



CATALUNYA
RÀDIO

Fundació
La Marató de TV3

Atenció a l'Audiència

DEFENSORA DE L'AUDIÈNCIA
Informe anual
2013



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



Índex

1. La Defensora de l'Audiència i el Servei d'Atenció a l'Audiència	2
2. Balanç 2013	3
3. Contactes web	6
4. Valoració de la resposta web	7
5. Trucades telefòniques ateses	8
6. Rànquing dels 10 programes de Televisió de Catalunya amb més comunicats rebuts	9
7. Rànquing dels 10 programes del Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio amb més comunicats rebuts	10
8. Evolució de les queixes rebudes en el període comprès entre l'1.01.2010 i el 31.12.2013	11
9. L'audiència a través de les xarxes socials	12
10. Els temes que més han interessat l'audiència	15
a. Programació: informatius, esports i programes	
b. Canals i cobertura	
c. Mitjans digitals	
d. Menors	
e. Llengua	
f. Publicitat	
g. Fundació La Marató de TV3	

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 són una de les cares visibles del compromís de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) amb la defensa i l'exercici dels drets de la ciutadania i la manifestació de la voluntat de transparència dels mitjans de comunicació públics en tots els seus àmbits.

El 2006, la CCMA va crear el Servei d'Atenció a l'Audiència (SAA) amb la voluntat d'establir nous canals de comunicació amb el seu públic i poder atendre les consultes, els suggeriments i les queixes relacionats amb la programació dels mitjans i canals de la Corporació, per permetre, així, saber més bé les demandes, les preferències i les opinions dels ciutadans i millorar la qualitat de la programació dels mitjans públics. Aquest compromís es va refermar el 2008 amb la creació de la figura institucional del Defensor de l'Audiència, amb la responsabilitat de vetllar pels drets dels ciutadans i atendre especialment les comunicacions relacionades amb la protecció de la infància i la joventut, el dret a la intimitat, l'honor i la imatge de les persones i el respecte dels principis d'igualtat i no discriminació de la ciutadania. Des de l'octubre del 2011, Adelina Castillejo Garnés és la Defensora de l'Audiència i la directora corporativa del SAA. Les comunicacions que rep serveixen per copsar i valorar les opinions de l'audiència vers els mitjans públics de la CCMA i establir els mecanismes que permetin millorar la qualitat del servei.

2.- Balanç 2013

El Servei d'Atenció a l'Audiència (SAA) ha rebut durant l'any 2013 un total de 21.366 comunicats a través del web. Aquesta xifra, lleugerament inferior a la d'anys anteriors, és un reflex directe de l'augment progressiu de la participació dels espectadors i els oients a través de les xarxes socials. Les respostes que reben són fruit d'un treball coordinat amb el Servei d'Atenció a l'Audiència.

El temps mitjà de resposta dels comunicats és de 9,67 dies.

La majoria de les comunicacions de l'audiència, un 82,53%, correspon a consultes i comentaris sobre la programació. Les queixes representen un 12,29% del total de comunicats i els agraïments, un 2,36%. El volum de comunicats específicament adreçats a la Defensora, 664 en total, representa un 2,82%. Aquestes xifres indiquen, d'una banda, que els mitjans de la CCMA respecten i compleixen els principis que motiven les queixes relacionades amb les competències d'aquesta figura i que el percentatge més alt de comunicacions correspon a les consultes –les queixes, doncs, un tant per cent molt baix del total–. En aquesta mateixa línia, la distribució per tipologia també mostra que la majoria de les comunicacions rebudes no fan referència a qüestions negatives.

En un àmbit més transversal, s'ha de destacar un tema que va guanyant importància a mesura que es generalitza l'ús de les xarxes socials: les consultes relacionades amb els drets de propietat intel·lectual referits a continguts i a imatges i tota la problemàtica que se'n deriva, una qüestió que des del SAA es treballa molt a fons en col·laboració directa amb els Serveis Jurídics, que estudien i assessoren sobre una matèria complexa, delicada i en transformació constant.

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, 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.

Balanç 2013

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

- El canvi de gestió de la informació territorial dels mitjans de la CCMA, centrat en la reorganització de les delegacions i els equips de treball d'informatius i d'esports per aconseguir l'optimització de recursos propis, va portar al Grup d'Emissores de Catalunya Radio a cobrir amb professionals de la plantilla els nous centres territorials del Pirineu, la Catalunya Central i les Terres de l'Ebre, i a reforçar les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona i el centre territorial de la Vall d'Aran, i a Televisió de Catalunya a assignar professionals del centre de Sant Joan Despí a les delegacions de Tarragona, Lleida i Girona i a obrir corresponsalies al Pirineu, la Catalunya Nord i les Terres de l'Ebre.
- La subtitulació de llengües foranes a les insercions de les declaracions als telenotícies ha rebut una doble valoració: positiva per a molts per tot el que representa de coneixement i ús d'altres llengües i negativa per a les persones amb dificultats visuals. En resposta a aquest segon col·lectiu i a proposta de la Defensora de l'Audiència, es posa en marxa un operatiu especial que permet aplicar la millora d'oferir de manera simultània la traducció al català al segon canal d'àudio.
- I en un camp més general, comentaris i opinions sobre el percentatge dedicat a la cultura i als temes socials a Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio; la presència dels esports i, dins dels esports, el futbol i el Barça centren moltes de les opinions rebudes.
- Pel que fa a Catalunya Música, es valora molt positivament el nivell de qualitat i de professionalitat de la programació i de les retransmissions dels concerts en directe.

