



CATALUNYA
RÀDIO

Fundació
La Marató de TV3

Informe anual 2014

DEFENSORA DE L'AUDIÈNCIA

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals

Atenció a l'Audiència



Generalitat de Catalunya
**Corporació Catalana
de Mitjans Audiovisuals**

0. ÍNDEX

1. La Defensora de l'Audiència i el Servei d'Atenció a l'Audiència.....	03
2. Balanç 2014	04
3. Contactes web per mitjà i tipologia	06
4. Valoració de la resposta.....	07
5. Trucades telefòniques ateses.....	08
6. Rànquing dels 10 programes de Televisió de Catalunya amb més comunicats rebuts	09
7. Rànquing dels 10 programes del Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio amb més comunicats rebuts	10
8. L'audiència a través de les xarxes socials	11
9. Els temes que han interessat més a l'audiència	
9.1. L'audiència a través de les xarxes socials	17
9.2. Programació: informatius, esports i programes.....	18
9.3. Canals i cobertura.....	26
9.4. Mitjans digitals.....	27
9.5. Menors	28
9.6. Llengua	29
9.7. Publicitat	30
9.8. Fundació La Marató de TV3	31

1. LA DEFENSORA DE L'AUDIÈNCIA I EL SERVEI D'ATENCIÓ A L'AUDIÈNCIA

La Defensora de l'Audiència i el Servei d'Atenció a l'Audiència (SAA) són el referent de la ciutadania en la defensa dels seus drets respecte de la programació i els continguts de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Constitueixen, juntament amb la creixent participació de la ciutadania a través de les xarxes socials, una important via de comunicació entre l'audiència i els mitjans de comunicació audiovisual de la CCMA, a l'hora d'opinar sobre el seu servei i contribuir a millorar-ne la qualitat.

Laura Baladas és la Defensora de l'Audiència i la directora corporativa del Servei d'Atenció a l'Audiència, des d'octubre del 2014, responsable d'atendre les opinions i respondre les peticions i reclamacions que s'adrecen a aquest organisme.

La figura institucional de la Defensora reforça l'objectiu de compromís i voluntat de servei en tot el que està relacionat amb els drets de les persones, en la programació i continguts dels mitjans de la CCMA, amb especial atenció a la protecció a la infància i els col·lectius més vulnerables.

Laura Baladas ha substituït Adelina Castillejo, que va finalitzar el seu mandat a l'octubre del 2014. Durant aquest any s'han reforçat els mecanismes de resposta i s'ha consolidat el Servei d'Atenció a l'Audiència com una eina essencial del servei públic que presta la CCMA.

2. BALANÇ 2014

Durant l'any 2014, el Servei d'Atenció a l'Audiència ha rebut un total de 20.792 comunicats a través del seu web. Les respostes que s'emeten són fruit d'un treball de coordinació i col·laboració del Servei d'Atenció a l'Audiència amb la resta dels mitjans i unitats directives de la CCMA.

El temps mitjà de resposta dels comunicats és de 10,63 dies.

La majoria de comunicacions de l'audiència –un 84,41%– corresponen a consultes i comentaris sobre la programació.

Les comunicacions qualificades pels usuaris com a queixes representen un 11,21% del total, i els agraïments, un 2,15%. El volum de comunicats específicament adreçats a la Defensora –480 en total– representen un 2,23%. Aquestes xifres indiquen, d'una banda, que els mitjans de la CCMA respecten i compleixen els principis que motiven les queixes i, d'altra banda, que

el percentatge més alt de comunicacions correspon a consultes –les queixes són un tant per cent molt baix del total–. En aquesta mateixa línia, la distribució per tipologia també mostra que la majoria de comunicacions rebudes no fan referència a qüestions negatives.

En un àmbit més transversal, s'ha de destacar un element que va guanyant importància dia a dia: l'ús de les xarxes socials per interactuar amb la nostra audiència.

La majoria de comunicats rebuts al Servei d'Atenció a l'Audiència fa referència a qüestions d'ordre pràctic: com trobar àudios i vídeos, com recuperar informacions concretes, referències de cançons, sintonies, convidats, etc., i varien en funció de la tipologia de cada canal i/o programa, tal com es presenta més endavant en la classificació per apartats concrets.

En un ordre més específic, els temes que podem destacar per l'interès generat durant l'últim any són els següents:

Els nous Telenotícies i el canvi de format amb la subtitulació. En el cas de la substitució del doblatge per la retolació a l'hora de traduir al català les intervencions en llengua estrangera dels Telenotícies, s'ha evidenciat una necessària adaptació de l'audiència en passar d'un sistema de doblatge a un de subtítols.

La subtitulació de llengües estrangeres en les insercions de les declaracions als Telenotícies ha estat ben valorada per una part de l'audiència per tot el que representa de coneixement i ús d'altres llengües. No obstant, i en atenció als comunicats rebuts i a proposta de la Defensora de l'Audiència, s'ha posat en marxa un operatiu especial que permet aplicar la millora d'oferir de manera simultània la traducció al català al segon canal d'àudio.

L'estrena del portal de la CCMA a partir de novembre representa un salt de qualitat important per potenciar la relació amb l'audiència a través de l'entorn digital. Per primera vegada, els continguts dels canals de TV3 i Catalunya Ràdio es presenten en un sol entorn, més interrelacionats, i comparteixen de manera transversal àudios i vídeos als espais temàtics informatius, esportius i culturals. S'ha prioritzat el servei a la carta des de tots els dispositius possibles. Com és lògic, a l'esforç inicial d'una part de la nostra audiència per adaptar-se a un sistema diferent, s'hi ha sumat la dificultat de buscar determinades pàgines o programes dels canals de Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya. Val a dir que gran part dels problemes s'han anat resolent progressivament i que el grau de satisfacció amb el nou portal ha augmentat de manera significativa.

