

# LLIBRE D'ESTIL DE LA CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ



**LLIBRE D'ESTIL**  
**DE LA CORPORACIÓ VALENCIANA**  
**DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**



# LLIBRE D'ESTIL

## DE LA CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ



© Cooperació Valenciana de Mitjans de Comunicació - Generalitat Valenciana

La producció editorial d'aquest manual ha estat possible gràcies a la Direcció General de Política Lingüística i Gestió del Multilingüisme de la Conselleria d'Educació, Investigació Cultural i Esport.

**Maquetació**

Presidència

Direcció General de Relacions amb Les Corts

1a edició: novembre, 2017

ISBN:

DL:

Impressió:

---

## **COMISSIÓ REDACTORA DEL LLIBRE D'ESTIL**

### **President**

RAFAEL XAMBÓ

Membre del Consell Rector de la  
Cooperació Valenciana de Mitjans de Comunicació

### **Vocals**

ROSA AGOST

Coordinadora de la part lingüística  
Professora de la Universitat Jaume I

ANNA PEÑA

Coordinadora de la part periodística  
Periodista

NATHALIE TORRES

Subdirectora general de Política Lingüística  
i Gestió del Multilingüisme

JOSEP PALOMERO

Membre de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua

REMEI BLASCO

Periodista

### **Secretari**

JOSEP GARCIA ILLA

Tècnic lingüístic de la Generalitat Valenciana

# ÍNDIX

<b>SALUDA</b> del President de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.....	21
<b>SALUDA</b> de la Directora general d'À Punt Mèdia .....	23
<b>PRESENTACIÓ</b> .....	25

## **PART A. DEONTOLOGIA I PRÀCTICA PERIODÍSTICA**

<b>1. LA CVMC</b> .....	31
<b>1.2. Principis generals de la CVMC</b> .....	31
<b>2. L'EXERCICI DEL PERIODISME, ÈTICA I DEONTOLOGIA PROFESSIONAL</b> ..	37
<b>2.1. Principis fonamentals</b> .....	37
2.1.1. <i>Veracitat i rigor</i> .....	37
2.1.2. <i>Neutralitat, imparcialitat i independència</i> .....	38
2.1.3. <i>Respecte a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge</i> .....	39
2.1.4. <i>Promoció de la llengua i cultura valencianes</i> .....	39
2.1.5. <i>Els mecanismes de control interns de la CVMC.</i> <i>El Consell d'Informatius</i> .....	40
2.1.6. <i>L'ús del llenguatge no sexista</i> .....	41
2.1.7. <i>Àmbit d'aplicació del llibre d'estil</i> .....	49

<b>2.2. Deures professionals</b> .....	50
2.2.1. Presumpció d'innocència .....	50
2.2.2. Incompatibilitats .....	50
2.2.3. Identificació i credencials.....	51
2.2.4. Gratificacions, regals, invitacions i premis.....	52
<b>2.3. Drets dels professionals</b> .....	52
2.3.1. Clàusula de consciència.....	52
2.3.2. Secret professional .....	52
2.3.3. La propietat intel·lectual .....	53
<b>2.4. Drets de la ciutadania i participació</b> .....	54
2.4.1. El Consell de la Ciutadania .....	54
2.4.2. La participació, pluralisme i dret d'accés .....	54
2.4.3. Dret de rectificació .....	56
2.4.4. Dret de rèplica .....	57
2.4.5. Protecció de dades .....	57
<b>2.5. Publicitat i patrocinis</b> .....	58
2.5.1. Publicitat .....	58
2.5.1.1. Principis orientadors.....	59
2.5.1.2. Matèries de publicitat restringida .....	59
2.5.1.3. Protecció de la infància i adolescència .....	60
2.5.1.4. La llengua de la publicitat .....	60
2.5.1.5. Patrocini d'espais i continguts específics .....	60
2.5.1.6. Publicitat i professionals de la CVMC .....	61
2.5.1.7. El temps de la publicitat.....	61
2.5.1.8. Emplaçament de productes .....	62
2.5.1.9. Publicitat a risc .....	63

<b>2.6. Una mirada valenciana sobre la realitat i una finestra oberta per a mostrar-nos al món</b> .....	64
2.6.1. <i>La referencialitat informativa. El punt de vista valencià de la informació</i> .....	65
<b>3. PAUTES PER A LA PRÀCTICA DEL PERIODISME EN LA CVMC</b> .....	68
<b>3.1. Els continguts</b> .....	68
3.1.1. <i>Programes informatius</i> .....	68
3.1.1.1. Les fonts d'informació .....	68
3.1.1.2. El tractament de la informació.....	70
3.1.1.3. Material d'arxiu .....	71
3.1.1.4. Informació i publicitat .....	73
3.1.1.5. L'elaboració de la informació.....	73
3.1.2. <i>Els gèneres informatius, interpretatius i d'opinió</i> .....	74
3.1.2.1. La notícia .....	74
3.1.2.2. La crònica .....	77
3.1.2.3. El reportatge .....	78
3.1.2.4. L'entrevista .....	79
3.1.2.5. Tertúlies .....	83
3.1.2.6. Debats.....	83
3.1.2.7. Comentaris i opinions expertes .....	84
3.1.2.8. Transmissions.....	84
3.1.3. <i>Els esports</i> .....	85
3.1.4. <i>Ficció i entreteniment</i> .....	86
3.1.5. <i>Programes infantils i juvenils</i> .....	88
3.1.6. <i>Programes culturals i divulgatius</i> .....	88



<b>3.2. L'emissió</b> .....	89
3.2.1. <i>L'emissió televisiva</i> .....	89
3.2.1.1. Continuïtat .....	89
3.2.1.2. Separadors o molinets .....	90
3.2.1.3. L'escaleta .....	90
3.2.1.4. L' <i>script</i> .....	91
3.2.1.5. La connexió en directe .....	91
3.2.1.6. Programes en directe fora dels estudis.....	91
3.2.1.7. La gravació de les imatges .....	92
3.2.1.8. L'edició de les imatges .....	92
3.2.1.9. La qualitat de les imatges.....	92
3.2.1.10. La sonorització.....	93
3.2.1.11. La interrupció de la programació.....	93
3.2.1.12. El disseny gràfic .....	93
3.2.1.13. El disseny de l'escenografia .....	94
3.2.1.14. La il·luminació .....	94
3.2.1.15. La imatge personal .....	94
3.2.2. <i>L'emissió radiofònica</i> .....	94
3.2.2.1. L'emissió en directe.....	95
3.2.2.2. Elements identificatius de la programació.....	95
3.2.2.3. Els espais de promoció, publicitat o patrocini .....	95
3.2.2.4. Senyals horaris.....	96
3.2.2.5. L'emissió dels diferents continguts .....	96
3.2.2.5.1. Les connexions .....	96
3.2.2.5.2. Les entrevistes.....	96
3.2.2.5.3. Els reportatges .....	96

3.2.2.5.4. Les transmissions.....	97
3.2.2.5.5. Les intervencions de les persones expertes .....	97
3.2.2.5.6. La música en directe.....	97
3.2.3. <i>El llenguatge radiofònic</i> .....	97
3.2.3.1. Els talls de veu.....	97
3.2.3.2. El so d'ambient.....	98
3.2.3.3. La música.....	98
3.2.3.4. Els efectes sonors .....	98
3.2.3.5. Els silencis.....	99
3.2.4. <i>La difusió en les plataformes digitals (webs, xarxes, apps, mòbils, etc.)</i> .....	99
3.2.4.1. Els webs dels programes.....	100
<b>4. EL TRACTAMENT INFORMATIU EN MATÈRIES D'ATENCIÓ ESPECIAL</b> .....	101
<b>4.1. Igualtat de gènere</b> .....	101
4.1.1. <i>Qüestions normatives de la Llei 6/2016 i del Mandat marc</i> .....	101
4.1.2. <i>Introducció</i> .....	103
4.1.3. <i>Com actuar des dels nostres mitjans</i> .....	104
4.1.4. <i>L'ús de la paritat en el tractament informatiu i en la producció i difusió de continguts</i> .....	105
4.1.5. <i>Algunes consideracions segons temes</i> .....	107
4.1.6. <i>Entrevistes i altres peces</i> .....	109
4.1.7. <i>Expertes</i> .....	109
4.1.8. <i>Enfocaments a evitar</i> .....	111
<b>4.2. Violència masclista</b> .....	113
4.2.1. <i>Introducció</i> .....	113

4.2.2. <i>Diversificar i seleccionar les fonts d'informació</i> .....	114
4.2.3. <i>Relacions causa efecte</i> .....	115
4.2.4. <i>Contextualitzar la informació</i> .....	115
4.2.5. <i>Respecte a les víctimes</i> .....	115
4.2.6. <i>Usar conceptes i terminologia que s'ajusten a la definició dels fets</i> .....	116
4.2.7. <i>Visibilitzar els recursos de suport</i> .....	116
4.2.8. <i>Seguiment informatiu</i> .....	117
4.2.9. <i>Rectificació d'error i omissions</i> .....	117
4.2.10. <i>Les conseqüències i el rebuig social</i> .....	117
4.2.11. <i>Dones expertes</i> .....	118
4.2.12. <i>Respecte a la intimitat</i> .....	118
4.2.13. <i>Interacció amb les forces de seguretat</i> .....	118
4.2.14. <i>Presumpció d'innocència</i> .....	118
4.2.15. <i>Visibilització de la violència masclista</i> .....	119
4.2.16. <i>Evitar el sensacionalisme i el dramatisme</i> .....	119
4.2.17. <i>Identificació de la violència masclista</i> .....	119
4.2.18. <i>El compromís de servei públic</i> .....	120
4.2.19. <i>Formació específica de la plantilla de la CVMC</i> .....	120
4.2.20. <i>Aspectes a evitar en la cobertura informativa de la violència masclista</i> .....	121
<b>4.3. Infància i joventut</b> .....	122
4.3.1. <i>Aspectes a evitar en el tractament de la infància i la joventut</i> ..	123
<b>4.4. Assetjament infantil</b> .....	124
4.4.1. <i>Aspectes a evitar en el tractament de l'assetjament infantil</i> . 125	
<b>4.5. Diversitat funcional i malaltia</b> .....	126
4.5.1. <i>Malaltia, trastorns, addiccions, diversitat funcional</i> .....	126

4.5.1.1. Malaltia .....	126
4.5.1.2. Aspectes a evitar en el tractament de les malalties ....	128
4.5.1.3. Trastorns de la conducta alimentària (TCA) .....	128
4.5.1.4. Aspectes a evitar en el tractament dels TCA .....	129
4.5.1.5. Addiccions .....	130
4.5.1.6. Aspectes a evitar en el tractament de les addiccions i conductes addictives .....	131
<b>4.6. Persones amb discapacitat o diversitat funcional .....</b>	<b>132</b>
4.6.1. <i>Aspectes a evitar en el tractament de la diversitat funcional ....</i>	133
<b>4.7. Suïcidi .....</b>	<b>134</b>
4.7.1. <i>Aspectes que cal evitar en el tractament del suïcidi .....</i>	134
<b>4.8. Drets humans .....</b>	<b>136</b>
<b>4.9. Minories, immigració, racisme i xenofòbia .....</b>	<b>136</b>
4.9.1. <i>Aspectes que cal evitar en el tractament de la immigració,     la xenofòbia i el racisme .....</i>	138
<b>4.10. Laïcitat i pluralisme religiós .....</b>	<b>139</b>
<b>4.11. Diversitat sexual .....</b>	<b>140</b>
<b>4.12. Terrorisme, conflictes armats i guerres .....</b>	<b>141</b>
<b>4.13. Tragèdies, catàstrofes, accidents i emergències .....</b>	<b>143</b>
<b>4.14. Recomanacions per al tractament informatius de les víctimes d'emergències, accidents, atemptats i tragèdies personals .....</b>	<b>145</b>
<b>4.15. Violència en l'esport .....</b>	<b>146</b>
<b>4.16. Ciència i pseudociència .....</b>	<b>147</b>
4.16.1. <i>La divulgació científica .....</i>	147
4.16.2. <i>Les ciències de la salut .....</i>	147
4.16.3. <i>Les pseudociències .....</i>	148
<b>5. LES XARXES SOCIALS EN LA CVMC .....</b>	<b>149</b>

