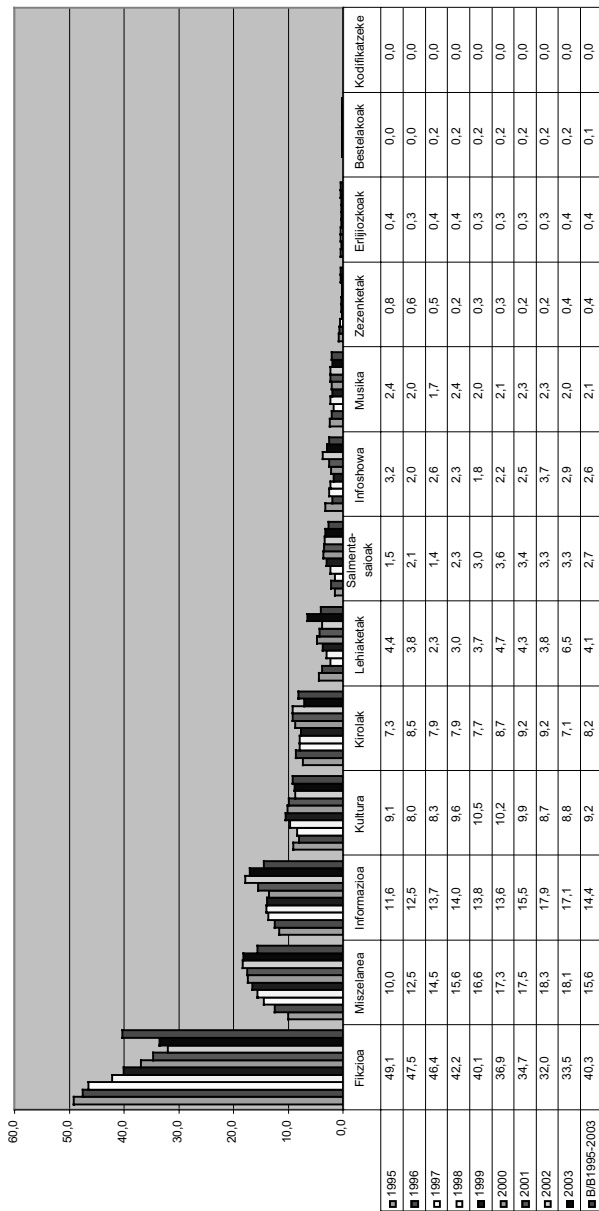
Generoak Estatu frantziarreko eskaintza multikanalean; CSA-2003 (12 or.)

Generoa	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003²⁰
Zinema	-	-	-	6	14	14	15	15	16	16	17
Kirolak	1	1	1	3	3	5	6	6	7	6	8
Gazteak	1	1	1	2	5	5	5	6	6	6	13
Informazioa	0	1	1	1	2	3	4	4	4	4	3
Fikzioa	2	2	3	4	6	6	6	7	7	7	7
Orotarikoak eta erdi orotarikoak	3	3	4	5	5	6	6	7	9	10	7
Ordainpeko telebista	-	-	-	-	2	2	2	2	2	2	2
Dokumentalak	2	2	2	9	11	12	13	13	13	13	12
Musika	-	-	1	5	6	8	9	9	10	11	12
Zerbitzuak	-	4	4	5	5	6	8	12	11	9	4
Telesalmenta	-	-	-	2	1	3	3	3	3	2	2
Konfesionalak eta komunitarioak	-	-	-	-	1	1	2	2	3	3	4
Bizitza-estiloak	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Guztira	9	14	17	42	61	71	79	86	91	89	94

Grafikoan ikusten denez, genero bakoitzak eskuratzen duen denbora-dedikazio horretan suertatzen diren gorabeheren atzetik, gure ustez, finkatu gabeko telebista-sistemaren joan-etorriak daude, eta pribatizazioaren ondoren kanalek egin zuten ikusgarritasunerako aukera, baina, baita ere, programak sailkatzeko orduan generoen desitxuraketa eta aldaketa etengabeak dakarren zailtasuna. Edozelan ere, TNSeK erabiltzen duen sailkapenak, ezer baino lehen, telebistagintzaren inguruan entretenimendurako eta ikuskizunerako joerak erakusten ditu. Hona hemen, azken hamarkadan nagusitu diren generoak eta zelakoa den horietariko bakoitzaren bilakaera.

20. 2003ko urriaren 10a bitarteko datuak.

Generoak Estatu espainiar osorako telebista-eskaintzan; 1995-2003-TNS.



Esandakoaren ildotik, interesgarria da ikustea zelan beherako bidea duen Fikzioak eta, aldiz, gorako Miszelaneak (formatu, eduki eta tratamendu berrien gotorlekua eta, baita ere, sailkaezin samarrak direnen kutxa) eta Informazioa. Gainontzeko generoen ibilbidea, antzerako denbora-dedikazioan aritzea kondena-turikoena dirudi.

