

acn

Agència·Catalana·de·Notícies¶

Llibre·d'estil¶



© del text: Agència Catalana de Notícies, 2019

© de l'edició del text: Carme Ferré Pavia i Anna Nogué Regàs, 2019

© d'aquesta edició: Edicions Saldonar, 2019

Primera edició: octubre del 2019

Publicat per Edicions Saldonar

Alfambra, 16, 5è 2a

08034 Barcelona

edicions@saldonar.com

www.saldonar.com

Col·laboradors:

Salvador Cargol (edició)

Jose Ladero-aureacolor (audiovisual i gràfica)

Revisió i producció: Francesc Gil-Lluch

Disseny i maquetació: Octavi Gil Pujol

Impressió: Novoprint

ISBN: 978-84-17611-24-8

Dipòsit legal: B. 24442-2019

Imprès a Catalunya · *Printed in Catalonia*

Tots els drets reservats. No es pot reproduir cap part d'aquest llibre, per qualsevol mitjà, sense el permís dels titulars del *copyright*.

ÍNDEX

TEXTOS INTRODUCTORIS

Vint anys al servei del periodisme i del país, per Marc Colomer	15
El compromís ètic de l'ACN, per Neus Bonet	19
Un llibre al servei de tot el sector, per Núria Marín Martínez	25
Un manual útil i necessari, per Miquel Noguer i Planas	27
Una eina a l'abast de tothom, per Joan Talarn i Gilabert	29
La llengua de tothom, per Noemí Llauradó	31

MODEL D'AGÈNCIA

1. IDENTITAT	35
Missió	35
Visió	35
Valors	35
2. ORÍGENS DIGITALS	37
Internet	37
Multimèdia	37
Polivalència	38
Teletreball	38
Innovació	38
3. FUNCIÓ	41
Consolidació de l'espai comunicatiu català	41
Democratització de la informació	41
Equilibri territorial	42
4. EMPRESA	43
Caràcter públic	43
Consell d'Administració	44

5. SERVEIS	45
Perfil dels subscriptors	45
Tarifes i servei públic	45
Productes	46
Subscripció	46
Línia directa	46
Compra de continguts per unitat	46
Bàners	46
Tíquer	46
Alertes	47
Previsions	47
Encàrrecs	47
Catalan News (www.catalannews.com)	47
Pool (pool.acn.cat)	47
Comunicats (comunicats.acn.cat)	47

ORGANITZACIÓ

6. DESCENTRALITZACIÓ I TELETREBALL	51
Seus	52
Àmbit territorial	52
Distribució geogràfica	52
Redacció virtual	52
7. SISTEMES DE DISTRIBUCIÓ	55
Web	55
Línia directa	55
Dispositius mòbils	56
Correu electrònic	56
Xarxes socials	56
Streaming	56
8. GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ	57
Tractament de la informació	57
Paraules clau	58

Codificació	59
Codificació temàtica	59
Codificació territorial	60

PERIODISME MULTIMÈDIA

9. ESTIL PERIODÍSTIC	65
Rigor i neutralitat	65
Immediatesa	65
Informació inèdita	66
Homogeneïtat	66
Signatura personal	67
10. FORMATS	71
Text	71
Gèneres	71
Estructura	73
Capçaleres	75
Vídeo	77
Brut d'imatges	78
Recursos	78
Totals	78
Gravació	80
Rodatges especials	82
Foto	83
Fotografies amb contingut	83
Imatge clara i enfocada	83
Personatge	84
Valors de pla i angulacions	84
Composició	85
Captura de vídeo	86
Peu de foto	86
Àudio	86

INFORMACIÓ I NORMES ÈTIQUES

11. CRITERIS DEONTOLÒGICS GENERALS	91
Drets humans i característiques del periodisme	91
Implicació ciutadana, criteris socioètics	92
Codi professional i col·legial	93
Autoregulació, acords institucionals	95
La qualitat, compromís social	96
Gravacions ocultes	96
12. PLURALISME INFORMATIU	97
Pluralisme polític	97
Denominacions polítiques	97
Fonts plurals	101
Atribució precisa	101
Contrastació	102
Partits polítics i informació	102
Pluralisme religiós	103
Col·lectius	103
Centres de culte	103
Denominacions religioses	103
Tractament dels conflictes	104
Conflicte social	104
Conflicte polític	105
Conflicte bèl·lic	105
13. DRETS HUMANS I RESPECTE INFORMATIU	107
Drets del menor	107
Identitat i imatge	107
El menor com a font	108
Menors, mort i crim	108
Identitat i delicte	108
Presumpció d'innocència	108
Identificació	109
Crim i imatge	110

Discapacitat	110
Malaltia	111
Precisió	111
La malaltia mental	111
Migració	112
Immigració	112
Nacionalitat	113
Pobresa	113
Sexisme i violència masclista	114
Informació igualitària	114
Imatge de les dones	114
Llenguatge no sexista	114
Violència sexista o de gènere	115
Víctimes	116
Catàstrofe	116
Amenaces de bomba	117
Suïcidi	117

OPCIONS LINGÜÍSTIQUES I D'ESTIL

14. MODEL DE LLENGUA	123
Un català per a periodistes	123
Model periodístic	123
Registre	125
Locució	127
Estàndard oral	127
Locució periodística	128
Assessorament lingüístic	128
Competència lingüística	128
Recursos lingüístics	129
Denominacions	129
Institucions	130
Festivitats i tradicions	130
Traducció al català	131
Traducció a l'anglès	132

Antropònims	136
Topònims	136
Toponímia catalana	136
Toponímia no catalana	136
Fonts de cerca toponímica	137
15. NORMES D'ESTIL	139
Citacions	139
Fidelitat	139
Adequació	139
Atribució de citacions	140
Estil	141
Abreviatures i símbols	141
Inicials	141
Símbols internacionals	141
Sigles	141
Usos tipogràfics	142
Cometes simples	142
Cometes dobles	142
Comes i guions	142
Les xifres	143
Edats	143
Hores	143
Quantitats	144
IMATGE CORPORATIVA	
Presentació	147
Elements d'identificació	148
Símbol	148
Logotip	149
Marca	150
Versions de la marca	151
Tipografia corporativa	152
Tipografia secundària	153
Color corporatiu	154

Colors secundaris	154
Aplicació del color al símbol	155
Aplicació del color a la marca	155
Papereria	156
Aplicació específica de la marca	156
Material tècnic	158

APLICACIONS MULTIMÈDIA

Pàgina web i xarxes socials	161
Identificatiu de vídeo	162
Senyalística	163

ÍNDEX CONCEPTUAL

167

Textos introdutoris ¶

Vint anys al servei del periodisme, -

→ i del país, per Marc Colomer ¶

El compromís ètic de l'ACN, -

→ per Neus Bonet ¶

Un llibre al servei de tot el sector, -

→ per Núria Marín Martínez ¶

Un manual útil i necessari, -

→ per Miquel Noguer i Planas ¶

Una eina a l'abast de tothom, -

→ per Joan Talarn i Gilabert ¶

La llengua de tothom, -

→ per Noemí Llauradó ¶

VINT ANYS AL SERVEI DEL PERIODISME I DEL PAÍS

Marc Colomer, director de l'Agència Catalana de Notícies

El 1999, just ara fa vint anys, començava a perfilar-se l'embrí del que avui és l'ACN, l'agència pública de notícies de Catalunya. Ja en el desè aniversari, el 2009, l'ACN es va fer un regal en forma de llibre d'estil amb voluntat de fer-lo extensiu al panorama divers de mitjans de comunicació de Catalunya. En deu anys, el context comunicatiu ha canviat a una velocitat de vertigen. Des de l'òptica social, política, econòmica i cultural, però també pel que fa a les narratives i els hàbits de consum d'informació, i pel que fa a les plataformes tecnològiques i el paper dels mitjans de comunicació en un context en què han proliferat les eines de participació social també en la creació de continguts, entre d'altres. És per això, i gràcies un cop més a la col·laboració entre l'Agència i l'Institut de la Comunicació (INCOM) de la UAB, que, aprofitant el vintè aniversari de la creació de l'ACN, hem considerat necessària una revisió i actualització del *Llibre d'estil* que li doni dinamisme i el faci vigent, sigui útil i estigui adaptat a un context en evolució constant i accelerada.

El que teniu a les mans, doncs, és un exemplar revisat i actualitzat del *Llibre d'estil* que ja fa deu anys van elaborar la subdirectora de l'ACN Anna Nogué i la professora de la UAB i investigadora de l'INCOM Carme Farré Pavia. Un cop més optem per l'agilitat, per anar un pas per davant a l'hora de definir de forma dinàmica la proposta estilística que fa l'agència nacional de notícies de Catalunya, atenta a l'evolució de la societat i del sector. Hi trobareu els principis que orienten la missió de servei públic que té encomanats l'ACN, els paràmetres deontològics i els criteris periodístics que guien els professionals de la casa. També recull l'actualització de l'estil lingüístic adaptat a la nova gramàtica, tot el que està relacionat amb la identitat corporativa de l'Agència i altres elements imprescindibles en un mitjà de comunicació multimèdia pioner. Perquè més enllà de saber-nos punta de llança des del primer dia en l'aplicació àgil de les tecnologies de la informació i el coneixement —a contracorrent quan ha calgut—, refermem la voluntat d'anar per davant també pel que fa a la posada al dia d'una eina imprescindible per a qualsevol mitjà de comunicació seriós, rigorós i ambiciós en termes de qualitat periodística i amb encàrrec de servei públic.

Justament, en la voluntat de servei que caracteritza l'ACN, la revisió del *Llibre d'estil* —dirigida per Anna Nogué amb la participació del cap de redacció, Xavier Alsinet, i del responsable d'Edició de l'ACN, Salvador Cargol—, la concebem també com una aportació a tots els professionals i mitjans de comunicació multimèdia que no disposen d'eines per a la unificació estilística. Des d'aquest punt de vista, l'ACN renova i consolida l'aposta de servei de la vertebració de

l'espai català de comunicació rigorós i de qualitat no només proveint-lo de continguts, sinó també aportant les eines fonamentals per a la creació d'un relat coherent i autocentrat del país en un context d'alta tensió. També en la celebració dels vint anys de l'ACN, aquest 2019, i fidels al nostre compromís amb la descentralització territorial i els valors democràtics més essencials, i aprofitant un cicle electoral hiperactiu, hem situat els diversos territoris del país en el focus mediàtic nacional a partir d'una sèrie de debats impulsats pel subdirector Albert Segura i la redacció en cap —Xavier Alsinet, Violeta Gumà, Rafa Garrido i Laura Pous— i els seus equips, i liderats per les delegacions territorials de l'ACN amb la col·laboració dels departaments d'administració i serveis generals.

Servei públic plural, ambició periodística nacional, proximitat territorial i voluntat de projecció exterior, via el canal en anglès [Catalannews.cat](https://www.catalannews.cat), pilars indestriables d'aquesta etapa. És afegint consistència, apostant per la qualitat i assumint la responsabilitat social encomanada que fem de l'ACN l'autèntica agència nacional de notícies del país.

EL COMPROMÍS ÈTIC DE L'ACN

Neus Bonet, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

El periodisme ja fa temps que passa per una etapa convulsa, amb molts fronts oberts, que fa que necessitem fórmules, algunes de contrastades i d'altres de més innovadores i improvisades, per mantenir el servei públic que tot professional vol aportar a la societat. Com a col·lectiu, però, tenim molt clar que el dret a la informació de la ciutadania és un pilar bàsic per a la democràcia, i la nostra és una feina de servei essencial. Només una informació professional i responsable, compromesa amb el Codi Deontològic, i lliure d'agresions i pressions, serà la garantia d'independència i pluralitat. I una de les fórmules amb èxit que a Catalunya ho fa possible és l'Agència Catalana de Notícies. Ja ha superat la majoria d'edat, amb un creixement espectacular, amb una implantació territorial que garanteix la seva cobertura, i un prestigi guanyat dia a dia amb la feina dels seus professionals. L'ACN ha aconseguit consolidar-se en poc temps com l'agència de notícies de referència de Catalunya, en un context internacional en què la majoria d'agències de notícies fa dècades

que es forgen i es guanyen la seva reputació. En l'àmbit europeu és una de les primeres que es va crear a partir d'Internet. Precisament la xarxa, amb les seves aportacions positives a la comunicació global, també n'ha generat d'altres de negatives, que ens posen difícil als professionals la nostra feina i sovint qüestionen la nostra credibilitat. En un moment en què impera la desinformació, els periodistes ja sabem que les notícies falses no són una nova realitat, una invenció de fa quatre dies. Amb tot, som conscients que ha augmentat la quantitat de possibilitats que hi ha per distribuir-les de manera ràpida i àmplia a través de diferents canals, sobretot les xarxes socials. És una situació, però, que ens recorda que els professionals de la informació i els mitjans tenim un gran repte per endavant, que també pot ser una gran oportunitat i una gran responsabilitat. La desinformació es combat amb un periodisme de màxima qualitat. És la millor resposta que hi podem donar. El que està en joc és la credibilitat i la confiança de l'audiència. Això és absolutament clau. D'aquí que un llibre d'estil revisat i adaptat a la nova realitat i als nous temps sigui una eina útil, ja no només per als professionals que treballen a l'ACN, sinó per a tot el col·lectiu de periodistes. La vocació d'esdevenir un referent periodístic, independent, plural i motor d'innovació, articulant noves narratives, fa que aquest *Llibre d'estil* s'hagi adaptat a mesura que la tecnologia, els nous formats i serveis van impactant en els sistemes i les rutines de treball de les redaccions. Precisament les rutines de treball, o les mateixes redaccions, s'han vist alterades els últims anys a causa de la crisi de model i de negoci del sector, un fet que fa perillar els valors més fo-

namentals del periodisme. Per aquest motiu cal insistir en la necessitat de mantenir el rigor en la nostra feina com a vàlua per aconseguir l'excel·lència i la qualitat. I això és especialment important per a una agència de notícies que aporta com a valor distintiu i afegit la immediatesa. Els periodistes coneixem sobradament els perills que sovint representa treballar a contrarellotge, i per això cal extremar encara més el rigor, el contrast, la verificació i la responsabilitat. Són unes aptituds que queden perfectament reflectides en el *Llibre d'estil*.

Des del Col·legi de Periodistes de Catalunya celebrem, i de manera molt entusiasta, el fet que es reproduïxi al *Llibre d'estil* de l'ACN el Codi Deontològic. Textualment apunta que “Encara que els professionals del periodisme no estiguin col·legiats, s'assumeix que el respecte del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya els implica a tots”. Tot i que el Col·legi representa un col·lectiu de més de quatre mil professionals, amb maneres de pensar diverses, ens reconeixem units de manera voluntària per un element comú: la defensa del Codi Deontològic. Per això, el Codi Deontològic ha esdevingut durant més d'un quart de segle la Bíblia dels periodistes, el nostre codi més sagrat a l'hora de fer i reivindicar el nostre ofici de manera universal i integradora. S'ha convertit en un referent cada cop que se'ns planteja un dubte, un dilema, una necessitat de trobar sortida als conflictes. Sempre ens hem remès al Codi Deontològic, al qual ens conjurem a l'hora de donar sempre una resposta per unanimitat, mantenint el nostre compromís ètic i professional. No deixa de ser la màxima expressió de la voluntat de defensar uns mitjans de comunicació lliures i responsables

en el marc d'una societat plural i democràtica i en un mercat que s'autoregula. Així mateix, emparant-nos en aquest marc, hem considerat que cap situació, per excepcional que sigui, ha de comportar un pas enrere de la llibertat d'expressió, un dret fonamental recollit a la Declaració Universal dels Drets Humans.

De la mateixa manera, aquest *Llibre d'estil* de l'ACN coincideix amb el Codi Deontològic en el fet que els professionals de la informació hem de vetllar per ser extremament rigorosos en moments delicats i respectem aquest compromís, assumit de manera voluntària, d'informar de manera acurada i precisa, de distingir clarament entre informacions i opinions, i d'evitar la difusió de conjectures o rumors. En definitiva, d'acostar-nos a la realitat amb la màxima fidelitat possible, des del rigor i la professionalitat, evitant tergiversacions o manipulacions de la realitat que només serveixen per afegir crispació i vulnerar els nostres principis. Són igualment útils i força encertades les recomanacions que aporta el *Llibre d'estil* respecte a diferents escenaris en què el respecte informatiu ha de ser escrupolós, com en els drets dels menors, dels malalts, a l'hora d'informar del sexisme i la violència masclista, la diferència religiosa, etcètera. El *Llibre d'estil* ens recorda que els grans principis de l'ètica periodística són d'aplicació en tots els mitjans i suports, així com en totes les modalitats i àmbits de la informació. En els darrers decennis, la revolució tecnològica, i en especial el desenvolupament d'Internet, ha transformat de forma substancial les bases del món de la informació i el mateix sistema de formació de l'opinió pública. Aquest fet obliga a adaptar els criteris de la

bona pràctica professional per tal de reafirmar el compromís ètic del periodisme amb el públic d'acord amb el principi de responsabilitat social. I, com ha fet l'ACN, també ens obliga als professionals del periodisme a servir continguts allà on sigui la gent, cada vegada més en els dispositius digitals, i a facilitar-los en plataformes multimèdia. Mai com ara havia estat tan fàcil enviar tan lluny una informació tan propera. Aquesta és una altra de les claus de l'Agència Catalana de Notícies, la informació local i de proximitat que ha ajudat a vertebrar el territori català. Ho porta en el seu ADN, articular l'espai català de comunicació, contribuir a la projecció exterior del país i a la normalització lingüística i ser un referent en l'àmbit periodístic amb una mirada pròpia. Unes fites que, amb tan poc temps, ja ha assolit.

UN LLIBRE AL SERVEI DE TOT EL SECTOR

Núria Marín Martínez, presidenta de la Diputació de Barcelona

Un periodista nord-americà que va visitar Barcelona el 1931 es va sorprendre que a la capital catalana, d'un milió d'habitants, es publicuessin el doble de diaris que a Nova York, que en tenia set. Aquella eclosió de premsa escrita, reflex d'una societat dinàmica i efervescent, era l'última baula d'una tradició que ja havia estat pionera, més d'un segle abans, quan el *Diari de Barcelona*, fundat el 1792, només set anys després de *The Times*, s'havia convertit en un avançat de la premsa europea.

Aquesta vocació avançada ha animat també la trajectòria de l'Agència Catalana de Notícies, nascuda ara fa vint anys quan la transformació digital feia els primers passos al nostre país. L'ACN va assumir-la des de bon començament, normalitzant metodologies que han acabat incorporant tots els mitjans. I ho va fer amb el valor afegit de l'equilibri territorial, de la descentralització, de la proximitat.

La Diputació de Barcelona se sent a prop d'aquesta manera d'entendre la comunicació. Ja el 1981 vam instituir el

premi Tasis Torrent de premsa local i comarcal, mentre contribuïem a constituir l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal. El nostre compromís amb la comunicació de proximitat arriba fins al present, amb l'impuls de la Xarxa Audiovisual Local, que és una eina bàsica de suport per a la creació i la difusió de continguts multimèdia en clau local.

Per això, perquè valorem la importància d'informar la ciutadania des de la proximitat, amb una perspectiva que no arraconi cap poble ni ciutat, celebrem el vintè aniversari de l'ACN, i ens complau que l'efemèride quedi rubricada amb la publicació d'aquest llibre d'estil. Que l'ACN es doti d'una eina com aquesta significa no solament que ha creat el seu propi estil, sinó que a més pot oferir-lo públicament al servei de tot el sector de la comunicació i al conjunt de la societat. Un servei més per agrair-li!

UN MANUAL ÚTIL I NECESSARI

Miquel Noguer i Planas, president de la Diputació de Girona

L'Agència Catalana de Notícies, que va néixer de la mà del Consorci Local i Comarcal de Comunicació —ens format per tres diputacions, entre les quals hi ha la de Girona, sis consells comarcals i set ajuntaments—, arriba al vintè aniversari consolidada com una eina bàsica al servei de la ciutadania per bastir el sistema català de comunicació i reequilibrar comunicativament el país, afavorint la transversalitat i garantint la informació de proximitat del territori. Aquella agència, que va néixer el 1999 digital i territorialitzada per vertebrar l'espai català de comunicació mitjançant l'activitat periodística, ha crescut i s'ha transformat, però continua fidel als seus orígens, amb voluntat de servei públic, criteri periodístic i exigència deontològica, i proporcionant informació multimèdia a la ciutadania amb coherència i rigor.