En el terreny dels continguts, s'han recollit diferents opinions sobre el tractament de l'actualitat política als diferents espais de TV3

i Catalunya Ràdio, en diversos sentits. Algunes de les opinions han posat de relleu la presència d'aquesta temàtica al llarg de la programació, tot i que no es posa en dubte la veracitat dels continguts.

El compromís per vetllar pel bon ús del català és una de les responsabilitats dels mitjans de la CCMA i sobre el qual hi ha més comunicats. És normal que sigui així i els serveis d'assessorament lingüístic hi dediquen tots els recursos disponibles per assegurar la qualitat del català. L'esforç és majúscul en una corporació que diàriament genera tants continguts a través de totes les plataformes i finestres.

S'han atès també comunicacions que van en la línia de la Iniciativa per a la Reforma Horària presentada al Parlament de Catalunya, per promoure un canvi d'hàbits establint uns horaris més racionals. Ja és una realitat que la televisió pública catalana col·loca els seus programes de més èxit abans que les cadenes competidores.

3. CONTACTES WEB PER EMPRESA I TIPOLOGIA

DEFENSORA DE L'AUDIÈNCIA	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	480	16,96
	480	16,96

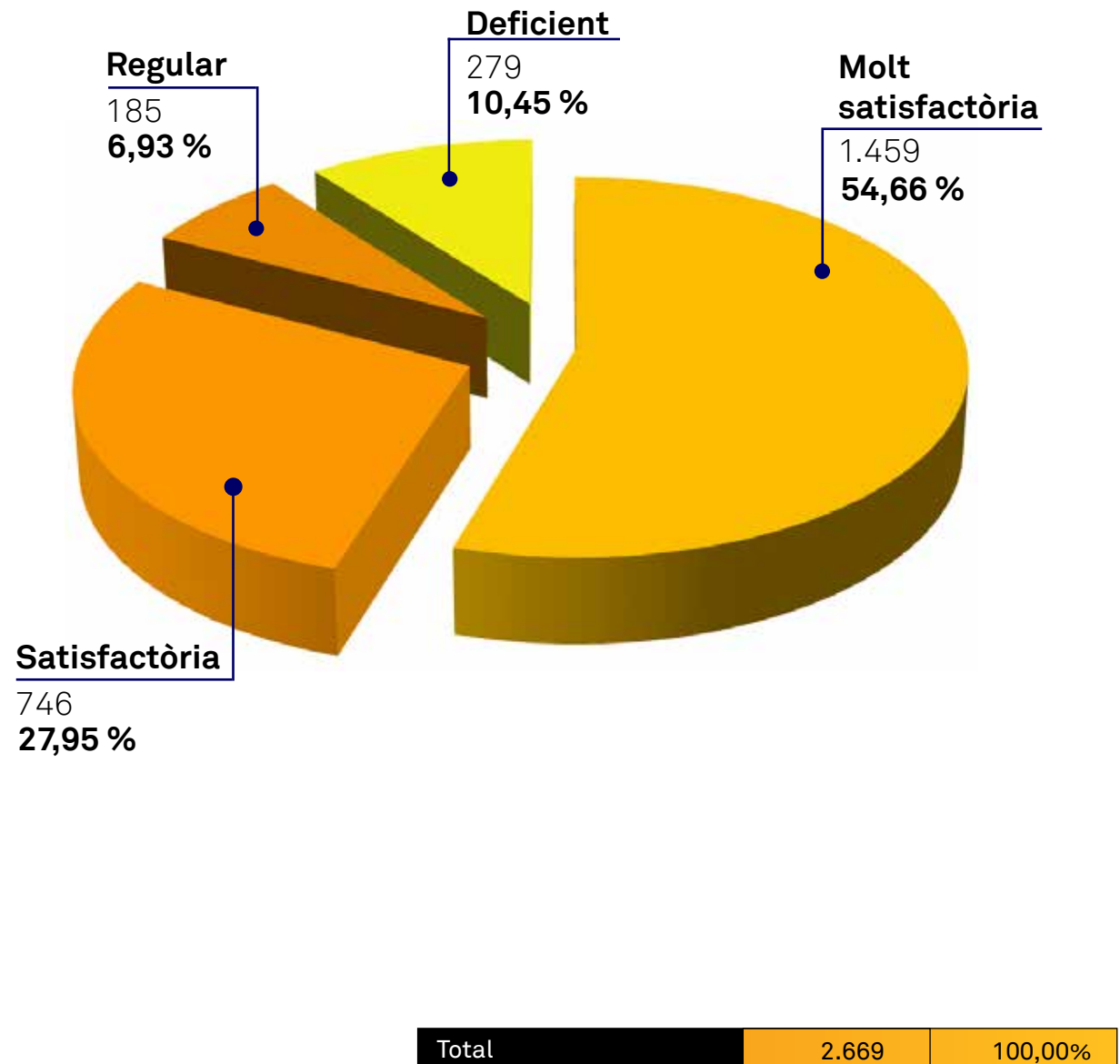
TELEVISIÓ DE CATALUNYA	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	12.272	7,68
	Queixa	1.819	6,66
	Agraïment	291	5,71
	Participació	2	1,00
		14.384	7,51

GRUP D'EMISSORES CR	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	3.969	22,81
	Queixa	449	9,59
	Agraïment	118	9,36
		4.536	21,15

FUNDACIÓ LA MARATÓ TV3	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	1.294	6,03
	Queixa	61	11,54
	Agraïment	37	12,51
		1.392	6,44