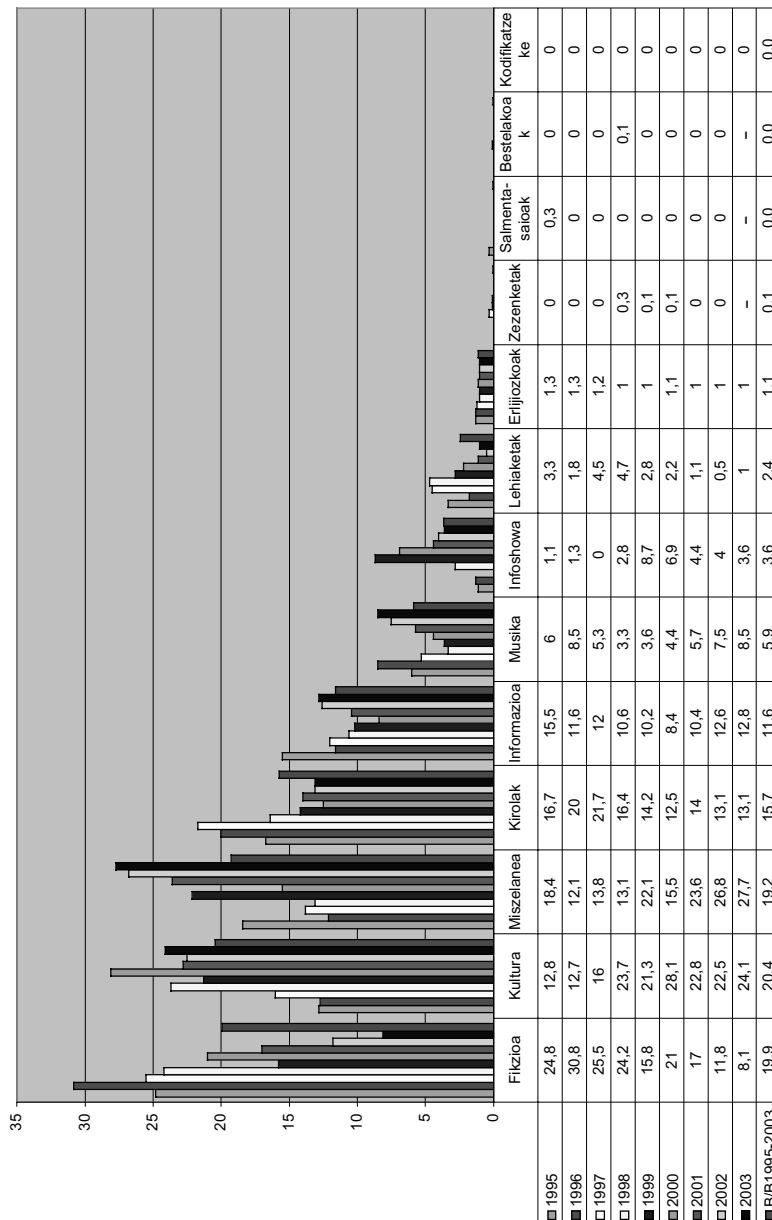
Edozelan ere, ikusi dugun grafikoan batez besteko kopuruak jorratzen dira eta, gainera, Estatu espainiar osorako aritzen diren kanalen genero-eskaintza aztertuz (TVE 1, TVE 2, Tele 5, Antena 3 eta Canal +E). Baina, kanal pribatuen eta publikoen arteko aldea handia da, eta hona hemen adibide pare bat: emisio-ordue-tatik Miszelaneak %26,6 du pribatuetan, eta publikoetan, aldiz, %13,2. Azkenik, bi kanal-mota horien arteko desberdintasunak agerian utziz, Kirolak eta Kultura aipa-tuko ditugu, hurrenez hurren. Kanal pribatuen denbora-dedikazioan Kirolak %1 du, eta publikoetan %10,7. Azkenik, Kulturari dagokionean, %2,2 pribatuen kasuan, eta 17,6 TVERen bi kanalen 1995-2003 urteen arteko batez besteko datuak erabiliz.

Amaitzeko, bi helburu arrazoitzat hartuta, ETBren eskaintza aztertuko dugu. Batetik, Estatu espainiar osorako erreferentzialtasuna alboratuz, Euskal Herrirako pentsaturiko telebistagintzak bere eskaintza zelan gorpuzten duen agerian uzteko, eta, bigarrenik, bi kanal dituzten telebista-kateen eskaintza zelan artikulatzen den ikusiko dugu. Goaz, banan-banan bi esparru horiek jorratzera.

Ondoko taulan ikus daitekeenez, hau da ETBren genero-eskaintza, beti ere batez besteko erreferentzia emanez eta, gainera, azken urteotako bilakaera erakutsiz.