Si amb motiu del desè aniversari va editar el seu *Llibre d'estil*, passats deu anys més ha considerat necessari actualitzar-lo i reeditar-lo per tal que continuï sent una eina útil per als periodistes de l'agència i per al públic en general. Aquest

Llibre marca l'estil de llengua que es vol donar al mitjà però també, i sobretot, la manera com s'han de tractar les notícies i les informacions d'acord amb el Codi Deontològic. És un requisit bàsic en moments de rauxa informativa i en què la velocitat obligada per fer arribar la informació no pot traïr en cap cas els principis bàsics d'honestedat i rigor. Aquesta actualització del *Llibre d'estil* de l'ACN és una bona notícia, ja que com a eina pot ser útil també a mitjans locals i comarcals, escrits o audiovisuals, que no disposen d'un llibre d'estil propi. El model que proposa és solvent, ateses les pautes sobre identitat, imatge, utilització dels gèneres, model de llengua i ètica periodística que conté. Es converteix, així, en el manual útil i necessari que pretén ser. Bona feina i per molts anys!

UNA EINA A L'ABAST DE TOTHOM

Joan Talarn i Gilabert, president de la Diputació de Lleida

Ara fa vint anys, la creació de l'Agència Catalana de Notícies va esdevenir un dels projectes periodístics més ambiciosos del país, impulsat principalment des del món local (diputacions de Girona, Tarragona i Lleida, ajuntaments i consells comarcals) amb l'objectiu de contribuir a la fixació d'un espai comunicacional propi, basat en la difusió de la llengua, la vertebració del territori i la projecció internacional del país.

Tant llavors com ara, els mitjans de comunicació i les agències de notícies continuen tenint un paper fonamental en el desenvolupament d'una comunitat nacional, cultural i social qualsevol, perquè allò que les delimita no és només una realitat cartogràfica, administrativa o política, sinó l'àmbit comunicacional amb què aquesta s'identifica i la llengua, en tant que eina de comunicació i d'identificació, amb què es manifesta.

En la idea de consolidar l'espai català de comunicació que subjau a la base de l'ACN, la llengua es converteix en la primera pedra de l'edifici comunicacional. De la mateixa

manera que les administracions públiques han de trobar un llenguatge adequat per relacionar-se amb els ciutadans, els mitjans de massa i els locals, immersos i vinculats a una societat mundial del coneixement, han de trobar un llenguatge precís, planer i efectiu per a una major competència professional i informativa.

Per tant, la reedició d'un manual o llibre d'estil de l'ACN és una proposta interessantíssima per posar a l'abast de tothom i a partir d'una obra essencialment pràctica les eines de consulta que puguin ser més útils per a la redacció, la traducció, la correcció i l'edició de textos. I, evidentment, per cobrir amb competència l'exigència de qualitat de l'idioma i de la mateixa comunitat lingüística.

LA LENGUA DE TOTHOM

Noemí Llauradó, presidenta de la Diputació de Tarragona

La llengua catalana és un element clau de la nostra cultura i identitat, i alhora una eina de cohesió social. És per això que és tan i tan important preservar-la i també difondre-la. El llibre d'estil que teniu a les mans assoleix aquesta doble funció: d'una banda fixa i consolida continguts professionals bàsics a l'entorn de la llengua, tot adaptant-la als usos actuals, i de l'altra l'estén arreu a través de les informacions que l'Agència Catalana de Notícies proporciona als mitjans de comunicació del nostre país. Ens trobem, doncs, davant d'un text referent en el panorama comunicatiu català en general, molt més enllà del servei específic que presta als treballadors i treballadores de l'ACN.

Tan important com la reedició d'aquestes utilíssimes normes d'estil és el fet que l'agència de notícies pública de Catalunya arribi ja als vint anys d'existència, amb el català com a llengua de difusió dels seus continguts. Però aquest fet, del tot normal en un país amb llengua pròpia, no ho és tant en altres aspectes del nostre dia a dia: el català és mi-

noritari als aparadors dels quioscos, residual a les sales de cinema i ocupa pocs botons del comandament a distància del televisor. Queda encara molt camí a recórrer.

La tasca de l'ACN contribueix a pal·liar aquest dèficit en matèria lingüística, com també ho fem a la Diputació de Tarragona quan donem suport a publicacions, a entitats i a diferents iniciatives i esdeveniments culturals i socials que difonen la llengua catalana i en potencien l'ús. És un suport que prestem en el marc de la nostra tasca en favor de la cultura al Camp de Tarragona, les Terres de l'Ebre i el Baix Penedès. Cultura entesa com a servei públic i com a pilar fonamental de l'estat del benestar, totalment necessària per a la formació d'una societat lliure i amb visió crítica.

Cal felicitar l'ACN pel seu llibre d'estil, però sobretot per la seva tasca diària en favor d'un periodisme independent, plural i innovador que s'expressa en la llengua pròpia, la llengua de tothom. Que sigui per molts anys!

Model d'agència

1. Identitat
2. Orígens digitals
3. Funció
4. Empresa
5. Serveis

1. IDENTITAT

Missió

L'Agència Catalana de notícies és una entitat pública, imprescindible per articular l'espai català de comunicació, vertebrar el territori, contribuir a la projecció exterior del país i a la normalització lingüística. L'ACN ha de ser un referent periodístic independent, plural i un motor d'innovació.

Visió

L'ACN aspira a ser l'agència de notícies de referència de Catalunya, líder en la publicació de temes propis i d'investigació i model d'innovació tecnològica i de noves narratives periodístiques.

Valors

- Rigor: exigència i pluralitat. Fiabilitat
- Ètica: independència
- Iniciativa: proactivitat, capacitat de resolució, agilitat i flexibilitat
- Esperit crític: inquietud i curiositat

- Equip: empatia i foment de sinèrgies
- Responsabilitat: sensibilitat social, de gènere i ambiental, i compromís amb el país, la llengua i la cultura

2. ORÍGENS DIGITALS

Internet

L'Agència Catalana de Notícies va néixer el febrer de 1999 a Internet, en una iniciativa pionera a Europa. L'ús de la xarxa evitava les grans inversions que requerien les infraestructures tradicionals per a la transmissió de teletips i permetia arribar amb immediatesa i poc cost a tot tipus de mitjans: una connexió era suficient per rebre les notícies de l'Agència en qualsevol dels formats. Així, el sistema no només ha contribuït a la revolució tecnològica, sinó sobretot a la democràtica, que implica l'ús d'Internet.

Multimèdia

Les noves tecnologies han facilitat, des de la fundació de l'ACN, un plantejament periodístic multimèdia: la tecnologia digital va permetre enregistrar documents d'àudio i imatges i passar-les sense cap dificultat al sistema de distribució. Ja des de l'any 1999 s'oferien talls de veu i fotos, i també estava previst facilitar imatges de vídeo a través del mateix circuit, però aleshores la xarxa encara no estava preparada. Superat

aquest escull tècnic, el format vídeo s'ha incorporat amb tota normalitat al servei.

Polivalència

L'accessibilitat tecnològica va fer possible i natural experimentar la polivalència: un mateix redactor pot elaborar informació en tots els seus formats (text, àudio, foto i vídeo) i ser autor i responsable de tot el procés. La versatilitat dels redactors, però, no es limita només al domini tècnic per afrontar un model multimèdia, sinó que implica també la possibilitat de fer-se càrrec de qualsevol temàtica informativa i tenir capacitat expressiva per adaptar la informació a diferents mitjans i plataformes. Aquesta polivalència no vol dir necessàriament que tots els redactors hagin d'assumir sempre tots els formats ni és incompatible amb l'especialització en formats i àrees temàtiques.

Teletreball

La facilitat per enviar i per rebre informacions va donar opció a posar en pràctica el model de teletreball: el periodista pot estar al circuit des de qualsevol connexió telefònica, fixa o mòbil, i publicar la notícia des del mateix lloc on s'origina. Aquest model de treball garanteix més immediatesa en el lliurament de les informacions i permet que els redactors estiguin desplegados pel territori en les mateixes condicions que des d'un centre de treball.

Innovació

La innovació, aplicada a l'entorn de treball, a la difusió mul-

tiformat i multiplataforma i al sistema de distribució, ha estat un dels grans actius de l'ACN des dels seus orígens. El camí recorregut de manera pionera i gairebé en solitari la col·loca en un lloc privilegiat per adaptar-se al dinamisme comunicatiu, per captar les necessitats del mercat i per aprofitar les oportunitats de negoci amb nous productes i estratègies. Internet, l'allau d'informació i els hàbits de consum moderns obliguen a una transformació permanent, perquè el panorama evoluciona constantment i passa per sobre dels que pretenen establir-se amb una fórmula estàtica.

3. FUNCIO

Consolidació de l'espai comunicatiu català

Una de les funcions que justifiquen el caràcter públic de l'ACN és la vertebració de l'espai català de comunicació a través de la seva activitat periodística. L'ACN ha de ser una eina que faciliti la transversalitat informativa entre tots els territoris catalans i que afavoreixi el reconeixement extern d'aquest espai diferenciat. A banda d'aportar productes estrictament informatius en català i pensats des de Catalunya, també contribueix a aquesta funció amb col·laboracions molt variades amb el món acadèmic i institucional. Aquests contactes converteixen l'ACN en un motor d'iniciatives en l'àmbit universitari, empresarial i formatiu.

Democratització de la informació

L'ACN, amb una tecnologia accessible per a tot tipus de mitjans, a preus assequibles i amb una visió territorial generosa –atenta a la proximitat i a la realitat nacional–, suposa una contribució innegable a la pluralitat de la informació. Una simple connexió a Internet és suficient per tenir accés a totes

les notícies, i l'abonament s'adequa en relació amb la difusió i amb l'abast de cada mitjà, de manera que ni la tecnologia ni el preu no són obstacles per tenir informació de qualsevol àmbit i en tots els formats que serveix l'Agència. La democratització de la informació es potencia encara més amb la interactivitat que permet la tecnologia.

Equilibri territorial

Els continguts han de reflectir tot allò d'interès informatiu que succeeix al país i garantir que no es produeixin buits temàtics ni territorials. L'ACN fa una atenció especial a la informació de proximitat i la valora en funció del seu interès nacional, per tal que cada aportació territorial contribueixi a configurar la visió informativa de país. Igualment, aborda la informació nacional posant èmfasi en les particularitats territorials i facilita informació internacional d'interès català.

4. EMPRESA

Caràcter públic

L'empresa propietària de l'ACN i del portal www.acn.cat és Intracatalònia SA, societat de capital públic de la Generalitat de Catalunya, amb una participació minoritària de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA).

L'ACN ja va néixer amb capital íntegrament públic, sota el paraigua del Consorci Local i Comarcal de Comunicació, però durant una etapa breu va estar en mans de la iniciativa privada, sota el control de Planeta 2010 i d'Invercartera, i amb una participació minoritària del consorci públic inicial. El 2002 va entrar com a accionista l'empresa pública Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (actualment CCMA), que el 2005 es va convertir en soci únic de la companyia.

El Govern va assumir l'any 2007 el 70% de la propietat, mentre que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals en va conservar el 30% restant a través de la seva empresa TVC Multimèdia. Una partida pressupostària específica garanteix el funcionament d'Intracatalònia per desplegar la seva activitat com a agència de notícies i consolidar l'espai

comunicatiu català. El finançament es complementa amb els ingressos comercials que s'obtenen del sector, que han anat creixent a mesura que s'ha consolidat l'empresa.

Consell d'Administració

L'ACN té un Consell d'Administració amb àmplies facultats per a la gestió de la societat i per a la seva representació en tots els assumptes que li són propis. També aprova el pressupost de l'empresa, així com l'informe de gestió de cada exercici. Els membres del Consell provenen de diferents departaments del Govern i de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

5. SERVEIS

Perfil dels subscriptors

El perfil del subscriptor de l'ACN és variat i complex. D'una banda, es combinen els mitjans de comunicació dedicats a la premsa local i comarcal amb els grans mitjans de comunicació generalistes, tant públics com privats, i tant d'àmbit català com espanyol. D'altra banda, l'ACN ofereix tots els formats; per tant, comparteixen espai els mitjans impresos, les ràdios, les televisions i els digitals.

A més, aproximadament un 30% del total de subscriptors correspon a institucions, sindicats, empreses, gabinets de comunicació i partits polítics. Tots aquests col·lectius també tenen interès a tenir accés immediat a l'actualitat informativa.

Tarifes i servei públic

L'ús que es fa de la informació servida requereix un tractament diferenciat a l'hora de fixar les tarifes de subscripció. En termes generals, mentre que els mitjans de comunicació difonen públicament les notícies que els proporciona l'Agència i, per tant, en poden treure un potencial rendiment econòmic, les institu-

cions, els partits i les empreses les utilitzen internament. En aquesta línia, no seria proporcionat ni justificable que un petit mitjà de proximitat hagués de fer front al mateix cost que una gran empresa de comunicació d'abast nacional per poder tenir accés als continguts. La tipologia i la cobertura territorial dels subscriptors té una correspondència real en l'aplicació de les tarifes de l'ACN i aquest equilibri és essencial per compatibilitzar el caràcter de servei públic amb la rendibilitat de l'Agència.

Productes

Subscripció

Accés als continguts de l'ACN en qualsevol moment a través del web www.acn.cat.

Línia directa

Enviament i integració dels continguts informatius de l'ACN als repositoris, bases de dades o web del client en temps real de publicació, amb opció de filtratge temàtic i/o territorial.

Compra de continguts per unitat

Accés selectiu a continguts en format text, foto, vídeo i àudio.

Bàners

Espai publicitari als webs de l'ACN i la CNA.

Tíquer

Barra al web del client, alimentada automàticament per l'ACN amb notícies d'actualitat.

Alertes

Enviament automàtic de notícies d'última hora i dels titulars de les portades dels diaris de l'endemà al dispositiu mòbil o al correu electrònic.

Previsions

Cada vespre l'ACN publica les previsions i propostes informatives, és a dir, els actes, les convocatòries i els temes propis que es compromet a cobrir, com també els formats en què ho servirà.

Encàrrecs

Cobertura d'esdeveniments que una institució o empresa sol·liciti a la carta.

Catalan News (www.catalannews.com)

Web en anglès que, a partir de continguts de l'ACN, explica la realitat catalana al món.

Pool (pool.acn.cat)

Web obert a tots els mitjans de comunicació per distribuir determinats continguts als quals ha tingut accés en exclusiva l'ACN.

Comunicats (comunicats.acn.cat)

Espai comercial destinat a la publicació de comunicats d'empreses que contracten aquest servei.

Organització

6. Descentralització i teletreball

7. Sistemes de distribució

8. Gestió de la informació

6. DESCENTRALITZACIÓ I TELETREBALL

L'ús d'Internet i els entorns virtuals ofereixen la possibilitat del teletreball. Gràcies a la redacció virtual, els periodistes no han de ser presents físicament al centre de treball per accedir al procés de creació de les notícies ni per fer ús de les eines pròpies de l'Agència. Poden publicar les informacions en qualsevol dels formats des del mateix lloc on es produeix la notícia i, per tant, poden estar desplegats pel territori sense que aquesta situació impedeixi estar plenament integrats en el circuit professional de l'ACN.

L'organització periodística es basa en la descentralització i en el teletreball, i s'articula a través d'una estructura que facilita i agilita la coordinació amb la xarxa de redactors a partir de la direcció, la redacció en cap i els delegats. Els redactors poden tenir assignada una àrea geogràfica o una de temàtica.

Cada redactor s'edita i s'autopublica les peces, en qualsevol dels formats, per agilitar el procés. Aquesta autonomia l'adquireix gradualment, en funció de la qualitat de la feina que dugui a terme.

Seus

L'empresa té la seu a Barcelona, on hi ha els àmbits de direcció, redacció, organització i sistemes, comercial, administració i recursos humans.

Àmbit territorial

L'ACN cobreix informativament Catalunya, així com els altres territoris de parla catalana. També ofereix informació d'allò que afecta directament Catalunya però que passa a altres centres de decisió, com Madrid i Brussel·les, on l'Agència té delegacions.

Distribució geogràfica

Els redactors de l'ACN estan repartits pel territori, per garantir que tot el que tingui interès del que passi a qualsevol punt arribi al màxim nombre de mitjans de comunicació del país: respon a l'aposta fundacional d'assegurar una cobertura informativa completa per contribuir a l'equilibri territorial.

Barcelona concentra els redactors amb una àrea temàtica assignada, que cobreixen les informacions generades als centres de poder ubicats a la capital. La capillaritat territorial de l'Agència Catalana de Notícies garanteix una àmplia difusió informativa.

Redacció virtual

No només la plataforma de distribució de continguts de l'ACN és a través d'Internet, sinó que l'entorn de treball dels periodistes també és una redacció virtual que inclou les eines i els espais necessaris per al funcionament diari de l'Agència en una dinàmica no presencial.

La tasca de creació de les peces informatives, en tots els formats, es fa a partir del web de producció, el mateix lloc des d'on es controla l'edició o s'accedeix als recursos i als documents interns. També el consell de redacció entre la redacció en cap i els delegats temàtics i territorials queda reflectit diàriament en un web intern de previsions.

El correu electrònic, el xat i l'*smartphone* també vehiculen bona part de les consultes i les comunicacions del dia a dia.

7. SISTEMES DE DISTRIBUCIÓ

L'ACN va néixer en l'entorn digital i amb caràcter multimèdia: va ser pionera en l'aplicació de les tecnologies de la informació i la comunicació. S'ha adaptat a les millores que han permès l'evolució tecnològica, i atén els requeriments d'un públic que vol estar informat a través de suports i aparadors diversos.

Web

El principal aparador de l'ACN és el web www.acn.cat, que inclou tots els continguts que elabora l'Agència, amb accés restringit segons el perfil de l'usuari. El perfil "Subscriber" permet l'accés als continguts contractats per cada client i el "Registat", una consulta limitada a la informació de l'Agència. El web també inclou informació corporativa, d'accés lliure.

L'Agència té altres webs actius on ofereix serveis, com pool.acn.cat i www.catalannews.com.

Línia directa

L'ACN ofereix un servei d'enviament directe de continguts, que s'integren als sistemes de distribució dels seus clients.

Aquests continguts s'envien complint l'estàndard News ML, impulsat per l'organisme internacional IPTC.

Dispositius mòbils

A través dels dispositius mòbils, es pot visitar el web i descarregar l'aplicació de l'Agència per consultar les notícies o rebre alertes.

Correu electrònic

Serveis com les previsions també es distribueixen per correu electrònic.

Xarxes socials

L'ACN té presència a les xarxes socials amb comptes a Twitter (general, territorials i servei en anglès), Facebook i Instagram.

Streaming

L'ACN distribueix, a través d'Internet, alguns actes en directe, com ara les rodes de premsa que organitza amb motiu de convocatòries electorals.

8. GESTIÓ DE LA INFORMACIÓ

El tractament de la producció documental facilita l'accés als continguts de l'ACN i a tota la informació que formarà part de la memòria corporativa; és a dir, la que genera i rep l'Agència en l'exercici de les seves funcions i que es pot convertir en un actiu intel·lectual per compartir. És un element estratègic clau que contribueix a una eficiència més gran en l'organització. L'objectiu és facilitar l'intercanvi d'informació i de coneixements entre els treballadors de l'Agència Catalana de Notícies, i garantir que tota la producció sigui recuperable i reutilitzable a llarg termini, amb estalvi de despeses i de temps.

Tractament de la informació

Per facilitar l'accés als documents, independentment de qui els ha rebut o generat, haurem de fixar criteris i pautes comunes d'organització i de gestió de la informació.

Caldrà identificar inequívocament els documents amb dades que representin el text, les imatges i els àudios que els componen.

Paraules clau

Ens caldran paraules o conjunts de paraules que descriguin els documents, amb l'objectiu d'identificar-ne el contingut principal i facilitar la localització de la informació. Les paraules clau podran constituir una entitat amb significat propi i respectarem les majúscules en els noms propis.

També hem de tenir en compte que els diversos formats d'una mateixa notícia poden incloure paraules clau diferents.

Hem d'escriure els termes que defineixin més bé el document i usar les formes més comunes. No hem d'utilitzar conceptes que siguin excessivament generals, ja que a l'hora de fer la cerca s'obtindrien massa resultats, i cal que evitem paraules buides de contingut com ara articles, adverbis o preposicions.

