

Entretenimendu saioen garrantzia Euskal Telebistan aro digitalean. Euskarazko ikus-entzunezko eduki entretenigarrien inguruko hausnarketa

(The importance of entertainment programmes at
Euskal Telebista in the digital era. Reflections on
Basque audio-visual entertainment content)

Azpeitia Iruretagoiena, Itziar
azpeitia_itziar@eitb.eus

Recep.: 21.11.2021

BIBLID [eISSN 1988-3935 (2022), 19; 5-24]

Acep.: 04.04.2022

Egungo garaiari aro digitala deitu ohi zaio, teknologia berri honek gizartearen esparru gehienetan eta mundu zabalean duen eragin nabarmena azpimarratzeko. Telebista jarduerarekin lotura zuzena du digitalizazioak eta, beraz, baita Euskal Telebistarekin ere. Aro digitalak sortu duen agertoki berriak zailtasunak eta aukerak eskaintzen dizkio euskal telebista publikoa den erakunde honi, hasieratik dituen helburuak eta zereginak betetzeko. Horren inguruko hausnarketa egin nahi da artikulu honetan, ikus-entzunezko eduki entretenigarriei arreta eskainiz batez ere. Horrela, Euskal Telebistaren helburuak lortu ahal izateko entretenimenduzko edukiek duten garrantzia azalduko dugu. Horretarako digitalizazioak eta aurrerapen teknologikoei ekarri duten erakustoki berri honen ezaugarriak aztertuko dira, mehatxuak eta aukerak identifikatzeko premiazkoa den hausnarketa eginaz.

Gako hitzak: Euskal Telebista. Entretenimendua. Digitalizazioa. Telebista publikoa. Ikus-entzunezkoak. Eduki entretenigarriak. Telebista. Euskara.

La época actual es también denominada la era digital, término que refleja la gran influencia que esta tecnología tiene actualmente en muchos ámbitos de la sociedad en todo el mundo. La digitalización influye también en el área de la televisión y por tanto, también en la actividad de Euskal Telebista, la televisión pública vasca. El nuevo escenario resultante de la digitalización, del desarrollo de las nuevas tecnologías, presenta tanto dificultades como oportunidades para el cumplimiento de las misiones y objetivos de este medio de comunicación público. En este artículo se realiza una reflexión sobre este asunto, centrándonos principalmente en los contenidos de entretenimiento y en su importancia para el cumplimiento de las funciones de Euskal Telebista. Con este fin, se analizan las características de este nuevo entorno digital para identificar, a continuación, algunas de las amenazas y oportunidades que el actual contexto ofrece.

Palabras clave: Euskal Telebista. Televisión vasca. Entreenimiento. Digitalización. Televisión pública. Contenido audiovisual. Televisión. Euskera.

Current times are often called the digital era, a label which reflects the importance that this new technology has in most areas of society at present worldwide. Digitalisation is certainly linked to television and, therefore, it is closely related to the activity of Euskal Telebista, the public television company of the Basque Country. The new scenario resultant from digitalisation and the development of new technologies entails both difficulties and opportunities for the attainment of the missions and objectives of this Basque public media entity. We will reflect on that in this paper, focusing mainly on audio-visual entertainment content. We will show the importance of entertainment programmes for the attainment of the objectives of Euskal Telebista. The features of this new scenario will be analysed, so as to later on identify some of the opportunities as well as threats and difficulties that it offers in this regard.

Keywords: Euskal Telebista. Basque Television. Entertainment. Digitalisation. Public Television. Audiovisual content. Television. Basque language.

L'époque actuelle se dénomme aussi l'ère numérique, un terme qui reflète la grande influence que cette technologie exerce actuellement dans de nombreux domaines de la société à travers le monde entier. La numérisation a aussi des effets dans le domaine de la télévision et par conséquent aussi sur l'activité d'Euskal Telebista, la télévision publique basque. Le nouveau contexte résultant de la numérisation, du développement des nouvelles technologies, présente pour ce média public autant de difficultés que d'opportunités pour l'accomplissement de ses missions et de ses objectifs. Nous nous proposons dans cet article de réfléchir sur ce thème, en nous centrant principalement sur les contenus de divertissement et leur importance pour l'exécution des fonctions d'Euskal Telebista. À cette fin, nous analysons les caractéristiques de ce nouvel environnement numérique pour identifier ensuite certaines des menaces et opportunités qui apparaissent dans le contexte actuel.

Mots clés: Euskal Telebista. Télévision basque. Divertissement. Numérisation. Digitalisation. Télévision publique. Contenu audiovisuel. Télévision. Basque. Euskera.

1. SARRERA

Digitalizazioak aro berri baten hasiera ekarri duela onartzen da. Teknologia honek hedabide eta ikus-entzunezko jarduerarengan duen eragina nabarmena da. Beraz, Euskal Telebistaren zereginarekin lotura zuzena du zalantzarik gabe.

Euskal Telebista da Estatu Espainolean emititzen hasi zen lehen kate autonomikoa, 1982an, eta harrezkero ikus-entzunezkoen erakustokia izugarri aldatu da. Halere, Euskal Irrati Telebista hedabide publikoaren parte den telebista honen oinarritzko helburuak mantentzen dira. Alde batetik, misio Reith-iarrak bezala ezagutzen direnak, hau da, BBCren lehen zuzendariak, Lord Reithek, honen sorreran ezarritakoak: informatu, hezi eta entretenu; bestetik, eta beste batzuen artean, ezinbestekotzat hartzen diren euskara eta euskal kulturaren sustapena eta zabalkundea.

Baina digitalizazioaren eraginez aldaketa handiak gertatu eta gertatzen ari dira ikus-entzunezkoen esparruan, eta baita, beraz, telebistaren alorrean ere. Alde batetik ohiko hedabide eta telebista konpainiaz gain (broascaster-ak) agente berriak dihardute orain negozio honetan, *online*, *streaming*, moduan edukia zabaltzen dituzten konpainia global eta erraldoiak alegia. Bestalde, aldaketa handiak nabarmentzen dira orain globalak, “glokalak” eta lokalak – tokikoak – diren ikus-entzunezko edukietan, eta baita hauen sorrera, ekoizpen, zabalkunde, eta irismenaren inguruan ere.

Testuinguru honetan saio entretengarriek Euskal Telebistaren helburuak bete ahal izateko duten garrantzia azalduko dugu ondorengo ataletan. Horretarako, ikusten diren mehatxuak kontuan hartuta aukerak eta beharrak identifikatzeko behar den gaiarekiko hurbilketa egingo da. Nolanahi ere, autore honek ikerketa luze eta sakona egin du azken urte hauetan gai horren inguruan. Lan horren emaitza nagusiak bere doktorego tesian biltzen dira. Testu hori erreferentzizat har daiteke eta baliagarria da artikulu honetan azaltzen dena osatzeko (Azpeitia, 2019).

Hau guztia kontuan hartuz, gainera, esango genuke artikulu honetan azalduko ditugun hausnarketak eta ondorioak baliagarriak, aplikagarriak izan daitezkeela, nolabait, beste hainbat telebistatan ere. Horien artean hizkuntza gutxituan aritzen diren telebista publikoak azpimarratuko genituzke (À Punt, IB3, MG Alba/BBC Alba, RTÉ, S4C, TG4, VRT, TVG eta TV3, adibidez), baina baita, neurri batean, hizkuntza ez-hegemonikoak dituzten herrialdeetako telebista publikoak ere (DR, NRK, RÚV, SVT, YLE eta antzekoen kasua, esaterako).

2. EUSKAL TELEBISTA

Euskal Herrian eta euskaldunon artean Euskal Telebistak ez du aurkezpen askorik behar, esparru eta eremu horietan aski ezaguna baita. Halere, gaia

kokatzeko esango genuke egungo euskal komunikabiderik garrantzitsuena den Euskal Irrati Telebistaren parte dela. Telebista, Irrati eta Internet bidez eskuratu daitezke hedabide publiko honen edukiak.