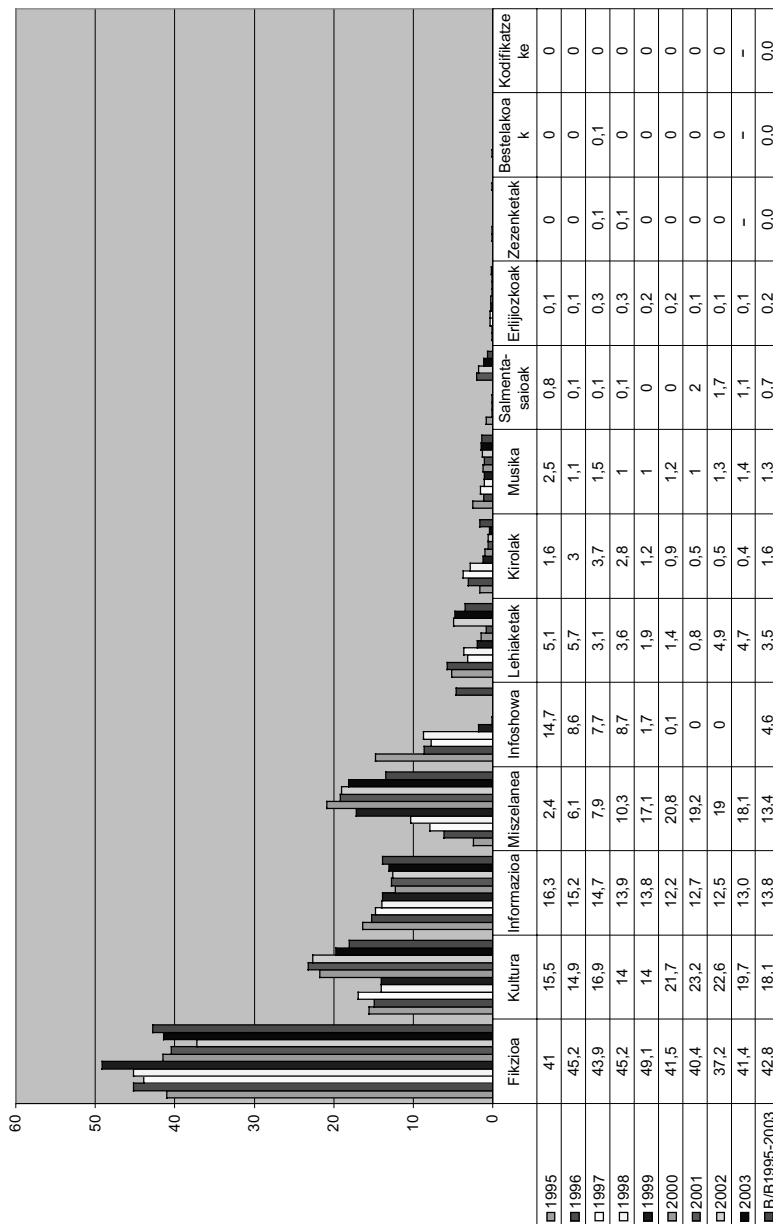
Euskarazko kanalaren kasuan, bi elementu aipagarri sumatzen dira: denbora-garrantzia barreiatuago dagoela genero desberdinen artean eta, horien urtez-urteko ibilbidea oso aldakorra dela. Ikus, bestela, ondoko taula.

Generoak Estatu ETB1en eskaintzan; 1995-2003-TNS.



Bigarren kanalari dagokionez, aldiz, lehen, Estatu osorako telebisten panorama zirriboratu dugunean, ageri diren berezitasun batzuk errepikatzen direla ikus daiteke, alegia, genero gutxi batzuk osatzen dutela programazioaren ordurik gehienak eta, oso lehiakorra den kanal gisa ageri zaigula ETB 2.

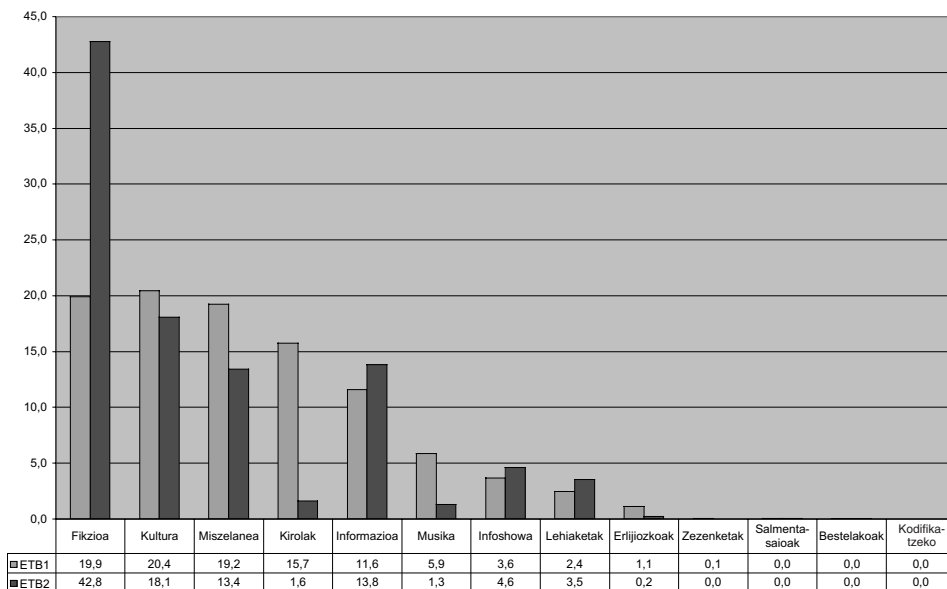
Generoak Estatu ETB2ren eskaintzan; 1995-2003-TNS.