Balanç 2013

El treball conjunt del SAA i la Defensora amb els departaments ha permès introduir millores, com la citada d'oferir al segon canal d'àudio la traducció de les declaracions dels protagonistes de la informació als TN; s'ha reforçat el coneixement i la formació dels professionals en relació amb la difusió de la programació de ràdio i televisió a través dels nous dispositius per atendre l'augment de consultes que ha comportat i s'han modificat horaris d'emissió de sèries infantils per adequar-los a les edats de l'audiència potencial, entre altres.



CATALUNYA
RÀDIO

Fundació
La Marató de TV3

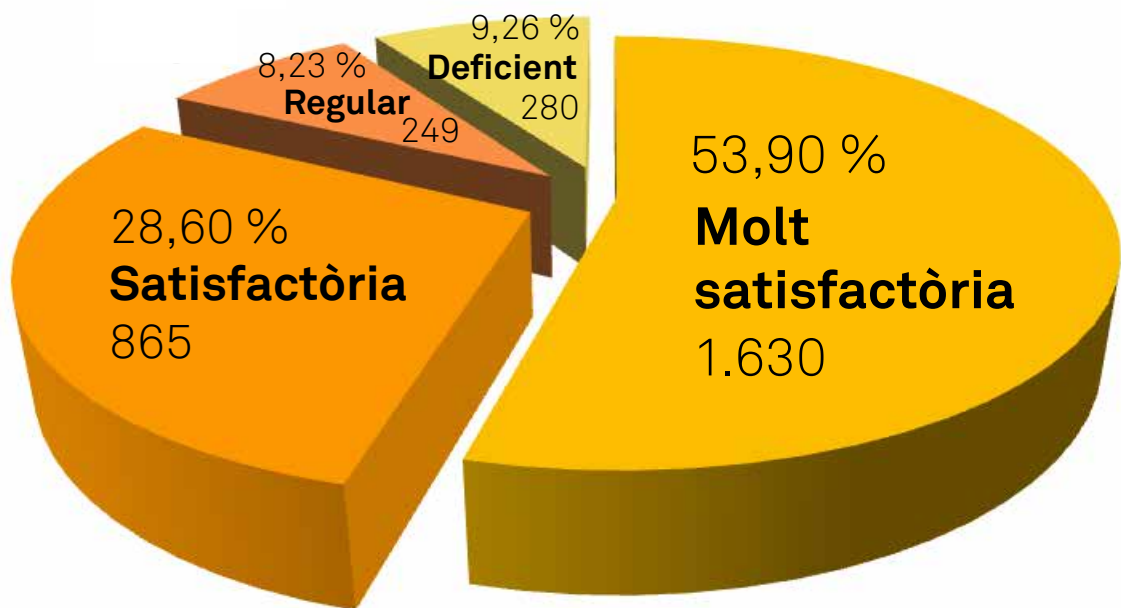
3.- Contactes web

Defensora de l'audiència		Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
		664	11,18
		664	11,18
Televisió de Catalunya	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	13.332	9,66
	Queixa	2.171	10,87
	Agraïment	361	7,50
		15.864	9,78
Grup d'Emissores CR	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	2.888	11,16
	Queixa	372	12,58
	Agraïment	116	8,19
		3.376	11,21
Fundació La Marató TV3	Tipologia	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
	Consulta/Comentari	1.364	4,33
	Queixa	71	4,39
	Agraïment	27	2,89
		1.462	4,31
TOTAL		21.366	9,67

El Servei d'Atenció a l'Audiència de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals s'ha anat consolidant dia a dia fins arribar a convertir-se en un important canal de comunicació entre Televisió de Catalunya i el Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio i els espectadors i els oients. Amb les xifres a la mà, s'ha de destacar que, tal com es detalla més endavant, el percentatge més alt de comunicats rebuts (un 82,53%) correspon a les consultes de diversa índole, per la qual cosa es pot dir que la majoria dels contactes són de tipus informatiu i de consulta.

4.- Valoració de la resposta web

Total	3.024	100,00%
-------	-------	---------



Pel que fa a la valoració final del servei a través de www.ccma.cat/atencio, es realitza mitjançant un qüestionari automatitzat que es proposa a l'audiència un cop ha rebut i llegit la resposta a les seves consultes.

Com que aquesta resposta és voluntària i no afecta la globalitat del procés, només s'han formalitzat 3.024 valoracions finals de l'atenció rebuda –sobre el total dels 21.366 comunicats gestionats per l'equip del SAA.

El 82% d'aquestes 3.024 valoracions han estat positives. I, tot i que les valoracions negatives només representen un 9,26% del total, s'hauria de remarcar que, molt sovint, l'audiència no valora com a negativa la qualitat i la rapidesa de la resposta, sinó, més aviat, el fet que no s'ajusta a allò que esperava rebre.

5.- Trucades telefòniques ateses

S'ha de destacar que l'audiència que no disposa de connexió a internet acostuma a fer les seves consultes per via telefònica.

La centraleta telefònica del Servei d'Atenció ha rebut i atès un total de 14.709 trucades al llarg del 2013, una línia d'atenció activa a través del 902 225 430 que és valorada positivament per la qualitat i la immediatesa de resposta amb una puntuació de 4,49 sobre 5.

