



**Servei d'Atenció als Espectadors,
Oients i Usuaris de la CCMA**

INFORME TRIMESTRAL

(de 1 d'octubre al 31 de desembre del 2007)

ÍNDEX

1.	Introducció.....	3
2.	Contactes rebuts	4
2.1	Per empreses	4
2.2	Per canals d'entrada.....	4
2.3	Per empreses i canals d'entrada.....	5
2.4	Per tipologies	6
2.5	Per empreses i tipologies.....	7
3.	Temps mitjà de resposta.....	13

1. Introducció

El Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient (SAEO) de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) ha rebut 13.935 contactes al llarg del quart trimestre del 2007, que fan pujar fins a prop de 55.000 els contactes rebuts l'any 2007 i fins a 68.000 els contactes rebuts des de la posada en marxa del SAEO, el 9 d'octubre del 2006.

Ens mantenim, doncs, ens unes mitjanes que superen els 13.500 contactes trimestrals i els 4.500 mensuals. Un volum de comunicació que ens permeten conèixer de primera mà i dia a dia les inquietuds del nostre públic i que per això mateix es traslladat puntualment als equips de direcció i als responsables de programes i serveis. Són xifres que palesen una clara mostra de confiança i que agraïm en tant que servei públic que té entre les principals missions la seva millora constant.

El 2007 és el primer any natural de funcionament del SAEO. Han estat dotze mesos intensos, caracteritzats d'una banda per la implantació d'una nova manera de relacionar-nos amb les respectives audiències i de l'altra, per la implementació del servei d'atenció en les nostres respectives empreses. Sabem que hem de millorar, però també és cert que estem més prop dels objectius que perseguim: aproximar-nos encara més al nostre públic, augmentar-ne la relació i fer que aquesta sigui cada dia més fàcil, més àgil i més útil.

Respecte de les dades de l'últim trimestre de l'any, cas destacar que més del 50% dels contactes rebuts són consultes, bàsicament sobre una gran diversitat de temàtiques relacionades amb els continguts de la nostra programació i amb els nostres serveis.

Un indicador que ens plau destacar de nou és l'augment de la interactivitat, tant a la televisió com a la ràdio i amb dos protagonistes destacats: el caràcter interactiu dels contactes rebuts pel programa *Polònia* i la quantitat d'hores de ràdio descarregades d'internet, qüestions que registren una pujada dels contactes adreçats al SAEO.

Altres indicadors del tancament de l'any són la constatació de la bona rebuda per part de l'audiència de les estrenes de tardor, tant en la ràdio com en la televisió, i el gran volum de contactes rebuts pels programes informatius i generats per l'actualitat.

Finalment, cal deixar constància que el Club Súper3 està integrat des del passat mes d'octubre a l'atenció telefònica del Servei d'Atenció mitjançant el nostre telèfon de contacte 902 22 5430.