Beraz, zalantzarik ez dago ETB 2ren programazioa, beste kanal askoren gisara, Fikzioan oinarritzen dela (%42,8) eta beste hiru genero dituela osagarri gisa (Kultura, %18,1; Informazioa, %13,8 eta Miszelanea, %13,4), 1997-2003ko datuen batezbestekoan. Gainontzeko generoen maila oso apala da.

Euskal telebistagintzan berebiziko garrantzia duen ETBren azterketari jarraiki, lehen esan dugun modura, oso modu grafikoan ageri da bi kanal dituzten telebisten oreka eta kanalen arteko joko-banaketa zelakoa den. Izan ere, Estatu osoan aritzen diren beste batzuen kasuan ikus daitekeen gisa, kanaletatik batek lidergoa eta nagusi diren generoen ardura hartzen du eta, bigarrenak, lehian sartu gabe, genero-karakterizazio berezia hartzen du, haurrentzako programazioari, Kirolei edota Kulturari eskaintzen zaion denbora zabalduz. Hori da, hain zuzen ere, ETB 1en eta ETB 2ren artean gertatzen den eginkizun-banaketa (Arana, 1998). Ikus dezagun, azken zortzi urte hauetan, batez beste, euskarazko eta gaztelaniazko kanalen arteko aldea.

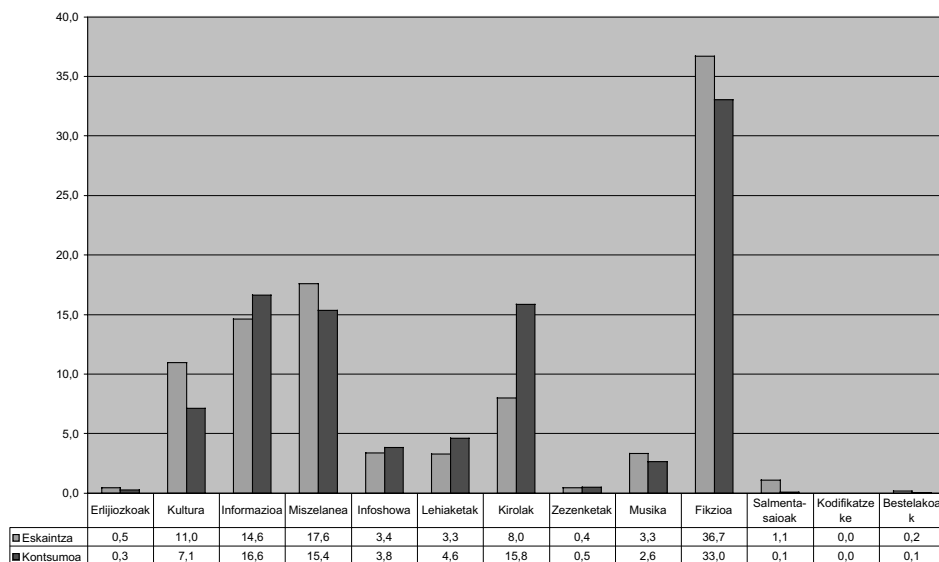
Generoak ETB1en eta ETB2ren eskaintzaren arteko alderaketan; 1995-2003-TNS.



Amaitzeko, orain arte kanalek beren eskaintza osatzerakoan erabiltzen dituzten generoak zeintzuk diren kontuan hartu badugu ere, eskaintza horrek nolako erantzuna jasotzen duen ikusiko dugu hemendik aurrera. Horretarako, audientzia bereganatzerakoan genero horiek nolako balioa duten aztertuko dugu.

Lehenak eskaintza kuantifikatzen du eta bigarrenak, aldiz, erantzuna. Dauden kanal guztietatik zein aukeratu den eta zein generoko programazioa dagoen aukeraturiko kanal horretan. Beraz, bi parametro horien bidez, kanalak genero bakoitzean zenbateko apustua egiten duen neurtuko dugu eta, gero, erakarriko duen jende-kopuruak proportzio berean erantzuten ote dion alderatu. Eskaintza- eta kontsumo-mailak zelako erlazioa duten eta ia zeintzuk diren audientzia-aportazio positiboa eta negatiboa egiten duten generoak (Arana, 2002: 169-198).

Generoak ETB1en eta ETB2ren eskaintzaren arteko alderaketan; 1995-2003-TNS.