Tampoc no és recomanable la utilització d'homògrafs i paraules polisèmiques, per no generar confusions:

Residència per a persones amb malaltia mental del Vendrell

Sí: residència, malalt mental

No: places, Vendrell

Vídeos de Sant Jordi

Sí: Sant Jordi, parada, rosa, llibre, festa popular

No: Sant Jordi, crisi

Fotografia d'uns obrers que estan construint una residència d'avis

Sí: obra, operari, maó, construcció, residència

No: gent gran, servei, jubilat, llar, serveis, activitats

Tall de veu amb el títol: La platja de la Savinosa de Tarragona ja està a punt per a l'estiu amb accessos nous i la millora de l'entorn mediambiental

Sí: platja, accessos, Teresa Pallarés, Josep Fèlix Ballesteros (noms de les persones que fan declaracions)

Codificació

La codificació és el sistema per classificar i distribuir les informacions. Les peces han d'estar codificades tant des del punt de vista temàtic (seccions i subseccions) com territorial (zones, comarques i municipis), perquè es difonguin pels canals adients i arribin als subscriptors en condicions òptimes. Aquesta exigència s'ha d'aplicar a tots els formats: text, àudio, fotografia i vídeo.

Codificació temàtica

Els camps de la base de dades permeten identificar el material informatiu en tots els formats i vincular-lo a una temàtica a través de les seccions i subseccions.

En total hi ha set seccions i cinquanta-set subseccions, relacionades en aquesta classificació:

- a) Comunicació (sense subseccions)
- b) Cultura: Arts, Castells, Cinema, Equipaments i patrimoni, Festa i cultura popular, Gastronomia, Llengua, Lletres, Música i teatre, Dansa i circ
- c) Economia: Agroalimentació, Comerç, Comptes públics, Empresa, Energia, Finances, Habitatge, Hisenda, Innovació, Indústria, Infraestructures, Logística, Mobilitat, Moda, Noves tecnologies, Treball, Turisme, Urbanisme

- d) Política: Congrés i Senat, Parlament, Govern, Govern espanyol, Partits, Entitats, Exteriors, Política municipal
- e) Societat: Judicial, Policial, Successos, Trànsit, Religió, Memòria històrica, Educació, Universitats, Serveis socials, Salut, Recerca, Medi ambient, Immigració, Cooperació, Esports, Meteorologia, Moviments socials
- f) Unió Europea: Parlament Europeu, Comissió Europea, Consell Europeu, Tribunals europeus
- g) Món (sense subseccions)

La majoria de notícies no generen dubtes a l'hora de codificar-les en una secció o una altra: la reunió de l'executiva d'un partit és Política; els resultats d'una entitat bancària són Economia; la investigació de l'activitat d'unes clíniques abortives és una notícia de Societat, i una exposició sobre el romànic al MNAC és una peça de Cultura, per exemple. Amb tot, hi ha casos més discutibles, d'informacions que encaixen clarament en més d'una secció. En aquesta situació, podrem fer més d'una codificació.

La Guàrdia Civil entra al Museu de Lleida per endur-se les obres d'art reclamades per l'Aragó (Cultura i Política)

Codificació territorial

L'ACN publica les notícies amb filtres territorials. Cada notícia ha d'estar codificada en una o més zones, en funció d'on s'ha produït i de l'àmbit en què repercuteix informativament.

Les notícies que tenen una dimensió nacional es codifiquen a Catalunya. Una notícia pot estar en dues edicions ter-

ritorials diferents si té repercussió en aquestes dues zones. Les notícies que es produeixen en un àmbit territorial concret però que tenen una repercussió nacional s'han de codificar amb totes dues etiquetes (per exemple, Ponent i Catalunya).

Fem les codificacions segons aquesta divisió territorial:

- Alt Pirineu i Aran (Alt Urgell, Alta Ribagorça, Cerdanya, Pallars Jussà, Pallars Sobirà i Val d'Aran)
- Àmbit metropolità (Baix Llobregat, Barcelonès, Maresme, Vallès Occidental i Vallès Oriental)
- Camp de Tarragona (Alt Camp, Baix Camp, Conca de Barberà, Priorat i Tarragonès)
- Comarques centrals (Bages, Berguedà, Osona, Solsonès i Moianès)
- Comarques gironines (Alt Empordà, Baix Empordà, Garrotxa, Gironès, Pla de l'Estany, Ripollès i Selva)
- Penedès (Alt Penedès, Baix Penedès, Garraf i Anoia)
- Ponent (Garrigues, Noguera, Pla d'Urgell, Segarra, Segrià i Urgell)
- Terres de l'Ebre (Baix Ebre, Montsià, Ribera d'Ebre i Terra Alta)
- Catalunya del Nord
- Andorra
- Franja de Ponent
- País Valencià
- Illes Balears
- Estat espanyol
- Europa
- Internacional

La localització de la notícia és el municipi on s'ha produït.

Periodisme multimèdia

9. Estil periodístic

10. Formats

9. ESTIL PERIODÍSTIC

Rigor i neutralitat

El periodista s'ha de limitar a narrar de forma imparcial fets comprovats, de la manera més completa possible i sense utilitzar mai la primera persona. Els rumors no es consideren notícia i no s'ha de creure que és segur res que no hagi estat raonablement verificat. No s'hi han d'incloure expressions interpretatives pròpies ni elements d'opinió que no estiguin avalats per dades. Les declaracions s'han de triar i valorar pel seu interès i importància, i descartar-les si no aporten res o són simples exposicions propagandístiques o interessades.

Immediatesa

El redactor ha de transmetre les informacions com més aviat millor, un cop fetes les comprovacions essencials. La rapidesa és un dels trets propis de l'Agència, i així ho afavoreixen els mitjans tècnics i les característiques de treball pròpies de l'empresa.

La immediatesa, en la publicació de les informacions imprevistes i en el moment de servir als abonats el material

anunciat en les previsions, no pot anar mai en detriment del rigor. Les inexactituds i els errors que es poden derivar de la precipitació es reproduïxen simultàniament a través de la diversitat de formats i plataformes pels quals es difon la informació, i posen en perill greument la credibilitat i el prestigi de l'ACN.

Informació inèdita

L'ACN subministra informacions inèdites i no plagia textos de cap mena, tot i que pot recollir una notícia rellevant que ha publicat un altre mitjà si té prou interès informatiu. En aquest cas, s'ha de citar el mitjà que ha difós la informació en primícia. Cal tenir present que, si la notícia ha estat publicada per un mitjà d'àmbit local o comarcal, l'ACN la pot difondre als mitjans d'altres territoris, on la informació no és coneguda, i enriquir-la amb els recursos propis.

La informació reproduïda s'ha d'actualitzar, però no cal forçar l'originalitat d'un titular enfocant la notícia a partir d'un aspecte secundari o una reacció posterior per evitar "copiar" el titular del mitjà original:

Sí: Mor un esquiador a causa d'una allau a prop de Baqueira Beret

No: Investiguen si un esquiador mort per una allau a Baqueira Beret estava fora de pistes

Homogeneïtat

Els fets noticiables poden arribar al periodista per vivència directa o a través de testimonis, treballant temes propis, mit-

jançant convocatòries o per comunicats ja elaborats. Malgrat la diversitat de vies que poden donar origen a la notícia, cal garantir un estil homogeni de la producció informativa que serveix l'Agència.

Les notícies elaborades a partir de comunicats i notes de premsa han de tenir un enfocament periodístic, i s'han d'adequar a les normes de correcció lingüística i d'estil de l'ACN. No s'ha de transcriure el comunicat de forma íntegra, sinó reproduir-ne aspectes fonamentals i ordenar-los amb criteris informatius. El llenguatge promocional s'ha de detectar i rebutjar:

ACN Barcelona.- El fòrum gastronòmic comença a cuinar la seva pròxima edició i ho fa de la manera més gran, amb nombroses novetats i la presència dels millors cuiners del moment. El fòrum, que se celebrarà a final de novembre, posarà a l'abast de tothom l'oferta més atractiva del mercat i la participació de grans marques líders en alimentació, restauració i gastronomia, així com la presència dels cuiners més representatius del moment, el nom dels quals encara s'ha de concretar.

Signatura personal

L'ACN té com a norma que tots els periodistes signin les peces elaborades: reivindicar l'autoria dels textos i de les imatges sota el paraigua de la marca contribueix a donar credibilitat a les informacions i a combatre l'anonimat històric i sovint injust dels periodistes d'agència. En identificar l'autoria, el periodista assumeix la responsabilitat del que publica.

Aquesta norma afecta tant les notícies que es tenen en exclusiva o en primícia com les que s'han treballat a partir de convocatòries o rodes de premsa, actes informatius en general i amb documentació. Les entrevistes i els reportatges es firmen sempre. També es poden signar les que han arribat a través de comunicats i notes de premsa si la informació s'ha reelaborat d'una manera substancial, tant en el fons com en la forma. Així queda justificada l'autoria i la responsabilitat del redactor.

El periodista pot demanar renunciar a firmar una informació en qualsevol dels formats sempre que en justifiqui el motiu davant el responsable de la secció. En aquests casos se signarà com a Redacció.

Quan es tracta de documents cedits per fonts externes, com pot ser el de les fotografies o imatges de vídeo procedents de la policia, col·lectius, institucions empreses o altres agències, cal especificar-ne bé l'autoria. La forma correcta serà *Nom i Cognom / Font*. Si no s'especifica el nom de l'autor de la foto, limitarem la cita a la font genèrica.

Si la imatge és cedida per un ciutadà, la signarem seguint la fórmula *Cedida per Nom i Cognom*. En cas que no vulgui fer públic el seu nom, ens limitarem a signar-la com a *Cedida* i li requerirem que ens autoritzi la seva publicació, garantint-nos que és l'autor de la imatge. Si extraïem la imatge de les xarxes socials, haurem de tenir el permís explícit de l'autor abans de publicar-la.

Si són imatges capturades d'una pàgina web, hi farem constar el domini; si s'usa una fotografia Creative Commons (d'accés lliure), caldrà incloure l'autoria que s'hi especifica.

Quan es reutilitzin imatges d'arxiu de l'Agència per il·lustrar temes d'actualitat, cal afegir a l'autoria / *Arxiu ACN*, deixant clar que no és actual. La forma resultant seria *Nom i Cognom / Arxiu ACN*.

10. FORMATS

L'ACN és una agència multimèdia que ofereix informacions en diferents formats: text, àudio, fotografia i vídeo. Tots els formats són autònoms i tenen prou entitat pròpia per poder-se publicar sense estar necessàriament sotmesos al text previ d'una notícia. Queda superat el concepte tradicional de la unitat informativa presidida per un text que es complementava amb diferents documents adjunts d'imatge i so, i també es flexibilitza la cronologia d'entrega de les peces, d'acord amb el que aconselli el criteri periodístic en cada cas.

Text

Tots els textos han de respectar les normes de redacció i estil de l'Agència: despertar interès, estar justificats periodísticament i tenir l'enfocament apropiat.

Gèneres

Notícia

Es tracta d'una informació estricta a partir de fets d'actuali-

tat. Tot el text ha de ser informatiu, sense interpretacions ni opinions del redactor. Pot recollir declaracions i sempre ha de citar la font.

Reportatge

És un relat ampli i profund sobre un tema d'interès que no ha de ser necessàriament d'actualitat estricta. En el reportatge, els elements informatius es combinen amb recursos narratius, com ara expressions interpretatives i declaracions, descripció de llocs, sensacions, situacions i objectes.

El text ha d'atraure l'interès des del principi amb la distribució dels elements que captin l'atenció. El lector ha de saber des de l'inici quin és el tema central del reportatge, que s'ha d'anar desplegant i enriquint des de diversos angles i punts de vista.

El reportatge sol portar un títol curt, no informatiu, i no està sotmès a l'esquema piramidal. Es pot fraccionar amb l'ús d'intertítols, si és llarg, i formalment du capçalera.

Entrevista

L'ACN fa bàsicament entrevistes que donin a conèixer l'opinió de l'entrevistat sobre uns fets d'actualitat. Aquestes declaracions no solen acabar transcrites en format pregunta-resposta, sinó que es presenten com una notícia en què s'insereixen citacions entre cometes. En aquests casos, ho tractarem com una notícia, tant informativament com formal i, per tant, no portarà la capçalera d'entrevista. A l'entradeta, farem explícit que les declaracions provenen d'una entrevista de l'ACN.

En el cas excepcional de publicar una entrevista en el format pregunta-resposta, seleccionarem només el que té interès a l'hora de reproduir el diàleg. El titular ha de dur el nom i el cognom de l'entrevistat i una declaració que desperti l'interès per llegir el text. La declaració que serveix per al titular no ha d'aparèixer necessàriament en les primeres respostes de l'entrevistat. No van precedides de guions, no van sagnades ni cal diferenciar de cap més manera les preguntes de les respostes.

Alerta

Són les notícies més destacades, o bé perquè són urgents o bé per la seva rellevància informativa. Es difonen de manera immediata a través de l'aplicació mòbil o del correu electrònic als subscriptors que tenen contractat aquest servei. Algunes alertes portaran capçalera si es tracta d'una entrevista, una exclusiva o una primícia.

Estructura

Títol

És la part més important de la informació. Recull un aspecte fonamental i el transmet de forma clara i simple, també amb l'objectiu de captar l'atenció. La informació ha de ser bàsica però suficient, i ha de ser coherent amb l'entradeta. No s'hi han de posar elements informatius secundaris i s'ha d'apostar per una idea única:

Sí: El govern espanyol anuncia el desmantellament del projecte Castor cinc anys després del seu tancament

No: El govern espanyol anuncia el desmantellament del projecte Castor cinc anys després del seu tancament i afirma que mantenir-lo en hibernació és massa costós

Subtítol

Fa de segon titular i destaca algun aspecte important de la notícia que el títol no preveu. Aquest element de la titulació forma una unitat sintàctica independent, per la qual cosa hem d'evitar els lligams referencials amb el títol:

Sí: La ministra de Transició Ecològica afirma que mantenir el projecte gasístic en hibernació és “massa costós”

No: Ho ha avançat la ministra de Transició Ecològica, que afirma que mantenir el projecte gasístic en hibernació és “massa costós”

Entradeta

És el primer paràgraf del text, desenvolupa la idea del títol i del subtítol, i recull els aspectes bàsics de la notícia, de manera que la lectura ha de permetre comprendre la informació sense llegir el text complet. Els elements bàsics són el què i el qui, i la situació en l'espai i en el temps (on i quan). També hi inclouem la font, però preferiblement en una posició posterior als elements principals.

Cos

Desenvolupa i amplia amb dades noves les idees bàsiques de l'entradeta, sempre seguint un ordre de major a menor importància. Els paràgrafs han de ser curts. Es recomana que

cada paràgraf reculli un aspecte concret de la notícia. Les frases han de ser breus i de lectura senzilla; cal evitar les construccions complicades, les subordinades innecessàries i els incisos llargs. L'extensió del cos ha de ser proporcional a la rellevància informativa.

Algunes notícies poden portar intertítols. Es tracta de títols petits que s'intercalen al cos del text amb una doble funció: es poden posar quan es vol destacar un aspecte de la notícia que no figura en el titular i també perquè una notícia molt extensa “respiri”, per a una millor lectura. Els intertítols han de ser curts —no més de cinc paraules— i no van signats.

Capçaleres

En alguns casos, les informacions es publiquen amb una capçalera que precedeix el titular i que en determina alguna especificitat.

Ampliació

Si optem per publicar l'entradeta d'una informació per agilitar la publicació, l'ampliarem posteriorment amb el cos usant aquesta capçalera ja predeterminada. L'ampliació conserva preferentment el títol, el subtítol i l'entradeta ja publicats.

Actualització

Actualitzarem una informació quan tinguem dades noves d'un tema, però que no siguin prou rellevants per fer-ne un titular nou. Pot ser el cas d'una font que vulgui complementar o precisar una informació o bé que vulguem afegir una

dada. Inclourem un text explicatiu per indicar quina és la nova aportació.

No: Dos detinguts més a Alemanya pels atemptats a París

Sí: ACTUALITZACIÓ: Cinc detinguts a Alemanya en relació amb els atemptats a París

Resum

Es tracta d'una peça elaborada a partir de les notícies que s'han generat durant el dia sobre el tema més rellevant. Normalment es publiquen al vespre o abans si la successió informativa ha quedat tancada. La funció del resum és facilitar als abonats la comprensió de la notícia, ja que reuneix en una sola peça els aspectes bàsics de les diferents informacions que s'han generat durant el dia sobre la mateixa notícia.

L'elaboració d'un resum comporta ordenar la informació dispersa, jerarquitzar-la i donar-hi l'enfocament adient. El titular del resum no ha de ser una simple suma de titulars, sinó una síntesi. Formalment, porta capçalera.

Titulars

L'utilitzem en les peces que s'elaboren al voltant de la mitjanit per recollir els principals titulars dels diaris de l'endemà.

Anul·la l'anterior

Si es detecta un error en una informació publicada, cal avisar immediatament la redacció en cap per tal d'esmenar-lo a través de la fórmula més adequada i generar la notificació que calgui.

En cas que calgui una rectificació, corregirem la notícia original i en publicarem una de nova amb el nou text i la capçalera “ANUL·LA L’ANTERIOR”. Hi afegirem una explicació on indicarem que la notícia publicada anteriorment ja ha estat modificada i que la nova la substitueix. També podrem afegir una explicació de l’error. En cas que sigui de la font informant, ho indicarem.

Alertes

Les alertes que enviem als dispositius mòbils portaran, si escau, una d’aquestes capçaleres:

- ENTREVISTA: Destaca la declaració més interessant d’una entrevista feta en exclusiva per l’Agència
- EXCLUSIVA
- PRIMÍCIA
- RODA DE PREMSA: Recull la notícia més important d’una roda de premsa convocada per l’Agència

Vídeo

L’ACN serveix imatges de vídeo als mitjans de comunicació. Per això, és important enregistrar correctament i des d’un punt de vista objectiu. Els mitjans de comunicació que utilitzen les peces aportaran la seva particular guia d’estil i se’ls ha de facilitar aquesta possibilitat i evitar opinar des de la càmera. Cal entregar el material de la manera més ortodoxa possible, tant des del punt de vista narratiu com de la realització audiovisual.

L’ACN no sol oferir peces editades per a l’usuari final. La seva tasca és crear una successió d’imatges amb sentit narratiu que, un cop editades, puguin transmetre un missatge determinat.

Els vídeos han d'incloure, per tant, imatges suficients, amb diferents valors de pla, que permetin editar amb facilitat una peça.

Brut d'imatges

El brut d'imatges que entrega l'Agència consta de Recursos i Totals, que enviem als mitjans de comunicació per separat.

Recursos

L'ACN entrega un vídeo de recursos ordenat, amb una durada adequada al fet informatiu, variat i net, de manera que hi hagi suficients valors de pla i que la peça no contingui inicis i finals de pla amb moviments de càmera no desitjats.

Tot i que habitualment no se serveix el muntatge final, els recursos han de respondre a un principi narratiu, de manera que contingui prou elements per explicar una història amb plantejament, nus i desenllaç.

L'Agència no accepta cap tipus de postproducció en els seus vídeos. L'única modificació de les imatges que es permet són accions de correcció, com el reajustament d'un balanç de blancs que, per les circumstàncies que sigui, no estigui perfectament ajustat d'origen. Aquesta acció no és invasiva i, per tant, pot formar part del flux de treball.

L'àudio és el 50% del missatge audiovisual. El so ambient és fonamental, perquè les peces han de "respirar" i, per tant, cal gravar amb l'àudio adequat.

Totals

Les declaracions han de complir amb les normes de composició i enquadrament, s'ha de respectar la llei de terços, els

aires, seleccionar un fons adequat, prestar especial atenció a la mirada, evitar l'ús de distàncies focals curtes i procurar que el personatge faci intervencions breus i clares. L'entrevistat no ha de mirar mai directament a càmera.

S'ha d'actuar a favor del personatge. Amb aquest objectiu, cal planificar el rodatge per valorar opcions i gravar tenint en compte tots els paràmetres que es puguin controlar i no obtenir una imatge poc favorable.

Un cas habitual d'actuar en contra del personatge es produeix quan no hi ha una distància focal suficient entre la persona i la càmera, fet que provoca una imatge angulada. Les distàncies focals curtes produeixen certa distorsió i això no afavoreix la imatge de la persona entrevistada.