Trucades	Total	Satisfacció (d'1 a 5)
Televisió de Catalunya	9.774	4,48
Super3	3.564	4,42
Catalunya Ràdio	1.193	4,49
La Marató de TV3	111	4,62
Esport3	67	4,53
TOTAL GENERAL	14.709	4,49

6.-

Rànquing dels 10 programes de
Televisió de Catalunya amb més
comunicats rebuts

Programa	Agraïment	Consulta Comentari	Queixa	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
Els matins	12	593	137	742	14,36
Espai terra	5	480	184	669	5,91
Telenotícies	10	400	176	586	10,42
La Riera	16	342	134	492	4,45
Club Super3	1	342	32	375	23,15
La partida de TV3	3	330	14	347	1,26
Divendres	9	257	57	323	4,21
Info K	34	222	21	277	7,12
30 minuts	8	225	30	263	13,02
Polseres vermelles	11	184	51	246	4,07
RESUM	109	3.375	836	4.320	9,21

El rànquing de contactes serveix per veure i valorar els programes que reben més comunicats –que, en línies generals i tret d'excepcions puntuals, acostumen a ser els de prime time i els de més durada–. L'audiència d'“Els matins” s'interessa per temes diversos, com el contingut de les tertúlies, manifestant l'opinió sobre els convidats, els col·laboradors i les seccions i, fins i tot, demanen informació sobre el vestuari de les presentadores. “Espai terra” centra la majoria dels missatges en “El joc de Catalunya”, ja sigui per verificar puntuacions o per comentar les preguntes setmanals. Els TN generen un flux de comunicats centrat sobretot a comentar les notícies o bé a opinar sobre la conveniència de determinades informacions i/o enfocaments i tractaments. “La Riera” es pot considerar un cas especial ja que una gran part dels seus seguidors opinen sobre la trama o bé demanen referències d'objectes, mobles, complements o peces de vestir que llueixen els actors. Pel que fa al Club Super3, molts comunicats estan relacionats amb els carnets de soci del club i els regals d'aniversari.

7.-

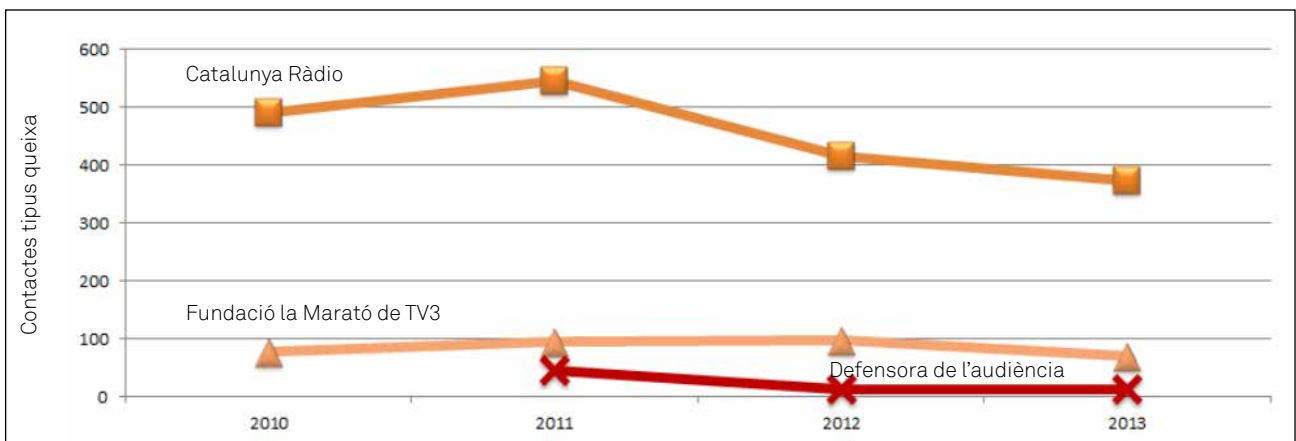
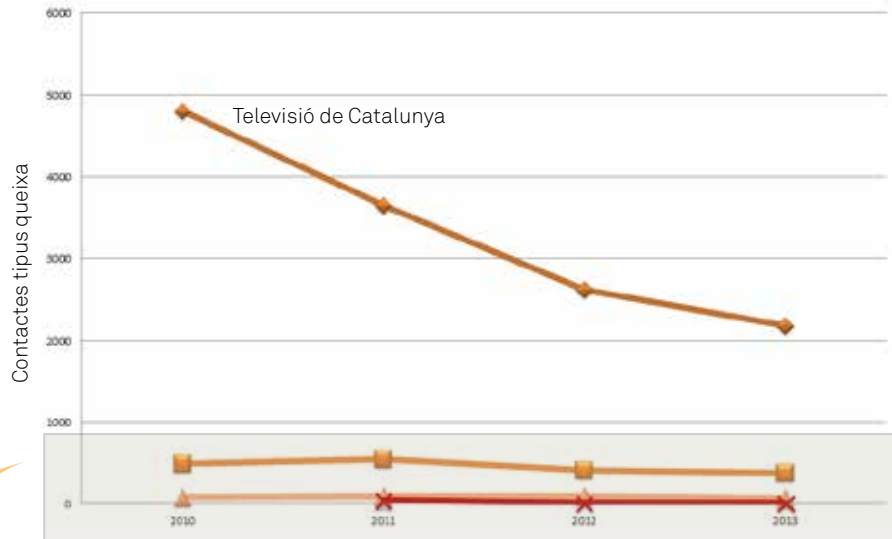
Rànquing dels 10 programes del
del Grup d'Emissores de Catalunya
Ràdio amb més comunicats rebuts