Grafikoan ikustenenez, telebista ikustera hurbiltzen direnen artean nagusi dira Fikzioa aukeratzen dutenak, eta atzerago dator Informazioa, Kirolak eta Miszelanearen erakargarrtasun-maila. Edozelan ere, eskaintza eta genero horren kontsumo-proportzioa ez doaz beti bat, eta badira genero batzuk askoz ere errentagarriagoak direnak besteak baino. Horien artean dago, nagusiki, Kirolak. Telebista ikusten dutenen artean, %15,8 Kirolak aukeratzen du eta, aldiz, eskaintza orokorrean genero horrek ez du %8 baino garrantzi gehiagorik. Kontrara, badira beste genero batzuk programazio-tauletan bere lekua dutenak eta, gero, kontuak egiterakoan, hain errentagarriak ez direnak. Hala nola, Kultura (eskaintza, %11 eta kontsumoa %7,1), Miszelanea (%17,6 eta %15,4)

Ikuspegi orokorragoan, aitortu beharra dago, eskaintza eta kontsumoa erlazioan diruditelako, eta urteen joan-etorrian elkarrengatik direla. Izan ere, urte batean Fikzioa eginiko apustuak (emisio-ordu kopurua) kale egiten badu (genero horren bidez kanalera etorritako audientzia-kopurua), hurrengoan genero horri dedikaturiko denborak behera egiten duela ikus daiteke.

4. BIBLIOGRAFIA

- Allen, R. C. (1995): *To be continued... soap operas around the world*, North Carolina Press, Chapel Hill.
- Álvarez, R. (2003): *La comedia enlatada*, Gedisa, Bartzelona.
- Arana, E. (1998): “Telebista pribatuen eragina programazioaren bilakaeran”, *Zer*, **5**, 317-336.
- , (2002): “¿Evolucionan los gustos o el consumo televisivo?”, in *XVIII. Seminario de Televisión*, AEDEMO, Bartzelona, 169-198.
- Aristi, P. (2003): *Goenkale*, Azpeitiako Udala, Donostia.
- Arnanz, C. M. (2003): “Tele-realidad: el ciclo de un género”, *Carta de Ajuste*, **63**, 44-45.
- Baget, J. M. (1993): *Historia de la televisión en España 1956-1975*, Feed-Back Ediciones, Bartzelona.
- , (2003): “Del docudrama a Operación Triunfo”, in GECA, *Anuario de la televisión*, GECA, Madril.
- Buonanno, M. (arg.) (2001): *La fiction télévisuelle en Europe, 5ème Rapport Eurofiction*, Observatoire Européen de l’Audiovisuel, Strasbourg.
- Cáceres, M. D. (2002): “Operación Triunfo o el restablecimiento del orden social”, *Zer*, **13**, 11-27.
- , (2003): “Realities de superación. Nuevo espejo televisivo”, *Telos*, **58**, 11-27.
- Carta de Ajuste (2002a): “No diga culebrón, diga audiencia asegurada”, *Carta de Ajuste*, **40**, 44-45.
- , (2002b): “¿De qué informar los informativos?”, *Carta de Ajuste*, **50**, 8-11.
- , (2003a): “Cultura y divulgativos, al fondo de la parrilla a mano derecha”, *Carta de Ajuste*, **56**, 36-39.
- , (2003b): “Los desafíos para la audiencia de la ficción televisiva”, *Carta de Ajuste*, **57**, 6-11.
- , (2003c): “TV movies, el talento de la ficción”, *Carta de Ajuste*, **56**, 40-44.
- , (2004): “La ficción sigue pisando fuerte”, *Carta de Ajuste*, **71**, 38-43.
- Castro, C. (2002): “La hibridación en el formato y pautas para el análisis de Gran Hermano”, *Zer*, **13**, 45-59.
- Cebrián, M. (2003): *Estrategia multimedia de la televisión en Operación Triunfo*, Ciencia, 3 Madril.
- CIS (2000 eta 2003): “Estudio nº 2.324” eta “Estudio nº 2.396”. <<http://www.cis.es>>.
- Consumer Aldizkaria (2002): “Deporte y política acaparan cerca de la mitad de los telediaros”, *Consumer*, **58**, 4-9.