El fons en què situem l'entrevistat forma part de la unitat informativa. Per això, és important seleccionar-lo bé: la profunditat, les diagonals, la llum, la colorimetria, les textures o la geometria són alguns dels aspectes que cal valorar.

Cal evitar incloure més d'un personatge en l'enquadrament, fora que estigui perfectament justificat. En una secció de totals, es varia la posició i el fons dels entrevistats per facilitar el muntatge.

Cal prestar especial atenció als totals gravats a l'exterior en condicions lumíniques massa contrastades. Hi ha situacions que posen al límit les càmeres i el resultat serà probablement una imatge no publicable.

Col·locar una persona a l'ombra amb una façana blanca darrere il·luminada pel sol, situar la persona entrevistada en una altra localització o, fins i tot, provar de fer un petit gir de càmera, pot afavorir un enquadrament amb un contrast lu-

mínim més suau i, per tant, més adequat per aconseguir un bon resultat.

Pel que fa a l'entrega, els totals s'editen amb cinc segons de silencis previs i posteriors a la declaració per facilitar-ne el muntatge. Una declaració mai ha d'acabar en punta, ja que genera frustració a l'espectador.

El micròfon s'ha de col·locar a la distància adequada, per tal de permetre gravar l'àudio amb els estàndards de qualitat estipulats.

La posició del micròfon és molt important, ja que hi figura el logotip de l'Agència i, per tant, la firma ACN. Cal col·locar-lo de manera que sigui prou visible, sense envair o tapar la persona ni generar massa presència en el global de l'enquadrament. L'entrevistat en cap cas ha d'agafar el micròfon.

Gravació

En la mesura que sigui possible, la gravació s'ha de planificar per obtenir el màxim rendiment de cada situació. Aplicar correctament el llenguatge audiovisual permet obtenir imatges que compleixin les normes bàsiques i fonamentals de la composició, el valor de pla, els moviments de càmera, els eixos o la il·luminació.

Qualsevol imatge que no compleixi amb aquests requisits, com per exemple una imatge desenfocada, no s'inclourà en el brut publicat.

Una bona planificació de rodatge estalvia problemes posteriors. Tenint en compte les característiques de publicació, cal ser especialment eficients en la presa de les imatges. Repetir enquadraments, incloure bruts innecessaris o massa

llargs, a més d'alentir la publicació, genera una feina prescindible: les peces muntades a posteriori no haurien d'incloure imatges repetides o amb el mateix valor de pla durant tota la peça.

Un bon plantejament ajuda a buscar aquelles imatges que necessitem, com ara un pla general que contextualitzi. No tenir clar el que s'ha de gravar porta a cometre errors.

Els moviments de càmera han d'estar plenament justificats, no poden ser gratuïts o respondre a una falta de creativitat. S'han d'evitar els plans que no aporten valor, significat o que senzillament no queden justificats en el global de la peça. Els bruts no han de contenir transicions, imatges repetides o poc variades.

Un cas habitual són les panoràmiques injustificades o gratuïtes. Segons la teoria, una panoràmica pot servir per relacionar dos elements entre si i aportar un significat extra. En gravacions de rodes de premsa, és comú trobar panoràmiques que relacionen una paret o el terra amb un grup de periodistes gràfics o amb el polític protagonista. Aquest tipus de panoràmiques no aporten informació d'interès i posen de manifest la falta de creativitat del periodista.

També evitem l'ús d'angulacions (picat, contrapicat) exagerades, ja que generen un significat extra i poden conduir excessivament l'opinió de l'espectador.

És important no parlar per telèfon o amb altres persones mentre es graven els recursos, ja que el rodatge pot quedar compromès.

Sempre que sigui possible, es farà ús d'elements d'estabilització com el trípode o el monopeu. Si les condicions no

ho permeten, es procura garantir la màxima estabilitat de la càmera amb tècniques que hi ajudin.

Tot i que la pràctica habitual és gravar per facilitar la seqüència de plans en el muntatge, cal tenir present les virtuts dels plans seqüència, que aporten un nivell més alt d'objectivitat i que, en determinades ocasions, poden ser molt enriquidors.

Rodatges especials

Alguns rodatges presenten unes característiques concretes que requereixen un tractament especial. Per exemple, un concert o una exposició.

En el cas d'un concert, cal tenir present una sèrie de normes per facilitar la posterior edició del brut que lliurem. És fonamental gravar una o dues cançons completes, sense talls, encara que busquem un enquadrament nou, assagem una panoràmica o canviem el punt d'enfocament. La gravació no s'ha d'aturar per tal que l'àudio —que sempre que puguem agafarem de la taula de so— no s'interrompi.

Un cop garantit això, es poden gravar els recursos suficients per oferir la possibilitat d'editar una peça amb diferents valors de pla i rica visualment. Cal vigilar factors com els canvis de llum o d'escenografia, ja que si hi ha massa variació es dificulta l'edició de la peça.

Pel que fa a les exposicions, la natural manca de ritme intern s'ha de compensar. Es pot forçar que hi hagi acció i gravar visitants que s'acosten a les obres, o bé generar ritme extern a partir de moviments de càmera i rols focals.

Foto

Les fotografies són documents amb valor informatiu propi. Fer una fotografia requereix pensar el contingut, planificar-la, executar-la amb destresa tècnica i, si convé, saber-la post-produir amb criteri periodístic i respectant els principis ètics que conformen l'estil de l'ACN.

Les notícies inclouran imatges habitualment, ja siguin especialment captades per a la notícia (opció que prioritzarem) o bé reutilitzant les de l'arxiu de l'Agència.

Fotografies amb contingut

Una fotografia ha d'ajudar a explicar la notícia al lector d'una manera clara. Ha de tenir relat. L'Agència aposta per la fotografia social, que no sigui testimonial, sinó que inclogui reaccions i emocions dels protagonistes i que situï el lector en el context. Cal evitar imatges que no aporten cap valor, com ara taules de rodes de premsa plenes de micròfons, perquè són avorrides i estàtiques.

Imatge clara i enfocada

La fotografia ha d'estar enfocada i destacar el personatge o el motiu que interessa. Per fer això, convé triar profunditats de camp diferents segons quin sigui l'objectiu de la fotografia. Imatges amb poca profunditat de camp poden donar un valor informatiu rellevant i embellir la fotografia al mateix temps.

L'Agència pot donar per bona una fotografia desenfocada o moguda quan és un efecte buscat expressament i es pot justificar. També es pot donar per bona quan té valor

informatiu i no hi ha alternativa, tot i que la qualitat no sigui la desitjada.

Personatge

En la imatge, s'ha d'identificar clarament el personatge, que ha de tenir els ulls oberts o ben identificables. En els plans oberts hi ha d'haver l'aire suficient per complir amb les normes de composició bàsiques. Convé evitar especialment enquadraments amb l'aire contrari i tenir cura de no tallar peus o mans, per exemple.

Igualment, s'han d'evitar les propostes més arriscades, com ara les angulacions aberrants o tortes, els perfils, o aquelles imatges que perden l'objectivitat del llenguatge fotogràfic per apropar-se a opcions més creatives o que es justifiquen només pels gustos personals de l'autor.

Valors de pla i angulacions

L'enquadrament i la composició, així com els elements que surten a la imatge, han d'estar justificats. Per això, a l'hora de planificar una fotografia, s'ha de tenir en compte quin pla es vol fer i quin aporta més valor informatiu en cada situació. Es poden fer plans generals, sencers, conjunts, americans, mitjans, primers plans, primeríssims primers plans o plans detall. Cadascun d'aquests plans té el seu propi valor i es transmet un missatge o un altre segons quin s'esculli.

En general, utilitzarem una angulació normal (o a l'alçada dels ulls en el cas de les persones), ja que les angulacions picades o contrapicades aporten massa significat a la imatge. En aquest sentit, mereixen especial atenció els nens, ja

que un punt de vista picat (des de l'adult) pot comportar un significat extra poc adequat.

Composició

Les normes de composició permeten donar més dinamisme i equilibri a les fotografies. Una de les tècniques més habituals és l'anomenada llei de terços. Aquesta regla dibuixa imaginàriament quatre línies en la fotografia, dues d'horitzontals i dues de verticals, que divideixen la imatge en terços iguals.

Si se situa el motiu de la imatge sobre aquestes línies o en els punts d'intersecció, es dona més dinamisme i equilibri a la fotografia. L'ús d'aquesta tècnica de composició no exclou l'opció de fer fotografies simètriques en situacions que també poden funcionar.

Una altra tècnica de composició que ajudarà a embellir la fotografia és la d'emmarcar la imatge. Aprofitar una finestra, els elements arquitectònics d'un edifici o una imatge enmig dels arbres permetrà destacar molt més allò que estiguem representant.

Aquestes són dues tècniques universals, molt acceptades i generadores de bons resultats a partir d'un seguit de normes i recomanacions de la composició fotogràfica i audiovisual.

La composició pren especial rellevància en casos com l'ocultació de la cara d'una persona, les matrícules o la protecció de menors, per posar tres exemples molt habituals. Com a norma preferent, mirarem de solucionar aquestes situacions amb l'ús de les tècniques de composició, que

permetin fugir d'altres accions més invasives, com és la postproducció, amb el desenfocament d'una zona determinada de la fotografia.

Captura de vídeo

La captura d'un *frame* de vídeo com a substitut d'una fotografia ha de ser sempre l'última opció i només es fa si està justificat des del punt de vista informatiu i hi ha hagut un impediment clar per tenir una fotografia.

Peu de foto

El peu de foto ha de ser independent del text informatiu i ha de ser descriptiu. És a dir, cal explicar què s'hi veu, a la imatge, i indicar quin valor de pla té. No pot ser una frase extreta del text ni estar redactat com un titular. Cal incloure la data en què es pren la imatge, per tal que quedi fixada per a l'arxiu. Al final de tot, s'indica entre parèntesis si la fotografia és horitzontal o vertical, per motius comercials.

Àudio

L'ACN serveix talls de veu, que han de tenir una durada aproximada d'entre mig minut i un minut. Per norma general, se'n publicaran dos o tres per notícia, tot i que dependrà del nombre de declaracions destacades. Els reportatges també requereixen més talls de veu que els complementen.

Tots els documents d'àudio se serveixen en format MP3, en estèreo, a 48 KHz i 128 bps. Han de garantir una qualitat sonora que els faci aptes per ser emesos a través de qualsevol emissor. Com a norma general, enregistrarem els àudios

fent ús del micròfon, per garantir aquesta qualitat sonora. Si es recull una declaració per telèfon, cal indicar-ho expressament en el peu d'àudio (so telefònic).

El peu d'àudio ha d'indicar de forma clara el nom i el càrrec de qui parla, a més d'una breu descripció de què explica.

El tall de veu seleccionat ha d'estar recollit en el text i el titular de la notícia ha d'aparèixer reflectit en algun dels àudios que vinculem a la informació.

Quan les declaracions siguin fetes en una llengua estrangera, es publica l'original, però s'inclou la traducció literal i íntegra al peu del tall.

Informació i normes ètiques ¶

11. Criteris deontològics generals ¶

12. Pluralisme informatiu ¶

13. Drets humans i respecte informatiu ¶

11. CRITERIS DEONTOLÒGICS GENERALS

Drets humans i característiques del periodisme

La professió periodística està marcada per unes característiques, des del punt de vista del comportament ètic dels que l'exerceixen, ben pròpies. Es treballa amb un material molt delicat, però sota una regulació personal i col·lectiva, poques vegades externa o jurídica.

És pel tractament de la informació sobre persones, adreçada a persones i sobre temes de vegades conflictius, que la professió s'ha d'atènyer, en primer lloc, a un respecte elemental dels drets humans.

L'exercici professional de la informació i la comunicació té implicacions en el dret a la llibertat d'opinió i expressió (article 19 de la Declaració Universal dels Drets Humans), en el respecte a la igualtat de drets de les persones i de la seva consciència (article 1), en el de la no-intromissió en la seva vida privada (article 12) i en el del respecte a la presumpció d'innocència (article 11). També hem de tenir en compte les derivacions de la tasca periodística en el tracte no degradant de cap individu (article 5) ni discriminatori per qualsevol mo-

tiu, com ara el sexe, la llengua o l'origen (article 2) i el dret a la seguretat de la persona (article 3).

Una informació irresponsable o malèvola pot conculcar alguns drets que són fonamentals, internacionals i transversals a diferents cultures.

En casos de col·lisió dels drets fonamentals a la informació i a la intimitat, l'ACN defensa que preval el dret a la informació. Tot el que succeeixi a la via pública és susceptible de ser enregistrat i difós, excepte quan una autoritat judicial indiqui el contrari.

Implicació ciutadana, criteris socioètics

El fet de manipular o interactuar amb persones o dades humanes ha generat uns criteris concrets d'ètica professional que concerneixen les ciències socials. Aquest seria també el cas de la comunicació i el periodisme.

Els criteris bàsics, anomenats socioètics, es resumeixen en la no-maleficència (no danyar voluntàriament la vida ni la imatge de les persones implicades en la nostra tasca informadora), la beneficència (ser benèfics en la cura dels drets humans, de les normes ètiques i en el mateix exercici de la llibertat d'informar i el dret a ser informat), l'autonomia (el respecte a les decisions autònomes de les contraparts, la seva personalitat jurídica i igualtat) i la justícia (les implicacions de la justícia social, que en el cas periodístic freguen molt amb el pluralisme).

Les agències de notícies, malgrat que en alguns casos no siguin el darrer filtre de la informació, no estan exemptes dels acompliments ètics.

Codi professional i col·legial

Encara que els professionals del periodisme no estiguin col·legiats, s'assumeix que el respecte del Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya els implica a tots. Alguns dels criteris fonamentals se superposen als drets humans (com ara l'observació escrupolosa de la presumpció d'innocència o el respecte a la intimitat) i d'altres emanen específicament del periodisme.

Els criteris de la Declaració de Principis de la professió periodística a Catalunya actualitzats el 2016 són:

- a) Observar sempre una distinció clara entre els fets i les opinions o interpretacions, i evitar tota confusió o distorsió deliberades, així com la difusió de conjectures i rumors com si es tractessin de fets.
- b) Difondre únicament informacions fonamentades, tot evitant afirmacions o dades imprecises i sense base suficient que puguin lesionar o menysprear la dignitat de les persones, així com la utilització d'expressions injurioses. Cal donar als afectats l'oportunitat de resposta abans de publicar res.
- c) Rectificar amb diligència i amb tractament adequat a la circumstància les informacions —i les opinions que se'n derivin— errònies. També s'ha d'atendre el dret de rèplica quan aquest sigui raonable.
- d) Utilitzar mètodes dignes per obtenir informació o imatges, sense recórrer a procediments il·lícits, com ara càmeres ocultes, interceptació de telefonia o altres suports de comunicació privats. Són igualment inacceptables el pagament a les fonts i el plagi.

- e) Citar degudament les fonts, tot protegint-les en els casos en què sigui necessari. Mai no es recorrerà a l'anonimat per atacar d'altres. També caldrà observar l'*off the record*.
- f) Pel que fa a assumptes relacionats amb les administracions públiques, el dret fonamental a la informació ha de prevaler sempre per damunt de qualsevol restricció que vulneri injustificadament el principi de la transparència informativa a què estan obligades. Tanmateix, cal respectar el dret de les persones a no proporcionar informació. L'assetjament periodístic és una pràctica reprovable.
- g) No acceptar mai retribucions o gratificacions de tercers per promoure, orientar, influir o haver publicat informacions o opinions. En tot cas, no s'ha de simultaniejar l'exercici de l'activitat periodística amb altres activitats professionals incompatibles amb la deontologia de la informació, com la publicitat, les relacions públiques i les assessories d'imatge, ja sigui en l'àmbit de les institucions o els organismes públics, com en entitats privades. Cal rebutjar la publicitat sota l'aparença deliberada d'informació.
- h) No utilitzar mai en profit propi informacions privilegiades obtingudes de forma confidencial com a periodistes en exercici de la funció informativa, incloent-hi informació sobre empreses o apostes.
- i) Respectar el dret de les persones a les seves intimitat i imatge, especialment en situacions de vulnerabilitat. Evitar, fins i tot després de la seva mort, el dany gratuït a la dignitat de les persones.

- j) Observar escrupolosament el principi de presumpció d'innocència en les informacions i opinions relatives a causes o procediments penals en curs.
- k) Tractar amb especial cura tota informació que afecti menors, tot evitant difondre la seva identificació quan apareixen com a víctimes (excepte en supòsit d'homicidi), testimonis o inculpats en causes criminals, sobretot en assumptes d'especial transcendència social, com és el cas dels delictes sexuals. També s'evitarà identificar contra la seva voluntat les persones pròximes o parents innocents d'acusats o convictes en procediments penals. Com a norma general no seran entrevistats ni enregistrats sense permís familiar.
- l) Actuar amb especial responsabilitat i rigor en el cas d'informacions o opinions amb continguts que puguin suscitar discriminacions per raons de condició sexual, origen, creences o extracció social, així com les que puguin incitar a l'ús de la violència o la discriminació. Els periodistes han de ser sensibles amb la diversitat, el respecte a les persones i la justícia.

Autoregulació, acords institucionals

A més del Col·legi de Periodistes de Catalunya, altres associacions professionals, les institucions reguladores i les trobades de col·laboració entre l'acadèmia i la professió emeten recomanacions de comportament ètic respecte d'aspectes concrets de la feina periodística.

Sense que tingui caràcter normatiu, l'autoregulació mena a seguir els consells proposats pel Consell de l'Audiovisual

de Catalunya, el Consell de la Informació de Catalunya i els acords presos sobre tractament de la migració, la violència de gènere, la discapacitat o el pluralisme religiós. És un deure del periodista estar atent a aquests pactes i assumir-los com a capacitat i aprenentatge professional.

La qualitat, compromís social

La qualitat dels productes periodístics implica la bona factura informativa o divulgativa, també en termes ètics. En tant que els mitjans són una referència social, haurem de ser curiosos en tots els aspectes que difonguem. Una qüestió bàsica i inicial és assumir que la qualitat lingüística també forma part del compromís ètic amb la ciutadania, que sovint considera que les formes difoses pels mitjans són normatives i imitables.

Gravacions ocultes

Com a norma general, no estan autoritzades les gravacions ocultes per obtenir una informació. En cas que s'hagin obtingut unes declaracions amb el micro d'ambient de la càmera de vídeo o els dispositius mòbils, quan és evident que s'estan gravant recursos, serà decisió de la direcció fer ús o no d'aquest contingut en funció de l'interès i la proporcionalitat.

12. PLURALISME INFORMATIU

El pluralisme informatiu d'allò que es publica està marcat per la gestió interna de les empreses de comunicació, com també per la composició i les normes de funcionament de la plantilla, a més de l'aplicació de la deontologia per part de cada professional.

Com a agència catalana, l'ACN procurarà donar visibilitat a tot el territori, sense que els llocs menys habitats quedin desatesos i no siguin notícia únicament per casos de desastres o conflictes. És un objectiu de l'Agència Catalana de Notícies respectar el pluralisme territorial, lingüístic i ideològic de Catalunya.

Pluralisme polític

Denominacions polítiques

País

Els termes país i nació —i els seus derivats, com ara nacional— fan referència a Catalunya, a menys que el context in-

diqui clarament una altra cosa, especialment en el cas de les denominacions oficials, que optarem per traduir. Per exemple: Institut Nacional d'Estadística, Policia Nacional, Audiència Nacional.

El terme Països Catalans remet a la globalitat dels territoris del domini lingüístic i cultural català. Tot i que no és d'ús habitual a l'Agència, l'utilitzarem amb naturalitat quan reproduïm declaracions o anomenem iniciatives en què aparegui, especialment en l'àmbit cultural.

Quan informem d'allò que passi a les comarques del Vallès, el Capcir, el Conflent, la Fenolleda, el Rosselló i l'Alta Cerdanya parlarem de la Catalunya del Nord i no pas de la Catalunya francesa ni del sud de França. De la mateixa manera, no ens referirem a l'Alta Cerdanya com a Cerdanya francesa.

Les notícies que passin a l'àmbit lingüístic català de l'Aragó les situem a la comarca que correspongui o bé de manera més genèrica a la Franja de Ponent.

Parlem d'Espanya, o d'estat espanyol, per referir-nos a la mateixa realitat geopolítica. La denominació Espanya té un significat més ampli i resulta menys encarcerada. Estat espanyol és adient en clau de política estatal, per referir-nos als poders públics, però en la informació internacional és preferible dir Espanya. Cal evitar la denominació estat espanyol en referències històriques, i especialment en les geogràfiques i físiques.

