



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

INFORME TRIMESTRAL

(del 9 d'octubre del 2006 al 9 de gener 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	6
3. Temps mitjà de resposta	10

1. Introducció

Des que es va inaugurar, el 9 d'octubre del 2006, fins al 9 de gener del 2007, el Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) ha rebut 13.186 contactes, per telèfon i per internet. Valorem aquest gran volum de comunicació com una mostra de confiança del nostre públic, i agraïm a tots els espectadors, oients i usuaris que s'han posat en contacte amb nosaltres el seu interès en els nostres programes i serveis.

Sabem, però, que aquest Servei d'Atenció ha de millorar encara molt per arribar a un resultat òptim. Aquests tres primers mesos han significat el rodatge d'una estructura tècnica i operativa inèdita a la CCRTV: s'han atès moltíssims missatges i trucades telefòniques, però també hi ha hagut persones que, per dificultats de diversa mena, no han obtingut la resposta que demanaven o l'han rebuda massa tard. A totes aquestes persones els demanem disculpes, i els expressem el compromís de millorar l'eficàcia del Servei i la rapidesa en les respostes.

Els més de 13.000 contactes rebuts ens han permès conèixer, de primera mà, tot un mosaic d'opinions, inquietuds i satisfaccions del nostre públic que configuren un mirall molt valuós de la nostra activitat. Tota aquesta informació s'ha traslladat als equips de direcció i als responsables de programes i serveis, amb l'objectiu de ser tinguda en compte a l'hora d'actuar.

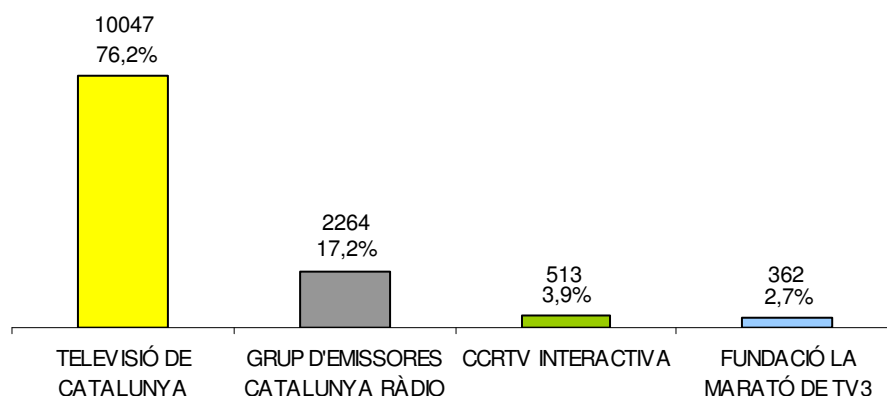
Us presentem aquí el primer informe del Servei d'Atenció a l'Espectador i l'Oient, que recull totes les preguntes, suggeriments, queixes i agraïments que ens heu fet arribar. Moltes gràcies per fer-nos confiança.

Esther Fernández
Cap del Servei d'Atenció de la CCRTV

2. Contactes rebuts

Total de contactes rebuts: 13.186

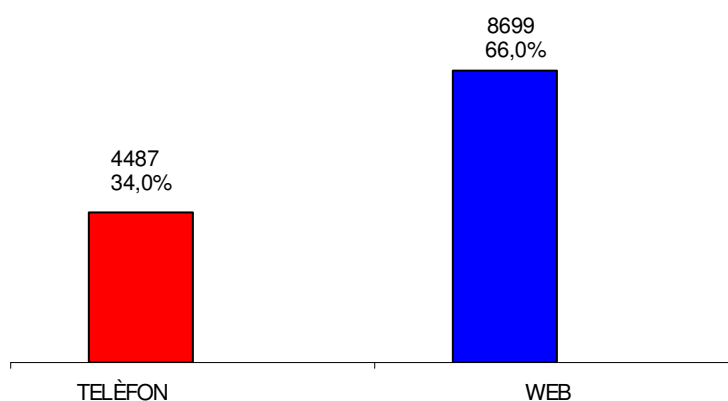
2.1. Per empreses



Els contactes rebuts per CCRTV Interactiva són els corresponents a temes d'internet, serveis a mòbils, teletext i serveis interactius de TDT, que arriben a través del telèfon i dels portals de Televisió de Catalunya i del Grup d'Emissores Catalunya Ràdio.