- Contreras, J. M. (2004): "Contenidos, géneros y formatos televisivos". [Mimeografiatua].
- Contreras, J. M. eta Palacio, M. (2001): *La programación televisiva*, Síntesis, Madril.
- Cortes, J. Á. (1999): *La estrategia de la seducción* Eunsa, Iruñea.
- Creeber, G (arg.) (2001): *The Television Genre Book*, British Film Institute, London.
- CSA, ACCS, CNC, SNPTV eta DDM (2004): *Guide des chaînes thématiques*. <<http://www.csa.fr>>
- Cubells, M. (2003): *¡Mírame, tonto*, Robinbook, Bartzelona.
- Díaz, B. (2002): *Informe anual de la Comunicación. 2000-2001*, Zeta, Madril.
- Direction de Développement des Médias et al. (2001): *Indicateurs statistiques de l'audiovisuel. Cinéma, télévision, vidéo*, DDM, CNC, CSA eta INA, Paris.
- Donnelly, K. (2001): "Music on Television", in Creeber, Glenn (arg.), *The Television Genre Book*, British Film Institute, London, 89-91.
- EBU-UER (2001): "EBU System Of Classification Of RTV Programmes (ESCORT 2.4)" izeneko txostena. EBU-UER (European Broadcasting Union/Unión Europea de Radiodifusión/Union Européenne de Radio-Télévision) <http://www.ebu.ch/tech_info_escort.html>.
- Farré, J. (2001): "La programación de cine en las televisiones generalistas", in Zenbaiten artean, *La nueva era de la televisión*, ATV, Madril, 121-126,
- Franquet, R. (2003): "Escenarios de consumo en el entorno doméstico", in López, N. eta Peñafiel, C. (2003) (arg. eta koor.), *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual*, Fragua, Madril, 33-44.
- García de Castro, M. (2002): *La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España*, Gedisa, Bartzelona.
- García, B. (2001): "Evolución del discurso televisivo. De la razón a la emoción", in Zenbaiten artean, *La nueva era de la televisión*, ATV, Madril, 110-112.
- Garitaonandia, C. et al. (1999): "Usos y consumos de la televisión multicanal de pago en España: una investigación aplicada", *Novatica*, **142**, 30-34.
- et al. (2000): "La gestión de la abundancia: Tiempo de consumo y uso del mando a distancia en la televisión multicanal", *Zer*, **9**, 95-113.
- et al. (2002): "Usos y consumos del pago por visión digital en España", *Telos*, **51**, 77-84.
- et al. (2004): "Predictores del consumo del pago por programa. Hacia una tipología de usuarios de los videoservicios", *Zer*, **12**, 67-80.
- GECA (2001): *El anuario de la televisión-2002*, GECA, Madril.
- , (2002): *El anuario de la televisión-2003*, GECA, Madril.
- , (2004): *El anuario de la televisión-2004*, GECA, Madril.
- Gómez, P. (2003): "Contenidos de ficción, nuevas tecnologías y cambios de milenio" in López, N. eta Peñafiel, C. (arg.), *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual*, Fragua, Madril, 245-260.

- Gómez-Escalonilla, G. (2003): *Programar televisión. Análisis de los primeros cuarenta años de programación televisiva en España*, Universidad Rey Juan Carlos, Madril.
- Gori, G. (1995): “Palinsesti a confronto” in Prix Italia, Roma, 203.
- Irazu, A. (2002): *Teletilura 1990-2000. Euskal fikzioa ETBn*, SGAE, Madril.
- Jacas, Sara (2003): “Zip, Zap Zaping. Cómo se hacía y cómo se hace” in AEDEMO, *XIX Seminario de Televisión*. [Mimeografiatua].
- Lacalle, Ch. (2001): *El espectador televisivo. Los programas de entretenimiento*, Gedisa, Bartzelona.
- Le Flohic, G. (zuz.) (2003): *Les Médias*, Elenbi, Paris.
- León, B. (1999): *El documental de divulgación científica*, Paidós, Bartzelona.
- Lewis, J. (2001): “Studying Television News”, in Creeber, Glenn (arg.), *The Televisión Genre Book*, British Film Institute, London, 108-109.
- López, N. eta Peñafiel, C. (arg.) (2003): *Odisea 21. La evolución del sector audiovisual*, Fragua, Madril.
- López-Pumarejo, T. (1987): *Aproximación a la telenovela*, Cátedra, Madril.
- Matelski, M. J. (1982): *Programación diurna en televisión*, IORTV, Madril.
- , (1999): *Soap operas worldwide: cultural and serial realities*, MacFarland, Jefferson.
- McCarthy, A. (2002): “Studying Soap Opera”, in Creeber, G. (arg.), *The Televisión Genre Book*. British Film Institute, London, 47-49.
- Neale, S. (2001): “Sketch Comedy” in Creeber, Glenn (arg.), *The Televisión Genre Book*, British Film Institute, London, 62-65.
- Parish, J. R. (1993): *Let’s talk. Americas’s favorite talk shows hosts*, Pioneer Books, Nevada.
- Peiró, C. (1998): *Evolución del Prime-Time televisivo en Cataluña: 1990-1995*, Doktorego-tesia. Bartzelonako Unibertsitatea. [Mimeografiatua].
- Prado, E. (1992): “Tendencias internacionales de programación televisiva”, *Telos*, 31, 66-71.
- , (2002): “Televisión en la era digital: homogeneización *versus* diversidad”, *Telos*, 51, 45-49.
- , (2003): “La espectacularización de la realidad”, in GECA, *El Anuario de la Televisión*, GECA, Madril, 178-186.
- , Huertas, A. eta Perona, J. J. (1992): “España: nuevos modelos de programación”, *Telos*, 31, 72-84.
- Quintans, R. eta Sánchez, A (2000): *Gran Hermano. El precio de la dignidad*, Ardi Beltza, Donostia.
- Reinares E. M. eta Reinares, P. J. (2003): *Fundamentos básicos de la gestión publicitaria en televisión*, Esic, Madril.
- Richeri, G. (arg.) (1983): *La televisión: entre el servicio público y el negocio*, Gustavo Gili, Bartzelona.
- Roura, A. (1993): *Telenovelas*, Gedisa, Bartzelona.

