



# Estudio Cualitativo Preliminar sobre el Servicio Audiovisual Público Vasco.

## Informe de resultados

( Abril de 2018)

# 0. Índice

1. -Contextualización	3
2. -Ficha técnica	5
3.-Discurso espontáneo de la ciudadanía en torno a EITB	10
4.-Cumplimiento de determinados objetivos por EITB	24
5.-Valoración de la oferta de contenidos de EITB	49
6.-Imagen social de EITB	68

# Capítulo 1

## CONTEXTUALIZACIÓN



## 1. Contextualización

El **Gabinete de Prospección Sociológica del Gobierno Vasco** realiza estudios cuantitativos periódicos sobre diferentes cuestiones de actualidad de naturaleza socio-política en Euskadi. En la actualidad, se plantea la necesidad de realizar el **Sociometro Vasco 67**, centrado en el Servicio Audiovisual Público Vasco / EITB, **para que sirva de apoyo a la Ponencia de la Comisión de Control de EITB en el debate sobre la reforma integral del ente.**



Como paso previo a la realización de dicho estudio, **se ha solicitado a Kualitate Lantaldea la realización de una investigación de naturaleza cualitativa y participativa**, que recoja el discurso ciudadano de una manera abierta, amplia, con matices, ... para posteriormente poder **concretar los items o variables que se van a cuantificar por medio de la realización del estudio cuantitativo.**

Como es sabido, la **metodología cualitativa** no basa su rigor en los números o las estadísticas sino que es una metodología basada en el **análisis de contenido de los discursos ciudadanos, analizando sus máximos comunes denominadores y detectando las diferencias que existen en función de variables socio-demográficas como edad, sexo, territorio, ...**

Es, por tanto, práctica habitual en el campo de la investigación sociológica y de mercados, **realizar estudios cualitativos previos para enfocar posteriormente investigaciones basadas en encuestas.**

Se trata en definitiva de un **estudio preliminar de naturaleza cualitativa, que posibilita crear un entorno participativo para recoger la opinión ciudadana y facilitar que el Gabinete de Prospección Sociológica elabore un cuestionario lo más efectivo posible y con unas opciones de respuesta que recojan de la manera más fidedigna las opiniones de la ciudadanía sobre EITB.**

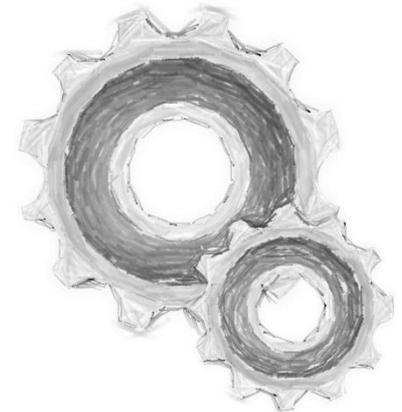


# Capítulo 2

## FICHA TÉCNICA

2.1. *Objetivos del estudio*

2.2. *Metodología empleada*



## 2.1. Objetivos del estudio

El **gran objetivo** del presente estudio consiste en **recoger el discurso ciudadano en relación a EITB, como paso previo para la realización del Sociómetro vasco 67.**

Este objetivo se plasma en cuatro grandes bloques temáticos:

1. **El discurso espontáneo en torno a EITB.**
2. **El cumplimiento de determinados objetivos por parte de EITB.**
3. **La valoración social de la oferta de EITB.**
4. **La imagen social de EITB.**

## 2.2. Metodología empleada

A continuación pasamos a detallar la **metodología** empleada de cara a cubrir los objetivos que nos planteamos en el proyecto.

Se ha utilizado una **metodología cualitativa a partir de la técnica grupos de discusión o focus group**. Esta **técnica discursiva** permite recoger los **elementos sustanciales y nucleares del discurso de la ciudadanía sobre diferentes temáticas**, profundizando en las razones y argumentos que determina su actitud ante las mismas.

En concreto se han realizado **7 grupos de discusión, con el siguiente target:**

**Personas de 18 a 70 años residentes en la CAPV, con un consumo habitual de medios de comunicación (televisión, radio e internet) y un consumo esporádico o habitual de alguno de los medios de EITB.**

**Los grupos de discusión se han segmentado** en función de las siguientes variables:

- **Sexo:** Para poder diferenciar el discurso de hombres y mujeres. Todos los grupos han sido mixtos, con una presencia al 50% de mujeres y hombres.
- **Edad:** Para poder detectar diferencias en las opiniones en función de la edad. Se han contemplado 3 tramos de edad: 18-30 / 31-45 / 46-70 años.
- **Territorio Histórico:** Para poder identificar discursos que incorporan matices en función del territorio histórico de residencia de la ciudadanía. Se han hecho reuniones con personas residentes en los entornos metropolitanos de los tres territorios históricos: Bilbao, Donostia, Gasteiz y en las comarcas de Uribe Kosta, Tolosaldea y Valle de Ayala.
- **Conocimiento de Euskera:** Para garantizar una presencia compensada en los grupos de euskaldunes y erdaldunes (Según los datos de la VI Encuesta sociolingüística, 2016). Un 25% de euskaldunes en Bilbao y Gasteiz y un 40% en Donostia. Además, se han desarrollado 2 grupos compuestos por personas euskaldunes para poder integrar en el análisis sobre EITB a aquellos medios que se desarrollan en euskera: ETB1, ETB3, Gaztea, Euskadi Irratia, ...

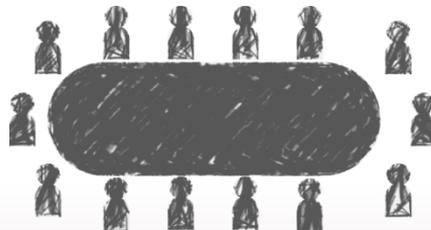
## 2.2. Metodología empleada

En los grupos de discusión se ha conformado un **universo compuesto por personas con al menos una mínima experiencia de consumo de EITB (Televisión, radio, internet)**. Se ha entendido por **consumidor habitual de EITB** aquella persona que **consume algún medio de EITB por lo menos 4 días a la semana**. Por **consumidor esporádico de EITB** se ha entendido a aquella persona que **consume algún medio de EITB entre 1 y 3 días a la semana**.

Los grupos de discusión han sido **grabados en audio** para posteriormente por transcribirlos y realizar los análisis así como el correspondiente informe de resultados. En **cumplimiento de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal y el código Internacional ICC / ESOMAR para la investigación social y de mercados**, se ha solicitado consentimiento a las personas participantes para grabar en audio las reuniones con el único objeto de proceder a su transcripción como herramienta del equipo investigador para elaborar el informe de resultados.

Del mismo modo, se les ha explicitado que en cumplimiento de la ley, se **garantiza su anonimato y la confidencialidad de sus opiniones**, lo que implica que en ningún caso se asociarán respuestas a personas concretas sino a colectivos o targets genéricos.

El **personal técnico del Gabinete de Prospección Sociológica del Gobierno Vasco ha asistido a los grupos de discusión desempeñando el rol de oyente**, de cara a poder contar con una información directa para enfocar las diferentes tareas relacionadas con la ejecución del estudio cuantitativo posterior, además de poder interpretar los resultados del mismo de una forma óptima.



## 2.2. Metodología empleada

En base a los criterios definidos, los grupos de discusión se han distribuido de la siguiente forma:

	Bizkaia	Gipuzkoa	Araba
18-30 años	Euskaldunes/ Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Bilbao )		25% euskaldunes/  Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Gasteiz)
31-45 años	25% euskaldunes/ Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Bilbao)	Euskaldunes/  Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Tolosa)	
46-70 años	25% euskaldunes/ Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Sopela)	40% euskaldunes/  Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Donostia)	25% euskaldunes/  Habituales 50% y esporádicos 50% EITB  (Laudio)

Los grupos han sido **mixtos desde el punto de vista de la variable género** (50% mujeres y 50% hombres)

El **trabajo de campo** se ha desarrollado entre el 8 y el 20 de febrero de 2018. El grupo de 18-30 años de Bilbao y el de 31-45 años de Tolosa se realizaron en euskera, el resto en castellano.

De cara a garantizar la recogida del discurso propio de la ciudadanía, **no se ha convocado a personas que trabajan en cualquiera de los medios de EITB o en productoras u otras entidades proveedoras de EITB.**

# Capítulo 3

## Discurso espontáneo en torno a EITB

---



### 3.1. Ejes del discurso espontáneo

---

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

Cuando **se pregunta a la ciudadanía sobre EITB** (sin sugerir ningún ámbito ni aspecto), se recoge un **discurso espontáneo** estructurado en los siguientes **5 ejes**:

**“HURBILTASUNA transmititzen du”**

“Es un grupo de comunicación  
**REFERENTE y RECONOCIDO**”



“Es una fuente de  
**INFORMACIÓN CREÍBLE**”

“Denborarekin  
**EBOLUZIONATU du**”

“**Tiene DIFICULTADES PARA  
COMPETIR EN TV**”



Cuando la audiencia habla sobre EITB, lo hace fundamentalmente en **CLAVE AFECTIVA** y emocional: es un ente que se percibe como **PROPIO** y, por lo tanto, se habla sobre él en parámetros **POSITIVOS**.