Programa	Agraïment	Consulta Comentari	Queixa	Comunicats	Temps mitjà resposta (dies)
El matí de Catalunya Ràdio	33	409	118	560	5,99
La tribu de Catalunya Ràdio	12	136	30	178	5,56
El suplement	7	118	20	145	5,93
El Cafè de la República	7	98	30	135	6,45
L'ofici de viure	4	107	5	116	20,87
La transmissió d'en Puyal	8	53	19	80	35,38
El club de la mitjanit	4	57	11	72	29,51
Els optimistes	1	45	16	62	30,17
El mirall	3	52	6	61	7,78
L'oracle	2	40	11	53	8,18
RESUM	81	1.115	266	1.462	11,10

A Catalunya Ràdio, el rànquing de contactes l'encapçalen els tres programes de més durada –“El matí”, “La tribu” i “El suplement”–, amb tota mena de consultes, des de les que emeten opinions fins a les que demanen detalls sobre els temes tractats o, fins i tot, pregunten per la possibilitat de participar-hi o bé d'assistir a l'estudi com a públic.

8.-

Evolució de les queixes rebudes en el període comprès entre l'1.01.2010 i el 31.12.2013



Durant el període comprès entre l'1 de gener del 2010 i el 31 de desembre del 2013, es pot detectar una marcada tendència a la baixa pel que fa al nombre de queixes rebudes a Televisió de Catalunya, el Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio, la Fundació La Marató i la Defensora de l'Audiència.

En el cas de Televisió de Catalunya, un descens molt marcat que passa dels prop de 5.000 comunicats l'any 2010 a una quantitat lleugerament superior als 2.000. Al Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio, el descens va dels 500 als poc menys de 400, mentre que, en el cas de la Defensora i de la Fundació La Marató, les corbes, tot i que són descendents, són menys pronunciades ja que el nombre total de queixes rebudes és molt inferior al de Televisió de Catalunya i al de Catalunya Ràdio.

9.- L'audiència a través de les xarxes socials

FACEBOOK TELEVISIÓ DE CATALUNYA

(Evolució dels seguidors)

Canal	Gener	Desembre	Creixement
TV3	2.387.367	2.765.599	17,9%
3/24	39.038	60.808	45,6%
Esport3	196.347	307.149	59%
33	140.826	171.084	25,3%
TOTAL	2.763.578	3.304.640	21,65%

FACEBOOK GRUP D'EMISSORES DE CATALUNYA RÀDIO

(Evolució dels seguidors)

Emissora	Gener	Desembre	Creixement
Catalunya Ràdio	176.641	228.575	33,8%
Catalunya Informació	2.963	3.807	33,1%
iCat	46.322	51.666	13,2%
Catalunya Música	6.787	9.095	39,2%
TOTAL	232.713	293.143	29,8%

TOTAL FACEBOOK CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS

(Evolució dels seguidors)

Mitjans	Gener	Desembre	Creixement
Televisió de Catalunya	2.763.578	3.304.640	21,65%
Grup Emissores Catalunya Ràdio	232.713	293.143	29,8%
TOTAL	2.996.291	3.597.783	22,2%

L'audiència a través de les xarxes socials

TWITTER TELEVISIÓ DE CATALUNYA

(Evolució dels seguidors)

Canal	Gener	Desembre	Creixement
TV3	716.559	845.888	29%
324	193.280	236.301	25,8%
Esport3	105.282	153.664	54,5%
33	68.106	103.603	63,2%
TOTAL	1.083.227	1.339.456	33,1%

TWITTER GRUP D'EMISSORES DE CATALUNYA RÀDIO

(Evolució dels seguidors)

Emissora	Gener	Desembre	Creixement
Catalunya Ràdio	169.362	239.878	53%
Catalunya Informació	34.998	65.522	91,9%
iCat	23.995	31.298	37,4%
Catalunya Música	4.098	6.916	84,6%
TOTAL	232.453	340.614	57,8%

TOTAL TWITTER CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS

(Evolució dels seguidors)

Mitjans	Gener	Desembre	Creixement
Televisió de Catalunya	1.083.227	1.339.456	33,1%
Grup Emissores Catalunya Ràdio	232.453	340.614	57,8%
TOTAL	1.315.680	1.680.070	37,5%

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 2013 donen un 22,2% d'augment de seguidors de Facebook, amb una xifra total anual de 3.597.783 persones registrades a la xarxa, i els usuaris de Twitter s'han incrementat un 37,5%, amb un total de 1.680.070 seguidors.

L'increment més alt l'han marcat els seguidors de Twitter de Catalunya Informació, amb un increment del 91,9% al llarg de l'any.

Els temes que més han interessat l'audiència

10.-

La majoria de comunicats rebuts al Servei d'Atenció a l'Audiència són consultes sobre els continguts que s'han emès als canals de televisió i ràdio, sol·licituds d'informació sobre com trobar àudios i vídeos, com recuperar informacions concretes, referències de cançons, sintonies, i noms o contactes per localitzar convidats.

Destaquem a continuació altres qüestions que també han generat opinió.

10.a. Programació: informatius, esports i programes

INFORMATIUS



TELENOTÍCIES

Els espais informatius continuen sent un dels principals focus generadors de comunicats de l'audiència. En caràcter general, les comunicacions dels espectadors se centren en dos grans àmbits: el de l'opinió i el del desig. D'una banda, manifesten la seva opinió en referència a determinades informacions emeses opinant que es podrien oferir de manera diferent o amb un enfocament distint al realitzat i, de l'altra, demanant allò que voldrien veure i no veuen. En alguns casos, les queixes fan referència a un informatiu en concret i no es té en compte que la informació s'ofereix al llarg de 24 hores, en canals diversos i franges horàries diferents.