Sí: Espanya és l'estat membre de la UE on més ha crescut l'atur

No: Espanya és el país de la UE on més ha crescut l'atur

Sí: França, Alemanya, Itàlia i Espanya celebren una cimera

No: França, Alemanya, Itàlia i l'estat espanyol celebren una cimera

Sí: Al final de la Guerra Civil molta gent va marxar d'Espanya cap a França

No: Al final de la Guerra Civil molta gent va marxar de l'estat espanyol cap a França

Sí: El temporal que afecta l'interior de la península Ibèrica es desplaça a Catalunya

No: El temporal que afecta l'interior de l'estat espanyol es desplaça a Catalunya

Sí: Detecten sis canvis il·legals de permisos de conduir ve-neçolans per estatals

No: Detecten sis canvis il·legals de permisos de conduir ve-neçolans per espanyols

No farem ús del terme autonomia i el derivat “autonòmic” com a expressió de país (per exemple, no ens referirem al PIB català com a autonòmic) ni l'utilitzarem per identificar organismes i institucions de Catalunya.

Sí: La policia li atribueix vuit atracaments en gasolineres

No: La policia autonòmica li atribueix vuit atracaments en gasolineres

Restringirem l'ús del terme autonòmic a contextos periodístics en què sigui inevitable, com ara el finançament autonòmic.

Prioritzarem la divisió territorial de l'ACN o el terme “demarcació” davant del de província:

Sí: Les cases rurals han tingut plena ocupació al Camp de Tarragona i a les Terres de l'Ebre / Les cases rurals han tingut plena ocupació a la demarcació de Tarragona

No: Les cases rurals han tingut plena ocupació a la província de Tarragona

Institucions

Pel que fa a les institucions catalanes, no cal adjectivar-les. Així, direm el president quan ens referim al president de la Generalitat o el Parlament quan ens referim al Parlament de Catalunya.

En el cas de l'administració estatal, hi ha diferents termes per fer-hi referència. El govern i el president del govern espanyol sempre duran l'adjectiu pertinent. El mateix criteri val per a l'administració, la policia o qualsevol altre subjecte, que acompanyarem de l'adjectiu espanyol quan pertoqui:

El govern espanyol no eliminarà l'IVA dels llibres de text

La policia espanyola desarticula un grup dedicat al tràfic d'éssers humans

No emprarem l'expressió govern central o administració central, ja que remet a una relació perifèrica. El mateix criteri

s'amplia a tot allò que fa referència a les administracions i als seus servidors: per exemple, un policia serà sempre un mossos d'esquadra. En els casos en què intervinguin diferents cossos policials i hi podria haver confusió, utilitzarem Mossos d'Esquadra per referir-nos a la policia catalana.

Fonts plurals

Evitarem caure en una representació de la política que calqui l'agenda dels partits majoritaris. No ens limitarem a un periodisme de declaracions i contradecaracions en què no intervenen els altres actors socials, els sectors implicats en la notícia ni la ciutadania. Donarem veu a totes les fonts implicades i intentarem abordar-ho des de la perspectiva que més impliqui la societat.

Si s'utilitzen imatges ja editades per les fonts, s'especificarà amb la fórmula "Imatges cedides i editades per...".

Atribució precisa

És fonamental, per no crear confusions i perquè el receptor pugui localitzar bé les fonts, que les atribucions de les declaracions sempre es facin correctament i es revisin. Hi ha un cert marge per retocar-les (escurçar-les o corregir-ne errors), però mai no es trauran fora de context ni se'n variarà el sentit.

En els títols de les peces escrites cal fer constar qui fa una declaració. Mai no començarem amb una citació, llevat de casos particulars, sempre que siguin curtes i clarament atribuïdes.

Contrastació

La pràctica de la contrastació és una norma bàsica de la feina periodística, ens dona garanties per no escampar rumors i afavoreix el pluralisme de la informació que produïm. Estarem sempre molt atents a no relegar-ne la verificació per la manca de temps, especialment en assumptes delicats. En cas de dubte, consultarem la redacció en cap si les fonts de què disposem són suficients i garanteixen una contrastació mínima.

Farem constar expressament si en una roda de premsa no s'ha permès als periodistes formular preguntes. Així mateix, quan ens hagin impedit gravar, també ho indicarem.

Partits polítics i informació

La interiorització dels mecanismes del món de la comunicació per part dels partits polítics ha fet que aquestes formacions generin la seva informació i n'enviïn molta ja processada. Quan la usem, sempre n'indicarem l'origen, però procurarem crear les nostres notícies, amb versions contrastades.

Quan es tracti de les versions de diferents partits sobre qualsevol assumpte, cal oferir una informació equilibrada, en la qual totes les forces puguin intervenir.

Sempre respectarem l'*off the record*. No en publicarem el contingut ni tan sols amagant la font.

Només publicarem informacions sense citar la font en casos excepcionals. El periodista s'ha de blindar contra els rumors i no servir-ne de transmissor.

Pluralisme religiós

Col·lectius

La societat ha evolucionat cap a una pluralitat d'opcions religioses, tant per la llibertat de culte com per l'arribada de comunitats d'altres punts del món. Sense defugir la tradició cultural cristiana mediterrània (festes i costums), tindrem a l'abast fonts de totes les comunitats religioses per si en algun cas ens cal contrastació i per mostrar la diversitat de religions, d'esglésies i de creences que existeix.

Serem sempre respectuosos amb totes les tendències religioses i espirituals, i procurarem conèixer les denominacions correctes per als rituals, els càrrecs i tot allò que envolta cada culte per no caure en cap falta de correcció i respecte.

Centres de culte

Caldrà que ens referim als centres de culte amb precisió i no confonguem oratoris musulmans, mesquites, sinagogues o altres temples, com ara els gurdwara, de la comunitat sikh.

Denominacions religioses

El periodista no s'ha d'encomanar del vocabulari que genera el recel social. Cal que faci una distinció clara entre les nacionalitats i les professions d'una fe. Per exemple, no podem confondre israelians i jueus, ja que no tots els israelians formen part d'aquesta comunitat religiosa. De la mateixa manera, no ho canviarem per israelita, que es refereix a l'antic poble d'Israel.

També evitarem caure en les parelles simplificadores i discriminatòries que associen per defecte islamisme i fonamentalisme. Cal que recordem que el terme islamisme fa referència a un moviment proselitista de la fe. Islàmic, en canvi, és el referent a l'islam, però d'una manera àmplia, ja que també inclou altres àmbits, com la cultura i la tradició artística. Per tant, és menys precís parlar d'integrisme islàmic que d'integrisme islamista.

Tractament dels conflictes

El conflicte entès d'una manera oberta: la diversitat, la novetat o la polèmica alimenten d'una forma natural els interessos informatius. Sense els canvis que alteren la normalitat, difícilment tindriem tants ítems noticiables. És per aquest motiu que cal saber tractar el conflicte, no fomentar-lo forçadament, i intentar equilibrar els més marcats.

De manera genèrica, en els temes conflictius, els consells a seguir són: ser especialment curiosos, disposar de fonts informatives variades, no repetir el llenguatge de les parts que s'enfronten i adoptar el punt de vista de la ciutadania. Si tenim versions de la policia, informes mèdics o altres d'especialitzats, n'adaptarem el llenguatge tècnic i farem de filtre de l'argot de cada sector.

Conflicte social

Les infraestructures, els recursos, les crisis econòmiques o els conflictes mediambientals poden fer que informem de conflictes en termes socials. En tots els casos serà imprescindible explicar el context en què es formula la notícia i do-

nar a cada part enfrontada l'oportunitat d'explicar-se públicament si ho vol.

Per tal de no fomentar el conflicte, evitarem verbs d'interpretació dels estats d'ànim, sentiments o formulacions de pensament que no estiguin reflectides en les declaracions, i ens remetrem als fets i les accions.

Conflicte polític

En el cas que hàgim de tractar un conflicte polític, extremarem la cura per no repetir les versions d'una de les parts, reinterpretarem els mots eufemístics o que minimitzen la durada d'algunes realitats (danys col·laterals per víctimes civils, etcètera) i filtrarem els falsos conflictes que només es basen en declaracions de resposta que busquen visibilitat mediàtica.

Conflicte bèl·lic

Si informem sobre conflictes bèl·lics, buscarem fonts neutrals, allunyades de les parts, recorrerem a experts que ens ajudin a construir el context i entrevistarem fonts civils que ens parlin des de la ciutadania. Hem de ser conscients que el front informatiu el juguen tots els contendents i no podem fer de caixa de ressonància de versions tergiversades.

En tots els casos, i en aquest especialment, estarem atents als acompliments ètics més bàsics, com ara la contrastació, la cerca de la precisió, el respecte a la privacitat i el respecte a la persona i a la vida.

El Col·legi de Periodistes de Catalunya ha afegit al Codi Deontològic unes recomanacions bàsiques sobre la cobertura de conflictes, que és aconsellable que seguim.

13. DRETS HUMANS I RESPECTE INFORMATIU

Drets del menor

Identitat i imatge

La identitat dels menors està preservada, cosa que implica que calen permisos per fotografiar o filmar escoles o llocs amb presència de menors i que no se'n podran difondre imatges sense autorització. Aquest respecte afecta també els fills de personatges públics i els menors de col·lectius minoritaris o de països pobres o en conflicte.

En cap cas no farem servir imatges d'arxiu en què apareguin menors per il·lustrar uns altres casos sense indicar-ho. Buscarem, si cal, perspectives que respectin la identitat dels nens. Si la notícia és la participació de menors en algun aspecte de l'actualitat negatiu o conflictiu, buscarem les imatges menys lesives per a l'infant. Per exemple, en el cas d'un reportatge sobre la prostitució de menors, el testimoniarem amb imatges en què no es reconeguin els nens, encara que ho denunciem.

Serem molt curiosos amb imatges de menors amb discapacitats, malalts o ferits. La producció audiovisual de l'Agèn-

cia es fa amb respecte a les recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

El menor com a font

Si els menors d'edat són una font informativa, hi tindrem una cura especial sobretot quan es tracti de temes delicats o conflictius. Amb el benentès que disposem del permís citat anteriorment, es tractarà el testimoni amb respecte i en citarem el nom i els cognoms.

Menors, mort i crim

Són especialment delicats els casos de crims, catàstrofes, accidents i suïcidis en què estiguin implicats menors. Se'n respectarà la identitat malgrat la possible espectacularitat del fet.

En el cas dels accidents i crims, els acords professionals són clars pel que fa a no revelar noms ni imatges, com tampoc detalls escabrosos.

Identitat i delicte

Presumpció d'innocència

La presumpció d'innocència és un dret constitucional que imposa certs comportaments dels mitjans de comunicació. Els acusats sempre seran tractats de sospitosos fins que no se'n declari la culpabilitat. Aquesta indicació afecta tot tipus de càrrecs; no farem excepcions en el cas de delictes de contingut polític:

- Sí:** Detenen els dos regidors de la CUP investigats per tallar la carretera a Coll d'Ares
- No:** Detenen els dos regidors de la CUP que van tallar la carretera a Coll d'Ares

Farem constar que una persona ha quedat absolta si abans hem informat de la seva implicació en un cas.

Amb tot, el redactor ha d'evitar la repetició de l'adjectiu presumpte o de l'adverbi presumptament per no generar un estil feixuc. Quan siguin criminals confessos o descoberts a l'acte, farem constar aquesta circumstància.

Evitarem aplicar l'adjectiu presumpte als fets o delictes que s'investiguen i optarem per suposat/suposada o una expressió similar. Si es tracta de fets provats o dels quals hi ha la certesa que s'han produït no calen adjectius.

- Sí:** Detenen un empresari a Valls per una suposada estafa immobiliària
- No:** Detenen un empresari a Valls per una presumpta estafa immobiliària

Identificació

Sempre identificarem els protagonistes i les fonts de les notícies amb nom i cognoms, i amb el càrrec, quan calgui. També és essencial l'atribució correcta de les citacions.

Hem de tractar els entrevistats, testimonis i protagonistes de vostè. Serem curiosos amb l'ús dels malnoms o noms en notícies que no ho necessitin. Cal que ho tinguem en compte especialment en les informacions sobre crims, ja

que en aquest àmbit se'n fa un ús abusiu. També en aquests casos preservarem la identitat de les víctimes.

Crim i imatge

Valorarem la necessitat de revelar o no la identitat dels acusats quan es tracti d'un càrrec o d'una imputació abans de la resolució judicial. Tot i que la repercussió d'alguns casos (escàndols, actes terroristes, assassinats, corrupció política, etcètera) fa que aquest dret quedi superat pels mitjans, cal reflexionar sobre antecedents en què s'ha danyat irreversiblement la imatge de persones acusades que posteriorment han quedat absoltes.

Com a norma general, s'evitarà que els agents dels cosos i forces de seguretat es puguin identificar a les imatges, però no se'n distorsionaran les cares si no hi ha un compromís amb les fonts o les autoritats. Aquesta opció quedarà a criteri dels subscriptors.

Pel que fa a la publicació de fotos i vídeos, sempre es farà una atenció especial a no difondre cap imatge que pugui ferir la sensibilitat del lector.

Discapacitat

Els col·lectius organitzats de persones amb discapacitats, físiques o intel·lectuals, demanen ser tractats amb autonomia, no pas com a persones tutelades. Segons les seves demandes, no parlarem de la gent amb discapacitats amb paternalisme ni llàstima. Referirem la condició de discapacitat si falta informativament i parlarem de persona amb discapacitat i no pas de minusvàlid:

- Sí:** La Generalitat ha adaptat a les persones amb problemes de mobilitat el 82% d'estacions de Metro i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) i el 75% dels autobusos interurbans.
- No:** La Generalitat ha adaptat als minusvàlids el 82% d'estacions de Metro i Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC) i el 75% dels autobusos interurbans.

Malaltia

Precisió

Qualsevol tipus de malaltia, coneguda o nova, física o mental, ha de tenir un tractament acurat, precís pel que fa a la informació i respectuós amb la persona que la pateix. Evitarem el sensacionalisme positiu dels avenços mèdics que encara són incerts o que trigaran molts anys a ser aplicats, ja que difondre notícies esperançadores en fals pot perjudicar els col·lectius afectats.

Buscant la precisió informativa, cal que evitem tòpics del tipus “una llarga malaltia” per parlar del càncer o de malalties degeneratives. L'elevada mortalitat, malgrat l'augment constant dels índexs de guariment, ha construït aquesta expressió eufemística. Sempre que la família no indiqui el contrari o demani el secret, caldrà citar les malalties amb el seu nom, acomplint una tasca divulgativa i de difusió també de les que són menys conegudes.

La malaltia mental

Les malalties mentals tenen un tractament periodístic que a vegades s'apropa a la broma. Hem de fugir dels títols in-

formatius que usin l'anorèxia, el trastorn bipolar o l'esquizofrènia com a metàfores d'altres comportaments que pugui semblar que fan més exòtica la informació. Atesa la gravetat i l'augment d'aquest tipus de patologies, caldrà que siguem respectuosos i precisos:

- Sí:** El Partit Liberal considera que l'oposició “no sap què vol fer” a les eleccions generals
- No:** El Partit Liberal considera que l'oposició té “esquizofrènia política” perquè “no sap què vol fer” a les eleccions generals

Migració

Immigració

El moviments migratoris formen part de la normalitat de la vida social. Tenint en compte la complexitat de la informació sobre la migració, la immigració irregular i la presència de col·lectius immigrants, cal que manegem un vocabulari precís.

Parlarem d'immigrants en el cas que la informació tracti sobre aquest tema i no si ens referim a col·lectius arrelats de fa temps a Catalunya. Si parlem de la situació administrativa irregular d'alguns immigrants evitarem, segons un acord professional, dir-los il·legals, així com fer un ús abusiu de l'etiqueta sensepapers. Podem parlar de clandestinitat, si és que arriben així al nostre país:

- Sí:** Un nou operatiu policial a Salou acaba amb divuit detencions a immigrants clandestins

No: Un nou operatiu policial a Salou acaba amb divuit detencions a immigrants il·legals

Nacionalitat

Referirem la nacionalitat o l'origen geogràfic dels protagonistes quan el fet noticiable hi estigui relacionat, com ara les notícies sobre premis, o referides a artistes internacionals o a d'altres en què aquesta dada sigui rellevant.

En el que anomenem successos, com ara la informació sobre delictes, crims o accidents, citarem l'origen dels protagonistes només si és significatiu per a la comprensió de la notícia. No hi farem referència a la titulació per evitar que es pugui vincular una comunitat a la causa del fet:

- Sí:** Detenen quatre joves per robar en un edifici en construcció de Manresa
- No:** Detenen quatre joves romanesos per robar en un edifici en construcció de Manresa

Pobresa

La presència de les elits econòmiques i polítiques a les informacions fa que molts altres protagonistes socials quedin amagats. La pobresa és una realitat estructural i no anecdòtica de la nostra societat. Informar-ne amb respecte ha de ser una responsabilitat dels mitjans, com també ho és no caure en el classisme de tractar de manera diferent els testimonis d'extraccions socials o capacitats econòmiques diferents.

Sexisme i violència masclista

Informació igualitària

El sexisme a la informació es pot mostrar de maneres molt diferents. Per tal d'evitar-lo i consegüentment cercar la igualtat entre gèneres, propiciarem la visibilitat de les dones. Així, hem d'estar atents a compensar els punts de vista entre homes i dones en el plantejament dels temes i en la consulta a les fonts. Conèixer i accedir a expertes ens farà no caure en el classisme per motiu de sexe.

Imatge de les dones

Cal reflexionar sobre la manera diferent que de vegades es té de tractar la imatge femenina i la masculina, per exemple pel que fa als esports o en l'atenció a com es vesteixen o es comporten els uns i les altres, sovint en els mateixos càrrecs o llocs de responsabilitat. Quan generem imatges, hem de mirar de no caure en la reproducció i creació d'estereotips que contribueixin a la discriminació de la dona, com ara un grup de científics, posem per cas, en què tots siguin homes.

Llenguatge no sexista

La primera responsabilitat d'un llenguatge no discriminatori és la de no invisibilitzar les dones, la qual cosa implica no parlar d'un col·lectiu atribuint-li el gènere masculí quan sigui completament femení, ni esmentar en masculí els càrrecs i els adjectius referits a dones.

Preferirem les formes genèriques que no indiquen cap sexe (col·lectiu, professorat, ciutadania, plantilla, etcètera),

sense forçar la duplicació masculina-femenina, que s'allunya de l'agilitat del llenguatge periodístic:

- Sí:** L'alumnat de l'Escola Oficial d'Idiomes de Tremp es queixa de la falta de professorat
- No:** Els i les alumnes de l'Escola Oficial d'Idiomes de Tremp es queixen de la falta de professors i professores

Cal estar atents a no reproduir tics, com ara parlar dels cònjuges com la dona de o el marit de sense atorgar-los personalitat:

- Sí:** Diana Riba serà la número dos d'ERC a les eleccions europees
- No:** La parella de Raül Romeva serà la número dos d'ERC a les eleccions europees

Violència sexista o de gènere

Ens referirem al fenomen de la violència sexista, tal com ho fa la Llei 5/2008, del dret de les dones a erradicar la violència masclista, o com a violència de gènere, però no pas com a violència domèstica, ja que aquesta denominació minimitza l'abast d'aquest fenomen:

- Sí:** Una noia de 17 anys de Reus, nova víctima de la violència masclista
- No:** Una noia de 17 anys de Reus, nova víctima de la violència domèstica

En canvi, quan es tracti d'un cas de violència en la família però no sexista parlarem de violència domèstica, com ara en les agressions a progenitors. L'agressió d'una dona a un home no es considera un acte de violència de gènere, sinó de violència domèstica.

Evitarem el tractament melodramàtic o justificador del cas, com també relacionar el que hagi passat amb l'origen dels implicats, ja que el problema té un abast internacional i ocorre en diverses cultures. No ens recrearem en els detalls de la informació d'origen policial i judicial, especialment en aquells casos de tracte vexatori a la figura de les dones, com ara els abusos o les violacions.

No difondrem testimonis que no aportin informació i que només afegeixen morbositat i donen peu a judicis paral·lels. Aprofitarem per incloure-hi veus expertes que alertin sobre l'abast real del problema i ofereixin recursos d'ajuda a les víctimes.

Víctimes

Catàstrofe

La informació sobre catàstrofes, amb víctimes o destrosses, ha de ser especialment curosa amb les dades i amb el respecte als afectats.