La Marató de TV3 ha generat un gran volum de comunicació. A més dels 362 contactes rebuts per La Fundació, l'equip del programa La Marató de TV3 ha rebut 455 contactes.

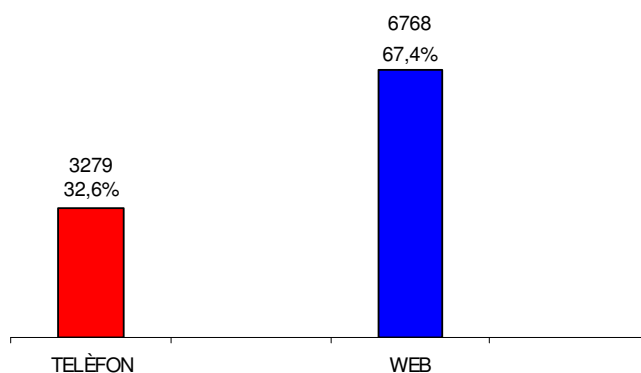
2.2. Per canals d'entrada



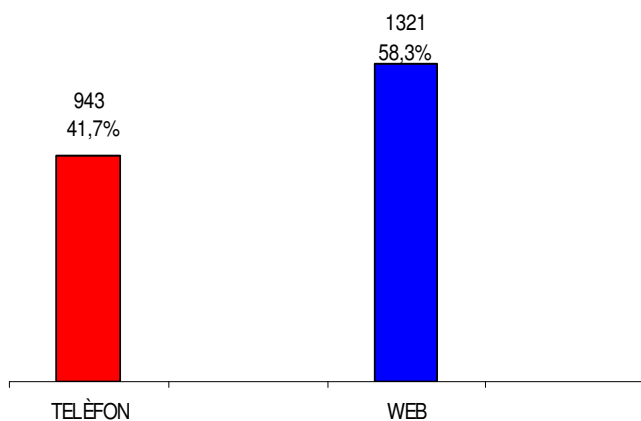
El telèfon del Servei d'Atenció, 902 07 5430, ha atès aquests tres mesos prop d'una tercera part de la comunicació amb espectadors i oients. Totes aquelles preguntes que no poden ser contestades a l'instant es traslladen als interlocutors adequats i posteriorment, al més aviat possible, es truca a l'espectador o oient per facilitar-li la informació demanada.