## **PART B. EL MODEL LINGÜÍSTIC DE LA CORPORACIÓ VALENCIANA DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**

<b>1. INTRODUCCIÓ</b> .....	153
<b>2. FONÈTICA</b> .....	162
<b>2.1. Les vocals</b> .....	162
2.1.1. <i>Les vocals tòniques</i> .....	162
2.1.2. <i>Les vocals àtones</i> .....	165
2.1.2.1. <i>Amb la vocal e</i> .....	165
2.1.2.2. <i>Amb la vocal o</i> .....	166
2.1.2.3. <i>Amb la vocal i</i> .....	167
2.1.3. <i>Els grups vocàlics</i> .....	168
<b>2.2. Les consonants</b> .....	169
2.2.1. <i>Els sons alveolars corresponents a les grafies</i> <i>s, ss, c, ç, z, tz, ts, x, sc</i> .....	169
2.2.2. <i>Les consonants palatals representades per g/j, tg/tj, x</i> .....	170
2.2.3. <i>Les consonants corresponents a les grafies l, ll, l·l, tl i tll</i> .....	171
2.2.4. <i>Les consonants que representen les grafies b/p, t/d i g/c</i> .....	172
2.2.5. <i>La pronunciació de la v</i> .....	174
2.2.6. <i>Les consonants vibrants r i rr</i> .....	174
2.2.7. <i>Les consonants nasals m, n i ny</i> .....	175
<b>2.3. La parla contínua</b> .....	176
2.3.1. <i>Contactes entre vocals</i> .....	176
2.3.2. <i>Contactes entre consonants o entre consonant i vocal</i> .....	177
<b>2.4. Remarques sobre la síl·laba tònica d'algunes paraules</b> .....	179

<b>3. MORFOSINTAXI</b> .....	180
<b>3.1. Formació del femení</b> .....	180
3.1.1. <i>El femení dels càrrecs i de les professions</i> .....	180
3.1.2. <i>Els mots acabats amb el sufix -ista</i> .....	184
<b>3.2. Formació del plural</b> .....	184
3.2.1. <i>Paraules acabades en -sc, -st, -xt i -ig</i> .....	184
3.2.2. <i>Alguns noms acabats en -e àtona</i> .....	184
3.2.3. <i>Plural de cognoms i dinasties</i> .....	185
3.2.4. <i>Plural de paraules compostes</i> .....	185
3.2.4.1. <i>Compostos soldats o units amb guionet</i> .....	185
3.2.4.2. <i>Compostos amb dos noms separats</i> .....	186
3.2.4.3. <i>Compostos amb un nom i un adjectiu separats</i> .....	186
3.2.5. <i>En noms provinents d'altres llengües</i> .....	186
<b>3.3. Determinants</b> .....	187
3.3.1. <i>Article</i> .....	187
3.3.1.1. <i>Forma de l'article definit masculí</i> .....	187
3.3.1.2. <i>Article neutre</i> .....	188
3.3.1.2.1. <i>En construccions abstractives o generalitzadores</i> ....	188
3.3.1.2.2. <i>Construccions amb valor intensiu i locucions</i> .....	189
3.3.2. <i>Demonstratius</i> .....	189
3.3.3. <i>Possessius</i> .....	190
3.3.4. <i>Numerals</i> .....	191
3.3.4.1. <i>Cardinals</i> .....	191
3.3.4.2. <i>Ordinals</i> .....	192
3.3.5. <i>Quantitatius</i> .....	193
3.3.6. <i>Indefinits</i> .....	194

<b>3.4. Pronoms</b> .....	195
3.4.1. <i>Pronoms forts i indefinits</i> .....	195
3.4.2. <i>Pronoms febles</i> .....	196
<b>3.5. Usos preposicionals</b> .....	198
3.5.1. <i>En les expressions locatives</i> .....	198
3.5.2. <i>En les expressions temporals</i> .....	198
3.5.3. <i>En els règims preposicionals</i> .....	199
3.5.4. <i>La preposició a + complement directe</i> .....	200
3.5.5. <i>Usos de per i per a</i> .....	201
3.5.6. <i>Les preposicions davall i sota</i> .....	201
<b>3.6. Les conjuncions i altres connectors</b> .....	201
<b>3.7. Algunes remarques sintàctiques més</b> .....	202
<b>3.8. La morfologia verbal</b> .....	204
3.8.1. <i>Formes personals</i> .....	204
3.8.1.1. Present d'indicatiu .....	204
3.8.1.2. Formes dels incoatius .....	205
3.8.1.3. Formes de l'imperfet de subjuntiu .....	206
3.8.1.4. Formes auxiliars del passat perifràstic.....	206
3.8.1.5. Formes del verb <i>haver</i> .....	206
3.8.1.6. Algunes consideracions sobre l'imperfet d'indicatiu .	206
3.8.1.7. Algunes remarques sobre el present de subjuntiu.....	207
3.8.1.8. El verb <i>voler</i> .....	208
3.8.2. <i>Les formes verbals no personals</i> .....	208
3.8.2.1. Infinitiu .....	208
3.8.2.2. Gerundi .....	209
3.8.2.3. Participi.....	209

<b>4. LÈXIC</b> .....	211
<b>4.1. Criteri general</b> .....	211
<b>4.2. Remarques</b> .....	212
4.2.1. Paraules que presenten l'alternança a/e.....	212
4.2.2. Paraules que presenten l'alternança e/o .....	212
4.2.3. Paraules que presenten l'alternança ø/r .....	212
4.2.4. Paraules que presenten l'alternança -esa/-ea .....	213
4.2.5. Paraules que presenten l'alternança -xement/-ximent .....	213
4.2.6. Paraules que presenten l'alternança -ada/-à .....	214
4.2.7. Falsos sinònims .....	214
<b>5. TERMINOLOGIA I NEOLOGISMES</b> .....	217
<b>5.1. Termes</b> .....	217
<b>5.2. Neologismes</b> .....	217
<b>6. TOPONÍMIA, ANTROPONÍMIA, GENTILICIS</b> <b>I NOMS PROPIS D'ENTITATS</b> .....	218
<b>6.1. Toponímia</b> .....	218
<b>6.2. Antroponímia</b> .....	219
<b>6.3. Gentilicis</b> .....	220
<b>6.4. Noms propis d'entitats, organismes i esdeveniments</b> .....	220
<b>7. CONVENCIONS ORTOTIPOGRÀFIQUES</b> .....	222
<b>7.1. Apostrofació</b> .....	222
<b>7.2. Abreviacions i símbols</b> .....	224
<b>7.3. Marques tipogràfiques</b> .....	226



<b>8. CRITERIS DE TRADUCCIÓ: ASPECTES CULTURALS</b> .....	227
<b>8.1. Noms propis</b> .....	227
8.1.1. <i>Antropònims</i> .....	228
8.1.1.1. Personatges contemporanis.....	228
8.1.1.2. Personatges històrics i llegendaris.....	229
8.1.1.3. La pronunciació dels antropònims .....	230
8.1.1.4. Noms de fenòmens meteorològics .....	230
8.1.2. <i>Topònims</i> .....	230
8.1.2.1. Accidents geogràfics.....	231
8.1.2.2. Toponímia urbana .....	232
8.1.2.2.1. Auditoris i sales de concerts.....	232
8.1.2.2.2. Teatres, museus i cinemes .....	232
8.1.2.2.3. Camps d'esports, places de bous, etc.....	233
8.1.2.2.4. Barris, places, carres i altres vies públiques .....	233
8.1.2.2.5. Monuments, espais i edificis singulars.....	234
8.1.2.3. La pronunciació dels topònims .....	234
8.1.3. <i>Entitats i institucions públiques i sense finalitat de lucre</i> .....	234
8.1.4. <i>Equips esportius</i> .....	235
8.1.5. <i>Partits polítics i sindicats</i> .....	236
8.1.6. <i>Jornades, simposis, trobades, fires i congressos</i> .....	236
8.1.7. <i>Denominacions vinculades als sistemes jurídics</i> <i>i administratius</i> .....	237
8.1.8. <i>Mitjans de comunicació</i> .....	238
8.1.9. <i>Noms comercials, caixes i bancs</i> .....	239
8.1.9.1. Noms propis de vehicles .....	239
8.1.10. <i>Operacions o casos militars, policials, polítics i científics</i> .....	240
8.1.11. <i>Premis</i> .....	241

8.1.12. Tradicions .....	241
8.1.13. Obres de creació .....	242
8.1.13.1. Títols d'obres musicals.....	242
8.1.13.2. Títols d'obres literàries .....	243
8.1.13.3. Títols d'obres plàstiques i pictòriques .....	244
8.1.13.4. Títols de pel·lícules i sèries .....	244
8.1.14. Entitats musicals.....	245
<b>8.2. Sigles .....</b>	<b>246</b>
<b>8.3. Pesos, monedes, mesures (longitud, àrea, pressió, temperatura), etc.....</b>	<b>247</b>
<b>9. LA TRADUCCIÓ AUDIOVISUAL .....</b>	<b>249</b>
<b>9.1. Introducció a les modalitats de traducció audiovisual .....</b>	<b>249</b>
<b>9.2. El doblatge .....</b>	<b>250</b>
9.2.1. Què és el doblatge i quan s'utilitza?.....	250
9.2.2. Característiques del doblatge .....	250
9.2.2.1. La sincronia .....	250
9.2.2.2. L'ajust.....	251
9.2.3. Aspectes lingüístics del doblatge .....	253
9.2.4. Característiques específiques dels gèneres .....	258
9.2.4.1. Dramàtics (pel·lícules i sèries).....	258
9.2.4.2. Documentals .....	258
9.2.4.3 Dibuixos animats (per a públic infantil) .....	259
9.2.4.4. Textos publicitaris .....	259
<b>9.3. Les veus superposades .....</b>	<b>260</b>
<b>9.4. La subtitulació interlingüística .....</b>	<b>261</b>
9.4.1 Què és la subtitulació i quan s'utilitza? .....	261

9.4.2. <i>Característiques més importants</i> .....	261
9.4.2.1 Aspectes tècnics sobre els subtítols i l'espai.....	262
9.4.2.2. Aspectes tècnics sobre els subtítols i el temps: sincronia entre la imatge i els diàlegs .....	263
9.4.2.3. Aspectes ortotipogràfics .....	263
9.4.2.4. Aspectes de contingut .....	266
<b>9.5. El sobretítulat</b> .....	267
<b>9.6. Traducció i accessibilitat</b> .....	268
9.6.1. <i>L'audiodescripció</i> .....	268
9.6.1.1. Què és l'audiodescripció i quan s'usa? .....	268
9.6.1.2 Recomanacions per a l'elaboració del guió d'audiodescripció .....	268
9.6.2. La subtitulació per a sords .....	271
9.6.2.1. Què és la subtitulació per a sords (SpS) i quan s'usa?.....	271
9.6.2.2. Recomanacions per a l'elaboració de SpS .....	271
9.6.3. <i>La subtitulació en directe (el reparlat)</i> .....	277
9.6.3.1. Què és el reparlat i quan s'utilitza? .....	277
9.6.3.2. Quines són les característiques principals? .....	277
9.6.4. <i>La llengua de signes</i> .....	278
9.6.4.1. Què és la llengua de signes i quan s'usa?.....	278
9.6.4.2. Recomanacions per a l'ús de la llengua de signes .....	278
9.6.5. <i>La interpretació</i> .....	278
9.6.5.1. Què és la interpretació i quan s'usa? .....	278
9.6.5.2. Recomanacions per a l'ús de la interpretació .....	279

<b>10. DOCUMENTACIÓ I RECURSOS</b> .....	280
<b>10.1. Deontologia i pràctica periodística</b> .....	280
<b>10.2. Llengua i mitjans de comunicació</b> .....	286
<b>10.3. Llibres d'estil, manuals i criteris lingüístics</b> .....	291
<b>10.4. Fonètica</b> .....	295
<b>10.5. Obres gramaticals i recursos lingüístics</b> .....	296
<b>10.6. Lexicografia, fraseologia, terminologia i neologia</b> .....	298
<b>10.7. Toponímia, antroponímia</b> .....	300
<b>10.8. Traducció i accessibilitat</b> .....	303
<b>10.9. Annexos sobre legislació</b> .....	307



*El Llibre d'estil de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació* és un element fonamental per als professionals que han d'elaborar els continguts tant informatius com d'entreteniment que s'emeten per qualsevol mitjà de la plataforma. S'ha d'entendre també com una guia útil a l'hora de confegir la programació i tots els serveis que À Punt donarà a la ciutadania.