- RTVE (2003): *Informe Anual sobre el Cumplimiento de la Función de Servicio Público del Grupo RadioTelevisión Española en 2002*, RTVE, Madril.
- Sainz, M. (1994): *Manual Básico de Producción en Televisión*, IORTV, Madril.
- Saló, G. (2003): *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Gedisa, Bartzelona.
- Sanchez-Tabernerero, A. (1997): “Programación, in Sanchez-Tabernerero, A. *et al.*, *Estrategias de marketing de las empresas de televisión en España*, Eunsa, Iruñea, 51-94.
- Vaca, R. (1997): *Quién manda en el mando*, Visor, Madril.
- Vilches, L. *et al.* : *Eurofiction España-Report 1998-2003*.
<<http://www.blues.uab.es/~scampus/masters/masters1/web/report03.htm>>
- Vilches, L. (2001): “Estado del arte de la ficción televisiva”, in Zenbaiten artean, *La nueva era de la televisión*, ATV, Madril, 117-120.
- Zabaleta, I. eta Zalakain, J. M. (2004): *Informazioaren teoria eta teknika irrati eta telebista digitala eta analogikoa*, UEU, Bilbo.
- Zenbaiten artean. (2001): *La nueva era de la televisión*, ATV, Madril.

5. GEHIGARRIAK

INTERESEKO WEBGUNEAK



AEA (Asociación Española de Anunciantes) <<http://www.anunciantes.com>>
 Agrupación de telespectadores y radioyentes <<http://www.atr.org.es>>
 Asociación de Usuarios de la Comunicación <<http://www.auc.es>>
 Cable usuarios <<http://www.cable.usuarios.com>>
 Cajatonta <<http://www.cajatonta.tv>>
 CIS (Centro de Investigaciones Sociológicas) <<http://www.cis.es>>.
 Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios
 <<http://www.ceaccu.org>>
 CSA (Conseil Supérieur de l'Audiovisuel) <<http://www.csa.fr>>
 DDM (Direction du Développement des Médias) <<http://www.ddm.gouv.fr>>
 EAO (European Audiovisual Observatory / Observatorio Europeo del Audiovisual /
 Observatoire Européen de l'Audiovisuel) <<http://www.obs.coe.int>>
 EBU-UER (European Broadcasting Union / Unión Europea de Radiodifusión / Union
 Européenne de Radio-Télévision) <<http://www.ebu.ch>>
 Eurofiction txotenen Estatu espainiarreko atalak:
<http://www.blues.uab.es/~scampus/masters/masters1/web/report03.htm>.
 GECA (Gabinete de Estudios de Comunicación Audiovisual Consultores)
 <<http://www.geca.es>>
 Infoadex <<http://www.infoadex.es>>
 InOut Television <<http://www.inout.tv>>
 Médiamétrie <<http://www.mediametrie.fr>>
 Muchatv <<http://www.muchatv.com>>
 Overdrive-audiovisuel <<http://www.overdrive-audiovisuel.com>>
 Programme-tv <<http://www.programme-tv.net>>
 ReplayTV <<http://www.digitalnetworksna.com/about/replaytv/>>
 SECODIP (Société d'Etudes de la Consommation, de la Distribution et de la Publicité)
 <<http://www.secodip.com>>
 Sofres Audiencia de Medios <<http://www.tns.es>>
 Television.club <<http://television.club-internet.fr>>
 Telos aldizkaria <<http://www.campusred.net/telos>>
 TiVo <<http://www.tivo.com>>
 Todotelevisión <<http://www.todotelevision.com>>
 Toutelatele <<http://www.toutelatele.com>>
 TV Local <<http://www.tvlocal.com>>
 UDA (Unión des Annonceurs) <<http://www.uda.fr>>
 Ultimate TV <<http://www.microsoft.com/ultimatetv>>
 Universot TV <<http://www.universotv.com>>
 Verteles <<http://www.verteles.com>>

TELEBISTA-PROGRAMAZIO ALDIZKARIAK

Hauek dira, telebista-programazioaren, generoen, edukien edo aurkezleen berri ematen duten aldizkari popularrak. Hauetariko batzuk egunkariarekin batera doan zabaltzen dira, besteak kioskoetan salgai aurki daitezke, eta azken motakoak kable zein satellite bidezko telebista-zerbitzuetako bezeroak izateagatik jasotzen dituzte.²¹