2.3. Per empreses i canals d'entrada

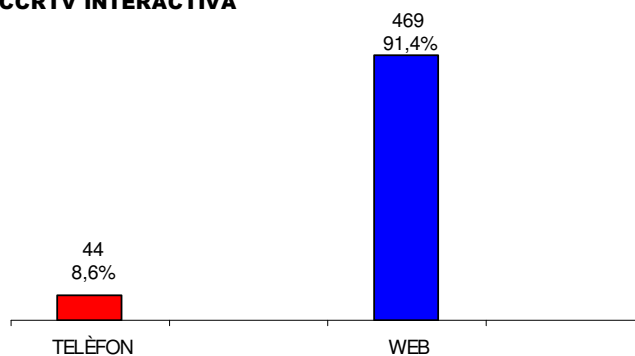
TELEVISIÓ DE CATALUNYA



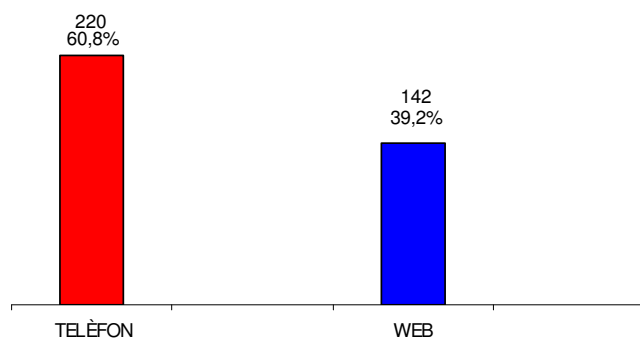
GRUP D'EMISSORES CATALUNYA RÀDIO



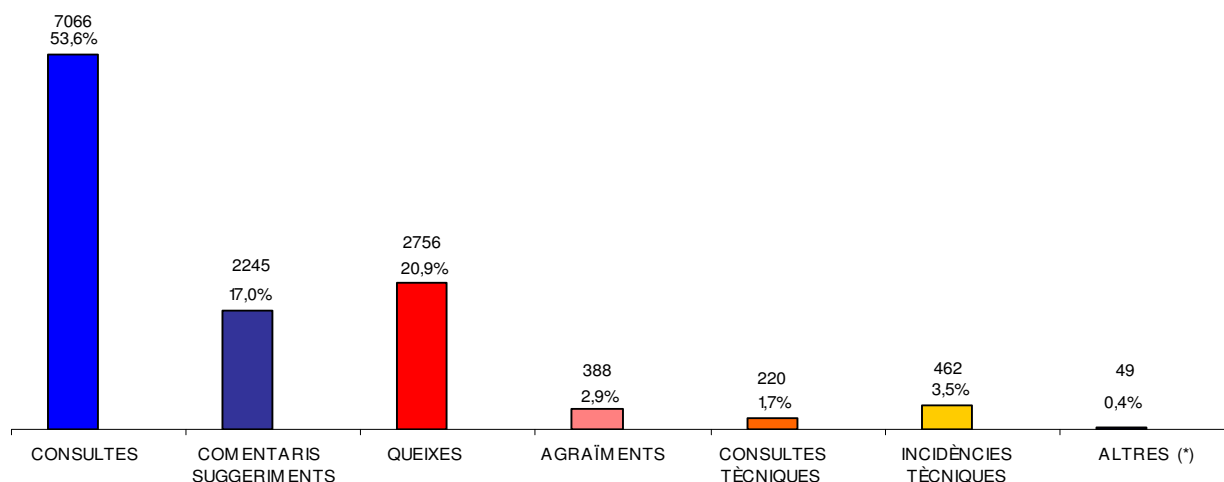
CCRTV INTERACTIVA



FUNDACIÓ LA MARATÓ DE TV3

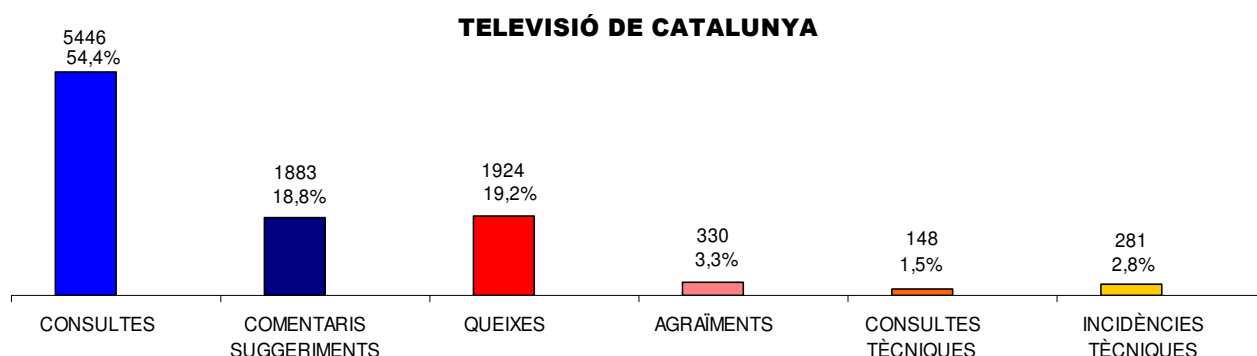


2.4. Per tipologies



(*) Correspon a missatges pendents de classificar: 35 de Televisió de Catalunya, 12 del Grup d'Emissores Catalunya Ràdio i 2 de la Fundació La Marató de TV3.