Euskal Telebistari dagokionez, egun lurreko telebista digital bidez (LTD), lau kate emititzen ditu (*ETB1, ETB2, ETB3, ETB4*). *EITB Basque* da ETBren laugarren kanal linearra, Ameriketara satelite bidez zabaltzen da eta Internetez edonon ikus daiteke. Interneti dagokionez, *eitb.eus* da webgune nagusia, eta *eitb.tv* bidez *eitb-nahieran* zerbitzua eskaintzen da, EITBren edukiak *online* ikustea ahalbideturik. Gainera, telefono mugikorretarako hainbat aplikazio bideratu ditu, *YouTube*-n bere kanalak ditu eta sare sozialak lantzen ditu.

Euskal Telebista 1982an sortu zenetik, urte asko igaro dira eta aldaketa nabarmenak gertatuta dira, bai gizartean eta baita hedabideetan ere. Horien artean, telebista bera hedabide gisa izugarri aldatu da, bai edukietan, bai zabalkundean eta baita irismenean ere. Euskal Telebistak berak ere aldaketa nabarmenak izan ditu urte hauetan, egoera berrietara egokitzeko. Aro digitala deitzen dugun garai berri honek aukerak eta mehatxuak ekarri dizkio Euskal Telebistari, bere zereginak betetzeko ahaleginean, eta nolnahi ere, erronka berriak.

Euskal Telebista izan zen Estatu espainolean emititzen hasi zen lehen telebista kate autonomikoa, 1982ko abenduaren 31n, eta honen sorreran zegoen telebista eskaintzak ez du zerikusirik egun eskura dugun telebista kate eta telebista eduki ezberdinak ikustatzeko aukera itzelarekin. Garai hartan telebista, generalista, orotarikoa, eta irekia zen, eta ordu arte TVE, Espainiako Telebista Publikoaren bi kateak ziren telebista edukiak gureganatzeko modu bakarra, bai Euskal Herrian eta baita Estatu osoan ere, VHF eta UHF deitzen zirenak. Euskarari dagokionez, eskaintza hutsaren hurrengo zen, kate nagusi honek zuen lurralde-deskonexioaren bidez, Telenorte alegia, helarazten zigun saio ia anekdotikoren bat besterik ez zegoen ikusgai ("*Pinpilinpaxa*" haur-saioa izango dute askok gozoan).

Beraz, garai eta egoera hartan aurrerapauso itzela ekarri zuen Euskal Telebistaren hedapenak bai euskal gizartearentzat eta baita, eta nabarmenki, euskararentzat ere, eta alor honetan eginiko ekarpenak aitortu izan zaizkio urte hauetan (Torrealdai, 1985; Larrinaga, 2019). Euskal gizarteak orokorrean ongi hartu zuen Euskal Telebista publikoaren sorrera, eta honek euskal gizarteari, kulturari eta euskarari zekarzki onurak aitortu zizkion. Besteak beste orduan, eta ordu ezker, egindako hainbat ikerketa lanek horrela azaltzen dute. Esan daiteke ordutik hona euskal hedabideen, Euskal Telebistaren edo eta euskal kulturaren inguruan aritu diren ikerlari eta akademiko gehienak behintzat, bat etorri direla errealitate hau beraien komunikazio eta idazlanetan azaltzean, baita baieztapen hori azpimarratzean ere. Gure inguruko esparru akademikoan aski ezagunak diren ikerlariek idatzitako hainbat komunikazio, ikerlan eta liburutan aurki genezakeen informazioak baieztatzen du esandakoa, baita nazioartean ere (Adib. Amézaga, Arana, Narbaiza eta Azpillaga, 2013; Arana, Amézaga

eta Azpillaga, 2014; Garitaonandia eta Casado del Río, 2007; Pavón eta Zuberogoitia, 2013; Zallo, 2006).

3. TELEBISTA EREMUAREN BILAKAERA ETA ALDAKETAK

Begi bistan da ETBren sorreraren garaitik hona telebistaren esparrua asko aldatu dela. Aldaketa horien inguruan, digitalizazioaren bilakaerak erangidako bi gertakizun nagusirekin lotura dutenak hartuko ditugu hizketagai artikulu honetan:

- Alde batetik, telebista-dukien eskaintzaren hazkunde nabarmena, eta eduki horiek zabaltzeko eta eskuratzeko erraztasuna, batez ere azken urte hauetan, digitalizazioaren eta aurrerapen teknikoaren eraginez. Digitalizazioak eta aurrerakuntza teknologikoen ikus-entzunezko dukien ekoizpenean aurrerapauso nabarmena ekarri dute eta hauen ondorioz ekoizpen-lana erraztu eta aberastu egin da. Teknika digitaletan, besteak beste, aukera kreatiboak gehitu eta erraztu egin dituzte.

Baina, agian, esan daiteke aurrerapenik nabarmenena zabalkundeari lotuta dagoela. Egun, telebista norberak nahi duen garaian, unean, moduan eta tokian ikusteko aukera dago. Honen hedapena, zabalkundea eta beraz irismen esparrua eta ahalmena izugarri handitu dira. Digitalizazioak ohiko zabalkunde eta jasotze, kaptazio, moduen etekina, ahalmena, areagotzeaz gain, bide berriak ireki ditu, egun internetek eskaintzen dituen aukera itzelak kontutan izan behar baitira. Aurrerapen hauek telebistaren esparrua eta erakusleioa goitik behera aldatu dute.

- Bigarrenik telebista dukiek, saioek, izandako bilakaera aipatuko genuke. Telebista formatu berriek genero nahasketa eta hibridazioa ekarri dute. Baina, horretaz gain, egungo egoerak “globalak”, “glokalak” eta “lokalak” – tokioak- diren saio, eduki, entreenigarrien elkarbizitza ekarri du. Era eta toki askotako telebista dukiak, ikusentzunezko produktuak, ditugu eskuragai; telebista globala da gaur egun (Bennet & Strange, 2011; losifidis, 2012; Sigismondi, 2011; Straubhaar, 2007).

Beraz dukiak globalizatu egin dira, baina aldi berean, egoera honetan tokian tokiko dukiek garrantzi berezia hartu dute, globalizazioarekin batera kultur identitateekiko atxikimendua, lotura, indartu egin baita, eta nortasunaren ezaugarrien indarra eta garrantzia areagotu. Izan ere, beste batzuren artean Castells ikerlari ezagunak azpimarratzen duen bezala, gizarte globalizatuan identitatearen faktoreak indarra hartzen du gizakiaren eta gizartearen euskarri gisa (Castells, 2010). Horri lotuta, gainera, azken urteetan ikerlari askok aipatzen dute telebistak duen garrantzia identitatearen rekreazioan eta hedapenean, eta baita hauen sortzean, berritzean eta sendotzean ere (Azpeitia, 2012; Barker, 1999; Castelló, 2005; Morán, 1998).

Telebista edukien negozioan, jardueran, globaltasun eta tokikotasunaren arteko lotura eta konbinaketa egokia premiazkotzat jotzen dira edukien zabalkundea eta arrakasta lortzeko. Telebista formatu globalek arrakasta dute tokian tokiko berezitasun kulturaletara egokitzen diren neurrian. Horretan datza, hain zuzen ere, telebista formatuen arrakasta. Gertutasuna, ikusleen identifikazioa eduki horiekin ezinbestekotzak jotzen da telebista saio batek arrakasta izateko, eta hori bereziki nabarmentzen da eduki entreenigarrien esparruan (Chalaby, 2013; Chalaby, 2016; Moran, 2006; Moran & Keane, 2006; Moran, 2007; Moran, 2014).