“EITB gurea da”

“Te sientes a gusto  
en ella (ETB)”

“Es muy importante  
para nosotros”

“Gure kulturarentzat  
erabakigarria da”

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

## “... transmite CERCANÍA porque...”

“DA INFORMACIÓN DE  
NUESTRO ENTORNO”

“ESTÁ ENFOCADO A LA  
GENTE DE AQUÍ”

“TRABAJA MUCHO EL EUSKERA  
Y LA CULTURA”

“REFLEJA CÓMO VIVIMOS”

“TODO LO HACE CON LAS FORMAS  
Y EL ESTILO DE AQUÍ”

“TIENE ARRAIGO SOCIAL”

“Argi dago EITB gure bizitzaren barnean dagoela. Hurbileko berriak behar badituzu ETBra jotzen duzu, ez Antena 3era” (31-45 años, Tolosa)

“Telebista bat dago bakoitzarentzat, baina uste dut EITBn gusturago gaudela, oro har gure ideietatik hurbilago dagoelako” (18-30 años, Bilbao)

“Es un soporte muy importante para el idioma de aquí y es un espejo de nuestra cultura. En ese sentido, las emisoras de EITB cubren las carencias que tienen otras, porque yo quiero conocer el marco más cercano a mí” (46-70 años, Sopela)

“Mis padres escuchan Radio Vitoria porque les interesa que hablen de su ciudad, que les cuenten los eventos que va a haber, eso es cercanía” (18-30 años, Gasteiz)

“Es algo tuyo, no solo por el euskera, si no por las formas en las que te cuentan las cosas” (31-45 años, Bilbao)

“Tiene echadas las raíces. Antes nosotros veíamos Telenorte, pero no tiene el mismo gancho con la sociedad” (46-70 años, Laudio) **13**

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo



## “ ... es un GRUPO DE COMUNICACIÓN REFERENTE y RECONOCIDO ”

“NO ES UN GRUPO DE ANDAR POR CASA, ES POTENTE”

“LA OFERTA DE CANALES ES MUY AMPLIA: RADIO, TELE, WEB...”

“TRABAJA LOS DISTINTOS GÉNEROS TELEVISIVOS Y DE RADIO”

“TIENE CONTENIDOS PARA DISTINTOS PÚBLICOS”

“SE LE CONOCE FUERA DE EUSKADI”

“Han sabido dar al grupo un buen tratamiento, le han impulsado, le han dado una marca. En ese sentido, para la sociedad es un adelanto tener una televisión como la que tenemos” (46-70 años, Donostia)

“Es el medio de comunicación de Euskadi, y es el más potente. He visto autonómicas de otras sitios, y esta es mejor” (46-70 años, Laudio)

“Es la televisión pública vasca” (18-30 años, Gasteiz)

“EITB ofrece un abanico muy amplio, para quien quiere euskera y para quien quiere castellano, para quienes quieren entretenimiento y para quienes quieren información...” (46-70 años, Sopela)

“Hay bastante variedad en la programación, tienen programas clásicos, otros más modernos...” (31-45 años, Bilbao)

“Vayas donde vayas, en el exterior se sabe que EITB es el medio del País Vasco. En Madrid se sabe que ETB tiene El Conquistador, pelota mano...” (31-45 años, Bilbao)

“EITB es nuestra imagen en el exterior” (18-30 años, Gasteiz)

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

## “... es una fuente de **INFORMACIÓN CREÍBLE**”

“ES BASTANTE OBJETIVA”

“INTENTA SER IMPARCIAL”

“CUIDA LA PLURALIDAD”

“Si quieres información un poco objetiva, más te vale ir a EITB” (46-70 años, Sopela)

“Cuentan con periodistas de nivel alto, hacen debates que aportan mucho a la sociedad vasca” (46-70 años, Donostia)

“Los informativos son de más calidad, porque otros como el de Tele 5 van más al sensacionalismo” (31-45 años, Bilbao)

“Yo lo veo con más objetividad, con noticias más precisas y menos manipuladas” (46-70 años, Laudio)

“Yo en imparcialidad le apruebo, creo que no se le nota tanto como a otros” (18-30 años, Gasteiz)

“Se exponen los distintos posicionamientos políticos, cada uno con su panfleto y su punto de vista. En ese sentido, EITB es la más democrática” (46-70 años, Donostia)

“Procés delakoaren gaian beste hedabide batzuk baino inpartzialagoa izan da, hainbat hedabidetan ikaragarria izan baita jendearen buruan gauzak sartzeko egin duten ahalegina” (18-30 años, Bilbao)

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

 **“... ha EVOLUCIONADO con los tiempos”**

**“SE HA ABIERTO A TEMÁS  
MÁS GLOBALES”**

**“SE HA ADAPTADO AL MERCADO,  
SOBRE TODO EN RADIO”**

**“HA INCORPORADO LAS  
NUEVAS TECNOLOGÍAS”**

*“Antes EITB parecía como más local, pero ahora se puede decir que compite con cualquier otra” (31-45 años, Bilbao)*

*“En parte ha sabido ir evolucionando con lo que la gente le demanda, con la sociedad y los cambios que ha habido, ha ido incorporando los temas que nos interesan ahora” (31-45 años, Bilbao).*

*“Gazteak programak progresio bat izan du, euskal gazteek gaur egun zer nahi duten ulertu du, egungo gazteak ez direlako duela hamarkada batzuetako gazteak bezala. Berritu egin dira, zeren berritu egiten zara ala hilda zaude” (18-30 años, Bilbao)*

*“EITB entzun eta Gaztea datorkit burura, katearen eta egungo gazteen artean antzekotasunak ikusten ditudalako” (18-30 años, Bilbao)*

*“Con la APP y la web si que se nota al grupo como más actualizado, intentando facilitar más las cosas” (18-30 años, Gasteiz)*

*“Cuando inauguraron las instalaciones de EITB en Bilbao fue una maravilla, es todo muy moderno y bonito” (46-70 años, Sopela)*

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo



**“... tiene DIFICULTADES PARA COMPETIR EN TV”**

**“TIENE MENOS RECURSOS QUE LA COMPETENCIA”**

**“EMITE MUCHAS REPETICIONES”**

**“ESTIRA LOS PROGRAMAS DE ÉXITO”**

*“Pues está claro que no puedes competir según con qué cadenas. Influye el presupuesto, hay que ver hasta dónde se puede llegar”  
(31-45 años, Bilbao)*

*“Algunos programas están caducos, los repiten hasta que terminan aburriendo” (46-70 años, Donostia)*

*“Tienen muchas repeticiones, todavía te encuentras Vaya Semanita, Date el Bote... de hace muchos años” (18-30 años, Gasteiz)*

*“Si tienen un programa de éxito, te lo machacan. Lo mismo con algunos personajes y actores” (46-70 años, Donostia)*

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

La mayor parte de los **elementos destacados en el discurso espontáneo sobre EITB son extensibles a su audiencia de los tres territorios de la CAPV**. Sin embargo, es necesario realizar **dos matizaciones importantes**:

**1. La vinculación afectiva con EITB es significativamente inferior en el caso del target entre 18 y 30 años**, vinculación que se produce sobre todo con **Gaztea** (en la actualidad) y **ETB1** (referente de su infancia).

*“Mahai honetan ia denok Gaztea entzuten dugu; argi dago puntua hartu diola, nolabait esateko, eta gugana iristen asmatu du” (18-30 años, Bilbao)*

*“A mí y a mis amigos de pequeños ETB1 nos parecía lo más interesante, con Dragon Ball, Super Bat...” (18-30 años, Gasteiz)*

Esta **menor afinidad de la juventud** con EITB se explica por **dos factores principales**:

- Las personas jóvenes **seleccionan el medio de comunicación pensando en la mejor opción para satisfacer su necesidad**, y no tanto en la opción más afín por valores, proximidad...

*“Gaur egun zerbait erakargarria iruditzen bazait ikusi egiten dut, berdin dio ETB, Telecinco edo la 1 den. Niretzat ETB beste aukera bat da, beste guztien artean” (18-30 años, Bilbao)*

*“Gazteek zerbait dibertigarria nahi dute, entretenitzea, besterik gabe. Guretzat entretenigarriena dena aukeratzen dugu, eta berdin dio non dagoen” (18-30 años, Bilbao)*

- Como es lógico, las personas jóvenes disponen de **menos trayectoria de consumo** de EITB.

*“Toda la vida veíamos los dibujos en ETB1, ahora apenas veo” (18-30 años, Gasteiz)*

*“Yo escucho Gaztea todos los días, pero por el resto de cadenas y canales de EITB apenas paso, lo que veo con mis padres y poco más (18-30 años, Gasteiz)”*

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.1 Ejes del discurso espontáneo

2.

Por otro lado, también es necesario precisar que mientras **el discurso sobre EITB de las personas mayores de 30 años se construye fundamentalmente en torno a sus percepciones y opiniones sobre ETB (televisión)**, el colectivo de 18 a 30 años, lo hace desde el **referente de Gaztea**, y en menor medida desde el resto de medios de EITB.

## 3.2. Utilidad social percibida

---

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.2 Utilidad social percibida

Una vez volcado el discurso espontáneo sobre EITB, se preguntó sobre la **utilidad social atribuida al ente**, o lo que es lo mismo, las aportaciones que se cree que realiza a la sociedad vasca.