Així, el llibre consta de dos parts. Una és eminentment lingüística, contribueix a la normativització del valencià i ajudarà a la creació d'un estàndard. L'altra té a veure amb les formes purament periodístiques; les que garanteixen, per exemple, que s'evitarà un llenguatge sexista, que es tractarà amb respecte les minories o que es respectaran les víctimes de la violència o de catàstrofes. El catàleg és exhaustiu.

En l'elaboració d'aquest text han participat de manera desinteressada un grup qualificat de lingüistes i periodistes que comparteixen la necessitat de tindre uns mitjans públics de qualitat. També han contribuït a millorar el document totes aquelles entitats i persones a títol individual que han tingut l'amabilitat de fer-hi aportacions. D'altra banda, l'Acadèmia Valenciana de la Llengua n'ha fet la revisió final, tal com preveu la Llei de creació de la Corporació.

Per últim, vull destacar que es tracta d'una obra viva, que s'actualitzarà i amb el temps s'adaptarà a la realitat tecnològica i social en canvi permanent.

ENRIQUE SORIANO

President de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació



El llibre que teniu a les mans és una declaració d'amor al periodisme. Al periodisme dels clàssics, de les fonts, de les hores perdudes per a comprovar una dada, per a descartar un rumor. Ens estem acostumant massa a parlar de mitjans de comunicació, de digitals, de blogs, de formats, d'històries o de relat. Sembla que ens fa por dir les coses pel seu nom. La paraula periodisme preserva una història i una tradició darrere que volem reivindicar. I justament la reivindicuem des d'un mitjà que acaba de nàixer i que, en aparença, no té res de convencional. À Punt és una plataforma on s'encabeixen una televisió, una ràdio, un web, unes xarxes socials, un portal infantil... Llocs on es contaràn històries i es buscaran persones a qui interessin. Però, en el fons, l'única raó d'existir d'aquest mitjà públic és la de fer bon periodisme. És per això que el *Llibre d'estil* amb què ens hem dotat els professionals que treballem en À Punt és una manera de dignificar la professió. Sent fidels a les seues propostes, ens garantim que cobrirem els temes, les històries, d'una manera rica i plural. El *Llibre* és un gran contenidor, un marc, els límits del qual els periodistes no han de creuar. Dic periodista i em referisc de manera extensa a tots els oficis que són necessaris per a posar en circulació la informació: càmeres, tècnics, grafistes, productors, assessors d'estil... I a banda de tot això, el *Llibre* és una garantia per a una ciutadania que volem crítica i vigilant. Nosaltres farem periodisme i l'audiència ens posarà l'espill.

EMPAR MARCO ESTELLÉS  
Directora general d'À Punt Mèdia





## PRESENTACIÓ

D'acord amb la Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, el Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació té encomanada, dins de les seues competències i funcions (article 16), l'elaboració d'un llibre d'estil per a tota la Corporació. Per tal de complir aquest manament, el Consell Rector va nomenar una comissió redactora de la qual formaven part dues periodistes, una professora d'universitat, un membre de l'AVL i una representant de la Generalitat (DGPL); i va designar com a president de la comissió un membre del Consell Rector. Per tal d'agilitzar els treballs, la Conselleria d'Educació, Investigació, Cultura i Esport va facilitar la participació d'un tècnic lingüístic perquè actuara com a secretari, amb veu i sense vot.

Durant dos mesos intensos, es va treballar en xarxa i amb una reunió presencial cada setmana. Enllestit el primer esborrany, es va obrir un període públic d'esmenes i propostes de millora del text per tal de fer realitat la participació de la ciutadania i, especialment, donar veu a tot un seguit d'institucions públiques, entitats del tercer sector, associacions de tota mena i organitzacions professionals.

Agraïm la participació generosa tant de les persones que, a títol individual, ens han adreçat les seues propostes com dels grups, entitats i associacions que hi han col·laborat per millorar aquest *Llibre d'estil* que s'ha enriquit amb totes les esmenes i suggeriments rebuts.

Encara que el *Llibre d'estil* s'ha pensat i treballat per a ús del personal de tota la Corporació, també voldríem que fóra una eina ben útil per al conjunt de mitjans valencians de comunicació. Els mitjans de la CVMC tenen la legítima pretensió d'esdevindre referents imprescindibles de l'espai valencià de comunicació. Volem que les nostres pràctiques periodístiques siguen sinònim de qualitat i rigor, que la nostra ficció permeta recrear un imaginari col·lectiu genuí en tant que valencià i com-

partit per una gran majoria. Volem que el nostre entreteniment siga tan divertit com respectuós, tan amé i variat com innovador i creatiu. Volem que cap persona quede despenjada de la societat de la informació i el coneixement i, per això, sabem que la nostra xarxa digital ha d'estar al servei de tota la ciutadania promovent alhora la necessària alfabetització digital.

El *Llibre d'estil* que ara oferim ha de ser una eina viva, permanentment actualitzada i revisada per tal de fer-la més eficaç, flexible i funcional. Des de la Corporació ens comprometem a posar-lo en pràctica cada dia als nostres mitjans. La realitat informativa es mou a una velocitat vertiginosa en la societat moderna; per això, caldrà actualitzar constantment noms de territoris i personatges que ahir eren absolutament desconeguts, malalties, descobriments, nous enginys i aparells, noves realitats, o problemes que demanaran un esforç per a ser descrits i contats d'una manera veraç i contextualitzada.

Molt sovint s'ha entès un llibre d'estil com un conjunt de recomanacions quant al bon ús de la llengua. Altres vegades, se l'ha considerat com una sèrie de normes pràctiques per al bon exercici periodístic; és el que es coneix com la línia editorial i el codi deontològic en el periodisme de qualitat. Tanmateix, poques vegades s'ha elaborat un llibre que continga no només el model lingüístic i els criteris de traducció a seguir en els mitjans propis, sinó també, i de manera molt destacada i actualitzada, tot un corpus per a les bones pràctiques periodístiques i per al tractament informatiu d'un seguit de matèries que exigeixen una atenció i una cura especials en els temps en què vivim. Hem considerat, a més, les diferències que presenten els diversos mitjans – ràdio, televisió, plataforma digital, dispositius mòbils, etc.- quant a les formes de producció, narració i presentació. Un esforç que, amb la col·laboració de totes les persones i entitats participants, situa aquest *Llibre d'estil* de la CVMC com el document que recull i sintetitza el bo i millor de tot l'escrit fins ara quant al tema.

En les pàgines que segueixen oferim el resultat d'aquest treball intens i fecund, el qual confiem que serà ben rebut pels col·lectius professi-

onals del periodisme, de la comunicació, de la llengua i de la traducció, per totes aquelles persones interessades en la comunicació social, professorat dels diferents nivells educatius, i pel conjunt de la ciutadania que demana informació de qualitat i programes de ficció i d'entreteniment en valencià. Esperem i estem convençuts que el conjunt de la plantilla de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació s'involucrarà amb fermesa per a fer efectius els manaments i suggeriments d'aquest llibre i millorar-lo tant com calga.



**PART A.**  
**DEONTOLOGIA I PRÀCTICA**  
**PERIODÍSTICA**  
**EN LA CORPORACIÓ VALENCIANA**  
**DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**



# 1. LA CVMC

## 1.2. Principis generals de la CVMC

Tal com expressa la Llei 6/2016 de 15 de juliol de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic de Titularitat de la Generalitat en el seu preàmbul, «resulta inqüestionable que l'existència d'uns potents i rigorosos mitjans de comunicació audiovisual de titularitat pública, són essencials per a la conformació d'una opinió pública plural i responsable i un estímul per a la participació ciutadana en els assumptes públics, a més d'una eina de vertebració social i afirmació de la identitat i l'autonomia política de la nostra terra».

En base a aquests principis i en virtut de l'esmentada Llei 6/2016 i del Mandat marc previst en l'article 6 de la mateixa, la CVMC haurà d'atendre als següents principis generals recollits en l'article 5 de la llei:

### *Article 5. Principis que cal observar en la prestació del servei públic*

1. En l'exercici de la funció de servei públic, la Corporació i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió, per a la gestió i la realització dels interessos generals que tenen encomanats, hauran de:

a) Garantir la generació de continguts informatius i la difusió d'informació objectiva, veraç, accessible i imparcial, que s'haurà d'ajustar plenament al criteri d'independència professional i la pluralitat política, social, ideològica i territorial de la Comunitat Valenciana.

b) Facilitar el debat democràtic i la lliure expressió d'opinions; garantir la diferència entre informacions i opinions, la identificació dels que sustenten aquestes últimes i la lliure expressió, en ambdós casos dins dels límits que estableix l'article 20.4 de la Constitució, com també desenvolupar procediments que garantessen el dret de rèplica.

c) Promoure la participació plural i democràtica en les informacions i els continguts mitjançant l'exercici del dret d'accés als mitjans.



*d)* Garantir el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, com també vetlar per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada de dones i homes en la societat i promoure-la.

Adoptar, mitjançant l'autoregulació, codis de conducta tendents a transmetre el principi d'igualtat excloent continguts sexistes, especialment en la programació infantil i juvenil.

*e)* Promoure el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, que haurà d'informar, amb caràcter transversal, l'actuació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, que l'integrarà, de forma activa, en l'adopció i execució de les seues disposicions normatives, com també en la definició, el pressupost i l'execució del conjunt de les seues activitats.

*f)* Promoure la presència equilibrada de dones i homes en els nomenaments i les designacions en els càrrecs de responsabilitat que li corresponen, i vetlar perquè aquest principi es respecte en la resta de nomenaments dins de la Corporació.

*g)* Garantir el principi d'igualtat de drets per a les persones amb discapacitat, com també vetlar per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada d'aquestes en la societat, i promoure-la.

*h)* Promoure el principi d'igualtat de drets per a les persones amb discapacitat, que haurà d'informar, amb caràcter transversal, l'actuació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, que l'integrarà, de forma activa, en l'adopció i execució de les seues disposicions normatives, com també en la definició, el pressupost i l'execució del conjunt de les seues activitats.

*i)* Afavorir la convivència, el respecte, el diàleg i la cooperació entre les persones amb independència de l'origen, l'ètnia, les creences, l'orientació sexual o qualsevol altra circumstància personal o social.

*j)* Promoure la visibilitat de la diversitat d'opcions afectives i sexuals, de diversos models de família i d'identitat o expressió de gènere, com també cooperar en les estratègies contra la discriminació del col·lectiu de lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals.

*k)* Promoure i difondre els valors històrics, culturals, educatius i lingüístics, amb tota la riquesa i la varietat, per a contribuir al desenvolupament de la Comunitat Valenciana.

*l)* Promoure i difondre la identitat, els valors i els interessos de la Comunitat Valenciana –particularment del patrimoni històric, cultural, lingüístic i econòmic– i de totes les polítiques que contribueixen a la cohesió social i territorial.

*m)* Prestar una especial atenció a les necessitats d'informació de proximitat.

*n)* Promoure la cohesió territorial i la diversitat lingüística mitjançant la difusió en valencià, que serà la llengua vehicular dels mitjans públics que depenguen de la Generalitat Valenciana.

*o)* Promoure el coneixement i l'ús de llengües estrangeres i de les altres llengües i modalitats lingüístiques de l'Estat.