Foro profesionaletan ere aitortzen da tokiko edukiek, lokalek, duten garrantzia, hurbiltasun kulturalak eta gertutasun identitatiroak ikus-entzutezko edukien aukeraketan duten eragina azpimarratuz. Esparru honetan ari diren enpresa global indartsuak ere jabetu dira honetaz eta oso kontuan hartzen dute orain. Horren adibide dira urte hauetan zabaldu diren online, streaming, plataformak azken aldian lantzen eta indartzen ari diren estrategia, non eduki globalaz gain tokian tokiko edukien ekoizpena eta zabalkundea bultzatzen ari diren.

Zentzu horretan mintzatu da baita ere hainbat analista zein enpresa-exekutibo MipCom izeneko nazioarteko merkatu ospetsuan antolatutako hitzaldi eta agerraldietan. Profesional hauek, ikuspegi globalarekin batera, gertutasuna eta identifikazio kulturalari garrantzia ematen diete lurralde bakoitzean euren negozioen hedaketa lortuko badute. Mundu eta negozioa globala izan arren ikuspegi lokala, tokian tokikoa, kontuan hartzea ezinbestekoa dela argi aitortzen dute (MipCom 2021a, 2021b).

Hartara, egungo egoeraren ezaugarri hauek kontutan izanik eta Euskal Telebistaren zereginak eta helburuak ardatz hartuta, ingurumari, amaraun honetan euskarazko telebista saio eta eduki entreenigarriek duten tokiaz egin nahiko genuke hausnarketa.

4. EUSKAL TELEBISTAREN MISIOAK, HELBURUAK, ZEREGINAK

Euskal Telebistaren sorrera legeak (5/1982) jasotzen ditu jada Euskal Telebistaren helburu nagusiak, eta horien artean euskara eta euskal kulturaren sustapena eta zabalkundea azaltzen dira, beste batzuren artean. Baina esan daiteke bi eginkizun, bi misio hauek, garrantzi berezia dutela. Hauek askotan azpimarratzen dira, toki berezia dute, bai, Euskal Telebistaren helburuak jasotzen dituzten txosten orotan, eta baita lehen aipaturiko ikerlarien lan eta idatzietan ere (EITB-Gardentasuna-Txostenak).

Gainera, zeregin hauen garrantzia bereziki azpimarratzen da egungo egoeran, digitalizazioaren garai hauetan, ETBren programazioari lotuta. Horrela jasotzen du zehazki 2016ko txostenak, non, *Toki lehiakorra telebista*

digitalaren agertokian izenburua duen atalaren barnean, ETBren helburuak zehazterakoan, ondorengo irakur daitekeen (EITB, 2017):

“ETBren programazio orokorra EITB sortzeko 5/1982 Legearen 3. Artikuluan jasotako printzipioetan oinarrituko da, batez ere gainerako hedabideetatik bereizten duen alderdian: euskararen eta euskal kulturaren sustapenean eta gazteen eta haurren babes eta sustapenean.”

Horietaz gain, beste helburu batzuk ere jasotzen ditu lege horrek, horien artean telebista publiko gehienek kontutan dituztenak ere bai. Gainera, harrezkero sinatu diren hainbat kontratu-programatan garaian garaiko beste helburuak ere zehazten dira (EITB-Eusko Jaurlaritza, 2016; EITB, 2018).

Horiekin batera, Euskal Telebistak bereak egin ditu mendebaldeko telebista publiko gehienek jasotzen dituzten hiru zeregin, ardatz, nagusi eta aski ezagunak: informatu, hezi eta entretenitu. Lord Reith BBCko lehen zuzendari nagusiak ezarri zituen hiru oinarri hauek kate publiko honen sorreran, baina ondoren telebista publiko gehienek “mantra” bihurtu direla esan daiteke. Halere, esan behar da ordu arte entretenimendua hartzen zela telebistaren zeregin nagusizat. Informazioaren eta heziketaren helburuak, telebista publikoen eredu izan den eta oraindik den British Broadcasting Corporation hedabidearen zuzendariak gehitu zituen ezinbesteko helburu eta betebeharren artean. Euskal Telebistari dagokionez, hedabide publiko honek ere bereak egin ditu hiru helburu horiek. Horrela azaldu ohi dute bertako zuzendariak hitzaldi askotan eta horrela geratu da jasota hainbat memoria eta txostenetan (EITB-Gardentasuna-Txostenak).

Baina, hiru oinarri horiek aski zabaldua eta onartuta dauden arren, esan daiteke askotan ez direla parekotasun edo balio berarekin onartzen telebista publikoei dagokienez. Informazioaren eta heziketaren helburuak gutxitan jartzen dira zalantzan, entretenimendua, ordea, askoren ustetan bigarren mailako zeregina da telebista publikoentzat (Azpeitia, 2019). Azken urte hauetako egoeran gainera, krisi ekonomiko luze baten ondoren eta, beraz, diru eta baliabide murrizketak tarteko, telebista publikoak, Euskal Telebista barne, informaziora soilik dedikatu beharko liratekeela esan duenik ere bada; edo, behintzat, entretenimendu edukiak ekoiztu eta zabaltzeak telebista publikoen zereginen artean egon beharko luketen zalantzan jartzen duenik (Berria, 2015). Hauen ustetan hasiera batean, telebistaren sorreran, hedabide honen lehenengo zeregina eta helburua zena, egun, telebista publikoen kasuan, baztertu egin beharko litzateke, eta kate eta enpresa komertzialen esku utzi saio eta eduki entretenigarrien bai ekoizpena eta baita zabalkundea ere.

Hausnarketa eta eztabaida luze eta sakonerako gaia litzateke hau, egia esan. Dagoeneko asko idatzi eta hitz egin da honen inguruan, eta eztabaidak oraindik jarraitzen du. Telebista publikoen egoera eta etorkizuna aktualitate gaiak diren neurrian, hauen edukiak, zereginak eta gizarte bakoitzean duten tokia ere bai (Azpeitia, 2019; MIS-EBU, 2021; FORTA-USC, 2021; Ofcom, 2020).

Kasuz kasu aztertu beharko litzateke gai hau eta argudio ezberdinak mahai gainean jarri. Baina ikus-entzunezko edukiak eta, horien artean, entretenimenduzkoak, gero eta garrantzi handiagoa duten garai honetan, bai eskaintza, bai eskakizun eta bai kontsumo aldetik, baina baita irismen eta eragin aldetik ere, pentsatzekoa da ea genero honek, baztertu edo gutxietsi ordez, egungo egoeran ez ote duen bada arreta berezia merezi, hainbat zentzutan, telebista publikoen aldetik.

Eztabaida hau hizketa-gai izan da BBCri dagokioenez ere eta, horri lotuta, harira dator aski ezaguna den Jonathan Freedland kazetari eta “*media*” analista britaniarraren komentarioa. Berak dioenez, BBCko lehen zuzendari nagusiak oinarritzko hiru zereginak ezarri zituenean jakin bazekien entretenitzearen helburua betetzea ezinbestekoa zela beste biak, informatu eta hezi, alegia, lortu ahal izateko (Freedland, 2015).

Nolanahi ere, gai honek, hain zabalik hartuta gainera, azterketa luze eta sakona eskatzen du. Bide horretan pauso bat ematea da artikulu honen asmoa, eta, kontziente izanik ikerketa eta eztabaida luzeagoko gaia dela, gai horren inguruko hausnarketaren garrantzia eta beharra azaldu nahiko genuke hemen.

5. ENTRETENIMENDU SAIOPEN GARRANTZIA EUSKAL TELEBISTAN

Euskal Telebistaren kasuan, eta batez ere euskarazko entretenimenduzko saioei, edukiei buruz ari garenean, esango genuke bigarren mailako kontsiderazioa baino, genero honek garrantzi berezia duela Euskal Telebistaren helburuak betetzerakoan, eta, horien artean, lehen aipaturiko euskal kultura eta euskararen sustapen eta zabalkundeari dagokienez ere bai. Izan ere, digitalizazioaren aro hau “*homo ludens*”-en aroa ere bada. Aisialdi eta entretenimenduari gero eta denbora gehiago eskaintzen zaie, eta horrekin batera, baita telebista eta telebista entretenimenduari ere, bereziki (The Norman Lear Center, 2016; Landabidea, 2015).