Els temes que més han interessat l'audiència

Temes com el nomenament del papa Francesc, el fitxatge de Neymar, les inundacions a la Vall d'Aran o la cobertura informativa de l'11-S s'han anat convertint al llarg de l'any en els principals generadors d'opinió. També destaquen les felicitacions per la manera com es van donar les informacions referides a l'accident ferroviari de Santiago de Compostel·la.

Altres aspectes que també han centrat l'atenció són els que fan referència als criteris lingüístics, als canvis en les traduccions de les insercions de les declaracions als telenotícies, passant de la traducció oral (que s'ha traslladat al segon canal d'àudio) a la subtitulació, i al fet que els esports ocupen una part massa important del temps dedicat a la informació.

També es reben propostes demanant que es facin gestos a favor de la cultura presentant als telenotícies les informacions culturals abans que els esports.

PORTAL 324.CAT

Al portal 324.cat, una preocupació de l'audiència és saber com es controlen i moderen els comentaris de les xarxes socials. S'explica a l'audiència que tots els comentaris passen una moderació prèvia per part dels subdirectors de cada franja horària i es validen d'acord amb les normes d'ús, la qual cosa justifica els retards ocasionals en la publicació. Pel que fa a les xarxes socials, i tenint en compte el volum dels comentaris, no hi ha moderació prèvia i s'eliminen a posteriori els missatges insultants o que no compleixen les normes.

Apunten també que seria molt enriquidor que totes les informacions anessin acompanyades d'enllaços de vídeo.

Els temes que més han interessat l'audiència

PROGRAMES DOCUMENTALS I DE REPORTATGES

Pel que fa a programes de reportatges com “30 minuts”, “60 minuts”, “Valor afegit” o “Sense ficció”, la tònica general dels comentaris manté una línia semblant a la dels TN amb alguns reportatges que creen debat i opinió, pel propi contingut en si o per la temàtica tractada, com podria ser el cas d’“American Jesus”, dedicat als cristians evangèlics dels Estats Units, els especials informatius sobre les cerimònies d’anunci del conclave i l’elecció del nou pontífex de l’Església catòlica; “Adéu, Espanya”, “Hola, Europa”, “Autoescola per internet”, “Terra cremada” o el que es va centrar en la cooperativa de Guissona.

També es manté –i fins i tot augmenta– la tònica general d’altres anys de demanda de còpies de determinats reportatges per utilitzar-los com a exemple o reforç en l’àmbit docent, la qual cosa dóna una idea dels valors i la qualitat dels treballs emesos.

INFORMATIUS

CATALUNYA INFORMACIÓ

A Catalunya Informació, la incorporació de “L’informatiu del matí” dels caps de setmana al programa “El suplement” provoca opinions contraposades. S’emet la primera mitja hora simultàniament a Catalunya Ràdio i a Catalunya Informació i, a partir de dos quarts de nou, la programació torna a ser independent: a Catalunya Informació continua el programa informatiu i, a Catalunya Ràdio, “El suplement” ofereix una tertúlia d’actualitat.

L’audiència manifesta disconformitat amb el fet que alguns blocs informatius de matinada s’emetin enregistrats. S’explica a l’audiència que s’ofereixen reemissions dels espais informatius temàtics de la jornada i dels blocs informatius enregistrats de matinada amb la informació actualitzada fins a aquella hora. Cal destacar, però, que en tot moment es disposa de la capacitat de recuperar l’emissió en directe si l’abast de les informacions ho requereix, per actualitzar el contingut de les notícies que evolucionen durant la nit.

ESPORTS

Els esports concentren un important nombre de comunicats i hi ha espectadors que no entenen el fet que s'emetin esdeveniments esportius per TV3 si existeix un canal temàtic específic: Esport3.

Programes com “Efectivament” i “Esportclub”, pel contingut i la temàtica, desporten passions entre els seguidors dels clubs esportius, i fins i tot generen discrepàncies o controvèrsies –com la que va propiciar la difusió d'un reportatge en el programa “Esportclub” en què, metafòricament, es volia posar de manifest certa duresa física d'alguns jugadors del Reial Madrid en un partit contra el F. C. Barcelona.

La no emissió dels minuts finals de la retransmissió del Campionat de Catalunya de Patinatge Artístic de Grups Xou també va provocar protestes.

Una queixa generalitzada i habitual és la poca atenció que es dedica als esports minoritaris (futbol americà, esquí de fons, patinatge, boxa, etc.) i l'excessiva presència del futbol, sobretot del Barça, per damunt d'altres disciplines i equips.

Algunes queixes puntuals fan referència a qüestions generals de tipus masculista que afecten el món del futbol i que es reflecteixen, segons comenten els espectadors, en promocions de programes i en comentaris dels presentadors.

Les retransmissions de la Fórmula 1 també centren l'atenció dels espectadors ja que consideren que l'equip pren massa partit a favor o en contra de determinats pilots.

A causa de la durada i la repercussió, la retransmissió dels mundials de natació va provocar tota mena de comentaris: felicitacions pel nivell de les retransmissions i valoracions a favor i en contra dels comentaristes i dels comentaris.