*p)* Atendre les demandes de l'audiència de la Comunitat Valenciana, assegurant la màxima continuïtat i cobertura geogràfica i social, amb el compromís d'oferir qualitat, diversitat, innovació i exigència ètica i facilitar l'accés als distints gèneres de programació i als esdeveniments institucionals, socials, culturals i esportius.

*q)* Promoure el coneixement i la difusió dels principis constitucionals i estatutaris i els valors de la pau i dels que formen part de la Declaració universal dels drets humans.

*r)* Donar suport a la integració social de les minories i donar veu i visibilitat a grups socials amb necessitats específiques. Així garantirà l'accés de les persones amb diversitat funcional en situació d'igualtat i no-discriminació, prestant especial atenció a la inclusió sociolaboral de col·lectius desfavorits i en especial a les persones amb diversitat funcional o en situació de dependència.

*s)* Promoure la defensa dels drets dels menors.

*t)* Promoure el coneixement del patrimoni cultural, natural i ambiental de la Comunitat Valenciana.

*u)* Difondre el coneixement dels drets dels consumidors i dels usuaris.

*v)* Fomentar la producció de continguts audiovisuals i promoure la creació digital i multimèdia, com també la difusió, com a aportació al desenvolupament de la indústria cultural i audiovisual valenciana, i contribuir

a la creació d'ocupació, a la dignificació professionals dels treballadors i treballadores del sector públic i privat de l'audiovisual valencià i a la dinamització econòmica de la Comunitat Valenciana.

w) Vetlar per la conservació dels arxius històrics audiovisuals que tinga encomanats i, si escau, donar suport a la creació i la difusió d'un arxiu audiovisual de la Comunitat Valenciana.

x) Fomentar el coneixement, la salvaguarda i el respecte dels valors ecològics, paisatgístics i de protecció del medi ambient.

y) Complir amb el principi d'equilibri financer anual en termes de sistema europeu de comptes.

z) Aplicar, en la gestió general i, en particular, en l'assignació de recursos, mecanismes adequats de legalitat i control intern, i garantir criteris de transparència, prudència econòmica i eficiència.

aa) Promoure i fomentar l'accés i la utilització de les noves tecnologies i noves vies de difusió a fi d'impulsar la societat de la informació.

bb) Promoure continguts o canals radiofònics i de televisió de contingut cultural, educatiu o formatiu, en col·laboració amb les institucions d'aquest àmbit.

cc) Atendre la resta de principis que s'arreglen en la legislació sectorial que siga aplicable.

2. La prestació d'aquest servei públic es realitzarà a través de canals generalistes, plataformes o contenidors en obert i d'àmbit autonòmic amb la possibilitat de difusió nacional i internacional, com també amb l'oferta de serveis connexos o interactius i d'informació en línia, orientats a la consecució dels objectius generals previstos en l'apartat anterior.

En la mesura que les disponibilitats econòmiques i tecnològiques ho permeten i es dispose dels mitjans personals i materials necessaris, es podran incorporar canals o contenidors específics.

3. La programació de servei públic atorgarà prioritat a la informació, que n'ha de constituir eix fonamental; estimularà el coneixement de la realitat, l'actitud crítica, la reflexió i la participació ciutadana, i inclourà, a més dels programes de contingut informatiu general, la programació infantil, cultural, divulgativa i d'entreteniment.

Aquests principis que s'expressen en la Llei 6/2016, queden concretats tal com estableix l'article 6 de la mateixa llei en el Mandat marc de la CVMC, aprovat per les Corts Valencianes per majoria de tres cinquenes parts i amb una durada de 6 anys.

En el preàmbul s'indica que:

Correspon a aquest Mandat marc traslladar les directrius de les Corts Valencianes a la CVMC per donar compliment als objectius generals de la prestació del servei públic de radio-televisió de forma que aquest siga un element de vertebració de la realitat social, econòmica i cultural de la Comunitat Valenciana i de la seua diversitat territorial, la promoció de la llengua valenciana i, d'altra banda, establir el funcionament democràtic i la pluralitat, la transparència, l'accés dels grups socials i polítics i la independència dels professionals que hi desenvolupen la seua feina, fent compatible el principi fonamental d'utilitat pública, rendibilitat social i la viabilitat econòmica dins dels criteris de legalitat i control dels recursos i de transparència, prudència econòmica i eficiència.

Els objectius generals de la CVMC figuren en l'article 4 del Mandat marc aprovat l'any 2017:

*Article 4. Objectius generals*

1. Garantir la informació objectiva i plural, produïda des de la independència professional i atenent el pluralisme polític, social, cultural i ideològic.
2. Exercir com a motor del sistema comunicatiu, la indústria audiovisual i la cultura valenciana.
3. Distingir entre informació i opinió i separar programació i publicitat.
4. Impulsar una programació de qualitat.
5. Respectar l'honor, el dret a la intimitat i el dret a la pròpia imatge de les persones, incloent-hi el dret a rèplica.
6. Vetlar pels arxius històrics audiovisuals.
7. Impulsar la producció audiovisual valenciana des de criteris de professionalitat i qualitat.

8. Manteniment de tecnologies i sistemes de difusió per tal de complir i desenvolupar de manera òptima les funcions de servei públic.
9. Prestar una especial atenció a les necessitats d'informació de proximitat.
10. Promoure el coneixement i l'ús de llengües estrangeres i de les altres llengües i modalitats lingüístiques de l'Estat.
11. La CVMC i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió tindran en compte la realitat dels valencians i les valencianes que viuen a l'exterior i promourà la seua relació amb la societat valenciana. Per a això, i per a fomentar la projecció de la cultura i la indústria audiovisual valencianes a l'exterior, sense perjudici del que hi ha establert en l'article 5.2 de la Llei 6/2016, es garantirà que els continguts emesos pels diferents canals, i també els continguts específics, siguen accessibles en línia a través dels diferents mitjans tecnològics existents (pàgines web, podcasts, aplicacions mòbils, etc.) i amb aplicacions adaptades a les televisions intel·ligents.

## **2. L'EXERCICI DEL PERIODISME, ÈTICA I DEONTOLOGIA PROFESSIONAL**

### **2.1. Principis fonamentals**

L'accés a la informació és un dret fonamental del qual és titular el conjunt de la ciutadania i es materialitza a través dels mitjans de comunicació. La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, com a servei públic de comunicació de la Comunitat Valenciana, esdevé referència informativa en prestar un servei als valencians i garantir-los el dret a rebre una informació veraç tal com prescriu l'article 20.1.d de la Constitució Espanyola. Al mateix temps, la CVMC també té el compromís de garantir i facilitar als professionals de la Corporació l'exercici de la seua tasca informativa. Amb aquesta vocació, i amb l'objectiu de garantir la independència i professionalitat dels treballadors i treballadores, la Corporació i les societats prestadores de serveis hauran de vetlar per la seua estabilitat laboral i assignar-los una remuneració digna i suficient com a compensació pel servei públic que es presta a la ciutadania.

Una de les funcions del Llibre d'Estil de la CVMC és garantir que la tasca de la Corporació Valenciana de Mitjans Audiovisuals, de les empreses prestadores de serveis i mitjans amb què la CVMC pugua establir aliances comunicatives, proporcionen informació de qualitat i complisquen amb els principis fonamentals de la pràctica del periodisme, així com amb l'ètica i la deontologia professional de la professió.

#### *2.1.1. Veracitat i rigor*

La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i les societats prestadores de serveis, d'acord amb la funció de servei públic que tenen atorgada, hauran de garantir que la difusió d'informació siga ob-

jectiva, veraç, accessible i imparcial, en base a la pluralitat política, social, ideològica i territorial de la Comunitat Valenciana.

Tenint en compte aquest principi de veracitat, els professionals de la CVMC hauran d'evitar mesclar informació i opinió, així com manifestar opinions personals. Així mateix, els fets que es difonguen hauran de contrastar-se i verificar-se de manera suficient a través de les fonts pertinents.

### *2.1.2. Neutralitat, imparcialitat i independència*

En l'activitat informativa de la CVMC caldrà tindre molt en compte els drets previstos en l'article 20 de la Constitució Espanyola, així com la resta de drets fonamentals que figuren en la mateixa Constitució i en l'Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana. Els mitjans públics de comunicació i les empreses prestadores de serveis hauran d'actuar amb absoluta independència i transparència, sense que puguen rebre instruccions, directrius, contraprestacions o qualsevol classe d'indica-ció imperativa del Consell, ni dels grups polítics, econòmics, socials, ni de cap altres institució o entitat. La decisió sobre els fets que es difonen i els que no es publiquen correspondrà únicament als profes-sionals de la CVMC, sense atendre cap tipus de pressió ni fer seguidisme d'altres mitjans de comunicació.

En la programació de la CVMC hauran de tindre cabuda totes les opci- ons i opinions presents en la societat valenciana per tal que la ciutadania pugua valorar i interpretar correctament els fets. Tenint en compte la representació social, institucional o econòmica dels testimonis, per criteris informatius i per qüestions d'equilibri, caldrà garantir l'accés de les minories i dels grups socials amb risc d'exclusió.

Les persones que treballen a la CVMC hauran d'actuar regint-se pel principi d'imparcialitat, sense prendre partit per una determinada op- ció ni esbiaixar cap informació. Hauran de difondre els fets des de tots els punts de vista possibles, a fi que la ciutadania pugua construir un relat veraç i ajustat a la realitat dels fets.

L'actuació de la CVMC i de les empreses prestadores de serveis ha de ser sempre equànime. Per tant, les informacions que s'emeten hauran d'aclarir les causes i explicar els possibles efectes dels esdeveniments i ser extremadament precises amb la realitat dels fets, els quals caldrà contrastar a través de diverses fonts i actualitzar-los constantment, discernint clarament entre informacions i opinions.

Qualsevol equivocació o errada que es produïska s'haurà de corregir, indicant tant l'error o l'omissió, i expressant la correcció pertinent.

### *2.1.3. Respecte a l'honor, la intimitat i la pròpia imatge*

Tal com fixa la Llei 6/2016 en l'article 27.d, el respecte al dret de les persones a l'honor, la intimitat personal i familiar i la pròpia imatge, així com la protecció de la joventut i de la infància, han de ser un eix fonamental de l'activitat informativa de la CVMC i de les empreses prestadores de serveis. En tant que servei públic, la CVMC ha de ser garant de la protecció dels drets i així ho ha d'explicitar en totes les seues plataformes, tant en l'exigència que els missatges difosos des de la CVMC no afecten la pròpia imatge, com en el cas dels entorns digitals en què els usuaris siguen creadors de continguts.

La preeminència del dret a la intimitat només pot quedar relegada en el supòsit en què els fets siguen d'interés públic. O siga, quan la conducta d'alguna persona o grup comprometa la seguretat, el benestar, la salut o la convivència d'altres.

La garantia del dret a la intimitat s'ha de fer efectiva tant en materials i documents propis com d'aliens, i de la mateixa manera quan es tracte de persones anònimes com en el cas que siguen socialment rellevants.

### *2.1.4. Promoció de la llengua i cultura valencianes*

Un dels objectius fonamentals de la CVMC és la promoció de la llengua i cultura valencianes. La Corporació treballarà per a enfortir l'espai



comunicatiu valencià amb la voluntat de ser el seu agent de referència. Els mitjans de comunicació públics valencians, a més de tindre el valencià com a llengua vehicular de les emissions i com a llengua institucional en les comunicacions, tenen la missió de contribuir a la millora de l'ús social del valencià. Les persones que treballen a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, en possessió de la corresponent acreditació lingüística en valencià, han de fer un ús correcte i respectuós de la llengua d'acord amb aquest llibre d'estil, que serà un document actualitzat periòdicament a fi d'adaptar-lo als canvis socials i a l'evolució del valencià en la nostra societat.

En aquest sentit, la CVMC emprendreà iniciatives per a promoure l'ús del valencià i fomentar-ne l'ús, bé a través d'accions pròpies, o bé en cooperació amb institucions, entitats o organismes.