Las **principales aportaciones de EITB a la sociedad vasca** son, según las personas participantes en los grupos de discusión:

1. “REFLEJAR NUESTRA IDENTIDAD”
2. “SER EL REFERENTE INFORMATIVO DE EUSKADI”
3. “ENTRETENER A LA SOCIEDAD”

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.2 Utilidad social percibida

- Una de las principales funciones que se atribuye a EITB en la actualidad es la de **reflejar y visibilizar la IDENTIDAD PROPIA**, desde los diferentes elementos que la conforman:



“Niretzat EITBk identitatea ematen du. Etxetik kanpo denbora luzez nagoenean euskarazko irratia jartzen dut eta etxean egongo banintz bezala sentiarazten nau” (18-30 años, Bilbao)

“Es un soporte para la cultura y el euskera. Sin televisión o radio nuestra sociedad no sería la misma” (46-70 años, Sopela)

“Gure gauzei, geurea denari, hemengoari lotutako gauzak ikusi eta entzun ditzakegu” (31-45 años, Tolosa)

“EITB aporta enriquecimiento como sociedad, es algo fuerte y con raíces” (46-70 años, Laudio)

“Hainbat programatan hemengo historia aztertu da, hirien bilakaera, Labe Garaien historia eta abar azaltzen dizu”  
(18-30 años, Bilbao)

“Tienes todo el tema de traineras, los herri kirolak, el Baskonia...” (18-30 años, Gasteiz)

### 3. Discurso espontáneo en torno a EITB

#### 3.2 Utilidad social percibida

- EITB se constituye en la actualidad en el **principal REFERENTE INFORMATIVO DE EUSKADI**, lo que la ciudadanía considera además que debe ser su principal función.

*“Las noticias de aquí nos interesa verlas con la visión de aquí, con rigor y seriedad. Para eso está EITB” (46-70 años, Sopela)*

*“Cuando la gente se quiere informar, va a cualquier informativo de EITB. Para mí esto es lo más importante; tienen todo actualizado al momento y hay muy buenos profesionales” (46-70 años, Laudio)*

*“Para mí lo más importante son los informativos locales muy detallados, porque es lo que no tiene todo el mundo” (46-70 años, Donostia)*

*“Beste kate batzuetan ez dira hemengo berriak ematen, eta herrietako jendeak EITB atsegin du Euskadiko leku guztietako zerbait azaltzen duelako beti, munduko gauzarik garrantzitsuena ez den arren” (18-30 años, Bilbao)*

- Por último, con menor fuerza que los anteriores, también se indica que EITB cumple la función de **ENTRETENER A LA SOCIEDAD**.

*“Todo el mundo busca algo que le entretenga, películas o series” (46-70 años, Laudio)*

*“Umorea eta entretenimendua, baina motz geratzen da gure adineko jendearentzat” (18-30 años, Bilbao)*

*“Ofrece más entretenimiento que otros canales específicamente vascos como Hamaika o las locales, pero menos que otras” (18-30 años, Gasteiz)*

# Capítulo 4

## Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

---

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

Se presentaron **6 objetivos relacionados con la misión de EITB**, de cara a analizar el **grado de cumplimiento percibido de los mismos** :

- Fomento y difusión de la cultura vasca.
- Apoyo a la industria audiovisual vasca.
- Transformación digital y adaptación a los nuevos retos tecnológicos.
- Apoyo al uso del euskera en los diferentes ámbitos de la sociedad (normalización lingüística).
- Cercanía e imparcialidad en el tratamiento de la información.
- Incorporación de la perspectiva de género (igualdad entre mujeres y hombres).

Con cada uno de ellos, se realizó un triple ejercicio:

*¿En qué grado cumple con el objetivo?*



Alto Medio Bajo

*Argumentos*



A favor En contra

*Recomendaciones para mejorar en el cumplimiento*



## 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### FOMENTO Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA VASCA

#### CUMPLIMIENTO



Las personas consumidoras de EITB señalan, de forma unánime, que **EITB cumple claramente su objetivo de fomentar y difundir la cultura vasca.**

*“Yo como espectadora siento que recibo cultura” (31-45 años, Tolosa)*

➤ EITB ofrece **contenidos sobre los diversos ámbitos y expresiones culturales propias de Euskadi:**

#### **Deportes vascos**

*“Estropadak, aizkora txapelketa...”*

#### **Gastronomía**

*“No es País para Sosos, A Bocados...”*

#### **Música, cine, literatura**

*“Concurso de maquetas Gaztea, presencia de grupos vascos en EITB Musika, concierto de despedida de Oskorri”*

*“Félix Linares en Iflandia”*

*“En Grafitti se habla de cultura general”*

#### **Naturaleza**

*“Gailurra, Mirada Mágica...”*

#### **Identidad**

*“Herri Txiki Infernu Handi”*

#### **Bertsolarismo**

*“Retransmisión en directo del campeonato”*

#### **Fiestas características de Euskadi**

*“Los carnavales típicos de algunos pueblos, las fiestas de las tres capitales...”*

#### **Mundo rural**

*“Sustraia”*

#### **Historia**

*“Ocho Apellidos Vascos”*

*“Memoria histórica vasca”*



#### ARGUMENTOS

## 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB



### ARGUMENTOS

- Tiene una importante oferta en euskera.

“ETB1, ETB3, Gaztea, Euskadi Irratia, EITB Musika...”

### FOMENTO Y DIFUSIÓN DE LA CULTURA VASCA



### RECOMENDACIONES

#### Las demandas para este ámbito se focalizan en...

- **Continuar dando cobertura a la cultura vasca.** “Que sigan informándonos sobre la cultura de aquí como lo han hecho hasta ahora con nuevos formatos, con ficciones históricas...” (46-70 años, Sopela).
- **Fomentar el interés de la juventud por la cultura** a través de **contenidos atractivos** e interesantes (demanda del target joven). “Zaila da gazteek kulturarekiko, Guggenheimekiko edo historiarekiko interesa izan dezaten lortzea, baina jendea ildo horretan motibatu behar dute, serieen edo mazarrazki bizidunen bitartez erakargarri bihurtuz” (18-30 años, Bilbao).
- Prestar atención a los **referentes culturales tradicionales, pero también a las nuevas tendencias y expresiones.** “En el caso concreto de deporte, podrían dar más visión a los que tienen mucho seguimiento y gente de aquí compitiendo al máximo nivel, como la escalada o el esquí” (18-30 años, Gasteiz) “Que reflejen lo de antes pero también los nuevos tiempos, las mezclas, los nuevos géneros...” (46-70 años, Laudio).

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### APOYO A LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL VASCA

#### CUMPLIMIENTO



Las personas consumidoras de EITB consideran que **apoya a la industria audiovisual vasca** y que, de hecho, **es la principal organización de Euskadi con capacidad y recursos para hacerlo**. En este sentido, se le considera un gran **agente tractor y generador de empleo** en el sector.

*“ETB es la empresa más grande del País Vasco en ese campo. Apoya a la industria del cine y la comunicación” (18-30 años, Gasteiz)*



#### ARGUMENTOS

- Se menciona con especial fuerza el **apoyo proporcionado a las productoras que elaboran programas para EITB**, así como el empleo que eso supone. En este sentido, se cree que muchas empresas audiovisuales viven alrededor de EITB.

*“El número de empresas audiovisuales que se han creado para dar servicio a ETB es importante. Son como satélites, con gente que trabaja en doblaje, estudios...” (46-70 años, Sopela)*

*“Contrata empresas para muchas cosas, por ejemplo para retransmitir partidos. Ayuda a esas empresas a seguir adelante y les da visibilidad” (18-30 años, Gasteiz)*

*“Euskal ekoiztetxeekin lan egiten du. Uste dut Goenkale Pausokak produzitu zuela” (31-45 años, Tolosa)*

*“Trabajan con productoras que hacen contenidos y luego ETB los compra. Son empresas externas que les hacen los productos” (18-30 años, Gasteiz)*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

- Destacan las menciones al **apoyo, en labores de producción o co-producción, al cine en euskera**, con la premiada **Handia** como último referente.

*“Euskaraz egindako film gehienetan ETBren logoa ikus daiteke. Hor ikusten da sektoreari bultzada eman nahi diotela” (31-45 años, Tolosa)*

*“Han dado ayuda para producir Handia” (46-70 años, Sopela)*

- **Se cree que EITB tiene una función de cantera de buenos profesionales** en el sector audiovisual, desde el conocimiento de presentadores/as y actores y actrices referentes que comenzaron en EITB y dieron el salto a cadenas a nivel estatal.

*“Yo creo que aquí hay gente buena porque siempre acaban en otras televisiones, todos dan el salto y terminan en Madrid. Emma García, Carlos Sobera, Iñaki López...” (18-30 años, Gasteiz)*

*“ETB2ko aurkezle asko Tele 5ra, La Sextara eta abar joan dira, Ramón García, Igartiburu...” (31-45 años, Tolosa)*

APOYO A LA INDUSTRIA  
AUDIOVISUAL VASCA



ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

Como recomendaciones para mejorar en el cumplimiento del objetivo, se recogieron las siguientes:

- **Continuar siendo el agente tractor de la industria audiovisual vasca.** *“Me parece importante que lo siga haciendo, como principal canal audiovisual vasco” (18-30 años, Gasteiz)*
- **Visibilizar y difundir en mayor medida el apoyo dado por EITB al sector audiovisual vasco y el impacto generado en el mismo, poniendo en valor dicho esfuerzo ante la sociedad.** *“Suponemos que trabajan con productoras vascas, pero no somos del todo conscientes. No sé si no nos quedamos con ello o no lo dicen lo suficiente. Tampoco sabemos de qué forma ayudan o hasta qué punto” (31-45 años, Bilbao)*
- **Apostar más por películas y series de producción propia en los medios de EITB.** *“Hemengo hainbat serie, adibidez Goenkale edo Klikowsky, ondo zeuden, hemengo jendearekin. Ildo horri jarraitu” (18-30 años, Bilbao)*
- **Liderar la innovación del sector audiovisual vasco, apoyando la generación de productos originales y novedosos.** *“Tienen que coger formatos baratos que estén triunfando fuera e intentar traerlos aquí. Creo que podrían tener éxito” (18-30 años, Gasteiz)*
- **Colaborar con los centros formativos audiovisuales de las universidades vascas.** *“Podría colaborar con la Escuela de Audiovisuales de la UPV” (31-45 años, Bilbao)*
- **Continuar contribuyendo a la generación de talento en el sector, e intentar retenerlo en la medida en que los recursos lo permitan.** *“Talentua hemen geratzeko gehiago borrokatzea, baina badakigu zaila dela beste kateetan eskaintzen dizkieten baliabideak direla medio” (18-30 años, Bilbao).*

APOYO A LA INDUSTRIA  
AUDIOVISUAL VASCA



RECOMENDACIONES

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### Transformación digital y adaptación a los nuevos retos tecnológicos

#### CUMPLIMIENTO



Cuando se sugiere una valoración de este objetivo, las personas participantes en los grupos de discusión **manifiestan dificultades para realizar una valoración** por considerarlo muy técnico, especialmente el target de 46-70 años.