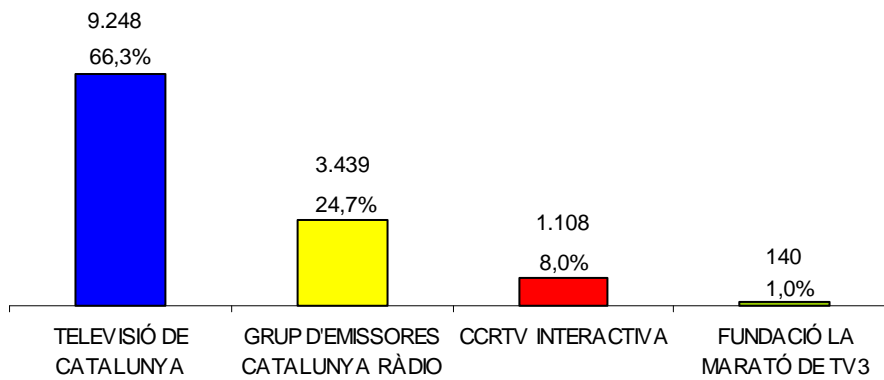
Joan Marí

Coordinador Corporatiu del Servei d'Atenció

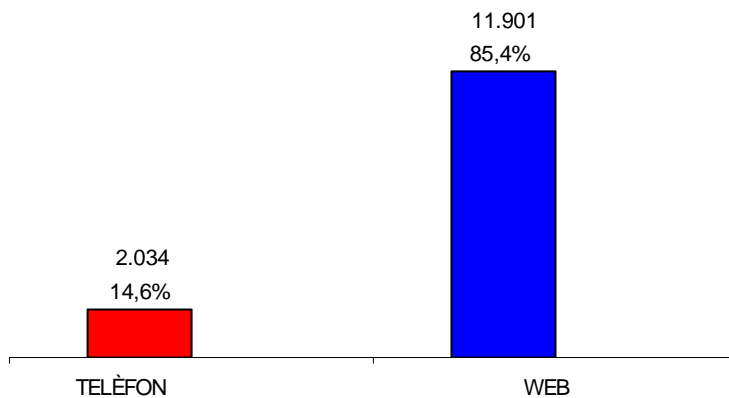
2. Contactes rebuts

Total de contactes rebuts: **13.935**

2.1 Per empreses

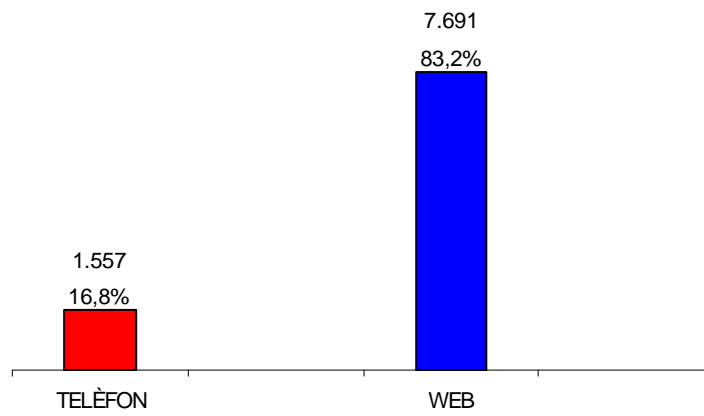


2.2 Per canals d'entrada

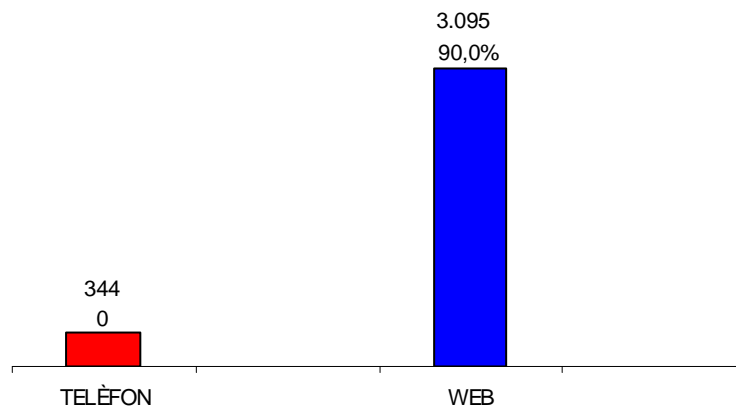


2.3 Per empreses i canals d'entrada

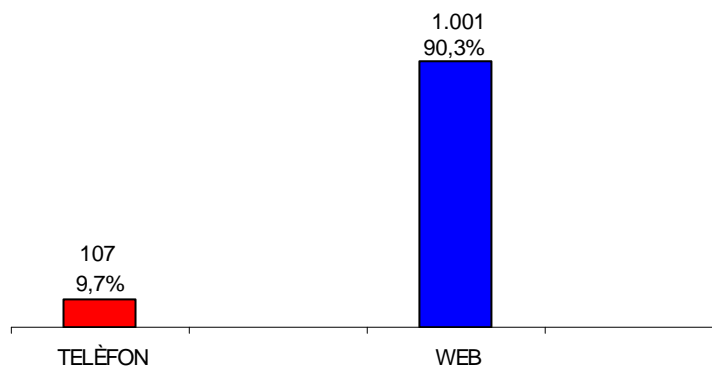
TELEVISIÓ DE CATALUNYA



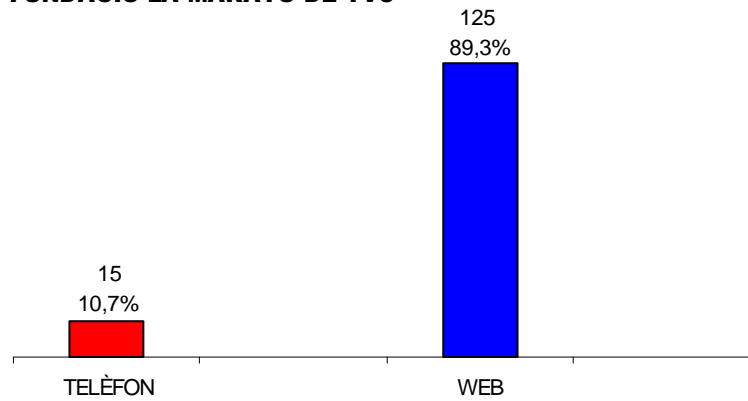
GRUP D'EMISSORES CATALUNYA RÀDIO



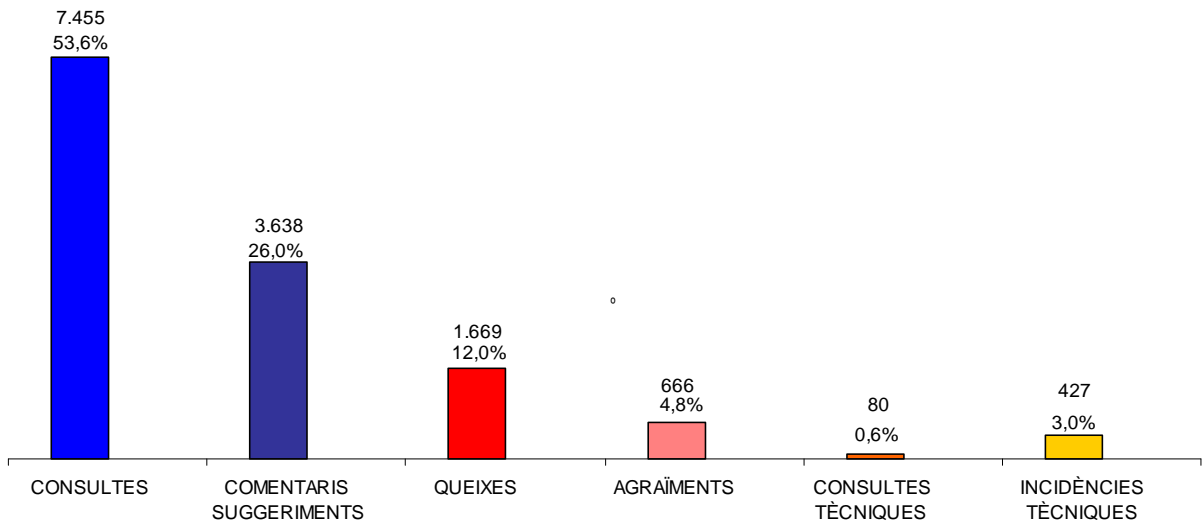
CCRTV INTERACTIVA



FUNDACIÓ LA MARATÓ DE TV3

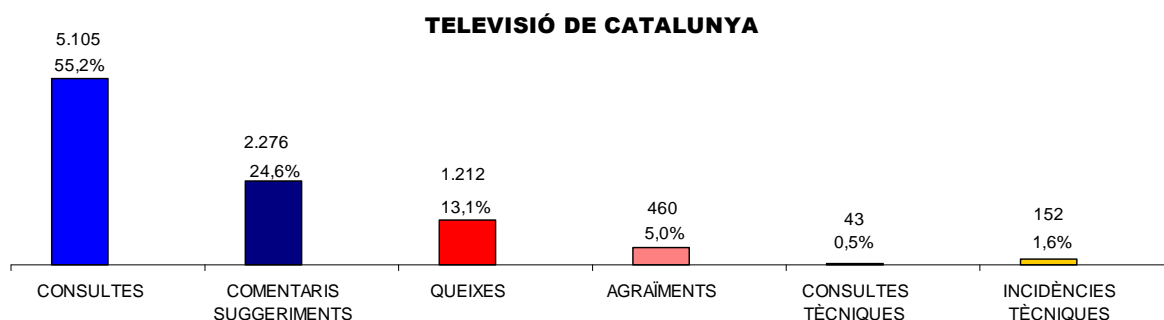


2.4 Per tipologies



2.5 Per empreses i tipologies

2.5.1. Dades i observacions sobre Televisió de Catalunya



Els programes més contactats del quart trimestre del 2007 han estat *Polònia*, *El club*, *Els matins*, *La cuina de l'Isma*, *Porca misèria* i *El cor de la ciutat*.

Polònia lidera l'interès pels programes d'entreteniment

Tres programes de l'àrea d'Entreteniments de Televisió de Catalunya (TVC) estan situats entre els que més consultes reben, dos pertanyen a l'àrea de Dramàtics i un als Serveis Informatius.

Polònia i *El club* representen el 20% del total de missatges rebuts. Els seguidors de *Polònia* continuen sent els espectadors més interactius i utilitzen el Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient (SAEO) amb molta assiduitat (prop de 1.000 contactes des de l'1 