De la mateixa manera, la CVMC té com a objectiu fonamental la promoció de la cultura pròpia. En els continguts, promourà la difusió de les tradicions i el patrimoni cultural valencià, tenint en compte la diversitat territorial del país. A tal fi, impulsarà iniciatives pròpies i en cooperació amb altres entitats, a fi de projectar la cultura valenciana i ser, alhora, una finestra oberta al món de la cultura.

Pel que fa al patrimoni audiovisual, la CVMC ha de jugar un paper cabdal en la promoció de la indústria cultural valenciana, per la qual cosa haurà de subscriure convenis de col·laboració amb les altres televisions autonòmiques, estatals i europees per a dispondre de totes les manifestacions culturals de rellevància.

#### *2.1.5. Els mecanismes de control interns de la CVMC. El Consell d'Informatius*

La CVMC, en tant que prestadora de serveis de radiodifusió de caràcter públic, ha d'atendre aquests principis fonamentals. A més de les instàncies de control extern esmentades en la Llei 6/2016, la Corporació Valenciana també ha de comptar amb controls interns. Tal com estipula l'article 25 de la Llei 6/2016, el Consell d'Informatius és l'òrgan

intern de la CVMC en què participen el conjunt dels professionals que intervenen en el procés d'elaboració de continguts informatius, per a vetlar per la independència, l'objectivitat i la veracitat dels continguts difosos.

Aquest organisme tindrà les funcions següents:

1. Vetlar per la independència dels professionals de la informació davant de la direcció de cada societat, de les administracions públiques i de qualsevol altra organització pública o privada.
2. Promoure la independència editorial de la Corporació i les societats que en depenguen, d'acord amb el que preveu la legislació general audiovisual i la Llei 6/2015 en relació amb les funcions de servei públic pròpies de la CVMC.
3. Informar sobre la línia editorial amb caràcter previ a la seua difusió, com també participar en l'elaboració i actualització d'aquest llibre d'estil.
4. Informar amb caràcter periòdic la programació informativa difosa.
5. Informar amb caràcter vinculant les propostes de nomenament dels directors o directores dels serveis informatius. En el cas de ser negatiu, l'informe haurà de motivar-se i, si es rebutgen tres propostes consecutives, el Consell Rector, vista la motivació, podrà decidir sobre el caràcter vinculant de l'informe o procedir al nomenament d'aquests càrrecs.

Aquest organisme es regirà pel seu Reglament Orgànic, el qual haurà de ser aprovat pel Consell Rector de la Corporació.

### *2.1.6. L'ús del llenguatge no sexista*

La llengua és un gran contenidor de possibilitats i recursos per a pensar, expressar-se i comunicar. A través del llenguatge parlem de la re-

alitat tant com la tergiversem i la manipulem. Sempre que triem unes paraules i no unes altres per a designar situacions, persones, activitats, prenem decisions, no sempre conscients, que tenen conseqüències quant a l'avaluació, la influència i les reaccions d'unes altres persones en relació amb el nostre discurs. Les llengües evolucionen amb la gent que les parla i són un espill del moment històric, dels debats presents en el si de la societat, així com de velles concepcions que han quedat fossilitzades en el parlar, al costat de les maneres de referir-se a problemàtiques emergents, noves identitats, col·lectius que reclamen reconeixement i sectors de població que reproveixen formes de qualificació obsoletes.

Més d'un segle reivindicant els drets de les dones com a éssers humans complets i autònoms dels homes, ha comportat un rebuig creixent d'aquelles formes que expressen subordinació i dominació masculina, les quals no s'avenen amb les característiques d'una societat democràtica i igualitària.

La llengua, com a reflex de l'opressió contra les dones, ha consolidat uns papers sexuals estereotipats, que sovint s'han assumit com a propis sense cap consideració crítica. El procés de socialització naturalitza les desigualtats i les fixa en el llenguatge, les quals resulten imperceptibles per a qui no les pateix ni les posa en qüestió i, fins i tot, per a qui les pateix quan acaba considerant-les normals.

Tot i que vivim uns temps en què des de les institucions, la societat civil i l'ensenyament s'han fet molts esforços per a eliminar el sexisme del llenguatge, encara ens trobem amb asimetries semàntiques i patronímiques, a més de nombrosos eufemismes, que denoten una política d'ocultació social de les dones, amb un lèxic referent a la corporalitat i a la sexualitat femenines que a vegades utilitza un llenguatge injuriós, ofensiu i bròfec.

La llengua és un instrument per a la percepció del món, mitjançant el qual podem contribuir a establir nous referents de llenguatge inclusiu. A més, les organitzacions internacionals recomanen eliminar el llen-

guatge sexista. L'Informe sobre el llenguatge no sexista del Parlament Europeu aprovat el 13 de febrer de 2008, diu:

La utilització d'un llenguatge no sexista és més que un assumpte de correcció política. El llenguatge influeix poderosament en les actituds, el comportament i les percepcions. El Parlament Europeu, com a institució, dóna suport plenament al principi d'igualtat de gènere, i el llenguatge ha de reflectir-ho.

Abans d'exposar les estratègies per a eradicar el llenguatge sexista, convé aclarir que, en el treball comunicatiu, hem d'emprar en tot moment un registre lingüístic clar, directe i senzill, sense caure en la vulgaritat, fresc i pròxim als nostres públics, eficaç en la transmissió d'informació, lingüísticament idoni, elegant i precís. A pesar de les pressions que sovint exigeix el treball, cal mantindre els mecanismes de rigor i de control que mereixen els nostres públics, d'acord amb la nostra funció de servei públic. Tenim la convicció que la professionalitat de la plantilla de la CVMC treballarà per aconseguir l'excel·lència i esdevenir un referent en el sistema comunicatiu valencià.

## A) Recomanacions

1. Sempre que siga possible, usarem formes genèriques i de substantius col·lectius, com ara: adolescència, alumnat, classe, ciutadania, clientela, col·lectiu, cònjuge, electorat, equip, espècie humana, funcionariat, gent, humanitat, part, persona, personatge, plantilla, població, poble, professorat, veïnat, víctima, voluntariat, etc. (*el poble valencià, la part demandada, etc.*).

Alguns col·lectius presenten limitacions semàntiques i, de vegades, no expressen exactament el mateix que les paraules amb marca de gènere. En aquest cas, cal buscar formes alternatives.

L'ús del mot 'persona' també presenta algunes limitacions. De vegades comporta una complicació semàntica o sintàctica i pot contravindre el

principi d'economia lingüística. Altres vegades, si s'adjectiva, pot provocar equívocs. Per exemple, dir *persones treballadores* en compte de *treballadors* pot dur a pensar que es tracta de persones que treballen molt, *consumidores* que consumeixen molt, etc. Segons el context, es pot recórrer a altres solucions, com ara *la plantilla* o *la clientela*.

2. Per a referir-nos a noms de professions, titulacions i càrrecs, es pot usar l'acció, la funció, l'organisme o la unitat administrativa en compte de la persona. Per exemple: intervenció delegada, candidatura a la presidència, formació en (vendes, empenedoria), direcció, alcaldia, presidència, magistratura, fiscalia, etc.

Inadequat: *L'ajuntament d'un poble té com a cap visible l'alcalde*

Adequat: *L'ajuntament d'un poble té com a cap visible qui ostenta l'alcaldia*

Quan no disposem de genèrics col·lectius o abstractes, es pot recórrer a una perífrasi.

3. També podem substituir el genèric per una metonímia: *els candidats a la presidència* per *les candidatures a la presidència*.

4. Quan es tracte de titulacions no referides a una persona concreta, cal evitar les formes masculines i emprar les denominacions de les titulacions: *llicenciatura* (i no *llicenciat*), *diplomatura* (i no *diplomat*), *doctorat* (i no *doctor*), *enginyeria* (i no *enginyer*).

5. L'ús de l'adjectiu en compte del substantiu pot ser una alternativa per a evitar el masculí singular i les formes dobles: *Col·legi Notarial d'Alacant* (en compte de *Col·legi de Notaris*), *Col·legi Oficial d'Infermeria* (en compte de *Col·legi Oficial d'Infermers i Infermeres*), *Informe mèdic, pericial, legal...* (en compte de *Informe del metge, del pèrit, de l'advocat*, etc.)

6. L'ús de les formes dobles completes expressa la voluntat de precisar o emfasitzar la referència a dones i homes, amb intenció de fer visibles

les dones en les referències genèriques a les professions. Utilitzarem el desdoblament quan l'eficàcia comunicativa ho permeta i alternarem l'ordre de presentació per a no prioritzar cap gènere.

Exemples: *Es necessita locutor o locutora per a Ràdio l'Horta, Les xiquetes i els xiquets començaran les classes el dilluns, L'Estatut d'Autonomia reconeix el dret dels ciutadans i les ciutadanes a utilitzar el valencià en la documentació oficial.*

Quan s'utilitza una forma doble com a subjecte compost, el verb es manté en singular: *El director o directora ha de signar l'acta.*

Quan dos substantius de gènere diferent van coordinats i alhora van complementats per un adjectiu que admet la variació de gènere, llavors gramaticalment només és viable la concordança genèrica en masculí plural: Un home i una dona moderns; Una dona i un home moderns. El fenomen de concordança genèrica en masculí plural també afecta els casos de coreferència amb pronoms: A les xiques i als xics, cal tractar-los igual; Si hi ha modificacions en la programació, els avisarem oportunament.

Des d'un punt de vista gramatical, és inadequada la coordinació entre elements gramaticals àtons, com els articles o els pronoms febles, perquè no són prosòdicament independents: Els i les periodistes; Les i els professionals; Demà els i les avisarem.

7. Noms de professions. La incorporació progressiva de les dones al món laboral i a la vida social i política, ha requerit la utilització de formes femenines, de les quals disposa el valencià, segons siga la persona que exercisca la professió o el càrrec.

En la formació del femení dels càrrecs, professions i ocupacions usarem els recursos de què la llengua disposa. (Vegeu § 3.1.1 de l'apartat lingüístic).

En la major part dels casos, s'afeg simplement al masculí una *-a* com a marca de femení (*candidata, doctora*); en alguns casos la formació

del femení provoca el canvi de la vocal final del masculí (-e o -o) per una -a (*psiquiatre/a, geriatre/geriatra, monjo/monja*), l'alteració de la consonant final (*diputat/diputada*) o l'afegitó d'una -n en el cas dels masculins acabats en síl·laba tònica (*degà/degana*).

Hi ha molts noms de professions formats amb la terminació -ista, invariable per als dos gèneres, tot i que en valencià també és correcta la terminació -iste per al masculí (*economiste/a, periodiste/a, lampiste/a, artiste/a*). També hi ha un bon nombre de noms de càrrecs en què no s'usa una forma específica per al femení (*cap, guionista, pilot, etc.*). En ambdós casos el gènere ve determinat per l'article (*el/la periodista, el/la cap, el/la guionista, el/la pilot, etc.*).

En el cas de les graduacions militars, la tendència actual és mantindre el masculí per als dos gèneres (*coronel, comandant, tinent, sergent*), i reservar les formes femenines per a usos relacionats amb situacions històriques o informals.

## 8. Utilització de construccions no sexistes

L'ús de determinants en masculí o femení condiciona el gènere dels substantius, per la qual cosa una alternativa és substituir-los, quan siga possible, per altres expressions sense marca de gènere: *Funcionariat i personal contractat assistiren a l'assemblea; Professionals de la cuina experimental faran un congrés.*

## 9. Tractament simètric

Es fomentarà de la mateixa manera el tractament de dones i homes com a subjectes d'acció. S'evitaran expressions com ara *ella ha sigut nomenada* en compte d'*ell ha pres possessió*.

## 10. Estratègia retòrica

Es recomana l'ús del plural *dones*, en compte del singular *dona*. El substantiu *dona* ha sigut utilitzat en els discursos històrics com a sinònim de l'etern femení. A més, serveix per a amagar la pluralitat, l'heteroge-

neïtat i les identitats reals de les dones. Amb el plural *dones*, ens estem referint a subjectes històrics reals en tota diversitat.

## B) Cal evitar

– L'abús del gènere masculí com a genèric.