TOTAL	20.792	10,63
--------------	---------------	--------------

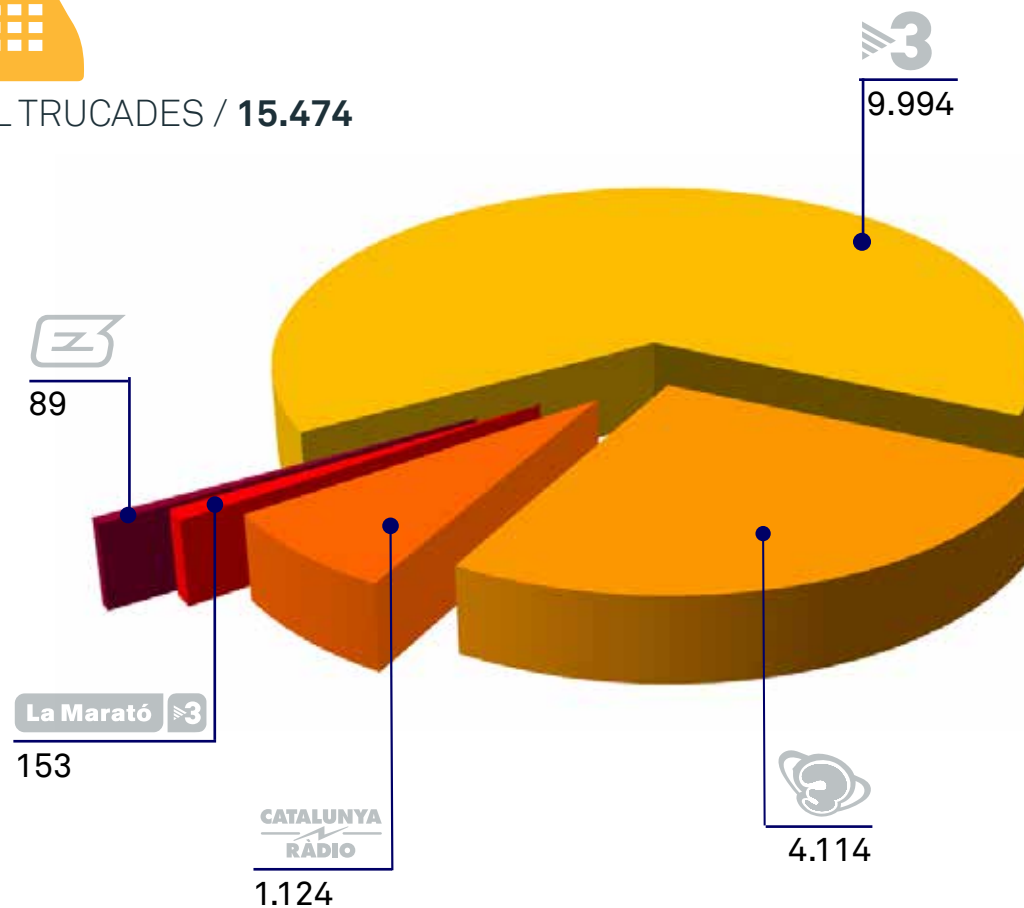
4. VALORACIÓ DE LA RESPOSTA



5. TRUCADES TELEFÒNIQUES ATESES



TOTAL TRUCADES / 15.474



RESPOSTA TRUCADA/ GRAU DE SATISFACCIÓ

(De l'1 al 5)

3	Catalunya Ràdio	Catalunya Ràdio	La Marató 3	Z
4,49	4,47	4,39	4,30	4,53

↑ 1 a 5

6. RÀNQUING DELS 10 PROGRAMES DE TELEVISIÓ DE CATALUNYA AMB MÉS COMUNICATS REBUTS

3

Programa	Agraïment	Consulta/ comentari	Queixa	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
Telenotícies	11	738	181	930	12,64
Els matins	6	420	66	492	7,94
Divendres	3	361	78	442	5,26
Espai Terra	8	275	72	355	6,50
La Riera	8	246	84	338	5,15
Info K	35	245	27	307	7,49
TN Comarques	2	185	74	261	3,26
El Faro, cruïlla de camins	4	154	24	182	5,03
30 minuts	6	152	10	168	17,53
El foraster	11	136	6	153	3,48

RESUM	94	2.912	622	3.628	8,15
--------------	----	-------	-----	-------	------

7. RÀNQUING DELS 10 PROGRAMES DEL GRUP D'EMISSORES DE CATALUNYA RÀDIO AMB MÉS COMUNICATS REBUTS



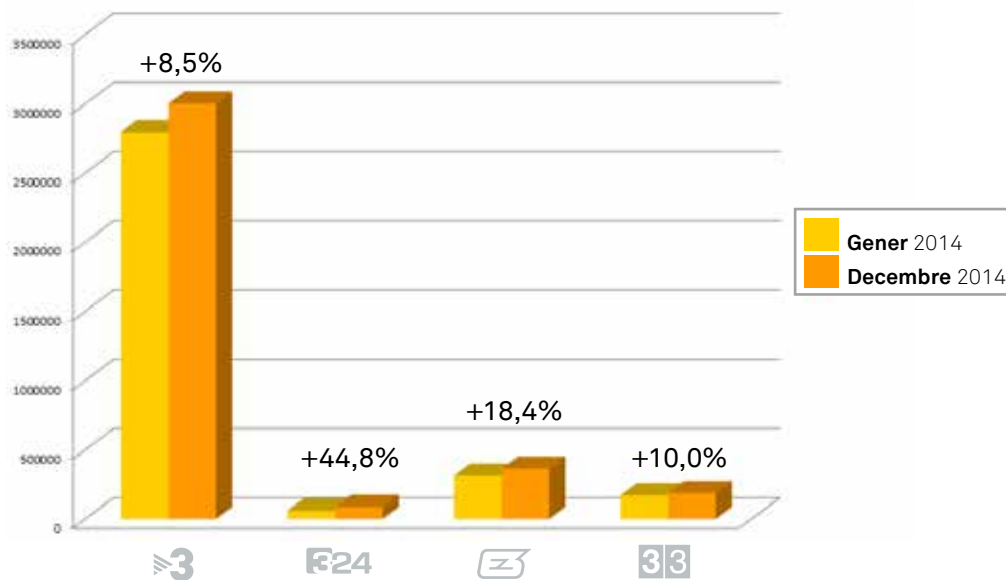
Programa	Agraïment	Consulta/ comentari	Queixa	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
El matí de Catalunya Ràdio	28	503	159	690	7,34
L'ofici de viure	10	227	12	249	24,08
El suplement	7	185	37	229	17,12
La tribu de Catalunya Ràdio	11	144	33	188	30,74
El Cafè de la República	14	129	15	158	21,27
El club de la mitjanit	4	117	16	137	66,26
L'oracle	4	86	13	103	30,74
Els optimistes	3	87	10	100	31,4
En guàrdia!	1	81	6	88	16,15
La transmissió d'en Puyal	5	53	23	81	18,87
RESUM	87	1.612	324	2.023	20,98