2.5. Per empreses i tipologies



Els programes *Els Matins*, *El Club* i *La Marató de TV3* (del qual es parla en l'apartat de La Fundació La Marató de TV3) són els que han mantingut un volum més alt de comunicació amb els espectadors al llarg d'aquests tres mesos.

El públic d'*Els Matins* i *El Club* s'ha interessat, sobretot, per obtenir més detalls sobre les qüestions tractades en els programes, fer propostes de temes o expressar la seva opinió sobre les informacions, entrevistes i debats emesos.

Aquests són també els continguts principals dels missatges i trucades adreçats als *Telenotícies* i *La nit al dia*, els programes dels Serveis Informatius que han tingut un nombre més elevat de contactes.

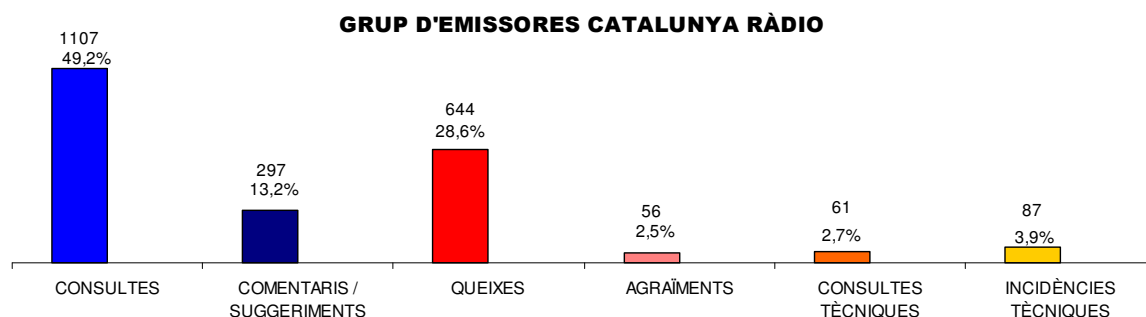
Els seguidors de les sèries de ficció de producció pròpia es troben també entre els comunicants més actius. Les emissions d'*El cor de la ciutat*, *Mar de fons* i *Porca Misèria* han generat un gran interès, però també *Ventdelplà*, que tot i no estar en antena, ha provocat moltes preguntes: els seus seguidors volien saber quan es tornaria a emetre, amb nous capítols.

Entre els espectadors més fidels a aquestes sèries, han provocat malestar alguns canvis de programació o de dia d'emissió. Per exemple, el pas al canal 300 dels resums *d'El cor de la ciutat* que abans s'emeten per TV3 els caps de setmana, o els canvis en l'emissió de *Porca Misèria* motivats per retransmissions o programes especials.

Molts espectadors s'han adreçat també al Servei per interessar-se per les músiques i cançons d'aquestes sèries i com poder-les obtenir per descàrrega d'internet. Les músiques dels programes i dels clips promocionals han motivat, en general, un gran volum de comunicats: les més sol·licitades han estat les corresponents als clips de la Fórmula 1, *Mar de fons* i *Els Pirineus des de l'aire*, un programa que ha obtingut també moltes felicitacions i peticions de còpies.

Entre els programes més contactats pels espectadors hi figuren també *Caçadors de bolets*, *La Cuina de l'Isma* i *Polònia*. Els espectadors de *Caçadors de bolets* s'han adreçat al programa per demanar detalls de receptes, suggerir paisatges boletaires o enviar fotografies; a *La cuina de l'Isma* hi han arribat multitud de consultes sobre les receptes emeses, mentre que *Polònia* ha rebut, sobretot, agraïments i suggeriments de gags.