d'octubre fins al 31 de desembre, i això representa el doble de consultes respecte al trimestre anterior). Proposen nous gags per als personatges habituals i demanen la incorporació de noves caricaturitzacions, especialment de representants polítics. El programa també rep moltes comunicacions d'agraïment i d'ànim cap als actors.

El nivell de contactes d'*El club* i *Els matins* consoliden aquests dos programes com els magazins de referència de la programació de TVC i també entre els usuaris del servei, que demanen que se'ls amplii la informació sobre els continguts dels temes exposats. El tractament de l'actualitat que s'hi fa també genera un feed back constant amb els espectadors que proposen temes, expressen la seva opinió, expliquen les seves experiències i els utilitzen, sobretot *Els matins*, com a caixa de ressonància de denúncies de situacions personals o de fets externs.

Encara en l'àmbit informatiu, el servei ha detectat un important increment dels contactes dels seguidors de l'informatiu juvenil *Info K* que suggereixen temes, demanen més informació sobre les qüestions tractades i ofereixen, fins i tot, les seves escoles perquè s'hi facin activitats o es faci difusió de les que ja s'hi fan (castanyada). Del total de comunicacions rebudes, el 15% són agraïments pel programa.

La coincidència en aquest trimestre de dos esdeveniments amb un seguiment massiu com *La Festa dels Súpers* (celebrada els dies 27 i 28 d'octubre a l'Anella Olímpica de Montjuïc amb l'assistència de 360 mil persones) o *La Marató de TV3* generen sempre molta interactivitat amb el Servei d'Atenció. Tot i que El Club Super3 té el seu propi servei d'atenció a través del correu electrònic, molts dels seus seguidors s'han adreçat al SAEO per demanar la descentralització de *La Festa dels Súpers* que, des de la seva primera edició l'any 1996, s'ha celebrat a Barcelona. Des del servei s'ha respost que la ciutat ofereix un sistema d'infraestructures i d'accessos més adients per acollir amb garanties el gran volum de gent que mobilitza aquest acte, tot i que no es descarten altres ubicacions per a edicions posteriors.

El públic adolescent que accedeix al servei a través del 3xl.cat fa bàsicament consultes sobre l'emissió de sèries com *One Piece*, *Detectiu Conan*, *Beverly Hills* o *Inuyasha*. També consulten sobre els guanyadors dels concursos o com aconseguir entrades per al Saló Manga o Port Aventura.

Molts pares demanen que *No em ratllis!*, que emet TV3 els dimecres a les 21.45, torni a l'emissió dels divendres perquè els nens el puguin veure.

D'altra banda, *La cuina de l'Isma* continua sent una referència constant al SAEO malgrat que es tracti d'una reeemissió del programa. Els espectadors continuen enviant una gran quantitat de consultes sobre receptes i mostren també el seu desconcert perquè troben que la web no està actualitzada i no hi poden trobar la informació.