8. L'AUDIÈNCIA A TRAVÉS DE LES XARXES SOCIALS

3



8.1-FACEBOOK / TELEVISIÓ DE CATALUNYA (Evolució dels seguidors)

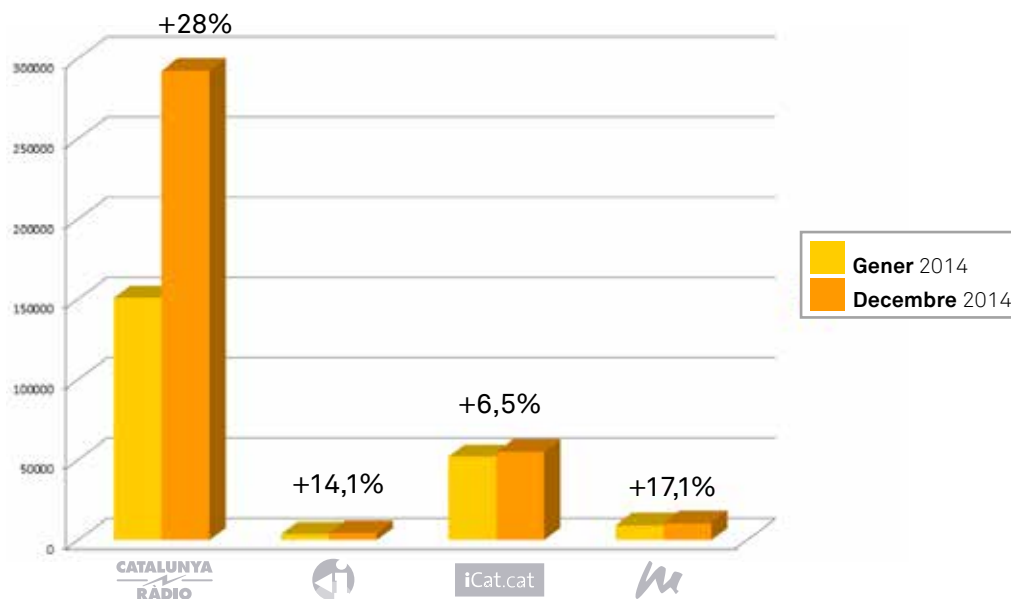


Canal	Gener 14	Desembre 14	Creixement	Temps mitjà resposta (dies)
3	2.795.003	3.001.876	8,5%	15,26
E24	61.498	88.028	44,8%	6,60
Z	313.046	363.531	18,4%	11,42
33	173.138	188.243	10,0%	4,46
TOTAL	3.342.685	3.641.678	10,2%	10,19



8.2-FACEBOOK / GRUP D'EMISSORES DE CR (Evolució dels seguidors)

CATALUNYA
RÀDIO



Emissora	Gener 14	Desembre 14	Creixement
CATALUNYA RÀDIO	150.943	292.578	28,0%
catalunya informació	3.860	4.345	14,1%
iCat.cat	52.026	55.003	6,5%
Cat Música	9.314	10.650	17,1%
TOTAL	216.143	362.576	23,7%

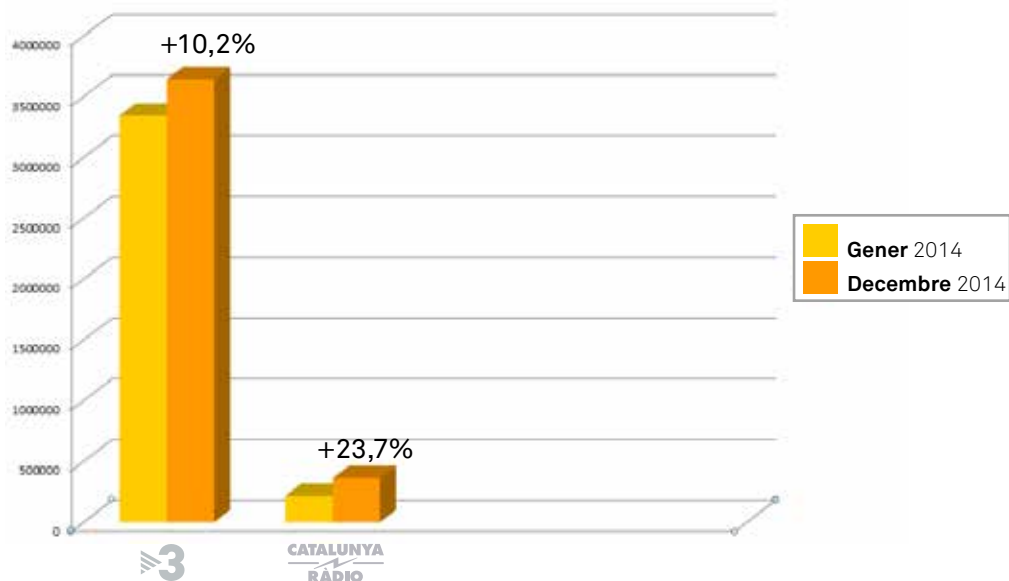


8.3-FACEBOOK / TOTAL CCMA

(Evolució dels seguidors)