Gauzak horrela, euskarazko entretenimenduzko telebista saio eta formatu erakargarrien ekoizpena eta zabalkundea, nortasun adierazgarriak modu egokian integratzen diren heinean, oso baliabide aproposak eta faktore eraginkorrak izan daitezke euskara eta euskal kulturaren sustapen, zabalkunde eta garapenerako. Are gehiago, zera esango genuke, telebistak hedabide gisa dituen ezaugarriak kontutan izanik, aro digitalak ekarri duen erakustoki berri honetan saio entretenigarrien ekarpena ez bakarrik garrantzitsutzat, ezinbestekotzat ere jo daitekeela Euskal Telebistaren helburu nagusiak betetzerakoan, bai hasieratik eta bai, eta bereziki, egungo egoeran, baina baita aurreikus daitekeen etorkizun hurbilean ere. Agerikoa da telebista-entretenimendua oso tresna aproposa dela jendearengana iristeko (Azpeitia, 2012; Azpeitia, 2016; Azpeitia, 2019; Azpeitia, 2019b; Azpeitia, 2020b; Azpeitia, 2021).

5.1. Egungo telebista. Generoen hibridazioa eta entreenimendua

Baina, hasieratik esan dugunez, telebista berak, hedabide bezala, aldaketa handiak jasan ditu urte hauetan. Gainera, digitalizazioak eta aurrerapen teknologikoez ekarri duten eraldaketaren ondorioz, bai telebistaren beraren eta baita telebista edukien definizioa ere birplanteatu egin dira. Telebista kontzeptuaren beraren definizioa garatzen, aldatzen doan bezala, telebista generoei buruz ere gauza bera esan daiteke. Lehen aipatu dugu aspaldiko urteetan genero-nahasketa nabarmena dela. Honi lotuta, telebista-generoen sailkapen zehatza egiterakoan ez dagoela iritzi edo sistema bateratua esango genuke, ez alor profesionalean ez eta akademikoan ere. Gehienak ados daude, ordea, generoen hibridazioa egungo telebista-saio eta formatuen ezaugarria dela baieztatzerakoan.

Halere, artikuluko honen helburuari dagokionez oso sailkapen orokorra hartuko dugu kontutuan hemen, hau da, telebista saioak sailkatzerakoan bi genero nagusi bereizten dituen, informazioa eta entreenimendua, alegia (Guerrero, 2010; Azpeitia, 2019). Bakoitzaren barnean bestelako subgeneroak koka daitezke, eta horien arteko hibridazioak, nahasketak, kontutuan hartu behar dira, baita informazio eta entreenimendua uztartzen dituztenak ere, hau da, "Infotainment" izena hartu duen genero hibridoak. Beraz, ondoren, informazioa soilik jorratzen ez duten beste saio guztiak hartuko ditugu kontutuan telebista-saio edo eduki entreenigarriaz jarduterakoan. Horien artean, testu honi dagokionez, telebistarako ekoizten diren ikus-entzunezko saio eta eduki entreenigarriaz arituko gara, baina ohiko telebista tresnaz gain, egun telebistaren erakusleho diren beste euskarri eta pantailetan ikus daitezkeenak, alegia, osorik edo horietara moldatuak, egokituenak.

5.2. Ohiko telebista eta euskarri berriak

Hedabide eta euskarri digital berriak garatu eta indartu diren honetan, aipatu izan da "telebista" ahuldu edo galdu egingo dela. Baina azken aldiko txosten eta ikerketek azpimarratzen dutena alderantzizkoa da. Izan ere "telebista" ikustatzeko modu berriak sortu dira baita telebista ikusi, ikusten da, inoiz baino gehiago gainera. Beraz, "telebista", zentzu zabalean, ahuldu ordez indartzen ari da, telebista-edukiak ikustatzeko moduak eta bideak errazten eta ugaltzen doazen neurrian.

Egungo testuinguruan, telebista saioak banatu, zabaldu, eta ikustatzeko moduak aldatzen doazen arren, inoiz baino denbora gehiago igarotzen dugu bideoak, ikus-entzunezko edukiak, ikusten. Bideo kontsumoa nabarmen ugaltu da eta, horien artean, telebista eduki entreenigarriek toki eta garrantzi berezia dutela azaltzen dute azken aldi honetan enpresa eta erakunde ezberdinek bideratutako hainbat ikerketak (Barlovento, 2021a, 2021b; Gizaker, 2021; Ikusiker/Aplika 2019 – 2021; Parrot Analytics, 2020, 2021a, 2021b, 2021c).

Gainera, egun, oraindik ere telebista linearra deitzen denak, ohikoak, tradizionalak, du indarririk handiena eta honen kontsumoa da nagusi. Batez beste, hiru eta lau ordu artean ikusten da egunero telebista munduko herrialde gehienetan, baita Euskal Herrian ere. Egia da telebista edukien kontsumoa beste moduetan, beste euskarrietan, igotzen ari dela eta horrekin batera modu tradizionalakoa gutxitzen, baina, aldi berean, aipatzen da ohiko telebista ikusteko erarik tradizionalenak ere, hau da, etxeko egongelan, telebista pantaila handi baten aurrean, garrantzia izaten jarraituko duela etorkizunean.

Joera hau bereziki nabarmendu da Covid-19aren pandemiaren garaian, eta konfinamendu hilabeteetan batez ere, halabeharrez, mugimendu murrizketa nabarmenen ondorioz, pentsa daitekeen bezala. Telebista eta ikus-entzunezko edukien kontsumoa, orokorrean, edozein eratan, izugarri gehitu da egoera berezi horretan (Arana, Amézaga, Egia et al, 2021; Azpeitia, 2020a; Barlovento, 2021a; Deogracias, 2021; European Audiovisual Observatory, 2020; Parrot Analytics, 2020).

Baina horren aurretik eta ondoren ere orain telebista “tradizionala” deitzen den horrek indarra baduela agerian da. Telebista edukiak ikusteko modu ezberdinak konbinatzen dira egun, eta modu bat edo besteren aukeraketak edota konbinaketak hainbat faktoreren eraginez egiten da. Ikusleen adinak ere badu zerikusirik.

5.3. Entretenimenduzko ikus-entzunezkoen garrantzia testuinguru, erakustoki, berrian

Telebista, entretenimendua eta egungo aro digitalak dituen ezaugarrien inguruan aski ezagunak diren hainbat erakunde eta enpresak txosten eta ikerketa-lan adierazgarriak bideratzen dituzte etengabe (Adib. Barlovento 2020, 2021a, 2021b; Comcast, 2020; DTVE, 2021a, 2021b; European Audiovisual Observatory, 2021a, 2021b; EBU - MIS, 2021; Parrot Analytics, 2021a, 2021b, 2021c; PwC, 2021). Informazio horren jarraipena eta azterketa egin ondoren, digitalizazioari lotutako egungo egoerari buruzko ondorengo puntu hauek azpimarratuko genituzke:

- Telebista hedabidearen beraren definizioa aldatzen doa, telebista ikusteko moduak aldatzen doazen neurrian, baina telebista ahuldu baino indartzen ari da, gero eta gehiago ikusten baita, ikuslehoi eta euskarri berriei esker.
- “Ohiko” telebistak, ohiko telebista kontsumitzeko modua, orain telebista “tradizionala” deitzen denak, linearra eta irekiak, oraindik indar handia du eta izaten jarraituko du. Modu horretan ikusten den gehiena entretenimendu generoko edukiak dira.