Adéu a Porca misèria amb agraiments

La ficció, en general, continua despertant l'interès dels usuaris del servei però és la ficció de producció pròpia la que concentra el major nombre de comunicats. Després de quatre temporades i una audiència mitjana de més de 500.000 espectadors, *Porca misèria* s'ha acomiadat dels espectadors de TV3 (l'últim capítol es va emetre el 23 de desembre). Aquest final ha fet augmentar considerablement la comunicació amb el programa aquest quart trimestre i s'ha situat com la sèrie de ficció amb més contactes, amb el 45% de tots els rebuts que fan referència a la ficció pròpia.

Els espectadors s'interessen novament per l'edició en DVD de la sèrie, per fer de figurants, per saber la data de l'últim capítol i comenten diferents aspectes de les trames com, per exemple, la bona valoració que fan de la incorporació de personatges que parlen altres variants del català o el gran volum de felicitacions que han arribat pel capítol número 10 titulat *Roger Brunet 1975-2007*, emès el 25 de novembre, en què no queda clar si el Roger mor o no. Molts seguidors de la sèrie també contacten amb el SAEO per puntualitzar la categoria professional del personatge de l'Àlex Fernandez que fa d'assistent social i precisen que la feina exacta és de treballador familiar. La productora de la sèrie, Arriska, ha esmenat l'error i ha demanat disculpes. Igualment, el 25% dels missatges rebuts són agraiments per la feina dels guionistes, per la banda sonora i per l'existència de la sèrie.

De la seva banda, *El cor de la ciutat*, de la qual s'emet la vuitena temporada i *Ventdelplà*, quarta temporada, generen un bon nombre de contactes que constaten els bons nivells d'audiència que tenen les dues telenovel·les. Els seguidors d'*El cor de la ciutat* pregunten si es fan repeticions dels capítols i el dia i hora d'emissió, volen assistir al rodatge de la sèrie i, fins i tot, fer-hi de figurants. Aquest quart trimestre arriben també diversos contactes des de Llatinoamèrica interessant-se pel doblatge al castellà de la sèrie. Són consultes i comentaris fets des de l'Argentina, Mèxic, on han descobert *El cor de la ciutat* a través del You Tube, Puerto Rico i Brasil.

La coincidència del final de temporada de *Ventdelplà* (amb una audiència mitjana de 772.000 espectadors) amb aquest informe trimestral ha fet que la majoria de comunicacions rebudes hagin estat per saber el dia d'emissió de l'últim capítol i l'inici de la nova temporada, prevista per a la primavera que ve. Fins aquesta data, els seguidors més fidels proposen la reemissió de la sèrie.

També han arribat molts contactes sobre les diferents sèries de producció aliena que emet o ha emès TVC. La majoria són queixes per les alteracions en els dies d'emissió de la sèrie *The Nine* (estrenada l'1 d'agost del 2007) i per l'horari d'emissió de *Bombers de Nova York* (01.20). Argumenten que això els ha impedit seguir el fil argumental d'aquests dos programes.

Èxit en les estrenes de Salut! i Bocamoll

El volum de comunicacions que arriben al Servei d'Atenció són un bon complement als índex d'audiència a l'hora de valorar l'impacte de les estrenes. En aquest sentit, el nombre de missatges generats pel programa divulgatiu *Salut!* (estrenat el 7 d'octubre) i pel concurs sobre la llengua catalana *Bocamoll* (estrenat el 10 de desembre) avalen la bona rebuda d'aquests dos espais. Mentre que la majoria de consultes sobre *Salut!* són per demanar ampliació de la informació sanitària que es dona al programa, els missatges sobre *Bocamoll* s'interessen, bàsicament, per participar en el concurs.

Aquest trimestre també ha estat el de la consolidació de programes estrenats amb la nova temporada de tardor de TVC com *Un lloc per viure* (estrenat el 13 de setembre) o *La zona fosca* (estrenat el 18 de setembre). Els espectadors s'interessen per conèixer dades concretes dels reportatges emesos, en el cas d'*Un lloc per viure*, i per fer aportacions personals als temes tractats en el cas de *La zona fosca*, motivats pel coneixement directe del cas.