Corporació
Catalana de
Mitjans
Audiovisuals, SA

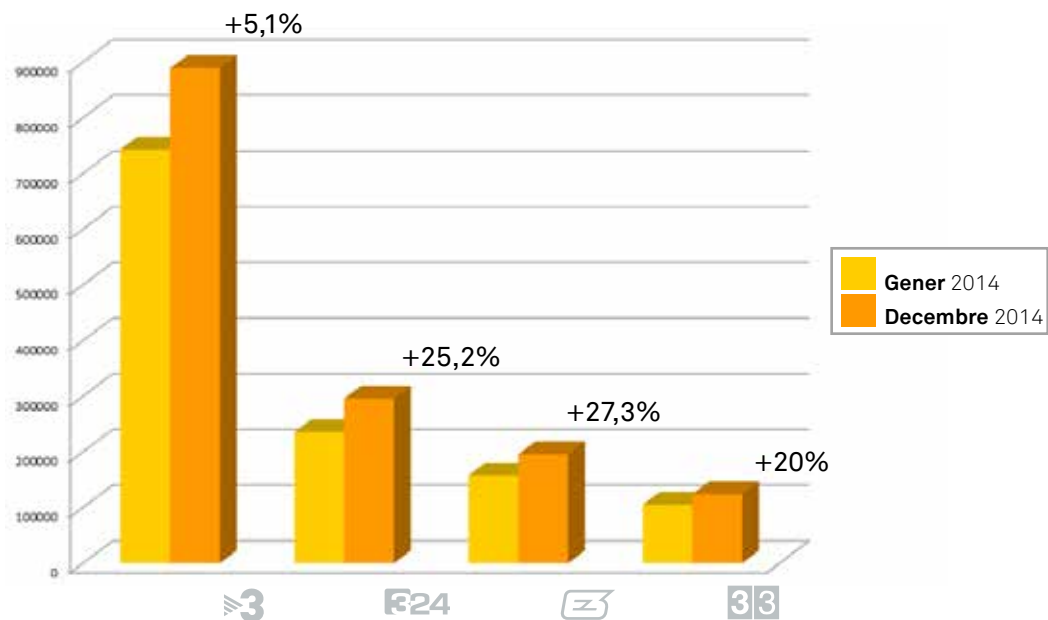


Empresa	Gener 14	Desembre 14	Creixement
3	3.342.685	3.641.678	10,2%
CATALUNYA RÀDIO	216.143	362.576	23,7%
TOTAL	3.558.828	4.004.254	11,3%



8.4-TWITTER / TELEVISIÓ DE CATALUNYA (Evolució dels seguidors)

3

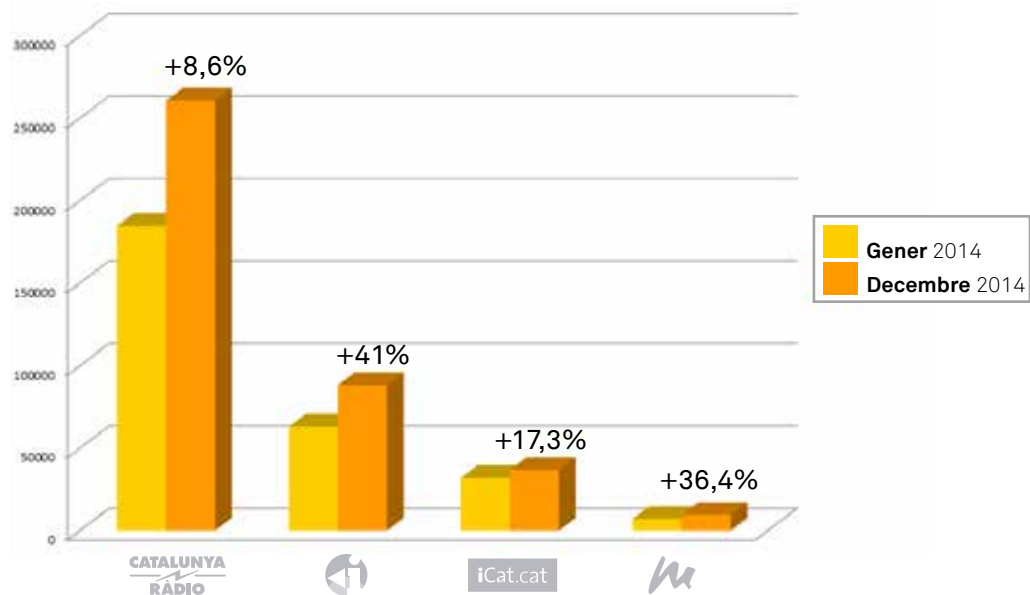


Canal	Gener 14	Desembre 14	Creixement
3	743.083	889.035	5,1%
24	235.496	295.903	25,2%
Z	157.899	195.633	27,3%
33	105.126	124.315	20,0%
TOTAL	1.241.604	1.504.886	12,4%



8.5-TWITTER / GRUP D'EMISSORES DE CR (Evolució dels seguidors)