Tras un periodo de reflexión, **se coincide en que EITB ha realizado un esfuerzo aceptable para adaptarse a los nuevos retos tecnológicos, lo que por otra parte se considera una condición indispensable** para cualquier grupo de comunicación actual.

*“Cumple pero puede mejorar. Aquí no te puedes quedar atrás” (31-45 años, Bilbao)*

Se detectan **dos argumentos recurrentes en el discurso social para aprobar a EITB** en este objetivo, y otros que cuentan con una **presencia menor** (únicamente son mencionados o conocidos por una minoría).

#### Argumentos principales:

- La **página web de EITB** es valorada favorablemente por su **actualización, funcionalidad y su servicio A la Carta**.

*“Cuando entras en la web, ves que las noticias están actualizadas. Son puntuales. Pero es que si no lo hacen están muertos...” (46-70 años, Laudio)*

*“Webgunean bezperako programak edo ikusi ez dituzunak ikus ditzakezu. Beste kateetako webguneak baino errazago erabil daiteke (18-30 años, Bilbao)*



#### ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

➤ **Las instalaciones de EITB en Bilbao transmiten una imagen moderna.**

*“El edificio de EITB está muy a mano y es muy moderno, hay una gran diferencia desde que se trasladó a Bilbao” (31-45 años, Bilbao)*

*“Oso ondo dago barrutik eta kanpotik, modernoa, ondo zaindua, handia...” (18-30 años, Bilbao)*

**Argumentos secundarios:**

- La aplicación del **HD** a ETB. *“Tienes la opción de ver la misma cadena en HD o sin HD. Eso se le puede y debe exigir porque está ya muy instaurado” (46-70 años, Donostia).*
- El hecho de que EITB cuenta con **perfiles en las redes sociales**. *“Facebooken agertzen da, programa ikusi nahi baduzu egin klik hemen. Presentzia dute” (18-30 años, Bilbao).*
- **La existencia de una APP funcional**, aunque no existe un conocimiento generalizado sobre la misma. *“Aplikazio bat du eta beste kateetakoa baino errazago erabil daiteke; nahi duzunean sartu, programa aukeratu eta ikusi egiten duzu” (18-30 años, Bilbao)*
- La implementación de la **tecnología GPS** en la retransmisión de las **estropadak**. *“En las traineras han puesto el GPS, así se ve bien cuál va la primera porque las cámaras engañan” (46-70 años, Donostia)*
- La importante **cobertura de EITB en comunidades autónomas limítrofes** (Navarra, Cantabria, La Rioja...) *“Lo bueno que tienen tanto la tele como la radio es que se puede ver y escuchar desde la Rioja, abarca mucha zona territorialmente fuera de Euskadi. La cobertura es muy amplia y eso es algo bueno” (18-30 años, Gasteiz)*

TRASFORMACIÓN  
DIGITAL



ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

La audiencia joven (entre 18 y 30 años) considera que EITB cumple en adaptación tecnológica, pero **apunta varias áreas de mejora:**

- **La estética de los programas de televisión es neutra**, poco colorida y poco llamativa para este público.

*“Koloreei dagokienez nahiko tristea da. Urdina, tristea, hotza... beste kate batzuk baino kolore gutxiagokoa” (18-30 años, Bilbo)*

- **Es cierto que se ha aplicado el HD, pero con retraso** en comparación a otras cadenas de la TDT.

*“Telebistan duela gutxi arte ez zegoen HD. Orain hobeto ikusten duzu, baina lehen oso gaizki ikusten zen” (18-30 años, Bilbao)*

- **La calidad de imagen en el servicio A la carta es inferior** respecto a las páginas de otras cadenas, donde se puede elegir el formato de visualización y existe la posibilidad de HD.

*“Ni etxeko internetarekin webgunean sartzen naiz eta programen irudi-kalitatea beste kate batzuetakoa baino txarragoa da. Telecincok HD jartzeko aukera ematen dizu” (18-30 años, Bilbao)*

TRANSFORMACIÓN  
DIGITAL



ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### TRANSFORMACIÓN DIGITAL



##### RECOMENDACIONES

Para un mejor cumplimiento del objetivo, la audiencia realiza **las siguientes demandas:**

- **Incrementar la presencia y la actividad en las distintas redes sociales.** *“En redes sociales que esté comunicando continuamente, que es lo que todos los medios hacen ahora” (46-70 años, Donostia)*
- **Mejorar la calidad de imagen en el servicio a la carta.** *“Nahierarako zerbitzuan nahi den kalitatea pertsonalizatu ahal izatea, beste kate batzuek bezala” (18-30 años, Bilbao)*
- **Difundir la APP para incrementar su uso.** *“Uste dut ez dutela behar adina saltzen aplikazioa” (18-30 años, Bilbao)*
- **Mejorar el atractivo visual de los programas para atraer al target joven.** *“Katearen sorta kromatikoarekin hain koherentea ez izatea eta erakargarriagoa izatea, jendeak hori eskatzen baitu. Hain neutroak eta hain mundu guztiarentzat ez izatea” (18-30 años, Bilbao)*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### Apoyo al uso del euskera en los diferentes ámbitos de la sociedad (normalización lingüística)

#### CUMPLIMIENTO



Se considera que EITB que cumple holgadamente con el objetivo de apoyar el euskera, ya que cuenta con diversos canales exclusivos en este idioma.

*“ETB1 eta Euskadi Irratia, Gaztea eta ETB3 erabat euskaraz... Ez dakit zer gehiago eska daitekeen”  
(31-45 años, Tolosa)*

#### APOYO AL USO DEL EUSKERA



#### ARGUMENTOS

Además de la diversidad de medios en euskera de EITB, en el discurso social afloran **otros argumentos que muestran la aprobación de la audiencia en este campo:**

- Se considera que el objetivo se cumple especialmente en el **caso de la infancia, con un canal específico íntegramente en euskera para este colectivo (ETB3)**. En el caso del **público juvenil, cuenta con Gaztea** como principal herramienta de impulso del euskera.

*“En el tema infantil está sembrando con ETB3, todo dibujos en euskera” (46-70 años, Sopela)*

*“En Gaztea los presentadores hablan en euskera y lo hacen como cercano, porque hablan igual que cuando hablas con tus amigos” (18-30 años, Gasteiz)*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

- **Se menciona también la amplia cobertura ofrecida a los eventos en apoyo a las ikastolas y el euskera** (Kilometroak, Ibilaldia, Herri Urrats, Korrika).

*“Suele apoyar a iniciativas que hay en euskera, dándoles eco, propaganda... El Ibilaldia, el Herri Urrats...”  
(46-70 años, Sopela)*

*“En los eventos en los que puede estar presente está: Korrika, Kilometroak...” (31-45 años, Bilbao)*

- **Se retransmiten los eventos culturales más significativos para el euskera**, como el campeonato de bertsolaris, los conciertos de los grupos euskaldunes de referencia...

*“En ETB1 dan conciertos de grupos en euskera, dieron el concierto de despedida de Oskorri...” (46-70 años, Laudio)*

- La decisión de optar por las **retransmisiones deportivas en euskera** (remo, pelotamano...) se considera un acierto porque ayuda a acercarse al euskera a la audiencia no euskaldun.

*“La mayoría de deportes se retransmiten en euskera. Aunque hay gente que a veces se queje, eso demuestra que se defiende el euskera...” (46-70 años, Sopela)*

*“Cuando empezaron a retransmitir partidos de fútbol en euskera mucha gente no sabía el idioma, pero se aprendieron algunas expresiones como <<jokoz kanpo>>. Se ha hecho una labor importante” (46-65, Laudio)*

APOYO AL USO DEL  
EUSKERA



ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

Cuando se solicitan recomendaciones para mejorar en la promoción del euskera, se recogen distintas aportaciones en función de su relación y conocimiento del mismo.

**Entre la audiencia no euskaldun y la euskaldun berri, se demanda...**

- El **uso de un euskera batua** comprensible para todos y todas en los canales en euskera, o, alternativamente, el **recurso a los subtítulos** cuando se utilicen euskalkis de difícil comprensión para el público general. *“A veces cuando hacen una pregunta en el telediario a pie de calle responde alguien en euskera gipuzkoano y no me entero. Agradecería que subtitulasen” (46-70 años, Laudio)*
- **Realización de programas pedagógicos de euskera** que favorezcan su aprendizaje a quienes están comenzando a relacionarse con el idioma. *“Euskaldun berrientzako programaren bat, ikas dezaten, mintzalagun edo antzeko programaren bat” (31-45 años, Tolosa)*

APOYO AL USO DEL  
EUSKERA



RECOMENDACIONES

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

Entre la audiencia **euskaldun zaharra**, las recomendaciones son las siguientes:

- **Dar mayor presencia a “lo euskaldun” en ETB2**, incluyendo más contenidos o cuñas en euskera. *“Erraza ez dela jakinik, ETB2k euskalduna ez den jendea gehiago euskaldundu dezake. <<Egun on edo arratsalde on>> erabili, euskarazko eduki edo elkarrizketaren bat sartu... Txip hori badauka dagoeneko ETB2k, eta beste urrats bat egitea da” (31-45 años, Tolosa).*
- **Hacer programas atractivos y de repercusión social (líderes) para el prime time en euskera.** *“Euskarazko audientzia handiko programa bat behar dugu, El Conquis bat baina euskaraz” (31-45 años, Tolosa). “Que haya un programa interesante en euskera, de estos que dan que hablar con el compañero de trabajo al día siguiente” (18-30 años, Gasteiz).*

APOYO AL USO DEL  
EUSKERA



RECOMENDACIONES

A nivel global, **también se plantea la creación de un canal bilingüe o incluso trilingüe** que incorpore contenidos en euskera, castellano e inglés, favoreciendo la convivencia de los tres idiomas. ETB4 se señala como el espacio adecuado para ello.