ESPORTS

Seguidors del R. C. D. Espanyol es queixen sovint de la discriminació que pateix el seu equip en comparació amb el F. C. Barcelona. Des del SAA, s'explica que, per tal de facilitar més informació, Catalunya Ràdio complementa les retransmissions amb espais previs i posteriors als partits i que, en aquest cas concret, les coincidències horàries entre els partits del F. C. Barcelona i del R. C. D. Espanyol, han estat mínimes, ja que només n'hi ha hagut 4 en un total de 38 jornades. Quan això passa, els partits s'emeten de manera íntegra a través de l'APP per a tauletes i mòbils que des de fa un any permet seguir les retransmissions de l'Espanyol amb una prèvia i un postpartit amb totes les declaracions: <http://www.catradio.cat/mobils/aplicacions.htm>

De la mateixa manera, en el cas del derbi català, les transmissions es fan també a través de l'APP amb l'equip habitual per tal de diferenciar-les de les transmissions dels partits del F. C. Barcelona, mantenint d'aquesta manera la personalitat concreta de l'aposta que la CCMA ha fet envers el R. C. D. Espanyol.

Es continua informant de la creació, ara fa dos anys, del Trofeu Dani Jarque, que premia el millor jugador de l'Espanyol de cada temporada, com a mostra de la dedicació informativa i de difusió del R. C. D. Espanyol per part de Catalunya Ràdio.

PROGRAMES

L'apartat de programes genera un gran nombre de comunicats del qual només un 10% del total són queixes. Com és habitual, programes com “Els matins” i “Divendres” centren la màxima concentració de comunicació i, en aquest sentit, els espectadors fan comentaris, entre altres coses, sobre la presència dels participants de les tertúlies i les seves opinions.

Com ja és habitual, l'humor, la seva concepció particular en el desenvolupament dels programes, les interpretacions de l'audiència i les sensibilitats diverses també generen discrepància d'opinions.

L'audiència ens demana rigor: detecta errors científics puntuals a “Boscós” i a “Caçadors de bolets”, reclamen explicacions sobre l'exactitud de les preguntes i les classificacions a “Espai terra” i comenten les opinions del jurat del programa “Oh happy day”.

La sèrie “Polseres vermelles” provoca polèmiques per algunes de les trames argumentals i, en un altre nivell d'interacció, hi ha espectadors que detecten perfils falsos dels protagonistes a les xarxes socials.

El Grup d'Atenció Primària d'Abordatge del Tabaquisme reclama l'atenció de la Defensora envers la presència d'alcohol i de tabac en les sèries de ficció.

La sèrie “La Riera” concentra un gran nombre de comunicats que volen intervenir en la trama o que demanen peces de roba, mobiliari o complements que apareixen en les escenes.

Queixes recurrents en referència a la manca de paritat i a la manca d'atenció a les persones amb discapacitat.

Els temes que més han interessat l'audiència

Es reben comentaris sobre una excessiva frivolitat i la presència de tertulians i col·laboradors que l'audiència considera poc rigorosos en alguns programes.

Un cas puntual és el que van protagonitzar els treballadors i els sindicats de Ferrocarrils de la Generalitat, que es van queixar a la Defensora de la imatge que es donava d'ells a la sèrie "Família.cat". Es van revisar i modificar tots els capítols i se'n van eliminar els elements que podien identificar els protagonistes de la sèrie amb aquest col·lectiu.

Alguns espectadors fidels a determinats programes culturals expressen el seu descontentament per la no emissió de programes com "Òpera en texans", "L'hora del lector", "Karakia" i "Millennium".

Apunten que seria bo que els programes infantils admetessin la subtitulació en anglès, un suggeriment que ja es va tenir en compte implementant aquesta millora en la programació habitual. En aquesta línia, s'ha de dir que, històricament, Televisió de Catalunya ha ofert aquesta opció: l'any 2005, es va emetre la sèrie "Les tres bessones" en anglès; l'any 2009, es van emetre sèries com "La casa de la Dani", "Agents secrets", "Noies enamorades" i "La missió dels Maddigans" subtitulades en anglès, i fins a l'any 2014 s'ha emès "Wordgirl". Tot i això, s'ha de destacar que les sèries programades al canal Super3 es poden seguir sempre, en sistema dual, en l'idioma original.

PROGRAMES

El programa “El matí de Catalunya Ràdio” concentra un alt nombre de comunicats que opinen sobre els continguts del programa. No agraden les activitats professionals de Manel Fuentes fora de l'àmbit de Catalunya Ràdio i, quan anuncia que deixa el programa, arriben comentaris de signe divers.

Mònica Terribas es fa càrrec del programa; es reben tot tipus de comentaris i es generen noves expectatives.

Pel que fa al programa “Els optimistes”, les exigències de l'audiència se centren a demanar més cura i més correcció en el llenguatge emprat, una opinió que també es fa extensiva a “La tribu”. Tots dos equips implementen la millora suggerida per la Defensora des del Servei d'Atenció.

Els oients del programa “El suplement” opinen sobre els temes tractats i la relació de la conductora amb els convidats. En aquesta mateixa franja horària, una proposta reiterada és que “Tàpias variades” torni a ser un programa independent.

Els oients fidels d’“El cafè de la república” expressen el seu descontentament per la reducció de la durada del programa.

En un àmbit més general, es reben comentaris i opinions diverses al voltant de la vaga dels treballadors del Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio el dia de Sant Jordi.