CATALUNYA
RÀDIO



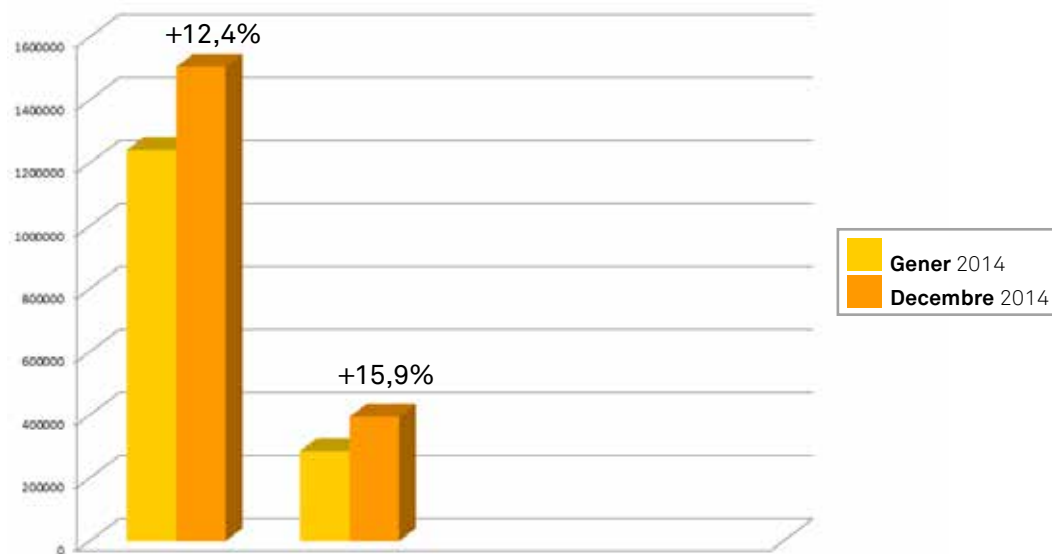
Emissora	Gener 14	Desembre 14	Creixement
CATALUNYA RÀDIO	184.655	260.580	8,6%
catalunya informació	62.983	88.143	41,0%
iCat.cat	31.853	36.705	17,3%
Cat Música	6.994	9.430	36,4%
TOTAL	286.485	394.858	15,9%



8.6-TWITTER / TOTAL CCMA (Evolució dels seguidors)



Corporació
Catalana de
Mitjans
Audiovisuals, SA



Empresa	Gener 14	Desembre 14	Creixement
	1.241.604	1.504.886	12,4%
	286.485	394.858	15,9%
TOTAL	1.528.089	1.899.744	13,1%

9. ELS TEMES QUE HAN INTERESSAT MÉS A L'AUDIÈNCIA

9.1 L'AUDIÈNCIA A TRAVÉS DE LES XARXES SOCIALS

La connectivitat dels ordinadors i els telèfons intel·ligents i l'increment progressiu de l'ús de les aplicacions destinades a mòbils i a tauletes fan que el nombre de seguidors que es connecten i utilitzen les xarxes socials vinculades a canals i programes sigui cada vegada més gran. Les xifres del 2014 donen un 11,3% d'augment de seguidors de Facebook, amb una xifra total anual de 4.004.254 persones registrades a la xarxa, i els usuaris de Twitter s'han incrementat un 13,1%, amb un total d'1.899.744 seguidors.

L'increment més alt l'han marcat els seguidors de Twitter de Catalunya Informació, amb una pujada del 41,0% al llarg de l'any. Destaquen també els augments de més del 25% de seguidors dels canals 3/24 i Esport3.

Pel que fa als temes sobre els quals s'han manifestat els usuaris de les xarxes socials,

hi ha, entre molts d'altres, les queixes en l'horari d'inici d'alguns programes o continguts, l'afectació de la graella amb motiu de retransmissions d'actualitat, esportives o similars, pel nou format dels Telenotícies i també qüestions relacionades amb la participació d'un concursant d'"El gran dictat" que va tenir un rècord de permanència.

9.2. PROGRAMACIÓ: INFORMATIUS, ESPORTS I PROGRAMES

9.2.1. INFORMATIUS

Telenotícies

Els informatius concentren la majoria de comunicats de l'audiència. S'ha de destacar que el principal àmbit és el de l'opinió: manifesten fílies i fòbies respecte dels continguts i la manera de presentar-los, i el criteri, en el sentit d'apuntar la possibilitat de canviar els enfocaments i la mirada sobre diferents temes. En aquesta línia, es manté el fet habitual i recurrent de centrar les queixes o les recomanacions en un informatiu en concret, sense tenir en compte que hi ha un circuit de 24 hores ininterrompudes en què s'amplien i es complementen moltes informacions.

El gruix de comunicats rebuts han fet referència, sobretot durant les primeres setmanes de l'any, als diferents aspectes derivats del canvi de plató d'informatius, un tema que ha generat

opinions contraposades. El fet que els presentadors estiguin drets, la mida i la velocitat dels subtítols i del fons gris amb la superposició de textos, els moviments de càmera, la mida i el disseny del plató, el canvi de notícies per reportatges que alenteix el ritme, la visibilitat dels mapes, algunes errades de caire tècnic i humanes.

Portal 324.cat

Fins a l'entrada en funcionament del nou portal únic de la CCMA, el 324.cat concentrava una bona part de l'activitat relacionada amb les qüestions informatives.

Es reben comunicats amb sol·licituds molt variades, com la possibilitat d'instal·lar càmeres del temps al municipi dels comunicants o poder utilitzar imatges del portal. També s'han rebut queixes sobre l'enfocament de les informacions i el tractament informatiu de la llengua catalana.



Sense ficció

Les comunicacions referides als programes de reportatges es poden agrupar en dos grans blocs: aquells comunicants que volen aconseguir una còpia –generalment per motius docents– i els que mostren el seu acord o desacord amb la manera d’abordar el tema escollit . A títol d’exemple, s’han rebut comunicats en relació als reportatges del “Sense ficció” dedicats al Reial Madrid –“El Madrid real: La llegenda negra de la glòria blanca”– i el que es va emetre sobre l’adopció –“Adopcions, 18 anys després”–.

Pel que fa a l’espai “30 minuts”, aquest programa veterà de TV3 rep un gran nombre de felicitacions per com aborda els temes i per la qualitat periodística. En un ordre més particular, un espectador ha contactat amb el programa per intentar localitzar un familiar seu que va aparèixer en un reportatge.

.Cat

Com tots els programes de debat, genera un ventall d’opinions contrastades en funció dels temes que es tracten i dels punts de vista dels participants, que defensen posicions diverses.



Catalunya Informació

L'emissora Catalunya Informació concentra un volum elevat dels comunicats que arriben en referència als serveis informatius. En la mateixa línia, però en menys percentatge que a la televisió.

Una de les queixes habituals, a banda de qüestions més subjectives com la línia editorial –amb veus a favor i d'altres en contra– fa referència al rerefons de les informacions, i a un més adequat equilibri entre els diferents continguts informatius (esports, culturals, entreteniment, etc).