- Egun, ohikoez gain, telebista-saio eta edukiak beste moduetan banatu eta jasotzen dira eta beste euskarri eta lehiotan ikustatzen dira. Joera horren bilakaera oso nabarmena izan da azken urte hauetan eta areagotuko dela aurreikusten da.
- Joera hori gizartearen sektore batzuetan nabarmentzen da batez ere, ez orotan. Alde batetik, gazteen artean; besteak beste, aurrerapen teknologiko eta euskarri berriak erabiltzeko trebezia eta ohitura gehiago dutelako. Bestetik, faktore ekonomikoak badu eragina, telebista ikusteko modu berri horietatik asko ordainpekoak baitira. Azkenik, esan daiteke edukiaren generoak eta iraupenak badutela zerikusia euskarri ezberdinak aukeratzekoan.
- Sareetan eta Internet bidez zabaldu eta ikusten denaren artean “erabiltzaileek sorturiko edukiek” (“*User Generated Content*”) garrantzi handia dute. Baina horietatik kopuru handia erabiltzaileek “sorturikoa” baino, hauek igotako, kargatutako edukiak dira, (“*User Uploaded Content*”) eta ez beraiek ekoiztutakoak (“*User Recorded Content*”). Eduki horien iturririk garrantzitsuenetakoa telebista da, saio entreenigarriak bereziki. YouTube-n eskura egon eta ikustatzen diren edukietan argi ikusten da joera hau (Bennet & Strange, 2012; Cabrera, Capello, Fontaine & Valais, 2016).

Beraz, Internet bidez igo, kargatu, ikusi eta partekatzen den eduki kopuru handia ohiko telebista saioak edo bertatik hartutako piezak, bideoak, edo hauekin zerikusia dutenak dira. Gehienak eduki entreenigarriak dira. Horren adibide nabarmenena YouTube plataforma, sare soziala, da. Telebista edukiak ikusteko asko erabiltzen da mundu zabalean zabalkundea duen eta aski ezaguna den plataforma hori, eta telebista konpainia askok euren kanal propioak dituzte bertan (baita EITBk ere). Eduki horiez gain bezeroek igotzen dituzten ikus-entzunezko edukiek, eta telebista edukiek bereziki, toki nabarmena dute. Izan ere egun esaten da berez munduan zabalkunde gehien duen “telebista” YouTube bera dela. (Ikus. Arana, Azpeitia, Garai, Narbaiza et al, 2019; Azpeitia, 2019b; Barlovento 2021a, 2021b; Gizaker, 2021; Ikusiker-Applika 2019-2021).

- Telebista eduki entreenigarriek zer esana ematen dute sare sozialetan eta bertan komentatu eta partekatzen dira. Hartara, sare sozialetan zabaltzen den mezu eta aipamen ugari telebista edukiekin zer ikusia du.
- Beste euskarri eta leihoetan zabaltzen eta ikusten diren ikus-entzunezko eduki gehienak entreenigarriak dira, eta horien artean gehiengoa “ohiko” telebista edukiak, generoak dira.
- Ikus-entzunezko edukiek, eta horien artean eduki entreenigarriek, inoiz baino garrantzi handiagoa dute. Zabaltzeko bide eta euskarri

aukera gehiago dagoenez, gero eta eduki entretenigarri gehiago behar da horien eskaintza osatzeko, eskakizunak asetzeko.

- Telebista eta ikus-entzunezko jardueraren balore-katea aldatzen ari da, azken urteetan banatzaileek indarra zuten bezala orain, aldiz, zabalkunde bideak erraztu diren heinean edukiak nagusitzen ari dira telebista eta ikus-entzunezko entretenigarrien jardunaren balore katean.

Nolanahi ere edukien eta banatzaileen uztarketak gero eta garrantzi handiagoa hartzen ari da negozio katean eta bien garrantzia eta euren arteko loturaren indarra azpimarratzen da azken aldian, biak maila berean jarriz. Izan ere foro profesionaletan asko zabaldu da negozio honetan edukia “erregea” eta banaketa, zabaldudea, “erregina” direneko aipua (“*Content is the king and distribution is the queen*”), bien arteko egungo lotura eta parekotasuna azpimarratuz. Dominique Delpont exekutiboaren ondorengo hitzek laburbiltzen dute pentsakera hori (Delpont, 2017): “*Storytelling is king... Content is king, of course, but distribution is queen. And we are living in that world where the kings and queens are equal, which is really great news*”.

Gauzak horrela, eta laburbilduz, esan daiteke teledistak, ohiko teledistak, eta hedabide honetan eta honetarako ekoizten diren ikus-entzunezko eduki entretenigarriek garrantzi handia dutela. Alde batetik oraindik ere teledista ikusteko modu tradizionala, irekia eta linearra, delako nagusi, eta bestetik, “ohiko teledista”-ren generoak eta produktuak direlako neurri handi batean beste ikusleho eta euskarri berri horiek hornitzen dituztenak; teledista generoa eta teledista saioak, osorik, zatika edo moldatuak baitira euskarri ezberdinetan zabaldu eta ikuskatzen diren ikus-entzunezko eduki gehienetakoak. Gainera, horiei gehitu behar zaie teledista saio horiekin nolabaiteko lotura duten bestelako ikus-entzunezko edukiak ere. Nolanahi ere, teledista genero entretenigarriaren presentzia nabarmentzen da euskarri eta erakusleho guztietan.

5.4. Euskal Teledista. Aukerak

Testuinguru honetan pentsa daiteke tokiko eta euskarazko ikus-entzunezko saio eta eduki entretenigarrien ekoizpenak eta zabalkundeak garrantzi berezia hartzen dutela. Alde batetik, euskaldunek produktu hauek euskaraz ikusteko modua izatea ahalbidetzen duelako eta, bestetik, hauen hedaketarekin batera euskal kultura eta euskararen sustapen, zabalkunde eta garapenean nabarmen lagundu dezaketelako. Are gehiago, faktore hauek laguntza soila baino, ezinbesteko bihurtu daitezke helburu horiek gauzatzeko. Izan ere, esan bezala, saio eta ikus-entzunezko eduki entretenigarrien eskaera eta kontsumoa, oro har, oso handia, nabarmena da, bai ohiko teledistan eta baita ikusteko modu eta euskarri berrietan ere.

Honi lotuta, euskararen inguruan Eusko Jaurlaritzak egindako azkenengo soziolinguistika inkestak, seigarrenak, azaltzen duena aipatu behar da. Ikerketa horren arabera, euskararen ezagutza asko hazi da azken urte hauetan baina erabilera bultzatzearen beharra aipatzen da, adin eta alor guztietan. Esparru formalean izan duen zabalkundea nabarmena den arren, eremu informalean izandako hazkundea txikiagoa da eta alor hori indartzearen beharra azpimarratzen dute (Eusko Jaurlaritza, 2019) .

Hemen azaldukoaren ondoren, esan daiteke egungo egoeran eta aro digital honetan, telebista eduki entretenigarrien ekoizpen, egokitzapen eta zabalkunde egokiek garrantzi berezia dutela helburu horiek betetzeko, eta horrekin batera euskararen sustapen, zabalkunde eta normalizaziorako.

5.5. Euskal Telebista. Arriskuak, mehatxuak eta erronkak

Baina, aldi berean, telebista eskaintza hainbeste ugaldu den honetan kompetentzia ikaragarria da. Zabalkunderako aukerak guztientzat gehitu direnez, egoera honek aukera eta arriskua dakar aldi berean. Leiho eta euskarri berriek zabalkunderako eta irismenerako aukera ematen duten heinean, kaptazio, harrerarako, ere bai. Zabalkundeak eskaintzen dituen aukera berri horiek kompetentziak berekin dakarren arriskua eta, beraz, mehatxuak areagotzen dituzte. Eskaintza gehitzean, amaraun hiperaktibo honetan euskarazko ikus-entzunezko saio entretenigarrien proportzioa nabarmen txikitzen da, eta audientzien fragmentazioa, zatiketa, gehitzen den neurrian, hauek ikusten direnekoa ere bai. Egoera honetan ondorengo erronka hauei egin behar zaie aurre aldi berean.