L'arxiu sonor de Catalunya Ràdio facilita el testimoni de trajectòries professionals, com ha estat el cas del documentalista de Lluís Llach, que ha demanat la llista de tot el material que hi ha a l'emissora sobre el cantant per tal de bastir la seva base de dades.

Els temes que més han interessat l'audiència

CATALUNYA MÚSICA

Valoracions positives i felicitacions a l'emissora per a professionalitat i el nivell de la programació.

Alguns oients opinen sobre l'estil de determinats programes de Catalunya Música que fragmenten les obres i fan comentaris de massa durada sobre compositors o intèrprets.

ICAT.CAT

Es continuen rebent queixes sobre el fet de retirar les emissions de l'FM i traslladar-les exclusivament a internet.

També s'interessen per una funcionalitat que permet saber quina cançó ha sonat i quina ha de sonar –i que no troben al nou web.

10.b. Canals i cobertura



El flux d'informació rebut al SAA permet detectar i solucionar amb la màxima immediatesa i precisió problemes de cobertura puntuals que no sempre seria possible detectar si no fos per l'avís concret i específic dels afectats. Es pot parlar de casos concrets, sempre puntuals i motivats per causes diverses: Sant Celoni, la Floresta, Breda, la Vall de Boí, Menorca, el Montseny, el Berguedà o el Maresme.



Un incendi al repetidor de Collserola va provocar que les emissions de ràdio tinguessin una baixada de qualitat i dificultats en la recepció de les emissores del grup, fet que va desencadenar un significatiu nombre de comunicats durant el temps que es va trigar a solucionar la incidència. El mateix que va passar amb uns problemes de recepció a Eivissa a causa d'una avaria.

Els usuaris del túnel de Parpers detecten que no se sent l'emissora al seu interior, i els seus avisos permeten solucionar la incidència tècnica.

10.c. Mitjans digitals



En aquest apartat, a banda dels comunicats que fan referència a l'ús concret i a la recerca de material, també es reben comunicats que incideixen en les dificultats per utilitzar la web, que, en general consideren que està poc actualitzada pel que fa a facilitat d'ús i és poc àgil. Un comentari recurrent és, també, la presència de publicitat en les descàrregues.



El gruix de consultes rebudes giren al voltant de diversos tipus de dificultats a l'hora d'escoltar les emissores, ja sigui per internet o bé a través de les aplicacions mòbils. La majoria d'aquestes incidències estan motivades per qüestions com la manca d'actualitzacions o els problemes de connexió per part dels usuaris, i no van lligades al servei que s'ofereix des del Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio.

L'audiència proposa dos suggeriments: disposar d'una aplicació que apagui la ràdio de manera automàtica i dedicar un dels canals del Grup d'Emissores de Catalunya Ràdio a la música infantil.

En aspectes més concrets, gràcies als oients es detecta i se soluciona una incidència per accedir a sentir els àudios de les cançons participants al Premi Cerverí.

En un àmbit més general, comencen a arribar missatges que demanen si seria possible fer podcasts amb menys pes –per no esgotar les tarifes i guanyar immediatesa.

10.d. Menors



El programa “Info K”, arran de la cobertura de la Via Catalana de l’11 de setembre del 2013, va ser objecte de polèmica, tot i que el SAA només va rebre 16 comunicats en relació amb aquell fet: D’aquells 16 comunicats, 5 van ser queixes i 11 van ser mostres de suport a l’equip del programa per la feina i la trajectòria de l’“Info-K”. Els comunicats de queixa, van ser enviats per persones que es referien al programa pel que n’havien llegit a la premsa, no per haver-lo vist per televisió.

Pel que fa les queixes, a la resposta inicial que es va donar i que explicava i documentava els motius –l’estructura habitual del programa, la presència de les declaracions dels nens opinant sobre temes d’actualitat–, el pluralisme i els antecedents d’aquesta informació concreta, s’hi va sumar després una resolució del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (CAC) avalant el treball dut a terme per l’equip del programa i la manera de fer-lo, fent constar que “en la notícia analitzada no s’aprecia una vulneració del marc normatiu que empara els drets de la personalitat jurídica del menor”.

Les pel·lícules també són, habitualment, motiu de consultes. D’una banda –i, sobretot, en èpoques de vacances–, fan referència a l’emissió de pel·lícules infantils en horaris nocturns. En aquests casos, la resposta que reben els espectadors està relacionada amb la disponibilitat dels drets i dels horaris d’emissió que afecten determinades pel·lícules de gran difusió. Aquestes pel·lícules es poden identificar com a programació dirigida al públic familiar –que, en períodes de vacances, inclou també els nens a partir dels 7 anys.

Els temes que més han interessat l'audiència

També hi ha comunicats que exposen que algunes pel·lícules mostren escenes o continguts poc adients per a nens, però cal dir que Televisió de Catalunya ha respectat la normativa de l'horari protegit i la classificació per franges d'edat en la programació de les pel·lícules citades pels espectadors. En aquesta mateixa línia, es pot parlar de les falques de promoció de determinades pel·lícules, que en alguns casos han arribat a molestar la sensibilitat d'alguns espectadors i així ho han manifestat. En aquests casos concrets, s'informa l'audiència que les classificacions segueixen la legislació vigent i que TV3 sempre programa respectant les franges definides d'horari protegit.

D'altra banda, alguns espectadors consideren que programes com "APM", "Polònia" i "ZZ" són una mala influència per als menors.

També s'han rebut comentaris sobre la sèrie de dibuixos "Tom i Jerry", que es considera violenta, sexista i racista.