No s'ha d'utilitzar la paraula *home* com a referència del món i de la cultura. Per exemple, no podem parlar de sufragi universal si no inclou les dones. Hauríem de parlar, en aquest cas, d'un sufragi restringit. No direm *l'home*, sinó *la humanitat*.

– La asimetria en el tractament.

Per a fer un ús igualitari del llenguatge, hem de tractar d'una manera simètrica ambdós sexes. La asimetria pot suggerir una relació de dependència de les dones respecte dels homes o, més habitualment, que s'oculten les dones. Exemple: quan es fa referència a una ciutadana tractant-la com a «senyora de tal o viuda de tal...».

– El salt semàntic.

Aquest fenomen es produeix quan, en un mateix discurs, s'utilitza el masculí com a genèric, i més avant s'adverteix que no era així perquè apareix una marca específica de sexe.

Inadequat: *Els nòmades recollien el campament mentre les dones atenien el bestiar.* Adequat: *En les tribus nòmades, mentre el homes recollien el campament, les dones atenien el bestiar.*

– La denominació sexuada.

Es produeix quan als homes se'ls anomena per la seua professió, càrrec, nacionalitat, mentre que a les dones se les destaca pel seu sexe o per la relació que tenen amb un home determinat.



Inadequat: *L'empresa automobilística ha acomiadat tres dones i dos mecànics.*  
Adequat: *L'empresa automobilística ha acomiadat tres enginyeres i dos mecànics.*

– Les dualitats aparents i les paraules semànticament ocupades.

Hem de dedicar una atenció especial als termes «aparentment» duals perquè aquests canvien de significat quan es refereixen a un gènere o a un altre. De fet ocorre que algunes paraules femenines ja tenen un significat, generalment pejoratiu. És a dir que, de vegades, un vocable que s'utilitza en un cert sentit no denigrant, presenta l'inconvenient d'aparèixer ja ocupat amb un altre significat en general denigrant o menyspreatiu en relació amb les dones.

Exemple: *Home públic / dona pública.*

– Les aposicions redundants.

Aquest fet ocorre quan s'utilitza el substantiu genèric *dona* que matisa o especifica la condició sexuada d'una altra qualitat ja referida, i per tant, és redundant i no necessari.

Inadequat: *L'acte fou organitzat per les dones artistes.*

Adequat: *L'acte fou organitzat per les artistes.*

C) Per a tindre en compte

Regla d'inversió

Serveix per a poder detectar el sexisme, i es pot aplicar en qualsevol text, discurs, imatge, etc. Consisteix a canviar *dona* per *home*, *esposa* per *marit*, *filla* per *fill*, *professor* per *professora*, etc., i comprovar què succeeix. Si després de la inversió, no fa estrany, es pot considerar que no hi ha sexisme. Però si pareix rar o ridícul, potser sí que n'hi ha. La regla d'inversió ens permet descobrir tant el sexisme lingüístic com el social.

## Vocabulari apoderat

Encara que es recomana l'ús d'expressions com *violència masclista*, *violència de gènere*, *violència sexista* o *violència contra les dones*, no es tracta només de frenar el sexisme discriminatori, sinó que també hem de promoure la difusió de nous termes amb un contingut explícit, com és el cas de *feminisme*, *moviment feminista*, *sororitat*, *lluita feminista*... per tal de subratllar el caràcter igualitari i democratitzador que implica la reivindicació d'una societat sense privilegis per raó del gènere.

En definitiva, per bé que s'han apuntat tota una sèrie de recomanacions o recursos sobre un ús no sexista del llenguatge, a l'hora d'aplicar-los cal tindre present les característiques del text (gènere discursiu), la finalitat i a qui ens adrecem. De fet, tot plegat determinarà quina és la solució més adequada per a cada cas i el conjunt de decisions hauran de ser coherents dins del text. Per damunt de tot, el text final haurà de mantindre la genuïnitat, la fluïdesa elocutiva, la comprensió i la claredat en la comunicació.

### 2.1.7. Àmbit d'aplicació del llibre d'estil

Els principis enunciats en el present llibre d'estil són d'aplicació per a tota la plantilla de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació independentment de si treballen en televisió, ràdio, web o xarxes socials.

A més, són també d'aplicació per als professionals d'altres mitjans i empreses amb què la CVMC establisca espais de col·laboració (per exemple, en les ràdios locals o comarcals que proporcionen continguts).

## **2.2. Deures professionals**

### *2.2.1. Presumpció d'innocència*

Les persones acusades o investigades per un delictes tenen dret a la presumpció d'innocència. Són innocents fins que una sentència ferma diga el contrari i, per tant, durant tot el procés penal ens hi hem de referir com a «presumptes» autores d'un delictes. Hem d'evitar els prejudicis i els judicis paral·lels.

Si no aporten cap detall rellevant o el context (*background*) de la informació no ho requereix, prescindim dels noms de familiars o amics dels investigats, així com de la nacionalitat, l'ètnia, la filiació política o la religió.

El col·lectiu de professionals de la CVMC no hem de condemnar les persones investigades i hem d'evitar que les nostres informacions inciten la ciutadania a una condemna apriorística.

### *2.2.2. Incompatibilitats*

Els interessos personals de la plantilla de la CVMC no hauran d'entorpir el caràcter de servei públic dels mitjans de la Corporació ni el seu compromís amb la societat valenciana.

La plantilla de la CVMC i les societats prestadores de serveis no poden traure cap benefici personal de la informació que hagen obtingut en l'exercici de la professió. Aquest principi regeix especialment als professionals que facen informació financera i/o econòmica.

El personal de la CVMC necessita autorització prèvia per a col·laborar en qualsevol activitat del sector públic o privat, i també quan es tracte de col·laboracions en un altre mitjà de comunicació.

El personal que presente els informatius no pot fer campanyes publicitàries ni promocions comercials. La resta de presentadors necessiten

el consentiment del mitjà i en cap cas poden anar contra la imatge i els interessos de la CVMC.

La participació del personal en congressos, conferències, taules redones o seminaris també ha de ser autoritzada, inclús quan es tracte d'organismes sense ànim de lucre. En qualsevol cas, la plantilla de la CVMC no estarà obligada a col·laborar en actes d'altres empreses, institucions, organismes encara que la Corporació hi participe. La tasca de la plantilla de la CVMC és la d'informar i no la de prestar la seua imatge per a altres fins.

En cas de desacord, serà el Consell de Redacció qui haurà d'informar sobre els conflictes que s'hi puguen presentar.

### *2.2.3. Identificació i credencials*

Treballem convenientment identificats i expliquem quin és el nostre objectiu informatiu. Totes les persones de qui enregistrem imatges o àudios han de saber la finalitat del material que obtenim i n'han d'autoritzar la difusió.

De forma excepcional i per a garantir l'interés informatiu d'un contingut determinat o per a evitar riscos innecessaris per a la nostra integritat física, podem ocultar la identitat professional. A l'hora de documentar el contingut s'haurà d'especificar aquest restricció.

En els continguts d'entreteniment podem ocultar qui som si ho fem des del respecte, sempre que siga per causa justificada i amb el consentiment posterior de les persones afectades. Si aquestes persones, una vegada hagen estat informades que són objecte d'una gravació oculta, rebegen participar-hi, hem de respectar la seua voluntat.

#### *2.2.4. Gratificacions, regals, invitacions i premis*

La plantilla de la CVMC no accepta regals en metàl·lic ni en espècies. No es consideren regals els llibres, devedés o entrades a esdeveniments culturals o esportius que faciliten el treball periodístic.

No fem viatges pagats per empreses, partits polítics o altres organitzacions, llevat dels casos d'interés informatiu. Si els autoritza la direcció ha de quedar clar que la invitació no pot afectar l'enfocament editorial. La independència i la veracitat estan per damunt de l'interés de qui organitzi el viatge.

### **2.3. Drets dels professionals**

#### *2.3.1. Clàusula de consciència*

Segons la Constitució Espanyola (article 20.1.d) i la posterior Llei orgànica 2/1997, la clàusula de consciència permet als professionals dels mitjans de comunicació negar-se a participar en l'elaboració o la difusió d'aquelles informacions que, segons el seu criteri, atempten contra els principis ètics i deontològics de la professió o contra la seua consciència professional. També es pot invocar la clàusula de consciència si el mitjà canvia radicalment de línia editorial o si l'empresa trasllada el treballador a un altre mitjà del mateix grup la línia informativa del qual és contrària als seus principis. En aquests casos, els empleats poden donar per extingida la relació laboral amb l'empresa i tindre dret al pertinent dret d'indemnització que els corresponga per acomiadament improcedent.

La invocació de la clàusula de consciència no pot ser, en cap cas, motiu de sanció o de trasllat.

#### *2.3.2. Secret professional*

La Constitució Espanyola al·ludeix al secret professional en l'article 20.1.d, però no n'ha hagut desenvolupament legislatiu posterior. El se-

cret professional empara el dret del periodista a guardar secret sobre la identitat de les seues fonts d'informació davant de l'empresa en què treballa i davant dels poders públics, inclosos els òrgans judicials.

S'entén que no es pot invocar el secret professional:

- si el periodista és investigat en una causa en la qual pot ser declarat culpable.
- si es té l'obligació d'impedir la comissió d'un delictes.
- si crea engany o confusió al desvirtuar la veritat dels fets.
- si està en joc la seguretat i la vida de les persones.

La invocació del secret professional no pot ser, en cap cas, motiu de sanció o trasllat.

### *2.3.3. Propietat intel·lectual*

El text refòs de la Llei de propietat intel·lectual (TRLPI) arreplega com a drets de propietat intel·lectual els drets d'autoria, els drets morals i els drets d'explotació.

L'article 33 del TRLPI recull que «Els treballs i articles sobre temes d'actualitat difosos pels mitjans de comunicació social podran ser reproduïts, distribuïts i comunicats públicament per qualsevol altres de la mateixa classe, citant la font i l'autor si el treball va aparèixer amb signatura i sempre que no s'haguera fet constar en origen la reserva de drets. Tot açò sense perjudici del dret de l'autor a percebre la remuneració acordada o, a falta d'acord, la que s'estime equitativa».

Així, la CVMC haurà de vigilar els treballs periodístics de la plantilla de les seues societats, vetlant per la salvaguarda dels seus drets de propietat intel·lectual. Evidentment, aquesta pràctica haurà de ser recíproca i s'haurà d'exigir a les persones que treballen en la Corporació l'obligada menció de la font i l'autor de treballs i articles produïts per

altres mitjans de comunicació i que es difonguen a les diferents finestres que oferisca la CVMC.

## **2.4. Drets de la ciutadania i participació**

### *2.4.1. El Consell de la Ciutadania*

La CVMC, com a prestadora d'un servei a la ciutadania com ho són els mitjans de comunicació públics, té com a objectiu la participació ciutadana i la garantia dels drets de la ciutadania. En la Llei 6/2016 de 15 de juliol, de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic, de Titularitat de la Generalitat, es preveu la creació del Consell de la Ciutadania, amb voluntat d'impulsar la diversitat i la pluralitat.

El Consell de la Ciutadania es converteix en l'òrgan assessor en matèria de programació i continguts de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Assessora el Consell Rector i la Direcció General de la CVMC en la definició i avaluació de les polítiques i estratègies de comunicació dels diferents mitjans i serveis de la CVMC. El Consell de la Ciutadania també té la missió d'oferir la perspectiva de les diferents audiències i identificar qüestions i demandes que puguen ser rellevants perquè siguen considerades pel Consell Rector de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació.

### *2.4.2. La participació, pluralisme i dret d'accés*

Un dels principis que ha d'observar la CVMC és la promoció de la participació plural i democràtica en les informacions a través de l'exercici del dret d'accés als mitjans.

La CVMC haurà de garantir l'expressió de la pluralitat social, ideològica, cultural, política i sindical de la societat valenciana en la programació dels seus mitjans, canals i plataformes.