9.2.2. ESPORTS

Les informacions esportives concentren un important percentatge de comunicats, amb alguns temes puntuals i d'altres generals i/o recurrents que es van repetint de manera més o menys cíclica. En aquest apartat, l'audiència fa reflexions sobre determinats comentaris dels presentadors; el fet que tenint un canal específic d'esports es facin retransmissions esportives per TV3, i el fet que s'hagi optat per la retransmissió de grans esdeveniments esportius com ara la Fórmula 1. També hi ha queixes referides a la presència excessiva, segons els comunicants, de determinats equips esportius en detriment d'altres.

Una altra línia de comunicats fa referència a reclamar més atenció als esports minoritaris i als esports femenins.

En un aspecte més puntual, les vagues dels treballadors de TV3 van provocar algunes queixes derivades dels canvis en la programació prevista.

Alguns comunicants consideren que es produeix una certa barreja d'aspectes o qüestions d'actualitat política a l'esport.



A Catalunya Ràdio, el gruix dels comunicats d'esports se centren en els diversos problemes en la puntuació que provoca la porra del Mundial de futbol del Brasil "O Joco"; fan referència al registre i a les classificacions.

També es demana que es tinguin en compte esports minoritaris com els escacs.



9.2.3. PROGRAMES

L'apartat de programes, com és habitual, genera un gran nombre de comunicats que, a més, són d'una tipologia molt variada, ja que recullen visions i sensibilitats molt diferents, tant com la mateixa essència dels programes que integren les diferents graelles.

El canvi de format de **“Crackòvia”** ha estat comentat pels comunicants comparant-lo amb l'anterior.

Pel que fa al programa **“Divendres”**, hi ha comunicants que troben a faltar la comunicació via SMS, potenciant en canvi la participació via xarxes socials; es demana que hi ha hagi més participació de dones en les tertúlies, així com la presència de determinats tertulians. També s'han rebut missatges sobre els problemes tècnics per a connectar amb La Grossa per un concurs que es va anunciar al programa.

La sèrie **“El crac”**, tot i ser una proposta arriscada, ha generat més elogis que no pas crítiques i un important seguiment per les xarxes.

La telenovel·la **“El Faro”** ha generat una important reacció per part de l'audiència. Per una banda, alguns espectadors consideren que la sèrie no té el nivell dels programes de ficció que emet TV3, però per l'altra, una part també important reivindiquen una segona temporada. Quan hi ha hagut canvis de programació que han afectat l'emissió, els espectadors s'han interessat pels motius.

El concurs **“El gran dictat”** ha motivat opinions sobre el presentador i sobre les paraules i els conceptes per part d'espectadors que manifesten un gran nivell d'exigència en la llengua. En la majoria de casos, les queixes no tenien fonament lingüístic.

“**Els matins**”, al tractar-se d’un programa en directe i que aborda gran varietat de temàtiques diàriament, és objecte d’un important volum de comunicacions de la nostra audiència. Es qüestiona l’elecció dels tertulians, s’ofereixen molts grups musicals per actuar al programa, i també es proposen temes socials que són d’interès per ser abordats en profunditat.

El programa “**Espai Terra**” genera consultes sobre el concurs “El Joc de Catalunya” i també pel canvi d’horari d’emissió.

La desaparició de la graella d’“El medi ambient” també ha rebut comentaris, valorant-ne la qualitat i lamentant-ne la desaparició, tot i que els continguts de sostenibilitat, ecologia i ciència es traslladen a “Espai Terra”.

Sobre la sèrie “**La Riera**” hi ha opinions contrastades pel que fa a la qualitat dels guions. Alguns grups professionals manifesten que no es veuen ben reflectits a la sèrie, com ara ha estat el cas dels fisioterapeutes i els infermers. Gran part de les comunicacions van en

la línia de comentar determinades actituds dels personatges a la sèrie i també es pregunten sobre el vestuari, mobiliari i altres elements de les localitzacions.

El concurs musical “**Oh Happy Day**” ha motivat preguntes per assistir de públic, per concursar i alguna consulta sobre com s’escull la millor cançó de la gala.

El programa “**Polònia**”, líder destacat d’audiència dels dijous a TV3, genera poca controvèrsia en comparació amb altres programes. Com tot espai d’humor i sàtira, de vegades no és entès per tothom de la mateixa manera. Hi ha hagut alguns gags que han expressat sentiments enfrontats per part dels comunicants.

La sèrie “**Shin Chan**” ha rebut queixes per l’horari d’emissió, tot i que s’hi indica l’avís d’edat de “+13”. La majoria de comunicats la consideren poc educativa.

El programa **“El matí de Catalunya Ràdio”** genera el nombre més alt de comunicats. Han arribat comentaris sobre la secció d’humor del programa “Els Minoristes”, en relació amb la seva durada i comentaris d’elogi i de crítica a la presentadora i equip.

Hi ha hagut oients que qüestionen la rellevància dels temes seleccionats, amb la preeminència de determinats continguts informatius d’actualitat.

“L’ofici de viure”, programa de reflexió, espiritualitat i psicologia positiva, ha originat crítiques pel que fa a la selecció dels experts, i el rigor científic de determinats continguts.

“El suplement” és el tercer programa en comunicats. N’hi ha que manifesten disconformitat amb els formats i continguts de les tertúlies, i hi ha també comentaris d’elogi i de crítica a la presentadora i a l’equip del programa.

“La tribu de Catalunya Ràdio” rep molts missatges preguntant per Tatiana Sisquella i nombrosos missatges de condol. Es queixen del nivell de català en algunes intervencions, del tipus d’humor que es fa perquè no es considera adient, i en especial de la secció de trucades en clau d’humor.

En **“El cafè de la República”**, abans de la malaltia i mort de Joan Barril, les comunicacions han anat en la línia dels canvis d’horari que li van comportar altres programes. Han arribat molts missatges de condol per la mort de Joan Barril, lloant-ne la figura i la rellevància en la cultura del país.