D'altra banda, els amants i els defensors dels animals han utilitzat el SAEO per deixar constància de la seva preocupació pel benestar dels animals que apareixen al reality *La masia de 1907* (estrenat el 3 d'octubre). Les comunicacions han estat nombroses i han arribat formulades com a consultes, suggeriments i queixes. Des de TVC se'ls ha informat que el programa compta amb totes les autoritzacions necessàries expedides pels departaments de Medi Ambient i d'Agricultura, Ramaderia i Pesca de la Generalitat de Catalunya, que totes les actuacions que impliquen animals s'ajusten a la legalitat, que no se'ls infringeix patiments ni incomoditats innecessaris i que en el cas de sacrificar un animal s'ha fet segons el mètode tradicional de la vida a pagès i mai no se n'han mostrat les imatges.

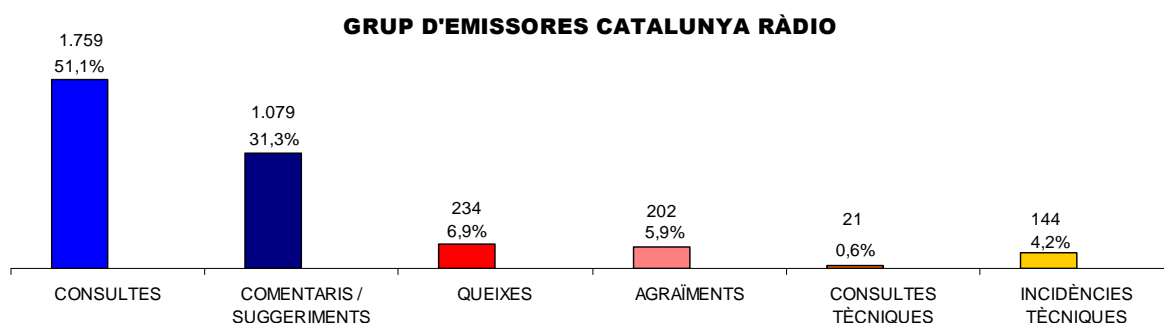
Creix la interactivitat amb els programes culturals

Els usuaris del servei s'han mostrat especialment interessats pels programes culturals, que han augmentat considerablement la seva interactivitat. Als ja clàssics *Millenium* i *Silenci?* s'hi afegixen programes com *Loops*, *Signes dels temps* i *L'hora del lector*. Es demanen aclariments o més informació sobre les qüestions tractades en el cas de *Millenium*; pregunten pel nom de determinats artistes o de cançons que apareixen a *Loops* i a *Silenci?*; l'interès per *L'hora del lector* se centra en el títol i autor dels llibres presentats i *Signes dels temps* rep bàsicament consultes per ampliar informació sobre els continguts del programa.

D'altra banda, els usuaris del SAEO aficionats als esports han reclamat la transmissió dels partits de la Selecció Catalana d'Hoquei Patins i més atenció pels esports minoritaris. També són reiteratives les queixes sobre el volum de notícies referides al Futbol Club Barcelona.

Com ja és habitual, es manté el gran nombre de comunicacions que arriben al servei per demanar còpies de diferents programes, especialment del 30 minuts i de molts documentals.

2.5.2. Dades i observacions del Grup d'Emissores Catalunya Ràdio



El matí de Catalunya Ràdio, *L'ofici de viure*, *On vols anar a parar?*, *Problemes Domèstics* i *El cafè de la República* són els programes de **Catalunya Ràdio** amb els quals han contactat més els oients.

A **Catalunya Música** destaquen *Preludi*, *Entrada Lliure*, *Tonalitats* i *Els Concerts*, i a **Catalunya Informació** les comunicacions relacionades amb els titulars i la informació, *Els reportatges* i *Espai Solidari*.

Delicatessen és el programa d'**ICat fm** que ha generat més interès també aquest trimestre.