D'altra banda, la CECOT es queixa de la imatge d'empresari que presenta el Club Super3 amb el personatge del senyor Pla.

Es demana cura en el llenguatge i les expressions al llarg de tota la programació del Canal Super3.

Els temes que més han interessat l'audiència



L'audiència ens comenta que li agradaria que el fet d'escoltar la ràdio es pogués convertir en una activitat familiar compartida amb els seus fills menors d'edat i, per això, ens demana si es podria tenir més cura a l'hora de parlar de temes sexuals en horari de tarda, ja que, en ocasions, tenen problemes per explicar als seus fills determinats conceptes i comentaris que s'exposen al programa "La tribu de CR". El Servei d'Atenció ho comunica a l'equip, tenint en compte que, a banda del que marca el "Llibre d'estil de la CCMA", les emissions de ràdio no tenen franges regulades com a horari de protecció infantil.

El programa va recollir aquestes indicacions i les ha corregit atenent les observacions dels oients.

10.e. Llengua



Un dels temes tractats al llarg de l'any –i que dóna una idea de la complexitat del servei i de la concepció transversal que afecta tots els departaments dels mitjans de la CCMA i el contacte amb institucions i particulars– és una petició de la Mesa per a la Diversitat, que considerava rebutjable i pejoratiu el terme “subsaharià/ana” utilitzat als informatius. Després de diverses consultes, s'arriba a la conclusió que l'accepció del terme recollida al DIEC (“adj. [LC] [GG] Relatiu o pertanyent a la part d'Àfrica situada al sud del Sàhara”) és la correcta, que indica una situació geogràfica global, ja que engloba tot el continent més enllà de procedències específiques, i que en cap cas té connotacions pejoratives o discriminatòries. A partir d'aquesta resposta i de la documentació aportada per la Defensora, la comissió de seguiment del “Llibre d'estil de la CCMA” ha continuat treballant en aquest tema per estudiar les possibilitats de millora.

Les queixes relacionades amb la llengua i les errades lingüístiques (justificades o no) són freqüents. Generalment, van dirigides en dues línies: d'una banda, incorreccions dels conductors, presentadors, convidats i tertulians –ja siguin translacions errònies del castellà, barbarismes o pronuncies defectuoses, o ús d'expressions i vocabulari grollers o poc adients– i, de l'altra, les faltes d'ortografia o errades d'escriptura que apareixen de vegades en portals, subtítolacions o notícies escrites, que afecten tots els canals i espais. No es té en compte l'ús informal; les queixes es basen en el registre formal, i sempre es trasllada a l'audiència la necessitat d'adequar el registre lingüístic al context.

Hi ha comentaris relacionats amb el fet que cada vegada s'utilitzen més termes anglesos, quan TV3 es va crear per fomentar l'ús del català.



A la ràdio, es repeteix sovint el patró detectat a TV3 pel que fa als conductors i col·laboradors, i també apunten algunes suposades incorreccions (que no sempre ho són) en falques, anuncis i programes enregistrats.

10.f. Publicitat



La publicitat és també un dels focus d'atenció habituals per part de l'audiència. Una de les argumentacions recurrents és el fet que s'hagi detectat un augment de la publicitat emesa a TV3 en castellà, cosa que no agrada gens a l'audiència. En aquest sentit, s'ha de dir que el percentatge de publicitat en castellà de l'any 2012 va ser del 8,91%, mentre que el del 2013 ha pujat poc menys d'un punt, fins a arribar al 9,79% del total emès.

D'altra banda, alguns dels anuncis emesos al llarg de l'any als canals de ràdio i televisió de la CCMA han despertat sensacions de rebuig en alguns espectadors o han generat consultes sobre els horaris d'emissió; també se n'ha dit que poden suggerir el foment de modes i/o costums. Totes les opinions i les crítiques es comuniquen a les empreses anunciants perquè les valorin i les tinguin en compte.

Una queixa recurrent fa referència a la publicitat que apareix als portals, a la pàgina web o a les aplicacions mòbils. Troben que és massa constant i invasiva. La resposta facilitada des del Servei d'Atenció explica a l'audiència el finançament mixt –públic i privat– de la CCMA, que afecta tots els seus canals i portals, i la necessitat de comptar amb patrocinadors que permetin sostenir econòmicament el cost del sistema de descàrregues i de podcast.

El SAA rep demandes d'informació puntuals sobre productes o serveis que apareixen en anuncis de les emissores.

10.g. Fundació La Marató de TV3



Com ja és habitual, la pròpia personalitat del projecte de La Marató de TV3 comporta que l'activitat del SAA es centri en dues èpoques concretes. D'una banda, els mesos previs a l'emissió del programa, amb tota la dinàmica de testimonis; el disc, el voluntariat, les activitats populars i les iniciatives personals i col·lectives plenes de solidaritat, de sentiment i d'emocions. Després del programa, destaquen les qüestions derivades dels donatius i la campanya de la declaració de la renda, amb la sol·licitud dels corresponents certificats de retenció. Comunicats que reflecteixen històries d'interès humà i que també fan un seguiment de la realitat propera, com els que reclamen amb insistència l'atenció a determinades malalties, sobretot aquelles patologies considerades minoritàries.

També s'ha de destacar el fet que la Fundació La Marató de TV3 i el programa "La Marató" centren molts treballs escolars i universitaris.

Atenció a l'Audiència



CATALUNYA
RÀDIO



Fundació
La Marató de TV3