El programa **“Les mil i una nits”** ha rebut crítiques qüestionant l’hora d’emissió i la temàtica del programa.

Els programes **“En guàrdia”** i **“Els viatgers de la gran Anaconda”** són els més sol·licitats en xarxes socials per poder sentir-los i descarregar-los, juntament amb **“L’ofici de viure”**.

9.3. CANALS I COBERTURA

En l'apartat de canals i cobertura, els comunicats que arriben fan referència a problemes de recepció que ajuden els nostres serveis tècnics a tenir una fotografia exacta i puntual de les disfuncions que hi ha en diferents indrets, la qual cosa permet solucionar-ho amb precisió i rapidesa.



S'han rebut avisos de diferents llocs on no poden veure els diferents canals de la CCMA a causa de problemes concrets o condicionants més industrials: la constatació dels problemes de fabricació que tenien determinades marques de televisors que perdien la imatge però no el so, i la denúncia d'emissions il·legals que tapen el senyal de les diverses emissores.

En el capítol de comunicats referits a internet, se n'han anat rebent al llarg de l'any que fan referència a problemes puntuals amb la usabilitat de les aplicacions; l'afectació de l'emissió de les transmissions esportives per internet a partir de la geolocalització de l'IP, la disponibilitat de drets de determinats continguts i també afectacions a partir de la posada en funcionament del nou portal de la CCMA. Aquesta renovació ha provocat un gran volum de comunicacions. La majoria de problemes tècnics han estat relacionats amb la visualització de continguts, la dificultat de trobar-los en el nou entorn i les interrupcions de l'emissió en directe. S'han introduït solucions graduals a tots els problemes. Es van rebre queixes perquè, en determinats moments de la fase de llançament, no es podia accedir als continguts dels programes, per la impossibilitat d'accedir a l'arxiu històric, que és objecte de recodificació i no es pot visualitzar, i també perquè, amb la potenciació d'altres funcionalitats d'accés a la carta, s'ha eliminat la descàrrega de podcast.

A Catalunya Ràdio, a part dels problemes inicials amb els directes a partir del 24 de novembre, hi ha hagut consultes sobre la desaparició del format mp3 de descàrrega directa, i també per la desaparició de la possibilitat de cercar al "Tot, hora a hora". Des de Mitjans Digitals s'han trobat solucions i tots els programes emesos a Catalunya Ràdio estan disponibles en format de graella al portal web de TV3 i Catalunya Ràdio. Es tracta d'una secció en contínua millora i està previst afegir-hi més informació i imatges representatives del programa per facilitar les cerques. Les limitacions de les descàrregues dels programes disponibles en podcast també han generat controvèrsia.

9.5. MENORS



Durant aquest any hi ha hagut menys comunicacions relacionades amb aquest àmbit de la programació, la qual cosa indica el bon control i rigor que es fa en els horaris especialment protegits.

Segueixen havent-hi periòdicament peticions per a l'emissió de sèries juvenils.

El Servei d'Atenció Telefònica ha atès 4.144 trucades relacionades amb el Club Super3 durant el 2014, la qual cosa dóna una idea sobre la rellevància de les emissions del nostre canal infantil i tot el que l'envolta.

El programa "La tribu de Catalunya Ràdio" va atendre les observacions que li va fer arribar la Defensora en el sentit que els continguts, tot i no haver-hi franges regulades com a horari de protecció infantil, fossin respectuosos amb els drets dels menors.

Les observacions sobre la llengua són habituals, recurrents i sovintejades. Fan referència a tots els departaments de la casa i posen de manifest l'interès de la nostra audiència per l'ús del llenguatge i la màxima exigència lingüística als nostres mitjans perquè tenen la consideració d'exemplars. A banda de les queixes que fan referència a errades puntuals de conductors, tertulians i convidats dels programes en general, i de les transmissions esportives en particular, també es fa referència a construccions errònies, castellanismes, anglicismes, barbarismes, faltes d'ortografia i errors tipogràfics que apareixen als textos sobreimpressionats en pantalla, als subtítols i als titulars i a les notícies del portal.

A les emissores de ràdio les queixes referides a la llengua també sovintegen. Les queixes es refereixen a paraules concretes, a castellanismes, a errades lingüístiques i també a la percepció que en alguns programes, sobretot esportius, s'utilitza de vegades un llenguatge sexista.



La publicitat emesa també genera comunicats dels espectadors, que en alguns casos fan referència a problemàtiques més generals, com la presència d'anuncis en castellà, el sexisme que veuen en un anunci o bé per la tipologia pròpia de l'anunci.

L'audiència ens ha advertit que ha trobat la presència del logotip de TV3 d'una manera no controlada i fraudulenta la qual cosa ens ha ajudat a reaccionar més ràpidament.

En un altre ordre de coses, molts espectadors troben incorrecte que davant i al mig de cada vídeo del portal –tingui la durada que tingui– hi hagi anuncis, que consideren massa llargs. Suggereixen un altre tipus de publicitat diferent del convencional, amb un format adaptat.

Pel que fa a Catalunya Ràdio, s'adrecen al SAA per demanar tarifes de publicitat i el patrocini de festivals de música.



9.8. FUNDACIÓ LA MARATÓ DE TV3

La Fundació La Marató de TV3, per la seva pròpia tipologia, concentra els comunicats en tres grans grups i en tres períodes temporals molt concentrats. D'una banda, quan es fa públic el motiu escollit, es reben tota mena de propostes d'especialistes i d'afectats oferint-se com a testimonis. Quan s'acosten les dates de l'emissió del programa, els comunicats rebuts incideixen en la possibilitats de fer de voluntaris o d'organitzar tota mena d'activitats per a la recerca de fons i, per últim, hi ha un altre grup de comunicats que demana els certificats de retenció per poder desgravar les aportacions.