Finalment, els serveis tècnics de Televisió de Catalunya han estat destinataris d'una part important dels contactes rebuts. El pas a la TDT, molt especialment, genera un gran nombre de preguntes i també comunicats d'incidències per problemes de recepció o funcionament. La notificació d'aquestes incidències per part dels espectadors ha resultat molt útil per detectar possibles anomalies.



Les dades de l'informe constaten que el programa que ha generat més comunicacions dels oients ha estat *El matí de Catalunya Ràdio*, una dada que es correspon amb els resultats generals d'audiència, que confirmen que és el magazín més escoltat a Catalunya. El 68% han estat consultes i preguntes, i destaca el fet que -en un percentatge molt elevat- demanen referències sobre la discoteca seleccionada que es presenta cada divendres.

La curiositat musical genera molta activitat. Per exemple, el 40% dels missatges rebuts a *El Cafè de la República* han estat consultes, moltes de les quals demanaven referències sobre les sintonies de diferents espais. Un percentatge similar obté el Departament Comercial, que ha satisfet la curiositat dels oients pel que fa a les sintonies de la publicitat emesa.

Els oients han expressat les seves opinions per diversos motius -canvis d'horari d'emissió, substitucions de continguts, opinions d'un col·laborador d'un programa- i han tramès les seves discrepàncies a aquest Servei d'Atenció.

El 60% dels oients de Catalunya Música han consultat sobre la música que sona o ha sonat per antena i sobre les transmissions de concerts. També hi ha valoracions positives de la programació i agraïments pels continguts.

La informació meteorològica i sobre el trànsit ha significat un nombre important de consultes i comentaris relacionats amb la programació de Catalunya Informació.

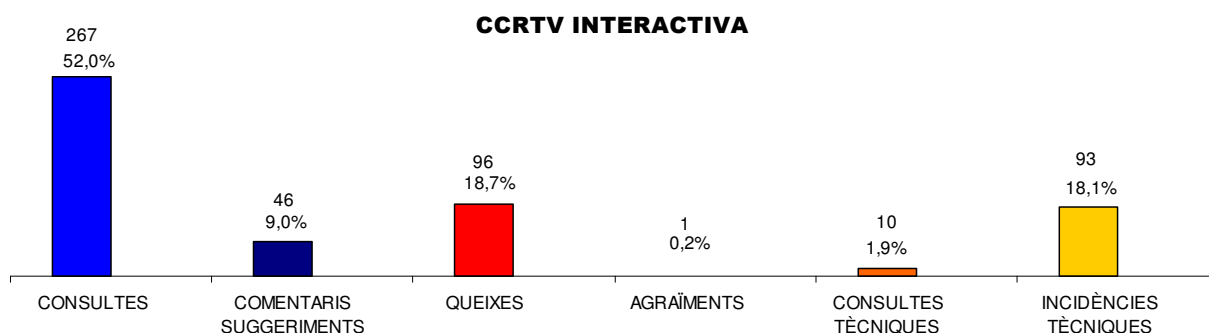
Les comunicacions més habituals adreçades a iCat fm són consultes sobre els discos en emissió i sobre els continguts informatius dels programes; agraïments i valoració de la programació, i felicitacions per la qualitat de la música emesa per *Delicatessen*.

El Servei d'Internet ha rebut consultes sobre com escoltar la ràdio a la carta i descarregar programes pel sistema *podcasting*, sobre com escoltar ràdio per internet i, especialment, qüestions tècniques: tipus de reproductors de so i formats d'arxius de so.

Al Departament d'Esports hi han arribat valoracions sobre les transmissions de futbol i consultes sobre com es poden escoltar per internet.

També s'han rebut comunicacions relacionades amb la cobertura i amb les freqüències d'emissió.