Augmenta l'audiència a través d'internet

Continua augmentant l'abast de les emissions per internet i el nombre de descàrregues. Els webs de Catalunya Ràdio superen els 41 milions de visites en tot el 2007 segones les dades d'OJD (i això representa un increment del 39% respecte a l'any 2006) i han servit gairebé 295.000 hores d'àudio (un 95% més que el 2006). Aquest creixement també es tradueix en un augment del nombre de consultes adreçades al Departament d'Internet del Grup d'Emissores Catalunya Ràdio, GECR, a través del SAEO.

D'altra banda, al llarg d'aquests tres mesos, diverses webs d'associacions i empreses han contactat amb el servei per fer arribar peticions formals per lincar els webs dels diferents canals.

La qualitat de la publicitat i de la llengua

Els oients entenen que la qualitat de la publicitat que emet el GECR també és responsabilitat dels professionals que hi treballen. En aquest sentit, avisen d'errades lingüístiques o de contingut d'algunes falques. Aquesta preocupació pel bon ús de la llengua també s'estén a la resta de la programació. Segons el parer d'alguns oients, el GECR és un model de referència de la llengua catalana i, per aquest motiu, són molt sensibles respecte a l'ús que se'n fa.

Durant aquests tres mesos, la Unitat d'Assessorament Lingüístic del Grup d'Emissores Catalunya Ràdio i els diferents programes han rebut diversos comunicats d'oients que es queixen que, a vegades, algun locutor, entrevistador i/o col·laborador fix, no utilitza el català en el cas que el convidat, tot i ser castellanoparlant, l'entengui. Alguns d'aquests comunicats també destaquen errors de parla fruit de la immediatesa pròpia del mitjà.

L'ofici de viure i el partit Euskadi-Catalunya

Aquest trimestre s'ha confirmat la bona acollida de *L'ofici de viure*, una de les apostes de Catalunya Ràdio per a aquesta temporada. A més de participar-hi en directe durant l'emissió del programa, els oients també ho fan a través del Servei d'Atenció interessant-se sobretot pels continguts, pels convidats i suggerint temes.

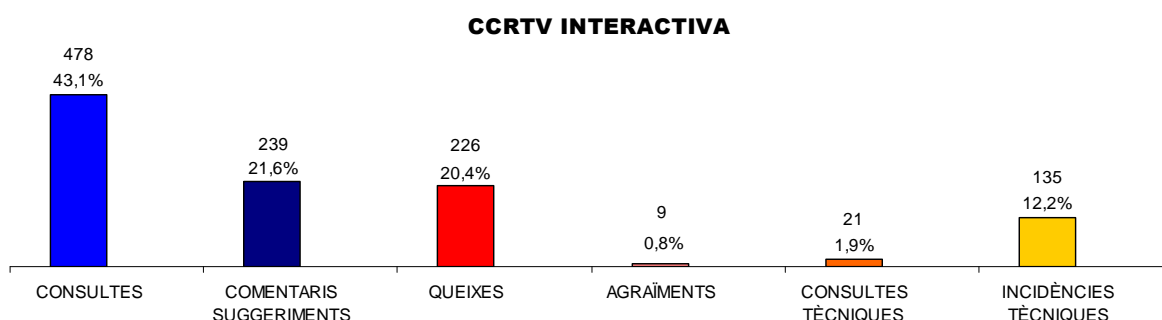
Les consultes rebudes referents a entrades de qualsevol promoció del GECR relacionada amb espectacles (teatre, concerts, etc.) o esdeveniments especials també són nombroses. La sortida a Bilbao organitzada per Catalunya Ràdio en motiu del partit Euskadi-Catalunya ha estat tot un èxit gràcies a la informació actualitzada que s'ha ofert als oients en coordinació amb el Departament d'Esports. Fins i tot es va augmentar el nombre de places que s'oferien a petició dels oients.

Oients com a font d'informació i de millora del Servei

Els missatges que arriben al servei recorden la repercussió de la feina dels professionals de la ràdio i exigeixen claredat i exactitud en els continguts emesos. Els oients corregeixen si la informació que s'hi dona és imprecisa o incorrecta, qüestionen la rellevància d'una determinada notícia dins un informatiu i el to humorístic en el tractament de determinats temes. Aquests comunicats representen un canvi respecte als rebuts els últims mesos en què es feien més precisions a la informació del trànsit i del temps.