Evitarem el tractament sensacionalista, les imatges morboses que puguin evidenciar les identitats de les víctimes i la poca cura amb les xifres, en aquests casos molt feridores. Si hi ha llistes de víctimes, abans de difondre-les haurem de comprovar que la família propera hagi estat avisada dels fets.

En tots els casos amb víctimes, cal seguir les recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Es tracta fonamentalment de no forçar les declaracions de ferits i familiars ni captar imatges que han de quedar preservades del públic.

No mostrarem la identitat ni els primers plans de morts o ferits i serem curosos amb els elements que s'hi relacionen, com ara les matrícules dels vehicles. Si utilitzem imatges d'arxiu, atendrem els mateixos consells i intentarem no fer-ne servir de fets que puguin tornar a generar dolor.

Amenaces de bomba

L'ACN no considera una amenaça de bomba com a notícia, tret que les repercussions que generi tinguin una importància informativa. Com en altres casos, el periodista tindrà en compte l'abast de l'alarma social de les notícies.

Suïcidi

Com a norma general publicarem només les morts per suïcidi quan hi hagi elements informatius clars que ho aconsellin. El suïcidi, amb algunes excepcions, és un acte íntim i s'ha de tractar amb respecte, rigor i prudència. La seva difusió ha de ser molt curosa per no acabar generant un efecte crida, especialment quan la víctima és famosa. Una bona cobertura, en canvi, pot generar un efecte dissuasiu.

En cap cas és lícit donar detalls morbosos o escabrosos de com s'ha produït la mort. No s'han de publicar fotografies ni notes de suïcidi, ni donar detalls sobre el mètode o l'escenari escollit per llevar-se la vida. Evitarem relacionar el suïcidi d'algué amb problemes personals de tipus econòmic, profes-

sional o acadèmic perquè els experts coincideixen a dir que els suïcidis no solen respondre a una sola causa.

Si el suïcida és una persona famosa s'ha de tenir en compte la repercussió de la notícia, sobretot entre els joves. En aquest supòsit —i en tots aquells en què sigui possible— s'explicarà la causa de la mort en lloc de recórrer genèricament al terme suïcidi, per tal de complir amb l'objectiu de rigor i precisió que ha de caracteritzar la informació.

A vegades l'interès informatiu pot derivar dels efectes del suïcidi. Per exemple, si la mort ha creat una gran expectació veïnal, i ha obligat a tallar l'accés a una zona molt transitada o, encara més greu, hagi causat danys a tercers.

Quan el suïcida es treu la vida després d'haver mort una altra persona, plantejarem la notícia com un homicidi i evitarem en tot cas equiparar o invertir la rellevància dels dos fets.

Si: Un home mata els seus dos fills calant foc a casa seva i després se suïcida

No: Un home se suïcida després de matar els seus dos fills calant foc a casa seva

No s'ha de banalitzar el suïcidi i hem de fugir del títols informatius que hi facin referència de manera metafòrica amb el pretext de captar l'atenció.

Sí: El candidat es veu obligat a deixar la política després de denunciar la corrupció

No: El candidat consuma el seu "suïcidi" polític després de denunciar la corrupció

Els atropellaments de tren es poden publicar encara que es tractin de suïcidis, perquè impliquen incidències en el trànsit ferroviari que afecten centenars d'usuaris. Evitarem entrar en cap detall sobre la circumstància de la mort:

Un atropellament provoca retards d'una hora i mitja a la línia
Barcelona-Portbou

En el cas que es tracti d'un accident i no d'un suïcida, el titular s'ha de centrar precisament en els fets i no en les conseqüències que hagi provocat en el servei:

Almenys deu persones moren per l'atropellament múltiple
d'un tren a Castelldefels

D'altra banda, és habitual informar sobre el suïcida de manera genèrica, a partir d'estadístiques, estudis socials o investigacions científiques que caldrà analitzar sempre amb cura.

Opcions lingüístiques i d'estil

14. Model de llengua

15. Normes d'estil

14. MODEL DE LENGUA

Un català per a periodistes

Model periodístic

Redacció clara i concisa

La redacció de tots els textos ha de ser correcta, clara, precisa i concisa. Les frases han de ser breus (un màxim de vint paraules), amb pocs connectors i evitant les construccions enrevessades:

Sí: Un tren descarrila i obliga a tallar la línia 2 de Rodalies

No: Renfe afirma que la línia 2 de Rodalies està tallada per una incidència

Un bon costum és seguir l'ordre neutre de la frase: subjecte, verb i complements. En català el complement de lloc o de temps que inicia la frase no trenca aquest ordre neutre:

Aquest dimarts les temperatures han arribat als 27 °C

Cal evitar sempre que sigui possible la veu passiva i restringir l'ús de subordinades:

Sí: El conseller d'Interior ha inaugurat la nova comissaria dels Mossos a Mollet del Vallès

No: Ha estat inaugurada la nova comissaria dels Mossos a Mollet del Vallès per part del conseller d'Interior

Sí: La nova estació funcionarà com a intercanviador per a tres línies de metro i disposarà d'un aparcament públic

No: La nova estació, que funcionarà com a intercanviador per a tres línies de metro, disposarà d'un aparcament públic

En els elements de titulació, la forma habitual és una frase amb subjecte i el verb que hi concorda. Quan no hi càpiga o no calgui citar el subjecte, evitarem tant les frases nominalitzades (sense verb) com la veu passiva. Valorarem quina forma genera menys problemes:

Sí: Detenen el camioner implicat en l'accident de Bellvei

No: El camioner implicat en l'accident de Bellvei ha estat detingut (En aquest cas és normal que la detenció l'efectuï algun cos de policia, per tant, la falta de subjecte no genera cap dubte.)

Hem d'usar verbs curts, precisos i que no generin confusió (influir millor que influenciar; no és el mateix reafirmar un compromís que refermar-lo). Evitarem les perífrasis verbals que no calguin:

Sí: Les grues han netejat el solar

No: Les grues han procedit a la neteja del solar

Precisió en el lèxic

El lèxic periodístic s'ha d'adequar a un registre formal, però sense caure en cultismes o tecnicismes, encara que les nostres fonts siguin els experts o les institucions. Tampoc no incorrerem en els vicis tradicionals del llenguatge periodístic:

- Abús de polisíl·labs (desacceleració, reconcentració, climatologia, expansionar-se, implementar, disfuncionalitat)
- Mots crossa o buits de sentit (tema, cosa, element, factor, realitzar, produir)
- Perífrasis inútils (procedir a l'obertura, fer menció, desenvolupar una investigació)
- Tecnicismes (sinergia, vector, directriu)

Registre

Cal tenir en compte que l'ACN és un mitjà d'informació generalista. Així, els tecnicismes i el llenguatge especialitzat s'han d'adaptar a un llenguatge planer i que no calqui les expressions pròpies del món administratiu ni tècnic:

Sí: La Policia Municipal d'Igualada multa dinou comerços per tenir material pornogràfic a l'abast dels menors

No: La Policia Municipal d'Igualada obre dinou actes sancionadores a comerços per tenir material pornogràfic a l'abast dels menors

- Sí:** L'Ajuntament de Granollers tira endavant l'expropiació dels terrenys afectats per la nova zona verda
- No:** L'Ajuntament de Granollers aprova iniciar l'expedient d'expropiació dels terrenys afectats per la nova zona verda
- Sí:** El conductor del turisme va resultar ferit de poca gravetat i va ser traslladat a l'Hospital Universitari Arnau de Vilanova de Lleida
- No:** El conductor del turisme va resultar ferit menys greu i va ser traslladat a l'Hospital Universitari Arnau de Vilanova de Lleida

S'han d'evitar les expressions buides o de significat excessivament genèric. També cal rebutjar els eufemismes, que són molt presents en el llenguatge econòmic, polític i institucional:

- Sí:** Encara no s'han negociat els acomiadaments.
- No:** S'abordaran properament els possibles desacords sobre el tema de la regulació.

Varietat lingüística del català

La llengua de l'ACN és la catalana, en la varietat que es considera adequada per als mitjans de comunicació: comuna o estàndard. Caldrà tenir en compte que a cada zona del país aquest estàndard pot presentar modificacions pròpies de la variant geogràfica corresponent.

Els trets i expressions més consolidats i prestigiosos de cada varietat geogràfica formen part de la llengua comuna i

són igualment adequats per als mitjans, especialment si són compartits per diverses àrees dialectals. A l'Agència els podem reproduir tant si apareixen en declaracions com en els textos publicats. En canvi, cal evitar les formes territorialment més restringides (per exemple, endimari, 'trasto', pròpia del Garraf i del Penedès), sobretot les d'ús col·loquial. En tot cas, és lògic utilitzar sempre, entre les opcions que es consideren igualment vàlides, les que tenen una difusió més general i no dificulten la comprensió del text.

També respectarem sempre la denominació genuïna d'institucions i de càrrecs locals. Direm paer i Paeria per referir-nos a l'alcalde i a l'Ajuntament a les Terres de Ponent on aquests termes siguin d'ús habitual, o parlarem de cònsol major i parròquies per referir-nos a l'alcalde i a les divisions territorials d'Andorra. Així mateix, conservarem les denominacions pròpies de l'Aran, com Conselh Generau d'Aran o Vielha. Usarem el terme batle per referir-nos a un alcalde de les Balears.

Locució

Estàndard oral

Pel que fa a l'estàndard de la locució dels vídeos o cròniques de ràdio, cada professional respectarà la normativa de la llengua d'acord amb la seva variant lingüística.

El redactor pot consultar manuals de pronunciació en català, guies fonètiques i diferents manuals d'ús de l'estàndard de cada zona (*Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana*, Institut d'Estudis Catalans; *Guia fonètica per a les*

televisions locals, D. Paloma et al.; *Manual de pronunciació*, J. A. Castellanos; *Manual d'ús de l'estàndard oral*, J. Lacreu, per al valencià, i *Un model de llengua estàndard oral*, A. Aragonés, per al parlar de les Terres de l'Ebre).

Respectarem i publicarem en la versió original els documents d'àudio en què els protagonistes s'expressin en la seva varietat lingüística, i afavorirem que siguin els redactors de cada zona geogràfica els que locutin les peces del seu territori, per tal de fer palesa la riquesa lingüística dels territoris de parla catalana.

Independentment de l'estàndard territorial del periodista, la locució dels mitjans de comunicació ha de ser clara, correcta i en un registre formal.

Locució periodística

La locució periodística ha de tenir un aire natural però formal, ha de ser directa i sense cantarelles; les frases tenen una entonació ascendent però baixen al final de la frase. Cal trencar el to monòton i marcar expressivament, sense exagerar, els continguts de la informació.

El ritme ha de variar (alternarem frases de llargada diferent) i podem locutar més lentament aquells mots que vulguem remarcar.

Assessorament lingüístic

Competència lingüística

Un periodista que treballa a l'ACN ha de ser competent per redactar les notícies sense supervisió periodística ni lingüísti-

ca. Un treball autònom ha de passar per la formació adequada del professional. La tutela dels redactors que s'incorporin a l'Agència durarà fins que aquesta persona assumeixi els criteris i el model propis. Els redactors rebran indicacions lingüístiques periòdiques i, si cal, informes personalitzats.

Recursos lingüístics

Cal que fem servir el corrector automàtic i també els recursos de la llengua que tenim en línia:

- Diccionari de l'Institut d'Estudis Catalans:
<http://dlc.iec.cat>
- Diccionari d'Enciclopèdia Catalana:
<http://www.diccionari.cat>
<http://www.encyclopedia.cat/diccionaris>
- Termcat (Centre de Terminologia):
<http://www.termcat.cat>
- Optimot:
<http://optimot.gencat.cat>

Els serveis lingüístics de les universitats, els centres de terminologia i les eines d'alguns altres mitjans, com l'ésAdir, ens poden ser útils. No s'ha de buscar mai genèricament a Internet cap terme si no és en una font contrastada.

Denominacions

Pel que fa a les denominacions de festes, institucions o tradicions, atendrem a la màxima genuïnitat i a algunes especificitats de l'ACN.

Institucions

Usarem la majúscula a Govern en referir-nos al català. En canvi, escriurem govern espanyol en minúscula en el cas de l'estatal, així com en el dels governs valencià o balear.

Quan ens referim a l'estat espanyol sense l'adjectiu, escriurem la paraula Estat en majúscula.

El nom de la policia catalana és Mossos d'Esquadra. La primera referència en el text serà amb el nom complet, després podem referir-nos-hi com a Mossos. Si parlem dels oficials, de les persones, serà en minúscula, mossos d'esquadra.

De les eleccions al Parlament de Catalunya no en direm eleccions catalanes ni eleccions autonòmiques.

Festivitats i tradicions

De la festa religiosa del 8 de desembre en direm la Puríssima, no pas la Immaculada. Ens referirem a la festa oficial de la Constitució si parlem de celebracions polítiques del 6 de desembre. Si ens referim al pont festiu, en direm pont de la Puríssima.

La festa nacional de Catalunya és l'Onze de Setembre, tot i que també en podrem dir la Diada. També podem parlar de la diada de Sant Jordi o simplement dir-ne Sant Jordi. Les designacions Carnaval i Carnestoltes poden ser usades indistintament.

La nit del 24 de desembre s'anomena nit de Nadal (no Nit Bona). Així mateix, parlarem de Cap d'Any (no Fi d'Any ni Nit Vella) i de Reis d'Orient (no Reis Mags).

Traducció al català

En el cas de les traduccions, cal que fem atenció a no cometre calcs o traduccions literals i a ser curosos en la revisió.

En cada llengua hi ha uns noms forans (institucions, topònims, etcètera) amb forma pròpia. De tota manera, podem fer algunes indicacions d'allò que cal traduir i el que cal deixar en la llengua original.

Es tradueixen:

- El nom de personatges bíblics, històrics i de ficció (Moisés, Anníbal, la Caputxeta Vermella)
- Els noms d'entitats i organismes, partits polítics i sindicats (Partit Republicà Socialista)
- Els càrrecs (presidenta del Parlament Europeu)
- La part genèrica de centres d'ensenyament, d'edificis i d'instal·lacions (Museu del Prado, Observatori del Roque de los Muchachos)
- Les sigles que tenen tradició catalana (OAP, Organització per l'Alliberament de Palestina)
- Els topònims no catalans amb una forma catalana (el Caire, Conca)
- Fets històrics i moviments artístics (Dilluns Negre, el pre-rafaelisme)
- Premis i lemes (Premi Príncep d'Astúries, "Ni oblit ni perdó")
- Operacions militars ("Tempesta del Desert")

No es tradueixen:

- Els noms propis de persones ni d'animals, llevat dels d'éssers mitològics (Jürgen Habermas, però Pegàs)

- Els renoms o àlies (Il Cavaliere)
- Els noms de grups artístics (Keane, El Gran Silencio)
- Els noms d'empreses i de mitjans de comunicació (Deutsche Bank, *Il Manifesto*)
- Les marques (Carrefour, Victoria's Secret, Maurice Lacroix)
- Les obres artístiques o científiques que no tinguin versió catalana, tot i que hi podem afegir entre parèntesis una traducció feta per nosaltres, si escau (*Yesterday, Middlesex, La maja desnuda*)
- Els topònims sense forma catalana (El Hierro, Buenos Aires)
- La part no genèrica, el nom, dels topònims menors (avinguda d'Insurgentes)
- Noms d'elements culturals únics i de fenòmens meteorològics (la Bajada del Ángel de Tudela, *El Niño*)

Traducció a l'anglès

Quan escrivim en anglès, deixarem en la llengua original:

- Els noms propis de persones o d'animals (Quim Monzó, Floquet de Neu)
- Els renoms o àlies, tot i que podem afegir entre parèntesis la nostra traducció (lo Pelat)
- Els noms de monarques i altres títols nobiliaris (King Juan Carlos I, Prince Phillippe of Belgium)
- Els noms de grups artístics (Manel, Els Pets, Tricicle)
- Els noms de mitjans i d'empreses de comunicació. En deixem el nom original, tot i que al davant hi podem posar una referència (the Catalan public television, TV3, o the Catalan newspaper *El Punt Avui*)

- Les marques comercials i empreses (Gallina Blanca, Aigües de Barcelona)
- Les obres artístiques o científiques que no tinguin versió en anglès, tot i que es recomana afegir entre parèntesis la nostra traducció (“La maleta de l’Agustí” / *Agustí’s suitcase*)
- Els topònims de ciutats catalanes o espanyoles (Barcelona, Girona, Madrid; n’és una excepció Sevilla). La resta durà el nom en anglès (London, New York, Brussels). També traduirem Catalunya i els noms de països (Catalonia, Spain, Germany). Els topònims que duguin accents el mantindran (València, Málaga, Düsseldorf)
- La part no genèrica, el nom propi, dels topònims menors (Pere IV Avenue, Sant Jaume Square)
- Noms d’elements culturals únics, explicant breument en què consisteix (the Catalan tradition of ‘correfocs’; n’és una excepció bullfighting per toreig, ja que és una paraula molt estesa en anglès)
- La part de nom propi d’entitats culturals (the Liceu Theatre, l’Auditori Concert Hall, the Palau de la Música Auditorium o Palau de la Música Catalana Auditorium, la Llotja Theatre; es recomana afegir-hi una referència per contextualitzar, com ara the Liceu Theatre /Barcelona’s opera theatre)

Ara bé, adaptem altres mots o expressions:

- Els noms de partits polítics i sindicats, però deixem les sigles catalanes:
 - » Catalan People’s Party (PPC)

- » Catalan Socialist Party (PSC)
 - » Left-Wing Catalan Independentist Party (ERC)
 - » Catalan Green Socialist Party (ICV)
 - » Citizens' Party (Cs)
 - » Workers' Commissions Trade Union (CCOO)
 - » General Workers' Union (UGT)
- Els noms d'organismes catalans, espanyols o internacionals:
- » The Constitutional Court (pel Tribunal Constitucional)
 - » Spanish Constitution (en canvi, diem Estatut i hi posem una referència explicativa: the Catalan Constitutional Act)
 - » Catalan Ministry of Education o Catalan Department of Education
 - » Spanish Ministry of Education o Spanish Department of Education
 - » Barcelona City Hall o Canet de Mar Town Hall
 - » Girona Provincial Council (per Diputació de Girona)
 - » NATO (North Atlantic Treaty Organisation)
 - » United Nations (UN)
 - » International Monetary Fund (IMF)
- Els càrrecs:
- » Catalan President, President of the Catalan Government o Prime Minister
 - » Spanish President, President of the Spanish Government o Prime Minister
 - » Catalan Minister for Education (conseller) i Spanish Minister for Education (ministre) (si es repeteix en el text pot ser que no calgui repetir Catalan o Spanish,

sempre que no fem referència en el mateix article a l'abast català i a l'espanyol)

- » Mayor of Barcelona o Mayor of Girona (alcalde)
- » President of the Catalan Parliament
- Els noms dels papes (Pope Benedict XVI)
- Fets històrics i moviments artístics (Spanish Civil War, Catalan Modernism, Art Nouveau, Symbolism). N'és una excepció la renaixença (Catalan Romanticism)
- Cal que estiguem molt atents a no deixar calcs o traduccions literals. Per exemple, Setmana Santa és Easter, no pas Holy Week. Ara bé, la diada de Sant Esteve és Saint Stephen's Day, no pas Boxing Day, que és el nom de la diada del 26 de desembre al Regne Unit i a altres països.

Sempre elaborarem una breu explicació si és una festa especial catalana, un esdeveniment molt concret, una entitat el nom de la qual no és explicatiu o un mitjà de comunicació (currently one of the most popular Catalan newspapers, *La Vanguardia*; Òmnium Cultural, the main civic organisation promoting Catalan culture).

- En el cas de les xifres, farem servir un punt per separar els decimals i una coma per als milers. De la mateixa manera, escriurem en minúscula els noms de les divises (6,543.21 euros).
- No utilitzarem les contraccions que són pròpies de l'anglès informal:

Sí: The Council did not vote on the issue

No: The Council didn't vote on the issue

Antropònims

En els casos de noms o cognoms propis d'altres llengües, sempre farem prevaldre la decisió de la persona en qüestió, tant pel que fa a la pronúncia com a la traducció o adaptació ortogràfica:

María Pagés, bailaora (la g es pronuncia com una j)

Topònims

Toponímia catalana

Hem de conèixer la forma correcta i completa dels topònims catalans, d'acord amb la denominació oficial.