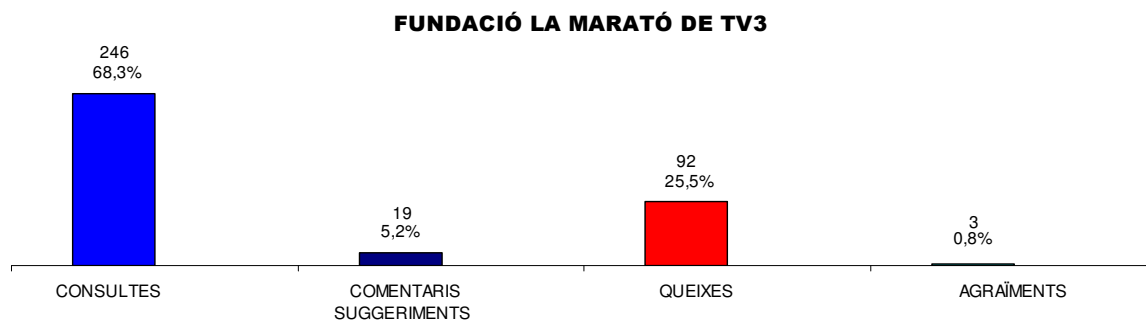
Les opinions dels oients han estat de gran utilitat per a tots els departaments, ja que ajuden a fer un seguiment de la recepció de les emissores a tot el territori, a ampliar i detallar incidències de trànsit o a plantejar millores en el disseny dels programes i els webs.



Els contactes a través d'internet representen més del 90% del total de les comunicacions rebudes per l'equip de CCRTV Interactiva.

El servei que ha generat més volum de comunicació ha estat *3alacarta*. Els usuaris, majoritàriament, s'han interessat per la possibilitat de poder visionar programes concrets. En el cas del *3alacarta*, com en els serveis a mòbils, s'han rebut també notificacions d'incidències per problemes d'àmbit tècnic. Una majoria d'aquestes incidències no són imputables directament al funcionament d'aquests serveis, però tot i així s'ha intentat, en tots els casos, orientar els usuaris.

Entre els portals temàtics destaca, per l'elevat nombre de missatges rebuts, *elsesports.cat*. Molts usuaris d'aquest portal han adreçat consultes sobre els concursos i espais de participació.



L'última edició de La Marató de TV3 ha generat molta comunicació amb el públic: 817 missatges i trucades en total, dels quals 362 han estat rebuts per La Fundació La Marató de TV3 i 455 per l'equip del programa.

Una majoria d'espectadors han expressat la seva felicitació per la decisió de dedicar aquesta edició de La Marató al dolor crònic. Molts comunicants exposaven les seves experiències personals i es posaven a disposició de La Marató per participar en el programa i aportar el seu testimoni.

També s'han rebut moltes comunicacions per informar dels actes populars de suport a La Marató organitzats a molts llocs de Catalunya, i peticions per inscriure's com a voluntaris o per venir de públic al plató.

L'emissió de l'espot de La Marató ha generat reaccions dispars: d'una banda han arribat felicitacions per la sensibilitat que transmetien els ximpanzés, així com peticions per obtenir la música de l'espot; de l'altra, s'han rebut reaccions contràries per la utilització de ximpanzés a l'anunci, a partir d'una campanya de queixa encapçalada per una associació de defensa dels animals.

El desig d'obtenir el disc de La Marató, exhaurit als quioscos on es va posar a la venda, ha estat el motiu de molts missatges més i trucades al telèfon d'atenció, algunes provinents d'espectadors del País Valencià i les Illes.

Finalment, un cop emès el programa de La Marató, s'han rebut peticions per obtenir certificats dels donatius, amb l'objectiu de poder desgravar-los a la declaració de l'IRPF.

3. Temps mitjà de resposta

- 5 dies per als contactes rebuts via telèfon
- 9 dies per als contactes rebuts via web

Algunes peticions d'espectadors, oients i usuaris comporten, per la seva temàtica o complexitat, un temps de tràmit llarg, ja que requereixen una feina de recerca per poder oferir una resposta satisfactòria. Tot i així, el Servei d'Atenció treballa amb l'objectiu d'agilitzar tant com sigui possible el temps de resposta.