Estatu espainiarrean

Izenburua	Sorrera	Maiztasuna	Zabalpen-mota	webgunea
Tele Deia		Astekaria	Doan Deia-rekin	-
El Semanal TV	1987	Astekaria	Doan El Correo, El Diario Vasco, eta...-rekin	http://www.elsemanaltv.com
Guía de televisión		Astekaria	Doan ABC-rekin	-
Asteon	2004; desagertua	Astekaria	Euskal Herriko prentsa lokalarekin doan	-
Teleprograma		Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.t-p.es
Supertele	1992	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.supertele.es
Teleindiscreta		Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.teleindiscreta.es
Telenovela		Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.telenovela.com
Canal + eta Digital +	1990	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	http://www.plus.es/codigo/revista
Euskaltel TV On Line		Hilabetekaria	Bezeroei postaz	http://www.euskaltel.es
Hotel TV	1994	Hilabetekaria	Hoteletan	-
Auna	2002	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	-
Cable TV	1995	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	-
ONO La Revista	1999	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	-
Retecal	1999	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	-

21. Egunkari gehienetan telebista- eta, askotan, irrati-programazioari buruzko informazio zabala eskaintzen da, egunero. Hala ere, telebista-programazioari eskainiak diren asteroko argitalpen bereziak dira hemen aipatuko ditugunak. Gainera, liburu honen gehigarrietan ikus daiteke irrati-telebistari eta bi medio horien inguruko aldizkari zientifikoaren zein profesionalen zerrenda.

Estatu frantziarrean

Izenburua	Maiztasuna	Zabalpen-mota	webgunea
Sud Ouest	Astekaria	Doan egunkariareking	http://www.sudouest.com
Le Monde TV	Astekaria	Doan Le Monde-rekin; kioskoetan salgai	http://www.lemonde.fr
15 jous de télé	Hamaboskaria	Kioskoetan salgai	-
Ciné Tele Revue	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.cinetelerevue.be
Télé 2 Semaines	Hamaboskaria	Kioskoetan salgai	http://www.tele2semaines.fr
Télé 7 Jours	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.tele7j.com
Télé Cable Satellite	Astekaria	Kioskoetan salgai	-
Télé K7	Astekaria	Kioskoetan salgai	-
Télé K7 Video	Hilabetekaria	Kioskoetan salgai	-
Télé Loisirs	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.teleloisirs.fr
Télé Magazine	Astekaria	Kioskoetan salgai	-
Télé Poche	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.telepoche.fr
Télé Star	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.telestar.fr
Télé Z	Astekaria	Kioskoetan salgai	-
TéléObs	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.telecineobs.nouvelobs.com
Télérama	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.telerama.fr
TV Hebdo	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.tvhebdo.com
TV Magazine	Astekaria	Kioskoetan salgai	http://www.tvmag.com
TV Grandes chaînes	Hamaboskaria	Kioskoetan salgai	http://www.tvgrandeschaines.fr
TV Movie	Astekaria	Kioskoetan salgai	-
Urban TV	Astekaria	Doan	-
Canal + Magazine	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	http://www.cplus.fr
Canal Satellite	Hilabetekaria	Bezeroei postaz	http://www.canalsatellite.fr

TELEBISTA-PROGRAMAZIO WEBGUNEAK

Telebista askok bere kanalei buruzko informazioa eskaintzen dute webguneen bidez, batzuk oso landuak. Bestalde, hori baino ikuspegi zabalagoaz, telebistagintzari buruzko atariak ere badaude, non programazioa, informazio gehigarria, eztabaida-guneak, bozketak, eta abar eskaintzen diren.

Badira, ordea, beste webgune batzuk kontsumitzaileen elkarrekin, zaletuek edota gizabanakoek eraikiak.

Hauek dira webgune horietariko batzuk:

Estatu espainiarrean

Izenburua	webgunea
Cajatonta	http://www.cajatonta.tv
Euro TV	http://www.eurotv.com
Formula TV	http://www.formulatv.com
Futbol en la Tele	http://www.futbolentele.com
Mediabriefing	http://www.mediabriefing.com
Metropoli 2000	todotv.metropoliglobal.com
Muchatv	http://www.muchatv.com
Teletexto	http://www.teletexto.com
Todotelevisión	http://www.todotelevisión.com
TV Inteligente	http://www.tvinteligente.com
TV Local	http://www.tvlocal.com
TVDI	http://www.tvdi.net
UniversoTV	http://www.universotv.com
Vertele	http://www.vertele.com
Agrupación de telespectadores y radioyentes	http://www.atr.org.es
Asociación de Usuarios de la Comunicación	http://www.auc.es
Cable.usuarios	http://www.cable.usuarios.org
Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa, Consumidores y Usuarios	http://www.ceaccu.org

Estatu frantziarrean

Izenburua	webgunea
Overdrive-audiovisuel	http://www.overdrive-audiovisuel.com
Programme-tv	http://www.programme-tv.net
Television.club	http://television.club-internet.fr
Toutelatele	http://www.toutelatele.com