Alde batetik, euskaraz egiten direneko ikus-entzunezko entretenigarrien kopurua gehitu behar da, gizartearen esparru eta adin ezberdin guztiak kontutan hartuz. Bestetik, saio erakargarri, eraginkor eta lehiakorrek sortu eta ekoiztu behar dira, ikusleek, hainbeste eskaintzaren artean, hauek aukera ditzaten, bai ikustatzeko, euskarri ezberdinetan, eta baita partekatu eta komentatzeko ere. Azkenik, eduki horien zabalkundea bermatu behar da, ahalik eta leiho gehienetan ikusgai egon daitezen eta ikusleek eduki hauek erraz eskuratzeko modua izan dezaten. Hau da, oraingo ohiturei jarraituz, nahi dutena, nahi duten tokian, unean eta moduan ikus dezaten ahalbidetu behar da.

Bestalde, ikusleak oro har gero eta exigenteagoak dira. Egun, mota guztietako eta edozein toki eta herrialdetan sorturiko ikus-entzunezko edukiak ikusten ohituta daude. Honen ondorioz imaginarioa, erreferenteak, izugarri zabaldu dira bai edukiei dagokionez baina baita telebista eta ikus-entzunezko "hizkuntza"-ren bilakaerari dagokionez ere. Hartara, egoera berri honetara egokitu beharra dago, joera globalak eta tokiko edukiak, lokalak, uztartuz. Zeregin honetan genero eta formatu guztiak kontutan izatea komeni da.

Askotan eta askorentzat telebista entretenimenduak fama txarra du eta sarritan gutxietsi eta gaitzesten da oraindik ere, are gehiago genero eta formatu batzuren kasuan (Aranberri, 1996; Azpeitia, 2019; Bignell, 2013; Guerrero, 2007, 2010; Miller, 2010; Wasko, 2005). Baina esango genuke genero eta formatu gehienek eskaintzen dituztela aukera interesgarriak, eta denak hartu behar direla aintzat. Globalizazioaren garai honetan mundu zabalean ekoizten diren saioak ditugunean eskura eta ikusgai, esparru horretan arrakasta dutenak, joera diren eta sortzen dutenak, kontutan hartu behar dira, baita “formatu handiko” saioak ere, normalean saio hauek aldi berean atari eta trakzio lana egiten dutelako kate osoarentzat.

Hauek nola egituratu eta bideratzen diren du garrantzia, istorioa nola “kontatzen” den, hortan dago gakoa, azken finean ezin dugu ahaztu telebistak egungo gizartean duen garrantzia istorio kontalari gisa (“*storyteller*”). Edozerk ez du balio, noski, eta are gutxiago telebista publikoa den heinean. Erroka, joera horiek gure errealitatera, gure gizarte eta kulturara egokitzeaz gain, saio eta formatu berriak eta erakargarriak sortzean datza. Zeregin horretan Euskal Telebistak, telebista eta publikoa izanik, dituen betebeharrak, mugak eta baldintzak kontutan izan beharko ditu, noski, baina, hori bai, saio horiek entretenigarriak direnez helburu hori, entretenimendua alegia, ahaztu gabe.

Eginkizun honetan, besteak beste, ahalmen ekonomikoak eragin handia du. Erakunde publiko hau, bere aurrekontuetatik oso urrun dauden beste telebista kate, ekoizle eta banatzaileekin lehiatu behar da, euskal ikusleak bereganatzeko ahaleginean. Gainera, urte hauetako krisi ekonomikoaren ondorioz, beste hainbat arlotan bezala, aurrekontu-murrizketa handia izan du Euskal Telebistak, eta, horien artean, saio entretenigarrien ekoizpenari eskainitako diru kopuruaren jaitsiera nabarmena izan da. Gauzak horrela, oso zaila da lehen aipaturiko mehatxu eta arriskuei aurre egitea eta dituen errotrak ongi betetzea.

Egoera honetan ahalegin kreatibo eta produktibo handiak behar dira hainbat arlotan, nahi eta behar diren emaitzak lortzeko. Baina hori ez da nahikoa. Erakundeen eta gizartearen babesa eta laguntza tinkoa behar-beharrezkoa da Euskal Telebistak sortu zenetik dituen helburuak egungo aro digital honek dituen baldintzetara egokitu eta aurrera eraman ahal izateko.

5.6. Euskal Telebista. Kultur eta Sormen Industrien parte eta ikus-entzunezko jardueran eragile

Hau guztia esanda gero, kontutan izan behar da Euskal Telebista kultura eta sormen industrien parte dela eta bere zereginen artean ikus-entzunezkoen industria, sektorea, indartzea eta bultzatzea dagoela. Eginkizun honetan, entretenimenduak eta, beraz, eduki entretenigarrien sorrerak eta ekoizpenak garrantzi berezia duela inork gutxi jarriko du zalantzan. Oraingoan aipatu egingo dugu soilik baina gaia sakonean aztertuz gero nabaria da mota eta

genero ezberdinetako entreenimendu saio eta edukien ekoizpenak duen tokia ikus-entzunezko sektorearen bilakaeran.

Gainera, EITBk duen tokia Euskal Herriko Kultur eta Sormen Industrien (KSI) barnean, ikus-entzunezko esparruan batez ere, garbi azaltzen da alor honetan egin diren ikerketa nagusienetan. Bestalde, Eusko Jaurlaritzak azaldu du Kultur eta Sormen Industrien aldeko apostua eta horien garrantzia, erakundeen irizpide hori hainbat ekimen eta dokumentuetan islatuz. Ikus-entzunezkoen pisua, eta horien artean telebistarena, kultura eta sormen industrien artean agerian da (Eusko Jaurlaritza, 2020, 2021; Kulturaren Euskal Behatokia, 2018).

Hausnarketa, joera eta apustu hauek Europa mailan ikusten diren asmoeekin bat datoz, bertako erakundeek azaldu duten bezala. Europako Batzordeak martxan jarritako hainbat ekimen ildo honetatik doaz hain zuzen ere. Bestalde, *Next Generation* izenpean luzatutako diru laguntzen artean ikus-entzunezko alorrari eman zaio garrantzia. Digitalizazioaren aro honetan teknologia honi lotutako ekimenak estrategikotzat hartu dira eta horien artean dago ikus-entzunezkoen jarduera, telebista barne (Comisión Europea, 2021a, 2021b; Gobierno de España, 2021).

6. ONDORIOAK

Artikulu honen helburuetarako telebista edukiak bi genero orokorretan sailkatu ditugu, aldi batetik informatiboak –helburu nagusi eta bakarra informazioa dutenak - eta bestetik entreenigarriak, genero honen barnean “ez-informatiboak” diren eduki guztiak bilduz. Testu honetan azaldutako hausnarketaren ondoren esan genezake Euskal Irrati Telebista hedabide publikoan informazioak eta saio informatiboek duten betebeharra eta hauen garrantzia aitortzen dugun bezala, neurri berean entreenimenduak eta mota ezberdinetako telebista saio entreenigarriek duten zereginaren garrantzia kontutan hartu behar dela. Horrela, saio hauetako betebeharra eta balioa aitortu eta ezinbestekoa duten bultzada eta baliabideak eskaini beharko litzaizkieke, hauen ekarpena aro digital honetan aintzat hartuta.