*“Avanzar, reaccionar y adaptarse. Fomentar el trilingüismo y, con la excusa del inglés, tendrían una motivación para ponerle eso a sus hijos” (46-70 años, Sopela).*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### Cercanía e imparcialidad en el tratamiento de la información

#### CUMPLIMIENTO



Cuando se solicita una valoración sobre este objetivo, y teniendo en cuenta que la cercanía es un elemento unánimemente atribuido a EITB, **las valoraciones se centran en torno a la imparcialidad**. En relación a este aspecto, se perciben **dos posturas claramente diferenciadas** entre la ciudadanía:

- una **mayoritaria** que cree que alcanza un grado de imparcialidad destacable, y
- una **minoritaria** que considera que esta lejos de ser imparcial.



#### ARGUMENTOS

La posición claramente **mayoritaria** considera que EITB es un grupo con un grado de imparcialidad notable, **sobre todo por comparación a la mayoría de medios de comunicación conocidos**.

Algunas de las características mencionadas que acercan a EITB a la imparcialidad son las siguientes:

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### IMPARCIALIDAD EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN



##### ARGUMENTOS

- Se reconoce una **trayectoria en la cobertura de temas políticos sensibles y controvertidos** desde la objetividad y remisión a los hechos.

*“La credibilidad te la da la trayectoria que tiene. Aquí hemos sufrido un conflicto y los medios han intentado vender una forma de ver, pero EITB aprendió a transmitir a la sociedad vasca el problema de otra forma más creíble” (31-45 años, Bilbao)*

*“Kataluniako kasuan nik benetan gertatu zena ikusi nuen ETBn, kolpeak eta abar. Dena den, beste gauza bat kontatzea nahi dutenek beste kate batzuetara jo dezatela” (18-30 años, Bilbao)*

- **La pluralidad de opiniones** es una seña de identidad de la mayor parte de los programas de debate.

*“En el programa de Klaudio meten un tertuliano de cada palo y les dejan tiempo para explayarse y opinar” (46-70 años, Laudio)*

*“Cuando dejas hablar a personas con opiniones diferentes, ahí es donde está la imparcialidad. Si cada uno puede exponer su punto de vista, para mí es correcto” (46-70 años, Donostia).*

- La audiencia atribuye una gran **profesionalidad al personal de informativos** de EITB, ya que se considera que transmiten una sensación de rigor, veracidad y seriedad en los contenidos.

*“Tenemos presentadores y presentadoras que transmiten imparcialidad, con lo que algo de eso habrá. Las personas están formadas y se esfuerzan, transmiten veracidad (46-70 años, Sopela)*

*“Antes de dar una información suelen contrastarla. No son de los que lanzan algo <<y luego ya veremos>>. Son más comedidos” (46-70 años, Laudio).*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### IMPARCIALIDAD EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN



##### ARGUMENTOS

- Estos argumentos favorables se ven reforzados cuando se realiza una **comparativa con otro grupo de comunicación público como es RTVE**, al que se percibe en parámetros totalmente opuestos.

*“El filtro que hay en EITB no es tan estrecho como el de RTVE, que es el portavoz oficial del Gobierno”  
(46-70 años, Sopela)*

*“RTVE está muy amañada. Nada que ver con EITB” (31-45 años, Bilbao)*

*“Con la única que se podría comparar es con RTVE porque es pública. RTVE está más posicionada, demasiado”  
(18-30 años, Gasteiz)*

Por otro lado, existe **una posición minoritaria que considera que EITB no cumple con el objetivo de la imparcialidad**. Las razones de este posicionamiento son:



##### ARGUMENTOS

- La **vinculación con el Gobierno** es clara, ya que se realiza una **“venta de producto”** cubriendo los eventos del mismo.

*“Politikoki administratuta dagoen erakundea da. Hori abiapuntutzat hartuz manipulatu egiten du, albistegietan bere joera ikusten da” (31-45 años, Tolosa)*

*“No me gusta cuando dan noticias políticas porque se hace venta de producto político, qué es lo que hacen y dejan de hacer, qué inauguran, qué hace el Lehendakari... No tenemos que verle todo el día” (46-70 años, Donostia)*

*“Nahi dutena saltzen dute. Argi dago ezinezkoa dela inpartziala izatea, baina bere joera agerian geratzen da” (31-45 años, Tolosa)*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### IMPARCIALIDAD EN EL TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN



##### ARGUMENTOS

- **No se ofrece información suficiente sobre las temáticas críticas hacia el Gobierno Vasco.**

*“Hace poco cuando se estaba juzgando el caso De Miguel, el Teleberri abrió con un caso de corrupción del Estado, de Madrid o de Valencia. Deberían haber abierto con el caso de corrupción de aquí, y no con el caso de fuera para intentar tapar lo suyo” (18-30 años, Gasteiz)*

- En el caso de ETB1, también se comenta que **incluye también guiños a la Izquierda Abertzale.**

*“ETB2 tira al PNV y ETB1 hace más a Bildu. Se nota cuál es el consumidor habitual de esa cadena” (18-30 años, Gasteiz)*

*“Orain Bilduren ordezkaria dena garai batean ETB1eko albistegietan zegoen” (31-45 años, Tolosa)*

Pese a criticar su falta de parcialidad, reconocen que EITB es, entre la oferta existente, **quien ofrece información más veraz y fiable.**

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

Cuando se solicitan **recomendaciones para mejorar en el cumplimiento** de este objetivo, se vuelve a recoger un discurso diferenciado:

- **Entre quienes consideran que el nivel de imparcialidad actual es destacable**, creen difícil poder avanzar en este aspecto y únicamente se solicita **mantener el nivel actual** y tender a la mayor diversidad de opiniones posible en todos los programas. *“Meter más diversidad de opiniones. Es difícil hacer más...”* (18-30 años, Gasteiz)
- **Entre quienes suspenden a EITB en materia de imparcialidad, solicitan fundamentalmente avanzar hacia la despolitización de su dirección**. En menor medida, también se reclama avanzar hacia una mayor objetividad en la narración de las noticias y en la selección de los contenidos a comunicar. *“Kudeaketatik politikariak kentzea eta profesionalak jartzea. BBCren adibidea dago, diru publikoarekin funtzionatu arren gobernuak ez baitu kontrolatzen. Inpartzialagoa da”* (31-45 años, Tolosa).

IMPARCIALIDAD EN EL  
TRATAMIENTO DE  
LA INFORMACIÓN



RECOMENDACIONES

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

### Incorporación de la perspectiva de género (igualdad entre mujeres y hombres)

#### CUMPLIMIENTO



Se coincide en que EITB **trata de garantizar la igualdad de género** y en que **cumple con los principales requerimientos** de este objetivo, aunque considera que todavía existe un **margen de mejora importante**.

*“La imagen que da es que más o menos se respeta la igualdad, pero habría que ver las tripas”  
(31-45 años, Bilbao).*

Se **valoran positivamente** los siguientes aspectos:

- Se considera que **se selecciona a las mujeres por sus habilidades profesionales y su experiencia y no por su aspecto físico**, como sí se hace en otras cadenas. En EITB se conocen **mujeres de distintos aspectos y edades**.

*“En La Sexta solo sacan chicas guapas, es de un machismo exagerado. En ETB tienes a hombres y a mujeres profesionales, no es un cachondeo...” (18-30 años, Gasteiz).*

*“Ves a mujeres en distintos programas y no son floreros. Las cualidades que se ve que buscan en ellas son más intelectuales que estéticas” (31-45 años, Bilbao)*

- Las **mujeres ocupan roles de distinto tipo** en los programas, frente al encasillamiento en roles secundarios en otras cadenas. Se conocen **presentadoras de gran calado** e importancia para el grupo.



#### ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO



##### ARGUMENTOS

*“En cuanto a número está más o menos igualado por sexos. En todo EITB puedes ver figuras masculinas y femeninas, algunas muy conocidas como Ana Urrutia, Afrika Baeta...” (31-45 años, Bilbao)*

*“EITBk lan ona egiten du, baina ziur nago emakume batek programa bat aurkeztu dezakeela bilatzen den profila baldin badu” (18-30 años, Bilbao).*

- Se ofrece una **cobertura al deporte femenino** mayor que en otros medios de comunicación.

*“Me gusta lo que ha hecho ETB con las regatas, tanto de chicos como de chicas. El balonmano femenino también ha tenido presencia en la cadena...” (46-70 años, Audio).*

La reflexión sobre las **áreas de mejora** arroja los siguientes resultados:

- Existen **más programas de referencia** (en espacios de máxima audiencia) **dirigidos por hombres** que por mujeres, especialmente en el género de entretenimiento.