Cal estar atents a no calcar formes no catalanes en aquells topònims amb forma tradicional pròpia:

- Àlaba (no pas Álava)
- Bangla Desh (separat)
- Pakistan (amb k)
- Sant Sebastià (no pas Donosti)
- Xangai (amb x)

Pel que fa als noms de les comarques catalanes i valencianes, totes duen article excepte Osona.

Toponímia no catalana

Tractarem els topònims no catalans però amb una forma tradicional en català igual com si fossin del nostre territori. Que n'existeixi o no una forma pròpia ve marcat per la tradició de les relacions culturals. A tots els efectes lingüístics i d'estil

(com ara l'article en minúscula), aquests topònims segueixen les mateixes normes que els catalans.

Aquells topònims dels quals no tenim una forma pròpia els respectarem en la forma original, adaptada a l'alfabet llatí, si cal.

Fonts de cerca toponímica

- Topònims de Catalunya: http://territori.gencat.cat/ca/01_departament/documentacio/territori-i-urbanisme/cartografia/nomenclator_oficial_de_toponimia_de_catalunya/
- Topònims de les Illes Balears: [Universitat de les Illes Balears: Nomenclàtor de nuclis de població de les Illes Balears. http://bibiloni.cat/toponimiabalear/general.htm](http://bibiloni.cat/toponimiabalear/general.htm) [pàgina personal del director de l'obra]
- Topònims de la Catalunya del Nord: <https://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000044/00000018.pdf>
- Topònims del País Valencià: http://esadir.cat/back/filelib/documents/Denominacio_dels_municipis_valencians1.pdf
- Topònims de la resta del món:
 - » Enciclopèdia Catalana: <http://www.enciclopedia.cat>
 - » Portal lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: <http://esadir.cat/toponims>

[consulta: febrer del 2019]

15. NORMES D'ESTIL

Citacions

Fidelitat

Les citacions directes es marcaran amb dues cometes d'entrada i de tancament altes i rectes (" "). Les citacions directes són elements que tenen un fort caràcter personal i valoratiu, per la qual cosa cal que evidenciem que no són una afirmació del periodista. Evitem, doncs, la interpretació dels sentiments que no es derivin de la citació que hi fem constar.

Tenim un marge de manipulació de les citacions que abasta tant la durada total del que s'ha dit, com els defectes habituals de la parla (digressions, repeticions, errades) i les perífrasis. Podem fer canvis mínims per ser més econòmics en el llenguatge.

Adequació

La tria d'una citació mai no inclourà vexacions ni elements que, per més que es puguin atribuir, no són objecte de la informació respectuosa. Si cal, farem referència a insults sense

reproduir-los, llevat que la referència sigui obligada en el context de la informació.

Si barregem citació directa i indirecta (la literal entre cometes i la reportada), haurem de vigilar de no trencar cap regla de concordança. Els elements verbals, temporals, adjectius, demostratius o d'altres que no corresponguin als de la frase principal segons les normes gramaticals, s'hauran de corregir. És a dir, una mateixa frase que no vagi separada per dos punts no pot barrejar la tercera i la primera persona, posem per cas:

- Sí:** Els membres de la junta han avalat Sorell i s'han mostrat contents amb la seva gestió (indirecta)
- Sí:** Els membres de la junta han avalat Sorell: “Estem molt contents amb la seva gestió”, ha afirmat el portaveu (directa)
- Sí:** Els membres de la junta han avalat Sorell i s'han mostrat “molt contents” amb la seva gestió (mixta)
- No:** Els membres de la junta han avalat Sorell i han dit que “estem molt contents de la seva gestió”, segons el seu portaveu

Atribució de citacions

Una citació sempre s'ha d'atribuir amb nom i cognoms el primer cop i variant amb el cognom o el càrrec després. S'ha d'anar especialment amb compte amb les peces que puguin començar amb una citació, ja que costaria de contextualitzar. També en la titulació les citacions han de ser degudament atribuïdes.

Estil

Hem d'atribuir i introduir les citacions de manera variada. La riquesa estilística també inclou la variació dels verbs de dicció (dir, afirmar, sostenir, manifestar, respondre, recalcar, etcètera).

Abreviatures i símbols

Inicials

Com a norma general, evitem reduir els noms propis a inicials. Quan ho hàgim de fer (preservació de la identitat), deixarem un espai després del punt:

El presumpte autor del robatori, D. R. C., és menor d'edat

Símbols internacionals

Tot i que les notícies no són l'espai habitual d'ús de la simbologia internacional, hi ha símbols que s'usen molt (km/h, m², %, °C, etcètera). Els escriurem sense punt i separats amb un espai de la xifra que acompanyen (en són excepcions els símbols del percentatge i dels graus centígrads, que van enganxats a la xifra):

Els vents de fins a 105 km/h han complicat la tasca de desenrunament

Prevaldrà la forma euro, euros a la del símbol €.

Sigles

Les sigles s'escriuen en majúscula i sense punts entre cada lletra (FMI, ONU, PSC). Cal evitar la profusió de sigles, sobre-

tot les poc conegudes, i aquelles que puguin ser confoses amb unes altres.

Si no es tracta de sigles gaire conegudes, citarem el nom de la institució la primera vegada que apareix i, després, la sigla. La titulació és una excepció.

Usos tipogràfics

Cometes simples

En els usos habituals de la cursiva (estrangerismes, noms de creacions artístiques, noms de naus), farem servir les cometes simples. Així, aniran entre cometes simples (altes, rec-tes):

- Capçaleres (el nom) de publicacions periòdiques
- Noms de programes de ràdio i de televisió
- Títols de discos, llibres, escultures, quadres
- Noms d'exposicions, taules rodones o debats
- Noms populars de casos o escàndols
- Noms dels àlies que acompanyen el nom real

Cometes dobles

Les cometes dobles s'usaran únicament en el cas de les citacions directes i mixtes.

Comes i guions

Preferirem les comes als guions per indicar incisos. Si optem pel guió, farem servir els llargs i no els tancarem si coincideixen amb el punt final de la frase:

Les carreteres tallades fins al moment són la C-53, l'N-340, la B-24, la C-7 i l'AP-7 —només al tram de Martorell

Les xifres

Edats

Les edats sempre s'escriuen en xifra, llevat de l'any, que també es pot escriure un any. El nombre dels mesos dels nadons l'escriurem en lletres. Parlarem de nen fins als 14 anys, de jove fins als 25 i d'adult (home o dona) a partir dels 26 anys.

Hores

Les hores les escrivim amb lletres seguint el sistema de quarts (o de campanar): tres quarts d'una del migdia, dos quarts i mig de vuit del matí, un quart i cinc d'onze de la nit. Si la precisió horària és important pel context de la notícia podem recórrer al sistema horari numèric internacional. En aquest casos no hi afegim la franja horària: diem les 18.50 h (i no les 18.50 h de la tarda); diem les 3.45 h (i no les 3.45 h de la matinada).

Les franges horàries són flexibles, sovint els límits s'encavalquen, per exemple a l'estiu encara parlem de set de la tarda, en canvi a l'hivern en diem del vespre. En tenim una orientació:

- Matinada: d'una a sis
- Matí: de sis a dotze
- Migdia: de dotze a tres
- Tarda: de tres a vuit (a l'hivern de tres a set)
- Vespre: de vuit a onze (a l'hivern de set a onze)
- Nit: d'onze a una

Sí: L'aturada s'ha produït a dos quarts de nou del matí

Sí: L'aturada s'ha produït a les 8.27 h

No: L'aturada s'ha produït a 2/4 de 9 del matí

Quantitats

Les quantitats (nombres) es poden expressar en lletres fins a vint i en xifres a partir de 21. De tota manera, cal unificar-les totes en xifres si surten al mateix paràgraf. Farem prevaldre l'escriptura en xifres en contextos en què n'apareguin moltes.

Cal no oblidar el punt de les unitats de miler (que no duen els anys ni les sèries de números):

Les 1.700 denúncies per oferiment i demanda de serveis sexuals a Barcelona que s'han presentat en els deu primers mesos d'aquest any superen les de tot el 2008

Fem servir les formes cent, mil i milió, escrites, per tal d'estalviar l'espai de les xifres.

Escriurem els anys de condemna en xifres.

Llibre d'estil de l'Agència Catalana de Notícies ¶

Imatge · ¶ corporativa ¶

Presentació

La comunicació externa d'una empresa es concreta en elements de la imatge corporativa, aquella que la identifica. És important que les normes i pautes de disseny que s'estableixin respectin els seus valors i atributs. Les constants que assegurin la coherència entre els múltiples elements, una vegada sistematitzades, actuen com a normes que protegeixen la unitat, la claredat i l'eficàcia de la comunicació externa i interna.

Aquest capítol té l'objectiu de mostrar els aspectes més importants de la imatge de l'Agència Catalana de Notícies, les normes que en regeixen la identitat corporativa, les diferents aplicacions i l'ús adequat de tot el que fa referència a la comunicació visual de l'ACN. Aquesta és la guia que ha de servir de base per a tothom que intervingui en qualsevol disseny relacionat amb la imatge corporativa.

Elements d'identificació

Símbol

El símbol està creat amb una tipografia exclusiva que representa les inicials de l'Agència Catalana de Notícies.



Logotip

El logotip és la plasmació gràfica del nom de l'Agència Catalana de Notícies i es compon amb la tipografia Din Bold. La composició és en caixa baixa. El logotip sempre va acompanyat del símbol.



Agència Catalana de Notícies

Marca

El símbol i el logotip s'alineen de la següent manera, conformant la marca.



Versions de la marca

- a) El logotip s'alinea fent caixa amb la C de l'ACN, seguint les proporcions indicades.
- b) El símbol i el logotip estan separats verticalment per la distància definida a l'apartat "Aplicació específica de la marca", i tots dos estan alineats a l'esquerra.



Tipografia corporativa

La tipografia corporativa principal és la Din, i es preveu la utilització de les seves dues variants, Regular i Bold. El logotip està compost amb la modalitat Din Bold.

E1a

abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:!"'() [& \$ % → ← /*

E1a

abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,;:!"'() [& \$ % → ← /*

Tipografia secundària

S'utilitzen l'Helvetica Neue Regular, Italic (cursiva), Bold (negreta) i Bold Italic (negreta cursiva) com a tipografies complementàries.

E1a

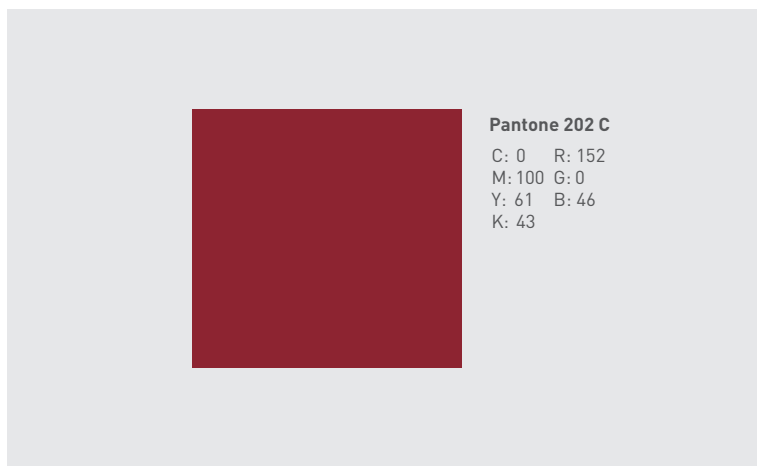
abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890.,:;!'"()[&\$%>< /*

E1a

abcçdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890.,:;!'"()[&\$%>< /*

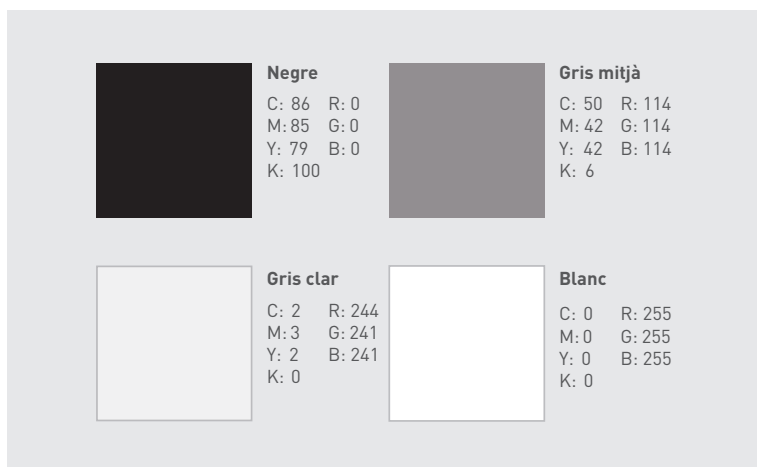
Color corporatiu

El color corporatiu és el Pantone 202 C.



Colors secundaris

El blanc i el negre actuen com a colors secundaris. També s'utilitza un gris mitjà i un gris clar.



Aplicació del color al símbol

Aquestes són les versions acceptades del símbol.



Aplicació del color a la marca

Aquestes són les versions acceptades de la marca.



Papereria

Aplicació específica de la marca

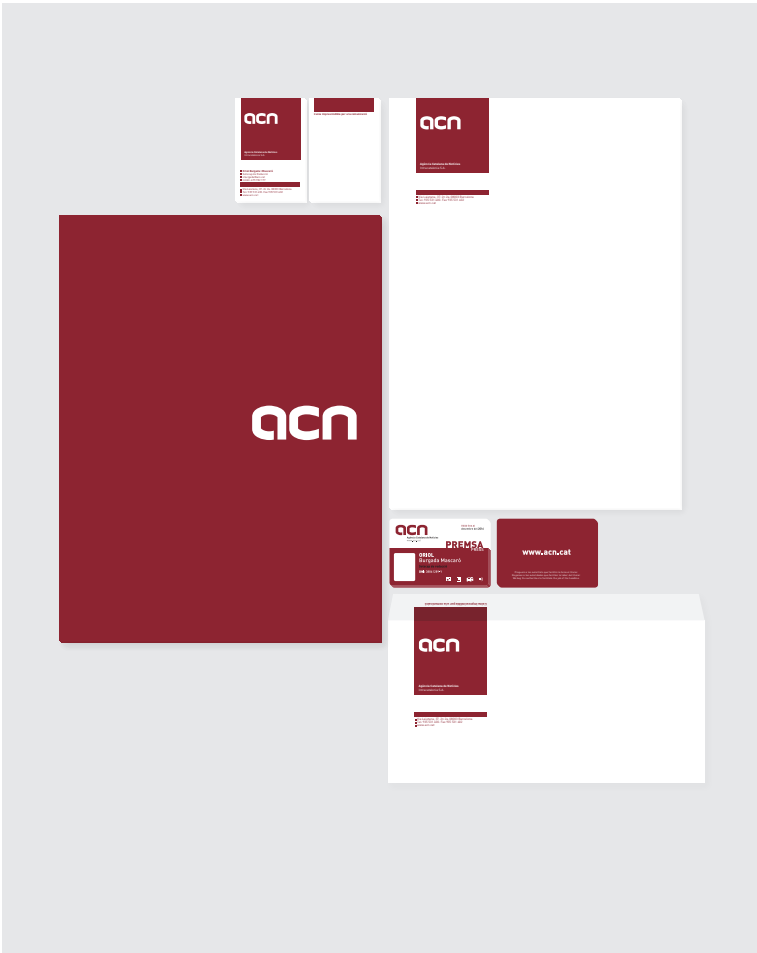
La marca s'aplica d'una manera específica en la papereria. En aquest cas el símbol i la marca se situen sobre una pastilla grana, amb una posició, alineació i separació concreta. El logotip va acompanyat de "Intracatalonia S.A." com a llegenda, en la versió "Regular" de la tipografia corporativa.

A més, la informació s'articula en dues àrees separades per una pastilla grana més estreta. A la part superior se situen les dades personals i, just per sota de la pastilla, la informació institucional, tal com mostra la imatge.

Com que es tracta d'un ús específic de la marca, és important mantenir un criteri uniforme i seguir les pautes de manera estricta exclusivament aplicada en la papereria.



Exemples de l'ús de la imatge corporativa en elements de papereria com targetes, papers de cartes, carpetes, acreditacions i sobres:



La carpeta és l'únic element en el qual no hi ha més dades. Per tant, es col·loca el símbol en blanc sobre grana.

Material tècnic

Entre el material tècnic hi trobem aquell que utilitzen els periodistes multimèdia per dur a terme la seva tasca, com micròfons, càmeres, trípodes, ordinadors portàtils o mòbils.

El símbol, en aquest cas, hi serà present en blanc sobre negre.



Canon EOS 450D



Toshiba Tecra Z50



iPhone 4

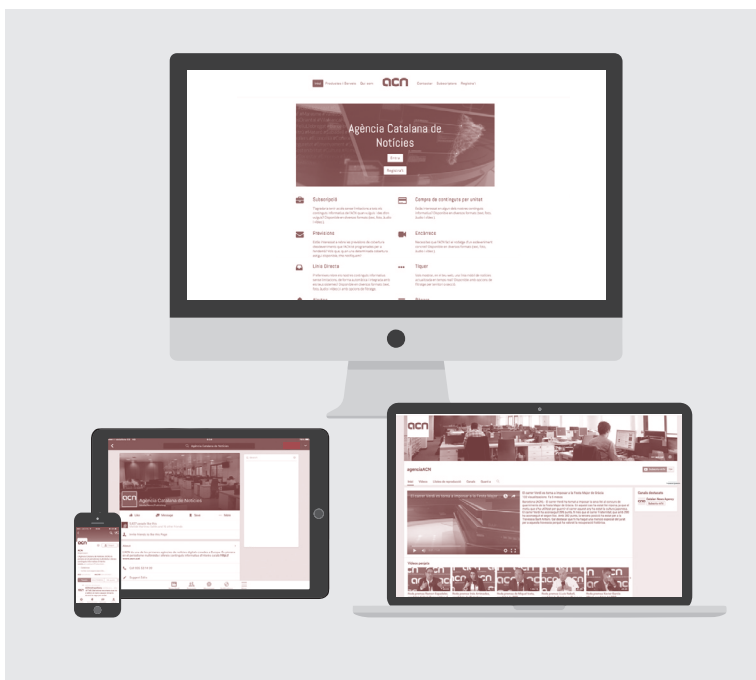


Sony NX5E

Aplicacions multimèdia ¶

Pàgina web i xarxes socials

El símbol estarà present en grana sobre base blanca en tots els suports (Twitter, Facebook, YouTube, la pàgina web i altres plataformes).



Identificatiu de vídeo

L'identificatiu, conegut també com a mosca, anirà disposat dins dels marges de seguretat a la part superior dreta. El símbol serà en blanc sobre material audiovisual.

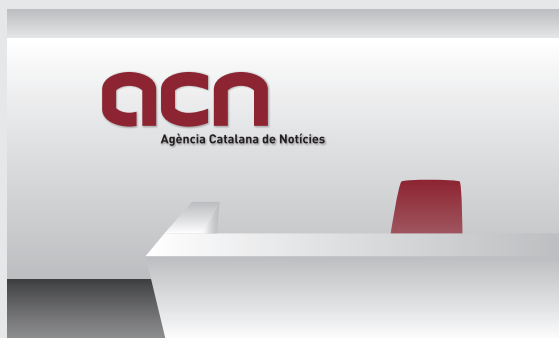


Senyalística

Està formada pel *backdrop* i el conjunt de la retolació de les instal·lacions de l'Agència Catalana de Notícies.