Izan ere, hemen azaldutakoaren ondoren esan genezake aro digitala deitzen dugun garai honetan, eta egungo ikus-entzunezko esparruaren ezaugarriak kontuan hartuta, euskarazko telebista saioek, eduki entreenigarriek, garrantzia berezia dutela. Alde batetik ikus-entzunezko edukien zabalkundea eta kontsumoa izugarri ugaldtu eta erraztu delako digitalizazioari lotutako aurrerapen teknologikoei esker. Bestetik, eduki hauek ikusleentzat erakargarriak diren neurrian tresna egokiak direlako euskal kultura eta hizkuntza zabaltzeko. Horretarako ezinbestekoa da euskal kultur identitatearen ezaugarriak modu egokian integratzea, joera globalak kontuan hartzen diren aldi berean. Gertutasun eta globaltasunaren arteko uztarketa eta oreka premiazoak ikusten dira aipaturiko helburuak modu egokian bete ahal izateko.

Beraz, saio entretenigarriak behar-beharrezkoak dira Euskal Telebistarako, hasieratik dituen helburuak, euskal telebista publikoa den heinean, behar bezala bete ahal izateko. Baina are gehiago, esango genuke Euskal Telebistaren zeregin hori egungo gizartean ezinbestekoa dela, aro digitalak ekarri dituen aldaketei erantzuteko eta aldaketa hauen ondorioz euskal gizarteak esparru honetan dituen beharrak eta eskaerak behar bezala asetzeko. Ikus-entzunezkoek hainbeste garrantzia hartu duten garai honetan ikusleek nahi, behar eta eskatzen dutenari egoki erantzuteko, alegia.

Digitalizioaren ondoren sorturiko agertoki berri honek dituen mehatxuak eta zailtasunak ezin ditugu ahaztu, beraz. Baina egungo egoeran, eta etorkizunari begira, modu berean da ezinbestekoa dauden eta sor daitezkeen aukerak identifikatzea eta horiek ahalbidetzeko ekimenak eta ekintzak garaitu eta modu egokian martxan jartzea. Berez Euskal Telebista-ren zeregina den horretan bestelako erakunde, enpresa eta, azken finean, gizartearen laguntza eta inplikazioa premiazkoak ikusten dira, eta horretarako beharrezkoa ikusten da baita ere saio hauek duten garrantzia aitortzea eta balioan jartzea ere.

7 . BIBLIOGRAFIA *

- AMEZAGA, Josu, Edorta Arana, Bea Narbaiza & Patxi Azpillaga (2013). The public Sphere and Normalization of Minority Languages. An Analysis of Basque Television in Light of Other Experiences in Europe. In *Tripodos*. 2013/32 (93-111 or.).
- ARANA, Edorta, Itziar Azpeitia I., Rebeka Garai, Bea Narbaiza et al (2019). Unibertsitateko ikasleen ikus-entzunezko kontsumoa'. In Libe Mimenza (edit.) *Euskal Hedabideen Urtekaria 2018* (189-205 or.). Leioa: Behategia.
- ARANA, Edorta, Asier Amézaga, Maite Egia et al (2021). Gazteen artean ikus-entzunezko kontsumoa astindu zuen birusa. In Libe Mimenza (edit.) *Euskal Hedabideen Urtekaria 2020* (105-120 or.). Leioa: Behategia.
- ARANA, Edorta, Josu Amézaga and Patxi Azpillaga (2014). *Mass Media in the Basque Language*. Bilbao: UPV-EHU- Argitalpen Zerbitzua.
- ARANBERRI, Luis A. (1996). *Intelektualak, Telebista eta Multimedia*. Vitoria-Gasteiz: Diputación Foral de Alava - Departamento de Cultura y Euskera.
- AZPEITIA IRURETAGOiena, Itziar (2012). Euskal Telebista (Telebista Publikoa, Autonomikoa). Kultur identitatea, programazioa eta programak. Entreenimendu formatuak. Paper presented at *XV Forum for Iberian Studies. National Identities at the Intersection: Literature and visual media*. Oxford University. Oxford, UK. June 2012.
- AZPEITIA IRURETAGOiena, Itziar (2016). TV Entertainment and the Basque Public Television, Euskal Telebista, in the digital era: Reflections about entertainment audiovisual content in Basque. Paper presented at *DIGITARO - Euskarazko Komunikazioaren Nazioarteko II. Biltzarra*. Bilbo, October 2016.
- AZPEITIA IRURETAGOiena, Itziar (2019). *Beyond negativity on television entertainment: positive perspectives and research on its contribution to public television. Additional analysis: the Basque night-show magazine Sorginen Laratza at Euskal*

Telebista. Doctoral Thesis. UPV/EHU. Leioa, Bizkaia. URI: <https://addi.ehu.es/handle/10810/38589> <https://core.ac.uk/reader/326226260>

- AZPEITIA IRURETAGOIENA, Itziar (2019b). Audiovisual content in Basque: TV matters in the digital era. Paper presented at *Crowded out or limitless horizons? Minority language media in the digital age*. (Key speaker). University of Edinburgh, Scotland, UK. October 2019.
- AZPEITIA IRURETAGOIENA, Itziar (2020a). Covid-19aren eragina telebista jardueran. Nazioarte begirada. EITB – Barne txostena. Ekaina 2020.
- AZPEITIA IRURETAGOIENA, Itziar (2020b). Research on Television: a Proposal for a Multidisciplinary Method. *Comunicación y Métodos | Communication & Methods*, 2(1),141-161. doi:10.35951/v2i1.72
- AZPEITIA IRURETAGOIENA, Itziar (2021). Public broadcasting and minority languages in the current audio-visual context: facing new challenges and seeking opportunities in the new media ecosystem. Paper presented at *ICML XVIII – 18th International Conference on Minority Languages*. Bilbao, March 2021.
- BARKER, Chris (1999). *Television, Globalization and Cultural Identities*. Buckingham: Open University Press.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2021a). *Análisis de la industria televisiva-audiovisual 2020*.
- BARLOVENTO COMUNICACIÓN (2021b). *El Rosco del Consumo Audiovisual Septiembre 2021*.
- BENNET, James and Niki Strange (Edit.) (2012). *Television as digital media*. Durham and London: Duke University Press.
- BERRIA (2015). Albistegiak dira irauteko motorra, kate autonomikoetako buruen ustez. *Berria*. Irailak 13.
- BIGNELL, Jonathan (2013). *An Introduction to Television Studies*. Third edition. London, New York: Routledge.
- CABRERA Blázquez F.J., M. Capello, G. Fontaine and S. Valais (2016). *On-demand services and the material scope of the AVMSD*. IRIS Plus. European Audiovisual Observatory, Strasbourg, 2016.
- CASTELLÓ, Enric (2005). *Sèries de ficció i construcció nacional. La producció pròpia de TVC 1994-2003*. Doctoral Thesis, Universitat Autònoma de Barcelona.
- CASTELLS, Manuel (1997/2004/2010). *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society, and Culture*. Volume II. UK: Blackwell.
- CHALABY, Jean K. (2013). Reflection i: Transnational TV Formats: Making the Local Visible and the Global Invisible. *Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies*, 8 (2), 54-56.
- CHALABY, Jean K. (2016). *The Format Age. Television's Entertainment Revolution*. Cambridge, UK: Polity Press.
- COMCAST (2020). *Streaming in the 2020s. An industry comes of age*. The TV 2025 Initiative. Comcast Technology solutions. MTM-June 2020
- COMISIÓN EUROPEA (2021a). *Los medios de comunicación europeos en la Década Digital: un plan de acción para apoyar su recuperación y transformación*. Bruselas, Junio 2021.