*“Si que en Teleberri hay figuras de mujer y hombre, pero luego no se me vienen programas de los importantes presentados solo por chicas” (31-45 años, Bilbao)*

- **La cobertura del deporte masculino** es muy superior al femenino.

*“Beti lehendabizi gizonen kirola aipatzen dute, eta ondoren, emakumeei buruzko zerbait garrantzitsua badago, aipatzen dute, baina azken unean” (18-30 años, Bilbao)*

*“El medio refleja la desigualdad que hay en la sociedad. Se cubre más el fútbol masculino que el femenino” (46-70 años, Audio)*



##### ARGUMENTOS

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

##### INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO



##### ARGUMENTOS

- **Se desconoce si EITB cumple con la legislación en materia de igualdad** de condiciones laborales para hombres y mujeres, especialmente en el campo salarial, aunque se presupone que sí.

*“No conocemos, no se sabe qué salarios tienen las mujeres y los hombres periodistas de EITB. A nivel general se escucha que hay diferencia. Quiero creer que cobran lo mismo” (46-70 años, Laudio)*

- En buena parte de los programas se continúan empleando los **cánones de vestimenta sexista** para mujeres y hombres.

*“Emakumeak takoiekin eta gizonak gorbatarekin ikusten jarraitzen dugu. Hori ez da errealitatea, bi sexueta pertsonak beste modu batean jantzita ikusten dituzu” (18-30 años, Bilbao)*

##### INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO



##### RECOMENDACIONES

Las **recomendaciones** formuladas por la audiencia de EITB apuntan a lo siguiente:

- Favorecer una **mayor presencia de mujeres con rol principal en el prime time**. *“No se puede hacer el sistema de cuotas 50-50%, que cojan a la persona que sea más válida para hacer el programa” (46-70 años, Donostia)*
- Aumentar la **cobertura dedicada al deporte femenino**. *“Es cierto que se ha ido igualando, pero hay que tratar que no haya diferencia de género, que ellas también pueden ser campeonas, tanto en fútbol como en basket” (18-30 años, Gasteiz)*

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

- **Incrementar la transparencia en cuanto la situación de la igualdad en la plantilla de EITB** (condiciones laborales, salarios, presencia en puestos directivos...). *“Nos faltan datos para esto, estaría bien saber más” (31-45 años, Bilbao).*

Tras reflexionar sobre la igualdad de sexos, también surgieron otra serie de **aportaciones minoritarias relacionadas con determinados colectivos y expresiones de la diversidad:**

- **Dar mayor visibilidad a personas de distintas orientaciones e identidades sexuales, de distintas procedencias geográficas y culturales, con diversidad funcional...** en los medios para que sean reflejo de la sociedad vasca en su conjunto. *“Ez da inor ikusten gurpil-aulkian, edota pertsona transgeneroak edo homosexualak. Ez dute gay edo beste edozer gauza direla esan beharrik, baina aniztasun handiagoa behar da EITBn” (18-30, Bilbao).*
- **Favorecer la accesibilidad de los contenidos para todas las personas, especialmente para las sordas** (traducción simultánea de los informativos a lenguaje de signos). *“Yo creo que hay una parte de la sociedad a la que no se llega. A los sordomudos no les veo representados en la EITB. En los deportes de Cuatro hay un traductor de lenguaje de signos, y en ETB lo echo en falta” (31-45 años, Bilbao).*

INCORPORACIÓN DE LA  
PERSPECTIVA DE  
GÉNERO



RECOMENDACIONES

#### 4. Cumplimiento de determinados objetivos por EITB

A continuación se plasma en un **cuadro resumen el cumplimiento percibido** sobre cada uno de los objetivos, junto a una síntesis de la argumentación recogida.

Los objetivos se encuentran **ordenados de mayor a menor cumplimiento** en una escala cualitativa.

	<b>Fomento y difusión de la cultura vasca</b>	Cumple holgadamente, con escaso margen de mejora. Sus contenidos dan visibilidad a las distintas expresiones de la cultura vasca.
	<b>Apoyo al uso del euskera en los diferentes ámbitos de la sociedad (normalización lingüística)</b>	EITB pone a disposición de la audiencia múltiples canales en euskera, por lo que recibe un respaldo unánime. Se recomienda mejorar el atractivo de los contenidos en este idioma para favorecer un mayor consumo.
	<b>Apoyo a la industria audiovisual vasca</b>	EITB se identifica como principal agente tractor del sector en Euskadi. Aún así, se le reclama más producción propia y más difusión del impacto generado en el sector.
	<b>Cercanía e imparcialidad en el tratamiento de la información</b>	<p><b>POSICIÓN MAYORITARIA:</b> Se atribuye a EITB una profesionalidad y una pluralidad en su tratamiento informativo que le sitúan claramente por encima de la media en cuanto a imparcialidad. Representa la mejor opción para informarse.</p> <p><b>POSICIÓN MINORITARIA:</b> Pese a ser una de las mejores opciones para informarse, EITB es un grupo claramente vinculado al partido de Gobierno y no puede ser considerado imparcial.</p>
	<b>Incorporación de la perspectiva de género</b>	Cumple con los aspectos fundamentales, pero queda un importante camino por recorrer.
	<b>Transformación digital. Adaptación a los nuevos retos tecnológicos</b>	EITB se ha adaptado, pero está lejos de ser líder o referente en este campo.

# Capítulo 5

## Valoración de la oferta de contenidos de EITB

---

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

Las personas que hacen un consumo ocasional o habitual de EITB hacen una **valoración mayoritariamente positiva de su oferta de contenidos**. Esta valoración se plasma en los siguientes **fortalezas y debilidades asociadas con la misma**:

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO

#### DEBILIDADES...

- POCA INNOVACIÓN
- ESCASA OFERTA PARA LA JUVENTUD
- AUSENCIA DE PROGRAMAS ESTRELLA EN EL PRIME TIME

**OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO**



**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA**

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- **OFERTA INFORMATIVA** 
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO

- “Y el tema de las noticias que es uno de sus fuertes. Un poco también lo que comentábamos que el tema de los programas de la tarde de debates son un poco más diferentes, más cercanos” (31-45 años, Bilbao).
- “Yo creo que el trabajador de ETB está preparado, son profesionales. Yo creo que está preparado y se ve que es periodista y no el sobrino de... a mí me da la sensación de que cuando oyes hablar a un periodista de ETB sabe de lo que habla y eso no lo pueden decir todas las cadenas” (46-70 años, Donostia)
- “A nivel informativo, informa de todo pero da mucha más información de Euskadi que otras cadenas, que informan a nivel nacional o extranjero e informan de todo. Y no solo la información, cómo te la dan, porque la misma noticia que oigas en ETB la oyes en la sexta o en cuatro y parece que están hablando de cosas diferentes” (46-70 años, Sopela)
- “Los debates, son debates sanos con opiniones muy variadas” (46-70 años, Sopela)
- “En Ganbara y Boulevard la gente es más plural y más educada” (46-70 años, Laudio)



**OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO**

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- **APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA**
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO



- “Haurrentzat ere bai. Asko atsegin dute. Eta etxean euskaraz hitz egiten dutenez, azkenean horretara jotzen dute. Euskarazko marrazki bizidunak ikusten dituzte.” (31-45 años, Tolosa).
- “Nik behar dut. Goizetan autoan sartzen naizenean norbaitek euskaraz hitz egitea behar dut” (31-45 años, Tolosa).
- “Yo creo que el esfuerzo que hacen por potenciar los herri kirolak es importante. El empujón que le han dado a la pelota ha sido muy importante. Y los mismo con el remo, el ciclismo, ...” (46-70 años, Donostia)
- “Con su oferta apoya el euskera. Gaztea es una radio que apoya el euskera y los grupos locales 100 por 100” (46-70 años, Donostia)
- “Para mí es un soporte muy importante para el idioma, para nuestra cultura, es digamos el espejo de nuestra cultura, es una herramienta vital para toda persona que quiera esta cultura, me parece importante que profundice las carencias que tienen otras emisoras, precisamente ya tenemos otras emisoras para ver otro marco, pero si quiero ver el marco más cercano a mí, desde luego voy a elegir EITB.” (46-70 años, Sopela)



OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- **CALIDAD DE LOS CONTENIDOS** →
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO

- “Beharrezkoa, esango nuke. Nire pertzepzioa da zerbitzu publikoa eskaintzen duela” (31-45 años, Tolosa).
- “Sí, porque huye de los programas basura y para mí es un puntazo” (31-45 años, Bilbao).
- “Sí huir del morbo y el sensacionalismo” (31-45 años, Bilbao).
- “Es que en cercanía caben muchas cosas como por ejemplo ver cosas que no te echan en otras cadenas. Que no existe ese producto en otras cadenas. Gailurra es un programa que no existía en otras cadenas y yo lo veía a gusto, era exclusivo hasta que le guste a alguien de otra cadena y te copie” (46-70 años, Donostia).
- “Tiene buenos profesionales y programas de calidad. No queremos que sea como Telecinco, aunque luego es lo que vemos” (46-70 años, Sopela)

**OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO**



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- **GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD**
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO



- “Lan ona egin dute irratiaeren eremuan, ohartu dira zeren eta publiko handia hartzera sartu dira. Gazteak saioak lortu duena azpimarratzekoa da, los 40 saioari gailentzen zaiolako” (18-30 años, Bilbao).
- “Gaztea entzun dezakezu los 40 Principales baino lehenago, eduki berdina eman arren askoz hurbilekoagoa delako. Gaztea saioan egindako lana oso ona izan da eta gazteek estimatzen dute eta horregatik entzuten dute saioa” (18-30 años, Bilbao).
- “Han conseguido que la juventud escuche Gaztea, eso es muy importante. Parece que da lo que la gente quiere. Yo no soy joven y también la escucho” (46-70 años, Laudio)



**OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO**

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- **ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS**
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO



- “Un punto a favor, en el Conquis en la web en vez de echarte programas repetidos como te hacen en otras cadenas te ponen algún extra más: cómo han hecho esta prueba, es como una ampliación del programa que, si lo sigues de lunes a lunes, no ves repeticiones ni cosas así... está bien.” (18-30 años, Gasteiz).
- “A mí me parece que está todo muy fácil de encontrar. También tienes los directos” (18-30 años, Gasteiz).
- “Yo es que todo lo que consumo de la EITB es de la página web. Allí lo tienes todo” (18-30 años, Gasteiz).
- “Los contenidos de EITB a la carta, que se puedan ver y escuchar programas de radio en internet.” (46-70 años, Sopela).



**OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO**

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### FORTALEZAS...

- OFERTA INFORMATIVA
- APOYO A LA CULTURA VASCA Y EL EUSKERA
- CALIDAD DE LOS CONTENIDOS
- GAZTEA COMO EMISORA DE REFERENCIA PARA LA JUVENTUD
- ACCESIBILIDAD DE TODOS LOS CONTENIDOS EN EITB.EUS
- ALGUNOS PROGRAMAS DE ÉXITO 

- “Nik Atrápame si puedes atsegin dut, askotan lagunak edo ezagunak direlako, eta ikusi egiten dituzu. Eta Teleberri, bazkaltzen ari zaren bitartean jarrita duzu” (18-30 años, Bilbao).
- “Yo a favor diría que han metido un programa nuevo o dos, los de A Bocados, han empezado a hacer una especie de copia de lo que se lleva ahora; la cocina, visitar y conocer. A bocados lleva 100 programas, no lleva muchos, y es diario” (18-30 años, Gasteiz).
- “Nik gauz Ur Handitan ikusten dut adibidez; oso programa ona da. Etxean, senitartekoekin ikusteko” (31-45 años, Tolosa).
- “Ba nire alabek asko ikusten dute ETB1. Hamasei eta hemezortzi urte dituzte. Nire kasuan behintzat. Tolosa osoa ero bihurtu da Goazen programarekin. Eta baita Gu Ta Gutarrak programarekin ere” (31-45 años, Tolosa).
- “En ETB 2 el que más se ve es El Conquistador” (31-45 años, Bilbao).

OFERTA DE SERVICIO PÚBLICO



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### DEBILIDADES...

- **POCA INNOVACIÓN**
- **ESCASA OFERTA PARA LA JUVENTUD**
- **AUSENCIA DE PROGRAMAS ESTRELLA EN EL PRIME TIME**



- “Ez dakit inork esan duen, baina kasu batzuetan zaharkituta daude” (18-30 años, Bilbao).
- “Pues que se puede mejorar con menos repeticiones y más programas nuevos. Por refrescar un poco la cadena porque está estancada” (18-30 años, Gasteiz).
- “Yo pienso que el contenido está bien pero que habría que meter algo nuevo, todo se repite ya de tanto tiempo que termina aburriendo. Poco innovador” (18-30 años, Gasteiz).
- “Goenkale 25 urtez gehiegi da. Gauza berriak eta aurpegi freskoak beharrezkoak dira. Pixka bat seguroa dira” (31-45 años, Tolosa)
- “Con el programa de Julian. El Conquistador. Cuando empezó era de las que lo veía. Pero ya llega un punto en que me da que a ese tío le van a dar un programa sí o sí.” (46-70 años, Laudio).

**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA**



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### DEBILIDADES...

- POCA INNOVACIÓN
- **ESCASA OFERTA PARA LA JUVENTUD**
- AUSENCIA DE PROGRAMAS ESTRELLA EN EL PRIME TIME



- “Que haya más equilibrio en cuanto al contenido juvenil y más adulto...” (18-30 años, Gasteiz).
- “Alderdi negatibo gisa adieraziko nuke familiarentzat eta zehazki haurrentzat eduki asko izan arren gazteentzat beharbada pixka bat falta dela. Helduentzat eta kirolzaleentzat ere badago. Baina gazteentzat ez dut hainbeste ikusten. Adibidez, serieak. Ez dago oso serie interesgarririk” (31-45 años, Tolosa).
- “Gazteak beharbada (eskaintzatik) pixka bat kanpo geratzen dira” (31-45 años, Tolosa).
- “Yo creo que tienen abandonado a la adolescencia, desde los 12 a los 24 ni lo ven” (46-70 años, Donostia).
- Cierto, mi hija ya no la ve, prefiere ver una serie. Prefiere Netflix” (46-70 años, Donostia).

**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA**



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

#### DEBILIDADES...

- POCA INNOVACIÓN
- ESCASA OFERTA PARA LA JUVENTUD
- **AUSENCIA DE PROGRAMAS ESTRELLA EN EL PRIME TIME**



- “Ez duzu lotura gisa hartzen, beharbada el Conquisek astero erakartzen zaitu ikusteko, baina ez dago beste gauzarik... ETB jartzen duzu baina gogo handirik gabe. Hori gertatzen zait niri, behintzat” (18-30 años, Bilbao).
- “Nik uste dut eskaintza desberdina behar duela, programa izar bat, edota jendeak jakin dezala asteazkenetan gaueko 22:00etan dela, eta soilik ETBn ematen dutela, eta uste dut horrelako premiaren bat badutela” (18-30 años, Bilbao).
- “Falta un programa que enganche a la gente por la noche a la hora de cenar. Un programa potente, una serie o una buena película” (46-70 años, Sopela)
- “El conquis es líder de audiencia, pero aparte no hay muchos programas por la noche que sea casi obligado ver” (31-45 años Bilbao)

**COMPETITIVIDAD DE LA OFERTA TELEVISIVA**



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.1. Valoración de la oferta

Con respecto a la valoración de la oferta de EITB cabe desatacar que **han existido diferencias en las valoraciones fundamentalmente en función de la edad**, emergiendo el **discurso más crítico entre las personas de 18 a 30 años**. Por el contrario, han sido las personas de **46 a 70 años las que han manifestado la visión más positiva**.



VS.



Al valorar su oferta de contenidos, se da la paradoja de que a EITB se le demanda competir con el resto de Grupos de Comunicación de referencia en España, pero al mismo tiempo se le “vetan” determinados contenidos que sí se quieren consumir, pero no en EITB.

“Askotan Tele 5ren irudi txarrari buruz hitz egiten da, baina azkenean saltzen duena eta atsegin dena ematen du, eta ETBren programa askok baino gehiago entretenitza lortzen du, ETBkoek kalitate handia badute ere” (18-30 años, Bilbao)

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.2. Alcance de la oferta de EITB

Las personas participantes en los grupos de discusión también han reflexionado sobre el alcance de la oferta de EITB. A este respecto, cabe destacar el hecho de que **se percibe que EITB cuenta con una oferta que da cobertura a todos los públicos.**

Elaboran el siguiente **mapa de vinculación entre oferta y públicos:**



PÚBLICO  
INFANTIL

Se pone en valor el hecho de que EITB cuente con un canal temático dirigido específicamente al público infantil.



PÚBLICO  
JUVENIL

El consumo juvenil se focaliza en Gaztea, con el complemento de programas de EITB1 dirigidos a este público (GTG, Goazen, Merlí, Gure Kasa, ...) y del consumo a la carta y de información en la web. En lo que se refiere a EITB2, El Conquistador aparece como el referente de consumo juvenil.



PÚBLICO  
ADULTO /  
FAMILIAS

En el caso del colectivo adulto, los referentes de consumo son EITB2 y Radio Euskadi. Las personas euskaldunes cuentan con la oferta adicional de EITB1 y Euskadi Irratia. Llama la atención la capacidad de Gaztea de alcanzar a personas de prácticamente todas las edades. Eitb música se entiende como una opción para consumo de nicho y eitb.eus emerge como opción para informarse y consumir a la carta.



## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.2. Alcance de la oferta de EITB

A continuación, incorporamos algunos **verbatim** sobre el alcance de la oferta de EITB que sirven para poder visualizar el discurso literal y concreto de las personas consumidoras de EITB:

*“En la web, a la gente joven. En la radio a todo el mundo y en la televisión a los más adultos o niños con ETB3”  
(18-30 años, Gasteiz).*

*“Digamos que hay un abanico bastante amplio, el que quiera oír un poquito en un idioma, el que quiere o necesita oír en el otro idioma u otra persona que elige el contenido que le apetece” (46-70 años, Sopela)*

*“Hurrei bai. Marrazki bizidunekin. Eta helduei ere bai. Bai, uste dut ETB2 batez ere helduentzako dela. Arratsaldeko programekin, Klaudiorena eta horrelakoak” (31-45 años, Tolosa).*

*“EITB Musika lanean entzuten dugu. Lasaiagoa da” (31-45 años, Tolosa).*

*“Yo es que la escuchaba cuando estaba en el ikastola (Gaztea). Yo es que creo que está dirigido al público joven. Hasta los 30 -40. Como los 30 son los nuevos 20 vamos a alargarlo...” (18-30 años, Gasteiz). -*

*“Yo veo más los jóvenes en ETB1 por el estilo de programas, como Goazen.*

*¿Pero jóvenes hasta que edad? Porque Goazen es un poco infantil.*

*Es que date cuenta que los jóvenes con 13-14 años son los 20 de antes.*

*La única de adolescentes es Merlí, que no es de producción propia pero bueno” (31-45 años, Bilbao)*

*“Los jóvenes tienen el de Goazen y el de las kuadrillas” (46-70 años, Donostia)*

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.2. Alcance de la oferta de EITB

Adicionalmente y después de referirse a los principales canales de EITB, también realizan el ejercicio de **vincular públicos y oferta con respecto a ETB Sat y ETB4**:



VASCOS/AS  
EN EL  
EXTERIOR

Se percibe dirigido a **personas de Euskadi que, por diferentes circunstancias, se encuentran en el exterior** y a las que da la **oportunidad de seguir en contacto con su entorno**.