Pel que fa al dret d'accés dels diferents grups socials i polítics s'aplicarà a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, tal com fixa la Llei 6/2016, des de tres àmbits:

1. De manera global, a través de la participació dels grups polítics i socials representatius, tan com a fonts com també com a portadors d'informació i d'opinió en el conjunt de la programació.
2. A través d'espais específics en els canals i plataformes de la CVMC en diferents horaris i formats i mitjançant la cessió d'espais no guionitzats dins dels serveis informatius, d'acord amb la llei.
3. A través de convenis de col·laboració amb productors de béns culturals i audiovisuals de la Comunitat Valenciana per a la gravació i difusió de continguts audiovisuals no remunerats, amb l'objecte de donar a conèixer les seues creacions a través de la CVMC; i també a partir de la difusió d'espais publicitaris pel sistema de publicitat a risc, és a dir, quan la remuneració depén dels ingressos que produïska l'activitat cultural o audiovisual de què es tracte.

En compliment del dret d'accés, la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació garantirà la disponibilitat dels mitjans tècnics i humans i necessaris per a l'elaboració dels espais abans esmentats. D'acord amb la llei, la responsabilitat de regular amb un reglament específic l'exercici del dret d'accés recau sobre el Consell Rector, prèvia consulta al Consell de la Ciutadania.

Pel que fa a la participació de particulars, requerirem sempre el seu consentiment. En el cas de persones menors d'edat, l'autorització del pare, mare o tutor. A més, hem de garantir la custòdia i protecció de les dades personals que es demanen per a l'exercici del dret de participació, en compliment de la legislació vigent.



En l'actual context comunicatiu les xarxes digitals han de ser també un canal de foment de la participació en els mitjans de comunicació públics. La CVMC i les empreses prestadores de serveis hauran de fer un esforç en el foment de la participació de la ciutadania quant a la producció de continguts. Atés el caràcter interactiu de les xarxes digitals, també és un objectiu de la CVMC usar-les per a detectar interessos, demandes i necessitats del públic.

Els comentaris poden ser un dels mecanismes de participació previstos en els portals digitals de la CVMC. Hauran de seguir unes normes de convivència bàsiques per al bon funcionament i ordenament dels debats. No es permetran comentaris que incloguen insults, que inciten a l'odi (racistes, xenòfobs, masclistes, LGTBIfòbics, etc.), continguts publicitaris o d'altres destinats a interrompre converses entre usuaris. La CVMC establirà les normes d'ús i de participació en totes les seues plataformes i haurà de posar-les a disposició de l'usuari de manera visible.

#### *2.4.3. Dret de rectificació*

El dret de rectificació en la CVMC està sotmés als principis que figuren en la Llei orgànica 2/1984 que regula aquest dret. El dret de rectificació assisteix al conjunt de la ciutadania, tant pel que fa a persones físiques com jurídiques, quan es pugua veure perjudicada per una informació inexacta. El dret de rectificació el pot exercir la persona perjudicada i els seus hereus (en cas de mort) i les persones que els representen, en els set dies següents a l'emissió de la informació o l'opinió, d'acord amb la llei.

De la mateixa manera, correspon a la direcció del mitjà de comunicació la difusió i/o publicació de la rectificació, preferiblement en el termini més breu dins dels tres dies naturals que fixa la llei. La rectificació tindrà una extensió similar a la informació o l'opinió inicial i s'emetrà en el mateix espai.

En cas de conflicte, s'informarà el Consell de la Ciutadania, el qual adoptarà la decisió pertinent.

#### *2.4.4. Dret de rèplica*

En el cas d'informacions sotmeses a interpretació –ja que no es tracta de fets objectius i constatables– en qualsevol cas es pot fer ús del dret de rèplica. Recaurà en la direcció del mitjà la decisió d'acceptar o no el procediment de rèplica una vegada s'haja rebut la petició i la documentació corresponent per a demostrar la inexactitud del contingut.

La rèplica s'haurà de publicar en el mateix espai en què s'haja emés la informació o l'opinió. La difusió de la rèplica haurà de ser gratuïta i dins d'un període curt de temps per tal de minimitzar el dany que s'haja produït per la difusió d'informacions o d'opinions inexactes o errònies.

#### *2.4.5. Protecció de Dades*

La Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, recull una sèrie de drets fonamentals de la ciutadania. La llei s'aplica a la informació emmagatzemada de dades personals referides a una persona a la qual es puga identificar a partir d'eixes dades o a partir d'eixes dades més altres a les quals tenim accés o que és probable que en pugam tindre.

Quan parlem de dades personals ens referim a e-mails, telèfons obtinguts a partir de formularis web per a participar en un programa, o a informació de persones que han sigut objecte de continguts de la CVMC.

Així, en aplicació de la Llei 15/1999 de protecció de dades, aquesta informació sobre dades personals ha de ser obtinguda i utilitzada de manera imparcial, amb la finalitat acordada, emmagatzemada de forma segura i eliminada quan ja l'hem usada.

Farem una excepció en el compliment de la Llei quan es tracte de material obtingut amb una finalitat periodística legítima. Per exemple: no

es necessitarà l'autorització d'una persona que haja estat enregistrada mentre cometia un delictes.

## **2.5. Publicitat i patrocini**

L'article 39 de la Llei 6/2016 tracta explícitament sobre el finançament de la CVMC i les seues societats per publicitat i comercialització. Així, diu:

1. La Corporació té la plena capacitat per a explotar comercialment la seua oferta de programació i els seus continguts.
2. No obstant això, la publicitat en les emissions de ràdio i televisió que puguen difondre's o oferir-se a través dels diferents formats de les empreses dependents de la Corporació ha de respectar els límits de temps imposats per la normativa europea en matèria de radiodifusió i els previstos en la Llei 7/2010, de 31 de març, general de la comunicació audiovisual. Així mateix, el contracte programa podrà fixar restriccions addicionals per a l'emissió publicitària.
3. També formen part del finançament de la Corporació els ingressos derivats d'altres activitats comercials i mercantils, pels serveis que preste i, en general, per l'exercici de les seues activitats, inclosa la comercialització de determinats drets o continguts audiovisuals.

### *2.5.1. Publicitat*

La difusió de publicitat en els mitjans de la CVMC ha de contribuir a la promoció del teixit productiu valencià i, per tant, ha de constituir un impuls per als sectors econòmics que es desenvolupen en el territori valencià.

Procurarem difondre especialment les empreses i els productes locals i, sobretot, els que aporten innovació al model productiu valencià.

### 2.5.1.1. Principis orientadors

La publicitat i els patrocinis no condicionaran la línia editorial dels nostres mitjans ni la selecció i l'enfocament de la informació. No determinaran tampoc els continguts d'entreteniment i de ficció. Distingim clarament entre publicitat i continguts, en especial en el cas dels informatius.

Quant als continguts de la publicitat que difonem, vetlem perquè no fomenten actituds discriminatòries o antisocials, i perquè no ofenguen els sentiments ni les conviccions morals de les persones.

Tenim en compte especialment els principis que cal observar en la prestació del servei públic, tal com especifica l'article 5 de la Llei 6/2016. Per això, i de manera congruent, la CVMC es reserva l'opció de no acceptar publicitat que no s'ajuste als seus principis o que lesioni els seus interessos. No acceptem publicitat que pugui vulnerar la normativa autonòmica, estatal i europea, així com la Llei general de publicitat.

### 2.5.1.2. Matèries de publicitat restringida

No produïm ni difonem publicitat de cap partit polític fora de la producció i emissió reglamentades dels espais electorals gratuïts. El Consell Rector de la CVMC desenvoluparà la normativa específica per als períodes electorals.

No difonem publicitat institucional durant els períodes electorals. Difonem, això sí, espais destinats a informar l'audiència sobre dates, procediments, requisits i tràmits electorals i sobre el vot per correu.

No difonem publicitat que incite al tabaquisme, l'alcoholisme o la drogoaddicció, en aplicació de la legislació vigent. Ni tampoc publicitat que fomenti els trastorns de la conducta alimentària, la ludopatia i altres addiccions.

No fem publicitat de la prostitució ni de cap forma d'explotació o servei sexual, ni de pràctiques endevinatòries o esotèriques.

Tampoc no acceptem publicitat sexista. D'acord amb el que s'indica en l'apartat sobre igualtat de gènere, quan hi haja dubtes sobre un contingut publicitari des del punt de vista de la discriminació de gènere, ens atindrem al que informe la Comissió permanent d'expertes en igualtat del Consell de redacció i del Consell de la Ciutadania.

#### 2.5.1.3. Protecció de la infància i adolescència

Vigilem que la publicitat dirigida a la infància i adolescència no continga imatges o afirmacions que els puguen afectar negativament, que abusen de la seua ingenuïtat, que els inciten a la violència o que fomenten comportaments perillosos. Cal tindre especial cura en els aspectes que incideixen en la identitat corporal (auto-imatge) així com en la diversitat sexual en tots els aspectes: expressió, orientació i adscripció al gènere.

En la difusió de continguts infantils, la publicitat de begudes alcohòliques i de productes que fomenten males pràctiques alimentàries o que siguen perjudicials per a la salut queda expressament exclosa per la llei.

#### 2.5.1.4. La llengua de la publicitat

Els espais publicitaris han de ser preferentment en valencià, que és la llengua institucional i vehicular dels nostres mitjans. Per tal de facilitar la consecució d'aquest objectiu, posarem a disposició dels anunciants serveis d'assessorament lingüístic.

#### 2.5.1.5. Patrocini d'espais i continguts específics

Com a regla general prevaldrà la norma de no acceptar patrocinis en els informatius. Es valorarà la possibilitat d'inserir patrocinis en espais específics com l'oratge i altres. En qualsevol cas, aquest patrocini

no podrà entrar en col·lisió amb la línia editorial de la CVMC. Quant al patrocini de programes d'entreteniment, de continguts documentals o de ficció, ens atindrem a allò que s'ha indicat en els apartats anteriors. Extraordinàriament, tot i que mai en els espais informatius, es pot plantejar la possibilitat d'emetre continguts documentals o d'entreteniment creats directament per les marques (*Branded Content*). En aquest cas es valorarà especialment que siguen marques valencianes o d'arrelament al nostre territori i sempre haurà de comptar amb la proposta de la Direcció General i amb l'aprovació del Consell Rector.

La CVMC és independent de qualsevol servitud comercial. El patrocini s'ha d'entendre, doncs, com la promoció d'un producte que respecta els principis fonamentals del servei públic i contribueix al benestar col·lectiu per mitjà de la seua legítima activitat comercial i pel suport que ofereix al mitjà públic de comunicació.

#### 2.5.1.6. Publicitat i professionals de la CVMC

En aplicació del principi d'independència, la participació dels nostres professionals en espais publicitaris està subjecta a fortes limitacions. A més, haurà de comptar preceptivament amb l'autorització del Consell Rector.

#### 2.5.1.7. El temps de la publicitat

A més del compliment estricte de la normativa vigent quant als límits de publicitat en la televisió, cal tindre present que no es poden interrompre els espais informatius per a publicitat. Considerem que un mitjà públic ha d'extremar el respecte a l'audiència, ja que és un servei i no un negoci. No s'interrompran accions en curs per a posar publicitat. En les telesèries de més de 45 minuts de durada, només es podrà fer una interrupció. En les telesèries de més poca durada, s'emetrà el capítol sencer, sense interrupcions. Quant a les obres cinematogràfiques, s'emetràn sempre sense cap interrupció publicitària en l'horari de màxima audiència disponible (*prime time*), llevat dels casos d'aque-

lles pel·lícules que superen els 90 minuts de durada. Eventualment, s'hi podrà fer també un tall *premium* (d'un a tres anuncis). En qualsevol cas, sempre que s'haja d'interrompre un contingut de ficció es respectarà el desenvolupament de l'escena per a no provocar pèrdua de sentit de l'acció.