- COMISIÓN EUROPEA (2021b). *Europa Creativa 2021-2027. Desafía los límites. El programa de la UE en apoyo de los sectores cultural y creativo*. Luxemburgo: Oficina de publicaciones de la Union Europea.
- DELPORT, Dominique (2017). Keynote: Dominique Delport- Vivendi. MipCom 2017. October 18. Cannes, France. <https://mipblog.com/2017/10/discovery-vivendi-content-keynotes-mipcom/>
- DEOGRACIAS, Marijo (2021). Koronabirusak zerbitzu publikoaren izaera itzuli dio Euskal Telebistari. In Libe Mimenza (edit.) *Euskal Hedabideen Urtekaria 2020* (169-174 or.). Leioa: Behategia.
- DTVE (2021a). *Industry Survey 2021*. Digital TV Europe. Informa Tech, 2021.
- DTVE (2021b). *Summer Survey 2021*. Digital TV Europe. Informa Tech, 2021.
- EBU – MIS (2021). *Market Insights.Public Service Media's Competitive Environment*. European Broadcasting Union - Media Intelligence Service. February 2021.
- EITB (2018). Líneas estratégicas y proyectos 2017-2020. <https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/transparencia/>
- EITB (2017) – *EITB Txostena 2016 Balance*.
- EITB-EUSKO JAURLARITZA (2016). *Contrato-Programa Con El Ente Público Radio Televisión Vasca (EITB) Para El Período 2016-2019*. Eusko Jaurlaritz-Gobierno Vasco EITB. <https://www.eitb.eus/es/grupo-eitb/transparencia/>
- EITB-Gardentasuna-Txostenak. <https://www.eitb.eus/eu/eitbtaldea/gardentasuna/>
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2020). *The European audiovisual industry in the time of Covid-19*. Iris-Plus 2020-2. EAO – Council of Europe.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2021a).Trends in the VOD market in EU28.
- EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2021b). *Yearbook 2020/2021. Key Trends. Television, Cinema, Video and On-demand Audiovisual Services – The Pan-European Picture*. European Audiovisual Observatory (Council of Europe). Strasbourg 2021.
- EUSKO JAURLARITZA (2019). VI. *Inkesta Soziolinguistikoa 2016*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. Vitoria-Gasteiz
- EUSKO JAURLARITZA (2020). *KSlak Euskadin. Euskal kultura –eta sormen- sektorearen garapenean zehar ibilbidea*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia: Vitoria-Gasteiz.
- EUSKO JAURLARITZA (2021). *CCIs and Innovation Contrast. Open Conference*. Bilbao 11-12 November, 2021.
- FORTA - USC (2021). *Informe Corporativo 2020-2021. Estudio de la situación y tendencias de los medios audiovisuales públicos europeos ante la sociedad digital*.
- FREEDLAND, Jonathan (2015). Strictly Come Dancing is a success story that could only work at the BBC. *theguardian.com*. 2015, December 18.
- GARITAONANDIA Garnacho, Carmelo & Casado del Río, M.Á. (2007).Television to Save a Language and a culture: The Basque Case. In L.K. Fuller (Ed), *Community Media: International Perspectives* (pp. 139-150). Basingstoke: Palgrave Macmillan. Doi: 10.1057/9780230604872
- GIZAKER (2021). *Estudio de preferidos audiovisuales* - CAV. Abril, 2021.

- GOBIERNO DE ESPAÑA (2021). *España Hub Audiovisual de Europa. Plan de impulso al sector audiovisual*. Gobierno de España-Agenda 2030.
- GUERRERO, Enrique (2007). Los géneros de entretenimiento en TVE 1: Audiencias, Programación y Producción. *XX Congreso Internacional de Comunicación*. Universidad de Navarra.
- GUERRERO, Enrique (2010). *El Entretenimiento en la televisión española. Historia, industria y mercado*. Barcelona: Centro Libros PAPP, S.L.U.
- IKUSIKER – APPLIKA (2019 – 2021). Txostenak. <https://ikusiker.eus/>
- IOSIFIDIS, Petros (2012). *Public television in the digital era. Technological Challenges and New Strategies for Europe*. Palgrave Macmillan.
- KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA, 2018. *Arte eta Kultura Industriak 2015. Txosten Estatistikoa*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.
- LANDABIDEA, Xabier (2015). *Euskaldunok eta telebista XXI. mende hasieran*. Donostia/ Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia
- LARRINAGA, Asier (2019). *Euskal Telebistaren Sorrera, Garapena eta Funtzioa Euskararen Normalizazioaren Testuinguruan*. Doktore tesia. UPV-EHU.
- MILLER, Toby (2010). *Television Studies: The Basics*. London and New York: Routledge.
- MIPCOM (2021a). *Global TV Trends: Who is watching what, how and why?. Avril Blondelot, Frédéric Vulpré (Glance/Mediametrie)*. MipCom 2021 Sessions – Cannes. 11 October, 2021
- MIPCOM (2021b). *Global streamers keynote series: Pluto TV & Discovery+: Olivier Jollet, Myriam Lopez-Otazu*. MipCom 2021 Sessions – Cannes. 11 October, 2021.
- MIS – EBU (2021). *Market Insights. Public Service Media's Competitive Environment. Media Intelligence Service*.
- MORAN, Albert & Michael Keane (2006). Cultural Power in International TV Format Markets. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 20 (1) , 71-86
- MORAN, Albert (1998). *Copycat TV: Globalisation, Program Formats and Cultural Identity*. Luton: University of Luton Press.
- MORAN, Albert (2006). *Understanding The Global TV Format*. Bristol, UK: Intellect.
- MORAN, Albert (2007). *Localizing Global Television. Media International Australia*, 124, 145-155.
- MORAN, Albert (2014). Television Program Formats: Their Making and Meaning. In Alvarado, Buonanno, Gray and Miller (Eds.), *The Sage Handbook of Television Studies* (pp. 205-224). London, California, New Delhi, Singapore: SAGE.
- OFCOM (2020). *Small Screen: Big Debate – a five-year review of Public Service Broadcasting (2014-18)*. 27 February 2020.
- PARROT ANALYTICS (2020). *Navigating Covid-19. Special Report*.
- PARROT ANALYTICS (2021a). *The Global Television Demand Report. Full Year 2020*.
- PARROT ANALYTICS (2021b). *The Global Television Demand Report. Q1 2021*.
- PARROT ANALYTICS (2021c). *The Global Television Demand Report. Q2 2021*.

- PAVÓN, Amaia & Zuberogoitia, Aitor (2013). Multilingual Practice of the EITB Group and its TV Provision for Teenagers. In Elin Haf Gruffydd Jones and Enrique Uribe-Jongbloed (Eds.), *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries* (pp. 224 – 236). UK, USA, Canada (Bristol, Buffalo, Toronto): Multilingual Matters.
- PwC (2021). *Perspectives from the Global Entertainment and Media Outlook 2021-2025. Power shifts: Altering the dynamics of the E&M industry.*
- SIGISMONDI, P. (2011). *The Digital Glocalization of Entertainment. New Paradigms in the 21st Century Global Mediascape.* Springer
- STRAUBHAAR, Joseph D. (2007) *World Television. From Global to local.* Sage Publications.
- THE NORMAN LEAR CENTER (2016). *What is entertainment?The Norman Lear Center Manifesto. The Entertainment Initiative.* The USC Annenberg Norman Lear Center.
- TORREALDAI, Juan Mari (1985). *Euskal Telebista eta Euskara.* Donostia: Elkar
- WASKO, Janet (Ed.) (2005). *A Companion to Television. USA, UK, Australia:* Blackwell.
- ZALLO, Ramón (2006). *Basques, today. Culture, history and society in the age of diversity and knowledge.* Alberdania

*Artikulu honetan azaldutakoak lotura zuzena du autore honen doktore tesiarekin (Azpeitia Iruretagoiena, Itziar (2019). Beyond negativity on television entertainment: positive perspectives and research on its contribution to public television. Additional analysis: the Basque night-show magazine *Sorginen Laratza* at Euskal Telebista. UPV-EHU). Erabilitako bibliografia eta dokumentazio iturriak, beraz, hemen ageri direnak baino askoz gehiago dira. Testu nagusi horretan atalez atal aipatzen diren erreferentziak zerrendatuta daude 667 - 718 orrialdeetan.