Backdrop



Entrada a les instal·lacions de l'ACN

Índex conceptual ¶

A. ¶
B. ¶
C. ¶
... ¶

ÍNDEX CONCEPTUAL

A

- Abreviatures 141
- Accentuació 133
- Acords institucionals 95, 96
- Acreditacions 157
- Actualització 28, 75, 76
- Adequació 139
- Adjectius 100, 109, 114, 130, 140
- Agència 19, 23, 25, 27, 28, 29, 31, 32, 35, 37, 42, 45, 46, 51, 52, 55, 56, 57, 65, 67, 69, 71, 77, 78, 80, 83, 97, 98, 107, 127, 129, 147, 148, 149, 163
- Aire 84, 128
- Alertes 56, 73, 77
- Àmbit territorial 52, 53, 56, 59, 60, 61
- Amenaces de bomba 117
- Ampliació 75
- Antropònims 136
- Anul·lacions 76, 77
- Aplicacions de la imatge corporativa 151, 155, 156
- Arxiu 69
- Aspectes lingüístics 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137
- Atribució 101, 109, 140, 141
 - Atribució de citacions* 109, 140, 141
 - Atribució precisa* 101

Àudio 37, 38, 46, 59, 71, 78, 80, 82, 86, 87, 128
Autoregulació 95
Autoria 67, 68, 69
Autoritats 92, 110
Avisos als abonats 46, 47, 76

C

Calcs d'altres llengües 131, 135, 136
Càmera de vídeo 77, 78, 79, 80, 81, 82, 96
Capçalera 72, 73, 75, 76, 77, 142
Captures 86
Caràcter públic 35, 41, 43
Català 23, 27, 29, 31, 35, 41, 42, 44, 45, 47, 52, 97, 98, 99,
100, 101, 123, 126, 127, 128, 130, 131, 132, 133, 134,
135, 136, 137
Català per a periodistes 123
Catàstrofes 97, 108, 116
Centres de culte 103
Citacions 72, 101, 109, 139, 140, 141, 142
Citacions directes 139, 140, 142
Citacions mixtes 140
Claredat 147
Codi 19, 21, 22, 93, 105
Codi professional i col·legial 93
Codificació 59, 60, 61
Codificació temàtica 59
Codificació territorial 60

- Color 154, 155
 Color corporatiu 154
 Colors secundaris 154
- Col·laboracions 41, 95
- Col·lectius 19, 20, 21, 45, 68, 107, 110, 111, 112, 114
- Coma 135, 142
- Cometes 72, 139, 140, 142
 Cometes dobles 142
 Cometes simples 142
- Competència lingüística 128
- Comunicació 20, 21, 23, 25, 26, 27, 29, 35, 41, 45, 46, 47, 52,
 55, 77, 78, 91, 92, 93, 97, 102, 108, 126, 128, 132, 135, 147
- Comunicats 47, 67, 68
- Conflictes 21, 97, 99, 104, 105
 Conflicte bèl·lic 99, 105
 Conflicte polític 105
 Conflicte social 104
- Consell d'Administració 44
- Consell de la Informació de Catalunya 96
- Consell de l'Audiovisual de Catalunya 95, 108, 117
- Consell de redacció 53
- Contraccions 135
- Contrast 21, 79
- Contrastació 102, 103, 105
- Correu electrònic 47, 53, 56, 73
- Cos del text 74, 75
- Credibilitat 20, 66, 67
- Crim 108, 110
 Crim i imatge 110

Críteris 22, 57, 67, 71, 83, 92, 93, 100, 110, 129, 156
 Críteris deontològics generals 91
 Críteris socioètics 92
Cultismes 125
Cultura 31, 32, 36, 59, 92, 98, 103, 104, 116, 132, 133, 136
Cursiva 142, 153

D

Dates 86
Declaracions 59, 65, 72, 73, 77, 78, 80, 86, 87, 96, 98, 101,
 105, 117, 127
Delegats 51, 53
 Delegats temàtics 51, 53
 Delegats territorials 51
Demarcacions 100
Democratització de la informació 41, 42
Denominacions 97, 98, 103, 115, 127, 129, 136
 Denominacions polítiques 97, 98, 99, 100, 101, 102,
 127
 Denominacions religioses 103
Descentralització 25, 51, 52
Direcció 51, 52, 96
Discapacitat 96, 107, 110
Discriminacions 95, 114
Dispositius mòbils 23, 56, 77, 96
Disseny 147
Distribució geogràfica 52

- Diversitat 66, 67, 95, 103, 104
- Documents 37, 53, 57, 58, 68, 71, 83, 86, 128
- Documents cedits* 68
- Documents electrònics propis* 53, 57
- Drets 19, 22, 89, 91, 92, 93, 94, 107, 108, 110, 115
- Dret a la informació* 19, 92
- Dret a la intimitat* 92, 93, 94
- Drets del menor* 107, 108
- Drets humans* 91, 92, 93
- Dubtes 21, 60, 102, 124
- Durada 78, 86, 139

E

- Economia 59, 60
- Edats 143
- Elements d'identificació 148
- Empresa 43, 44, 46, 47, 52, 65, 147
- Entradeta 72, 73, 74, 75
- Entrevista 72, 73, 77
- Error 66, 76, 77, 81, 101
- Espai comunicatiu català 23, 35, 41, 43
- Estàndard oral 127, 128
- Estil periodístic 65, 66, 67, 68
- Estructura 51, 73, 74
- Eufemismes 126
- Excepcions 22, 73, 102, 108, 117, 133, 135, 141, 142
- Exclusiva 47, 68, 73, 77, 148

Exposició 60, 82

Extensió 75

F

Facebook 56, 161

Festivitats 130

Filtrar 46, 92, 104, 105

Fonts 68, 72, 74, 75, 77, 93, 94, 101, 102, 103, 104, 105,
108, 109, 110, 114, 125, 129

Fonts de cerca toponímica 137

Fonts plurals 101

Formats 20, 37, 38, 42, 45, 46, 47, 51, 53, 58, 59, 66, 68,
71, 72, 73, 86

Fotografies 59, 68, 71, 83, 84, 85, 86, 117

Funció 41, 42, 51, 60, 75, 76, 94, 96

G

Gèneres 71, 114

Gestió de la informació 57

H

Homogeneïtat 66, 67

Hores 143

I

- Identificació 95, 109, 148
- Identitat 28, 31, 35, 107, 108, 110, 117, 141, 147
- Identitat digital* 161
 - Identitat i delictes* 108, 109
 - Identitat i imatge* 107
- Identitat digital 162
- Imatges 37, 57, 67, 68, 69, 71, 77, 78, 79, 80, 81, 83, 84, 85, 86, 92, 93, 94, 101, 107, 108, 110, 114, 116, 117, 145, 147, 156, 157
- Imatge corporativa* 147, 157
 - Imatge de les dones* 114
 - Imatges d'arxiu* 69, 107, 117
 - Imatges morboses* 108, 116
- Immediatesa 21, 37, 38, 65
- Immigració 60, 112
- Imparcialitat 65
- Implicació ciutadana 92
- Informació 19, 20, 22, 23, 27, 28, 38, 39, 41, 42, 45, 51, 52, 55, 57, 58, 59, 60, 65, 66, 67, 68, 71, 73, 74, 75, 76, 81, 87, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 98, 102, 109, 111, 112, 113, 114, 116, 118, 125, 128, 139, 140, 156
- Informació de proximitat* 42
 - Informació en primícia* 66
 - Informació igualitària* 114
 - Informació inèdita* 66
- Inicials 141, 148
- Innovació 20, 35, 38

Institucions 45, 47, 68, 94, 95, 99, 100, 125, 127, 129, 131,
142
Interactivitat 42
Internet 20, 22, 37, 39, 41, 51, 52, 56, 129
Intertítols 72, 75

J

Jerarquitzar 65, 74, 76, 117

L

Lèxic 125
Localització 58, 61, 79
Locució 127, 128
Logotip 80, 149, 150, 151, 152, 156
Llengua 28, 29, 31, 32, 36, 87, 92, 123, 126, 127, 128, 129,
131, 132
Llenguatge 30, 67, 80, 84, 104, 114, 115, 125, 126, 139
Llenguatge no sexista 114
Llenguatge planer 125
Llenguatge promocional 67
Llenguatge tècnic 104

M

Majúscules 58, 130, 141

Malaltia 58, 111, 112

Malaltia mental 111, 112

Marca 150

Menor 22, 85, 95, 107, 108, 125, 132, 133, 141, 143

Menor com a font 108

Menors, mort i crim 108

Micròfon 80, 83, 87, 158

Migració 96, 112, 113

Minúscules 130, 135, 137

Model 20, 28, 33, 35, 38, 121, 123, 128, 129

Model d'agència 35

Model periodístic 123

Modificacions 78, 126

Mosca 162

Multimèdia 23, 26, 27, 37, 38, 55, 63, 71, 158, 159

N

Nació 97

Nacionalitat 113

Neutralitat 65

Noms 58, 59, 67, 68, 73, 87, 108, 109, 111, 114, 130, 131,
132, 133, 134, 135, 136, 140, 141, 142, 149

Normes 67, 68, 71, 78, 80, 82, 84, 85, 86, 89, 92, 95, 96, 97,
102, 110, 117, 137, 140, 141, 147

Normes d'estil 139

Normes ètiques 92

Notes de premsa 67, 68

Notícies 19, 20, 21, 28, 35, 37, 38, 42, 43, 45, 46, 47, 51,
56, 58, 60, 61, 65, 66, 67, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77,
83, 86, 87, 92, 97, 98, 101, 102, 104, 107, 109, 111, 113,
117, 118, 128, 141, 143

Notícies d'immediatesa 65

O

Objectivitat 77, 82, 84

Off the record 94, 102

Opcions lingüístiques i d'estil 123

Opinió 22, 65, 72, 81, 91

Ordre 74, 123

Organització 51, 52, 57

Orígens digitals 37

P

País 23, 25, 27, 29, 31, 35, 36, 42, 52, 97, 99, 112, 126

Països Catalans 98

Panoràmiques 81, 82

Paraules clau 58

Parèntesis 132, 133

Partits polítics i informació 102

- Perífrasis 124, 139
- Periodisme 19, 20, 21, 23, 29, 32, 91, 92, 93, 101
Periodisme de declaracions 101
- Pluralisme 19, 35, 41, 92, 96, 97, 102, 103
Pluralisme informatiu 97
Pluralisme polític 97
Pluralisme religiós 103
Pluralisme territorial 97
- Pobresa 113
- Polèmica 104
- Política 98, 101, 110, 112, 118
- Portàtils 158
- Postproducció 78, 86
- Precisió 103, 105, 111, 118, 143
- Presumpció d'innocència 91, 93, 95, 108
- Previsions 47, 53, 56, 66
- Producció 53, 57, 67, 107
- Pronúncia 136
- Publicació 35, 46, 47, 65, 68, 75, 80, 81, 110
- Punt 52, 59, 77, 82, 85, 86, 91, 104, 135, 141, 142, 144

Q

- Qualitat 20, 21, 51, 80, 84, 86, 87, 96
- Quantitats 20, 144

R

- Recomanacions 22, 85, 95, 105, 108, 117
- Recursos lingüístics 129
- Redacció 51, 52, 53, 71, 76, 102, 123
 - Redacció clara i concisa* 123
 - Redacció en cap* 51, 53, 76, 102
 - Redacció virtual* 51, 52
- Registre 125, 128
 - Registre formal* 125, 128
- Reportatge 68, 72, 107
- Responsabilitat 20, 21, 23, 67, 68, 95, 113, 114
- Resum 76
- Rigor 21, 22, 27, 28, 66, 95, 117, 118
- Riquesa 128
- Ritme 82, 128
- Rumors 22, 65, 93, 102

S

- Servei públic 19, 27, 45, 46
- Serveis 20, 26, 31, 32, 55, 58, 129, 144
- Seus 52
- Sexisme 22, 114, 115, 116
- Sigles 131, 133, 141, 142
- Signatura 67
 - Signatura personal* 67

Símbols 141
 Símbols internacionals 141
 Síntesi 76
 Sistemes de distribució 37, 39, 55
 So 71, 78, 82, 87
 Societat 19, 22, 25, 26, 32, 43, 44, 101, 103, 113
 Subordinades 75, 124
 Subtítols 74, 75
 Successos 113
 Suïcidi 108, 117, 118, 119

T

Talls de veu 37, 59, 86, 87
 Tarifes 45, 46
 Tecnicismes 125
 Teletreball 38, 51
 Text 30, 31, 38, 46, 57, 59, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 86, 87,
 100, 127, 130, 134
 Tipografia 148, 149, 152, 153, 156
 Tipografia corporativa 152, 156
 Tipografia secundaria 153
 Tipologies 46
 Títols 59, 72, 73, 74, 75
 Titulars de diaris 47, 76
 Tòpics 111
 Topònims 131, 132, 133, 136, 137

- Toponímia catalana* 136
- Toponímia no catalana* 136, 137
- Totals 78, 79, 80
- Tractament de la informació 57, 91, 93, 111, 116
- Tractament dels conflictes 104, 105
- Tradicions 103, 104, 129, 130, 131, 136
- Traducció 87, 131, 132, 133, 135, 136
 - Traducció a l'anglès* 132, 133, 134, 135
 - Traducció al català* 131, 132
- Twitter 56, 161

U

- Última hora 47
- Usos tipogràfics 142, 143, 144

V

- Varietat lingüística 126, 127, 128
- Verbs 123, 124, 140, 141
- Versions 102, 104, 105, 128, 132, 133, 151, 155, 156
 - Versions de la marca* 151
 - Versió original* 128
- Víctimes 95, 105, 110, 115, 116, 117
- Vídeo 37, 38, 46, 59, 68, 71, 77, 78, 86, 96, 110, 127, 162
- Violència 22, 95, 96, 114, 115, 116
 - Violència de gènere* 96, 115, 116

Violència masclista 22, 114, 115

Violència sexista 115

W

Web 46, 53, 55, 56, 68, 161

X

Xifres 116, 135, 141, 143, 144

Y

YouTube 161

Abrera Aguilard de Segarra Aiguafreda Alella
Alpens Arenys de Mar Arenys de Munt Argençola
Argentina Artés Avinyó Avinyonet del
Penedès

Badalona [facebook.com/DiputaciodeBarcelona](https://www.facebook.com/DiputaciodeBarcelona)

Badia del
Valès Bagà Balenyà Balsareny Barberà del
Valès Barcelona Begues Bellprat Berga Bigues
i Riells Borredà El Bruc Cabrera d'Igualada
Cabrera de Mar Cabrials Calaf Calders Caldes
d'Estrac Caldes de Montbui Calella Calldetenes
Callús Calonge de Segarra Campins Canet de
Mar Canovelles Cànoves i Samalús Canyelles
Capedernat Capolat Cardedeu Cardona Carme
Casserres Castell de l'Areny Castellar de n'Hug
Castellar del Riu Castellar del Valès Castellbell
i el Vilar Castellbisbal Castellcir Castelldefels
Castellot i la Gornal Castellfollit
de Riubregós Castellfollit del Boix
Castellgalí Castellnou de Bages
Castellolí Castellterçol Castellví de la
Marca Castellví de Rosanes Centelles
Cercs Cerdanyola del Valès Cervelló
Collbató Collsuspina Copons Corbera
de Llobregat Cornellà de Llobregat
Cubelles Dosrius El Brull El Masnou
El Papiol El Pla del Penedès El Pont
de Vilomara i Rocafort El Prat de
Llobregat Els Hostalets de Pierola
Els Prats de Rei Esparreguera
Castellolí Castellterçol Castellví de la
Marca Castellví de Rosanes Centelles
Cercs Cerdanyola del Valès Cervelló
Collbató Collsuspina Copons Corbera
de Llobregat Cornellà de Llobregat
Cubelles Dosrius El Brull El Masnou
Esplugues de Llobregat Figaró-Montmany
Fígols Fogars de la Selva Fogars de Montclús

twitter.com/diba

Folgueroles Fonollosa Font-rubí Gaià Gallifa
Gavà Gelida Gironella Gisclareny Granera
Granollers Gualba Guardiola de Berguedà Gurb
Igualada Jorba L'Ametlla del Valès
L'Espunyola L'Estany L'Hospitalet de
Llobregat La Garriga La Granada La Llacuna
La Llagosta La Nou de Berguedà La Palma de
Cervelló La Poble de Claramunt La Poble de Lillet
La Quar La Roca del Valès La Torre de
Claramunt Les Cabanyes Les Franqueses del
Valès Les Masies de Roda Les Masies de Voltregà

Lliçà d'Amunt Lliçà de Vall Llinars del Valès Lluçà
Malgrat de Mar Malla Manlleu Manresa
Marganell Martorell Martorelles Masquefa

Matadepera Mataró Mediona Moià Molins de Rei
Mollet del Valès Monistrol de Calders
Monistrol de Montserrat Montcada i Reixac
Montclar Montseny Montgat
Montmajor Montmaneu Montmeló
Montornès del Valès Montseny
Muntanyola Mura Navarres Navàs
Òdena Olerdola Olesa de Bonesvalls Olesa de
Montserrat Olivella Olost Olvan Orís Oristà
Orpí Òrrius Pacs del Penedès Palafrós Palau
de Plegamans Pallejà Parets del Valès

Felicitats ACN 20 anys

Perafita Piera Pineda de Mar Polinyà Pontons
Prats de Lluçanès Premià de Dalt Premià de Mar
Puig-reig Puigdàlber Pujalt Rajadell Rellinars
Ripollat Roda de Ter Rubí Rubió Rupit i Pruit
Sabadell Sagàs Saldes Salient Sant Adrià de
Besòs Sant Agustí de Lluçanès Sant Andreu de la
Barça Sant Andreu de Llavaneres Sant Antoni de
Vilamajor Sant Bartomeu de Grau Sant Boi de
Llobregat Sant Boi de
Lluçanès Sant Cebrià de
Vallalta Sant Celoni
Sant Climent de Llobregat Sant Cugat del Valès
Sant Cugat Sesgarrigues Sant Esteve
de Palautordera Sant Esteve Sesrovières
Sant Feliu de Codines Sant Feliu de Llobregat
Sant Feliu Sasserra Sant Fost de Campsentelles

Sant Fruitós de Bages Sant Hipòlit de Voltregà
Sant Iscle de Vallalta Sant Jaume de Frontanyà
Sant Joan de Vilatorrada Sant Joan Despí
Sant Julià de Cerdanyola Sant Julià de Vilatorra
Sant Just Desvern Sant Llorenç d'Hortons
Sant Llorenç Savall Sant Martí d'Albars
Sant Martí de Centelles Sant Martí de Tous
Sant Martí Sarroca Sant Martí Sesgueioles
Sant Mateu de Bages Sant Pere de Ribes

www.diba.cat

Sant Pere de
Riudebitlles
Sant Pere
de Torelló
Sant Pere de Vilamajor Sant Pere Sallavinera
Sant Pol de Mar Sant Quintí de Mediona
Sant Quirze de Besora Sant Quirze del Valès
Sant Quirze Safaja Sant Sadurní d'Anoia
Sant Sadurní d'Osormort Sant Salvador
de Guardiola Sant Vicenç de Castellet
Sant Vicenç de Montalt Sant Vicenç de
Torelló Sant Vicenç dels Horts
Santa Cecília de Voltregà Santa Coloma
de Cervelló Santa Coloma de Gramenet
Santa Eugènia de Berga Santa Eulàlia de
Riuprimer Santa Eulàlia de Ronçana
Santa Fe del Penedès Santa Margarida
de Montbui Santa Margarida i els Monjos
Santa Maria d'Oló Santa Maria de Besora
L'Esquirol Santa Maria de
Martorelles Santa Maria de Merià
Sant Sadurní d'Osormort Sant Salvador
de Guardiola Sant Vicenç de Castellet
Sant Vicenç de Montalt Sant Vicenç de
Torelló Sant Vicenç dels Horts
Santa Cecília de Voltregà Santa Coloma
de Cervelló Santa Coloma de Gramenet
Santa Maria de Miralles Santa Maria de
Palautordera Santa Perpètua de Mogoda
Santa Susanna Santpedor Sentmenat Seva
Sitges Sobremunt Sora Subirats Súria
Tagamanent Talamanca Taradell Tavèrnoles
Tavertet Teià Terrassa Tiana Tona Tordera Torelló
Torrelavit Torrelles de Foix Torrelles de Llobregat
Ullastrell Vacarisses Vallbona d'Anoia Vallcebre

[instagram.com/dibacat](https://www.instagram.com/dibacat)

Vallgorguina
Vallirana
Vallromanes
Veciana Vic Vilada Viladecans Viladecavalls
Vilafranca del Penedès Vilalba Sasserra Vilanova
de Sau Vilanova del Camí Vilanova del Valès
Vilanova i la Geltrú Vilassar de Dalt Vilassar de Mar
Vilobí del Penedès Viver i Serrateix



www.diba.cat



**Diputació
Barcelona**

#DibaOberta



ens comuniquem



@diputaciogirona



Diputació de Girona

www.ddgi.cat



Diputació de Lleida

municipis, territori i tu

municipi i tu

m

territori i tu

t



La formació desperta el talent

Cicles formatius de grau superior
a les Escoles d'Art i Disseny
de la Diputació a Reus, Tarragona i Tortosa

www.dipta.cat/EstudiarArtiDisseny