*“Es para las personas que están fuera, para que sigan en contacto con nuestra cultura”  
(46-70 años, Sopela)*

*“Yo cuando estuve en el extranjero la usaba mucho”  
(31-45 años, Bilbao)*



SIN  
PÚBLICO  
DEFINIDO

Es percibido como un **canal de reposiciones**, que **no se vincula con ningún público específico** y al que no se le atribuye **más valor que el de poder volver a ver programas de ETB que se puedan ajustar a los gustos específicos de cada persona**.

*“Es que ETB 4 sobra. Esta para cuando no puedes dormir a las 4 de mañana” (18-30 años, Gasteiz)*

*“ETB 4 son reposiciones” (31-45 años, Bilbao)*

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.2. Alcance de la oferta de EITB

Existe consenso a la hora de percibir que son las **personas jóvenes las que en menor medida están encontrando acomodo en la oferta televisiva de EITB**. Se percibe un **hueco en las transición desde ETB3 a las cadenas de televisión generalistas ETB1 y ETB2**, que solo parcialmente está cubriendo el canal en euskera. En contraposición, se destaca la **capacidad de Gaztea de conectar con las necesidades y los gustos de la juventud vasca**.

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.3. Publicidad como vía de financiación para EITB

En el contexto de valoración de la oferta de EITB, se planteó una **breve reflexión sobre la publicidad como vía de financiación para la Radio Televisión Pública Vasca.**

A este respecto, debemos mencionar el hecho de que, aunque idealmente se prefiere una oferta sin publicidad, **no existe un cuestionamiento de la misma como medio de financiación ya que se entiende como algo habitual y necesario para evitar que la totalidad del presupuesto del ente se asume con dinero público.**

*“Bai, azkenean beharrezkoa da, diru publikoarekin ez da nahikoa. Bere edukia hobetzen laguntzen badu zergatik ez, gaur egun dena onar daiteke, zergatik ez dugu izango denok baldin badute” (18-30 años, Bilbao).*

*“Niri normala iruditzen zait. Finantzatu egin behar da. Iragarkiek ez badute ordaintzen, guk ordaindu behar dugu” (31-45 años, Tolosa).*

*“Ulertzen dut publizitatea egotea, baina era berean nahiago dut film bat publizitate-etenik gabe ikusi” (31-45 años, Tolosa).*

*“La publicidad es una manera de financiar. A mí no me gusta pero yo entiendo que tiene que haberla porque de alguna manera se tiene que financiar” (46-70 años, Sopela)*

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.3. Publicidad como vía de financiación para EITB

Además, EITB se considera el **soporte más adecuado para que empresas vascas tengan la ocasión de publicitarse ante sus potenciales clientes.**

*“De todos modos, no tardan tanto los anuncios y te venden y ofrecen productos de aquí, no todo, pero si muchas cosas son de cosas de aquí; leche, carne...” (18-30 años, Gasteiz).*

*“Yo veo bien que se publiciten las marcas de aquí, Euskaltel, Kaiku, ...” (31-45 años, Bilbao)*

El discurso crítico con respecto a la publicidad emerge cuando se alude a **prácticas que se entienden poco consideradas con el público y que se caracterizan por largos bloques de publicidad pocos minutos antes de que acabe un programa en el prime time.**

*“No gusta. Porque se aprovechan de que te has quedado para ver la película para ponerte, antes del desenlace, media hora de publicidad porque te han metido dos o tres cortes antes del final, y eso es un disparate” (46-70 años. Donostia)*

*“Justo va a terminar la película, quedan 5 minutos y te meten 20 minutos de anuncios” (46-70 años, Sopela)*

## 5. Valoración de la oferta de contenidos de EITB

### 5.3. Publicidad como vía de financiación para EITB

También es necesario citar que la **publicidad se considera como una práctica molesta en el caso de la televisión y no tanto en la caso de la radio o internet**. Es más, en el **medio radiofónico** se entiende que la publicidad tiene muchas veces **ligazón con el contenido del espacio que estén emitiendo e incluso utilidad potencial** en ciertas ocasiones. En lo que se refiere a la web, existe la percepción de que cuenta con **menos publicidad que otras webs similares**.

*“Beharbada Mondragon unibertsitatekoa edo BECekoa... gazteentzako gauza interesgarriak adibidez. Eta era berean jende askok jolasen bitartez iragarkia kontsumitzen du, jolas horiek entretenigarria eta eraginkorragoa bihurtzen baitute” (18-30 años, Bilbao).*

*“¡Si porque tú estás oyendo la radio y te ponen la publicad antes de los deportes y es un solo anuncio y que además está relacionado con el programa porque en su cuña aparece “¡ ¡Estamos con la Real!” , no te está diciendo Iberdrola te sube el IVA” (46-70 años, Donostia).*

*“A diferencia de otras páginas web de otras cadenas tiene mucha menos publicidad y eso se agradece” (18-30 años, Gasteiz ).*

# Capítulo 6

## Imagen social de EITB

---

## 6. Imagen social de EITB

### 6.1. Atributos de imagen

Después de analizar EITB desde el punto de vista de la oferta, se solicitó a las personas participantes en los grupos de discusión que **trasladasen la imagen que tienen de EITB, es decir cómo perciben a la marca, a partir de atributos concretos**. Las percepciones en torno a la imagen de EITB se han agrupado en **tres tipos de atributos para facilitar el análisis**, si bien se recogieron de forma totalmente espontánea:

#### Atributos AFECTIVOS



Hacen alusión a la  
vinculación  
emocional con la  
marca

#### Atributos DE PRODUCTO



Hacen alusión a la  
oferta de  
contenidos de la  
marca

#### Atributos INSTITUCIONALES



Hacen alusión a la  
dimensión  
corporativa de la  
marca

## 6. Imagen social de EITB

### 6.1. Atributos de imagen



Sus atributos  
**AFFECTIVOS**  
son...



“Cercana”

“De aquí”

“Gurea”

“Vasca”

“Euskalduna”

“Reflejo de la sociedad”

“Nuestro rinconcito”

“Necesaria”



“Bizkaina”

La dimensión afectiva de EITB emerge como **punto fuerte de la marca**, con un único aspecto crítico que tiene que ver con la **percepción de que está focalizada en Bizkaia** que surge en Gasteiz y en menor medida en Gipuzkoa.

## 6. Imagen social de EITB

### 6.1. Atributos de imagen



Sus atributos  
DE PRODUCTO  
son...



*“Informativa”*

*“Veraz”*

*“Fiable”*

*“Plurala”*

*“Profesionala”*

*“Servicio público”*

*“Kalitatea”*

*“Variedad”*

*“Conservadora”*

*“Poco innovadora”*

*“Freskotasuna falta zaio”*

*“Seria”*

*“Repetitiva”*

*“Faltan series”*

*“No enfocada a la juventud”*

*“Linea editorial markatua”*

Los atributos relacionados con su oferta informativa se constituyen en el punto fuerte de la imagen de EITB desde la perspectiva de producto, si bien aparecen puntos débiles de peso vinculados con carencias percibidas en su oferta ya apuntadas previamente: la innovación, sobre todo, la oferta para el público joven y la percepción de una línea editorial cercana al partido en el gobierno.

## 6. Imagen social de EITB

### 6.1. Atributos de imagen



*“Sede de Bilbao”*

*“El txori”*

*“Estilo propioa”*

*“Conocida también fuera”*

*“...”*

Sus atributos  
INSTITUCIONALES  
son...



shutterstock

www.shutterstock.com - 674378983

La **dimensión institucional** de la marca EITB se caracteriza por su **solidez y fortaleza**, que además proviene desde diferentes ángulos: **infraestructuras, logo, estilo, alcance, ...**

## 6. Imagen social de EITB

### 6.1. Atributos de imagen

La imagen de EITB cuenta con **importantes puntos fuertes desde la dimensión afectiva, de producto e institucional, si bien destacan sus dimensiones afectiva e institucional.** Los puntos débiles de la marca se focalizan con la dimensión de **producto.**

### FORTALEZAS DE LA MARCA

Focalizadas en los afectivo y lo institucional, aunque también presentes en el producto.



### DEBILIDADES DE LA MARCA

Focalizadas en la dimensión de producto

## 6. Imagen social de EITB

### 6.2. Demandas a futuro

Después de concretar la imagen actual de EITB, se solicitó a las personas participantes en los grupos de discusión que **describieran cómo les gustaría que fuese de cara al futuro**. A este respecto demandan a EITB que sea un **grupo de comunicación que sea capaz de adaptarse y evolucionar con los tiempos, pero manteniendo su identidad**. Esto implica desear una EITB ...



Me gustaría que fuera ...

*“Más innovadora”*

*“Más fresca”*

*“Más valiente”*

*“Más moderna”*

*“Más atractiva”*

*“Más objetiva”*

pero ...

*“Con el foco en Euskadi”*

*“Apoyando al euskera y la cultura vasca”*

*“Con su estilo propio”*

*“Siendo servicio público”*

*“Manteniendo su esencia”*

*“Con las raíces aquí”*

**EVOLUCIÓN**

**IDENTIDAD**