Les comunicacions amb els oients també són una valuosa font d'informació per a la feina dels professionals del GEGR. Els que s'adrecen als Serveis Informatius en són un bon exemple: expliquen esdeveniments i problemàtiques que els són properes o denuncien fets que passen en el seu entorn més immediat. Des del SAEO es constata que aquestes informacions són utilitzades per a la realització de la feina diària dels professionals.

2.5.3. Dades i observacions sobre CCRTV Interactiva



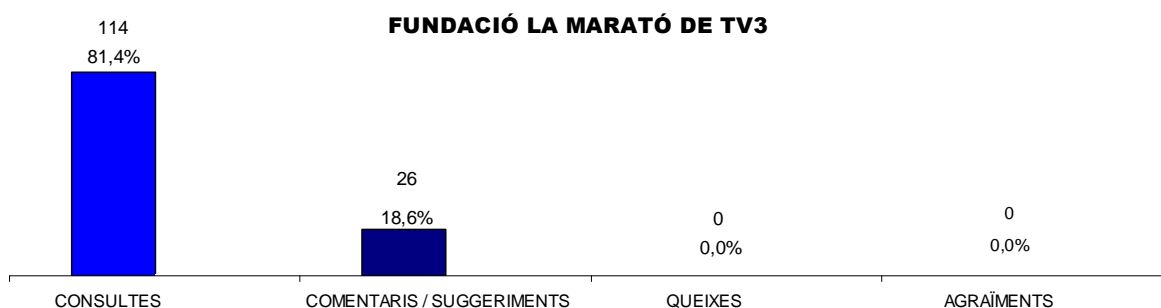
Com en anteriors trimestres el servei que ha generat més contactes ha estat el *3alacarta*. Ara bé, l'estrena del nou portal de notícies *3cat24.cat* a mitjans de desembre ha canviat aquesta tendència i l'ha convertit en el servei que més comunicats ha rebut el mes de desembre. Com ja és habitual, el portal juvenil *3XL.cat* i el portal *Elsesports.cat* també han rebut força contactes dels usuaris.

Pel que fa al *3alacarta*, els usuaris continuen fent consultes referents al seu funcionament i a com trobar continguts concrets (volen saber si estan penjats alguns programes). Una incidència el mes d'octubre, tot i que es va resoldre en pocs minuts, va generar un nombre de queixes superior a l'habitual.

L'estrena del *3cat24.cat* ha generat un volum important de comunicats, la majoria dels quals són opinions i comentaris sobre el nou portal. També s'han rebut algunes queixes, sobretot per petites incidències a conseqüència de la posada en marxa d'un producte nou.

Els noms d'usuaris i les contrasenyes dels usuaris per participar en alguns dels serveis d'*Elsports.cat*, i els comentaris i suggeriments sobre els continguts del *3XL.cat* són els motius principals de consulta amb els seus equips.

2.5.4. Dades i observacions sobre la Fundació La Marató



La celebració de *La Marató de TV3* ha fet que bona part dels contactes (24%) que s'han adreçat a la Fundació La Marató hagin mostrat el seu interès per l'esdeveniment i per qüestions relacionades amb l'organització d'activitats populars en suport de *La Marató de TV3*. El segon tema en importància, que representa el 20% dels missatges, fa referència al voluntariat de *La Marató de TV3* i un tercer bloc important, que correspon al 17% del total dels comunicats, agrupa propostes de malalties per a l'edició del 2008 o aspectes referits a la convocatòria de propostes de malalties.

La resta de missatges rebuts fa referència a temes diversos com és la demanda d'informació sobre malalties i associacions de malalts, canvi o correcció de dades de donants, demanda de certificats fiscals de donatius, preguntes sobre el concurs Pinta La Marató o missatges d'agraïment per la tasca de *La Marató de TV3*.

3. Temps mitjà de resposta

- **8,3** dies per als contactes rebuts per telèfon.
- **12,5** dies per als contactes rebuts pel web.