#### 2.5.1.8. Emplaçament de productes

La tècnica de l'emplaçament del producte (*product placement*) consisteix a col·locar la marca o el producte en alguna seqüència d'una pel·lícula, sèrie o programa de televisió. D'aquesta manera, la marca pot ser identificada clarament pels espectadors i produir-los un efecte no forçat, integrat en el relat de ficció o en el programa d'entreteniment (contràriament a la publicitat directa). A diferència d'altres pràctiques, com la publicitat encoberta o la publicitat subliminal, l'emplaçament del producte és una tècnica publicitària legal. Però el fet de ser un servei públic de comunicació exigeix vetlar pel respecte a l'audiència i no usar-lo d'una manera abusiva.

Aquesta exigència demana que, a l'inici, hi haja un advertiment visual o sonor (segons convinga) que continga la llista dels anunciants de qui es farà publicitat en el programa.

L'advertiment ha de complir els requisits següents:

- a) S'ha de posar al principi del programa, amb la presència de l'emplaçament de producte.
- b) S'ha de limitar a inserir la llista dels anunciants publicitats en el programa. Aquesta llista només podrà incloure el nom (o el logotip, o qualsevol altre símbol distintiu de l'empresa anunciant), el qual anirà amb una llegenda.
- c) Ha de seguir uns criteris de coherència formal.
- d) La mida i el contrast de la lletra, així com el temps de permanència en la pantalla, han de facilitar-ne la lectura.

En el cas de programes formats per parts autònomes en què l'emplaçament del producte es pose exclusivament en una de les parts, és recomanable que l'advertiment es reproduïska, també, a l'inici de cada part. Aquesta condició té la finalitat de no induir a error l'espectador sobre la naturalesa de les presentacions.

L'obligació d'advertiment previ és extensiva a tota la programació que continga emplaçament del producte. Ara bé, queden excloses d'aquesta obligació les obres audiovisuals en què no intervé la CVMC en la producció (obres alienes i cinematogràfiques).

Finalment, per tal d'extremar la protecció de la infància i l'adolescència en relació amb les formes de publicitat encoberta, es recomana evitar l'emplaçament del producte en els programes, els serveis o les marques adreçats específicament als infants i adolescents durant l'horari protegit.

#### 2.5.1.9. Publicitat a risc

Encara que ja ho hem tractat en l'apartat corresponent al dret d'accés, convé recordar aquesta modalitat de publicitat a risc, que està reservada per a les empreses i les institucions valencianes que establisquen convenis amb la CVMC per a difondre béns culturals i audiovisuals.

La difusió d'espais publicitaris pel sistema de publicitat a risc comporta que la remuneració obtinguda està vinculada als ingressos de l'explotació cultural o audiovisual. És a dir, la CVMC, d'acord amb el conveni subscrit, autoritzarà la publicitat de determinades activitats culturals o obres audiovisuals en els seus mitjans i establirà com a contrapartida un percentatge o quota sobre els beneficis que s'obtinguen.



## **2.6. Una mirada valenciana sobre la realitat i una finestra oberta per a mostrar-nos al món**

La Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i les societats prestadores de serveis com a mitjans públics i multimèdia de comunicació tenen com a objectiu ser la referència de l'espai comunicatiu valencià. Com a mitjans propis de la Comunitat Valenciana han d'oferir a la ciutadania, des del rigor i la qualitat dels continguts, una mirada valenciana sobre la realitat. La perspectiva d'uns mitjans centrats en l'àmbit valencià ha de ser pròxima a la societat valenciana i la seua diversitat territorial, i ha de satisfer amb immediatesa el dret a la informació.

La CVMC ha de vetlar pel tractament dels temes de més rellevància per als interessos de la societat valenciana. També considerarà els àmbits estatal, europeu i mundial, de manera que establirà una agenda mediàtica pròpia.

La proximitat a la realitat valenciana, que ha de caracteritzar els continguts de la CVMC, ha d'anar acompanyada de la voluntat de projectar a la resta del món els fets més rellevants que ocorren en la Comunitat Valenciana, així com difondre les manifestacions culturals pròpies i de la nostra indústria audiovisual. En definitiva, la CVMC ha de tindre una mirada pròpia sobre la realitat i, alhora, ser una finestra oberta per a mostrar-nos al món.

Tal com recull l'article 4.11 del Mandat marc de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, aprovat per les Corts Valencianes, la Corporació i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió han de tindre en compte la realitat dels valencians i les valencianes que viuen a l'exterior, i han de promoure la vinculació amb la societat valenciana. Per a complir aquest principi la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de garantir que els continguts emesos siguen accessibles en línia a través de diferents mitjans tecnològics (webs, *apps* i aplicacions per a televisions intel·ligents). A més, els

continguts en valencià que tinguen rellevància global es podran difondre subtitulats en anglés.

La perspectiva valenciana que ha de caracteritzar la tasca de la CVMC s'ha de reflectir en l'ús del llenguatge. Situades en un marc global, les informacions s'hauran d'explicar tenint com a referència la Comunitat Valenciana.

### *2.6.1. La referencialitat informativa. El punt de vista valencià de la informació*

Les informacions i els continguts que elaboren la CVMC i les societats prestadores de serveis s'han de concebre des del punt de vista valencià. Per exemple, les ubicacions geogràfiques tindran com a referència la Comunitat Valenciana, com també paraules d'ús corrent en els mitjans de comunicació com *nostre* s'hauran de referir al territori valencià, a la societat valenciana, etc.

Inadequat: *L'onada de calor que afecta el sud*

Adequat: *L'onada de calor que afecta Andalusia*

La CVMC té la informació de proximitat i la cohesió i vertebració territorial com un dels seus principis. Usarem, de manera preferencial, l'emmarcament comarcal de les informacions perquè és el més pròxim a la ciutadania. Per a facilitar la comprensió de les informacions que afecten pobles menuts i llogarets, completarem la referència geogràfica amb el nom d'una ciutat o d'un municipi pròxim.

La referencialitat valenciana de la CVMC també s'ha d'aplicar al pla institucional. Com ara, l'ús del terme *govern* o *parlament* es referirà a les institucions valencianes, encara que seran prioritàries les denominacions oficials (*Consell, Consell de la Generalitat, Corts Valencianes*). Això comporta que les institucions externes a l'àmbit valencià aniran acompanyades del gentilici pertinent (*govern portugués, parlament anglès, Generalitat de Catalunya*, etc.). Seran prioritàries les denominacions oficials.

Inadequat: *El govern aprova un decret d'ajudes per les recents inundacions*

Adequat: *El govern espanyol aprova un decret d'ajudes per les recents inundacions*

Aplicarem el mateix criteri a qualsevol entitat o organisme. Si una entitat no valenciana té el mateix nom que una entitat valenciana, portarà especificació geogràfica la que no siga valenciana.

Inadequat: *La Generalitat impulsarà la innovació econòmica*

Adequat: *La Generalitat de Catalunya impulsarà la innovació econòmica*

El terme *valencià* es refereix prioritàriament al conjunt del territori valencià, i secundàriament a la província de València i a la ciutat de València. Per a evitar confusions, serà preferible usar el terme *valencià* per a referir-se al conjunt de la població valenciana o del territori de la comunitat autònoma. En els usos secundaris, podem arribar a una denominació unívoca usant els noms *província* i *ciutat* (com ara *la població de la província de València, els habitants de la ciutat de València*).

Evitem la tendència actual de substituir el gentilici *valencià* per la locució *de la Comunitat Valenciana* o *de la Comunitat*.

Inadequat: *els establiments hostalers de la Comunitat han augmentat les pernoctacions, les festes de la Comunitat, etc.*

Adequat: *els establiments hostalers valencians, les festes valencianes, etc.*

Al seu torn, convé recordar que els gentilicis *castellonenc* i *alacantí* només fan referència a la gent de les ciutats respectives, i no a la resta de pobles d'aquestes províncies. És a dir, que caldrà evitar referir-se a les persones o les coses d'Elx com a *alacantines* o a les de Benicarló com a *castellonenques*. No tenim gentilici per a les províncies. Així, quan siga necessari referir-s'hi, caldrà usar les locucions *de la província de Castelló* o *de la província d'Alacant*.

L'ús del terme *estatal* el reservarem per a l'administració de l'Estat espanyol i tots els seus organismes. Si el discurs no aporta prou informació, especificarem el nom amb el gentilici corresponent.

Inadequat: *L'Agència Tributària estatal*

Adequat: *L'Agència Tributària*

Totes les informacions que elabore la CVMC han de tindre la precisió geogràfica necessària a fi que l'audiència la situe d'una manera clara.

Les denominacions *Comunitat Valenciana*, *País Valencià* i *Regne de València* s'usaran d'acord amb el context comunicatiu.

La diversitat territorial és un dels trets característics de la Comunitat Valenciana. La CVMC ha de fugir d'una visió centralista en les informacions i en els altres continguts.

## **3. PAUTES PER A LA PRÀCTICA DEL PERIODISME EN LA CVMC**

### **3.1. ELS CONTINGUTS**

#### *3.1.1. Programes informatius*

Tenim la vocació de ser un referent en l'espai comunicatiu valencià. Amb aquest objectiu, treballarem en l'elaboració de temes propis que, sense oblidar l'actualitat de cada dia, ens aporten identitat i ens ajuden a construir una marca informativa de prestigi. A l'hora de dissenyar l'agenda informativa, tenim en compte els criteris d'actualitat, proximitat, globalitat, interès públic, servei públic o valor documental.

Ens guiem sempre per criteris periodístics, sense cedir a cap tipus de pressió i tractem la informació amb rigor, precisió i equanimitat.

Els equips de la CVMC ens adrecem als protagonistes de la informació amb educació i respecte. Evitem que les diverses vicissituds que hem viscut en l'exercici de la professió es convertisquen en l'eix central de la informació.

Tractem cada tema amb el gènere que més s'hi adequa i distingint clarament els gèneres informatius i interpretatius dels d'opinió, tant si qui opina és un col·laborador o tertulià com si és un periodista de la CVMC.

Posem tots els recursos tècnics necessaris perquè els continguts arriben als públics amb la màxima qualitat.

##### **3.1.1.1. Les fonts d'informació**

Sempre que siga possible, cobrim amb equips propis els fets informatius per a ser testimonis de primera mà. Quan hem de treballar amb fonts, les triem en funció de l'interès periodístic i ens assegurem que representen

la pluralitat de la societat en els diversos àmbits. Tractarem les fonts amb respecte, honestat i professionalitat. La relació personal i/o professional no pot comprometre la independència i la imparcialitat dels periodistes de la CVMc. Per a confirmar una notícia necessitem fonts informatives de qualitat i, com a mínim, dos fonts independents entre elles (tres en el cas quan es tracte d'informacions exclusives sempre que siga possible). Evitem els rumors i les especulacions.

Distingim entre les fonts següents.

– Agències. Utilitzem les notícies que ens proporcionen les agències amb què tenim subscrits acords i quan ho considerem necessari en confirmem el contingut. Si l'agència concreta que no ha pogut comprovar l'autenticitat de la informació, ho fem saber al públic.

– Rodes de premsa. Gabinets de premsa i comunicació. Acudim a les rodes de premsa i fem servir el material que elaboren els diversos gabinets de premsa i comunicació sempre que, des de la nostra perspectiva, siga notícia. Evitem reproduir, sense més, comunicats o declaracions, i fem prevaldre sempre el nostre criteri informatiu. La CVMc es reserva el dret de negar-se a cobrir i difondre rodes de premsa sense preguntes.

– Entrevistes, testimonis i enquestes de carrer. Les entrevistes a persones que ens faciliten informació han d'estar identificades amb el nom, cognom i càrrec, excepte quan la font demana explícitament la confidencialitat. En cap cas pagarem els entrevistats. La CVMc es reserva el dret a utilitzar el material enregistrat en el cas que l'interlocutor decidisca interrompre l'entrevista.

En els testimonis d'un fet noticiós fugim de les frases buides de contingut i prioritzem aquelles que aporten detalls rellevants.

A les enquestes de carrer, telefòniques o electròniques, no els donem caràcter estadístic i prescindim del nom de les persones. Les opinions manifestades en una enquesta només representen els enquestats, i no les podem atribuir a cap grup o col·lectiu.

- Estadístiques i estudis d'opinió amb valor científic. Han d'estar fets amb mètodes rigorosos i han d'anar acompanyats de dades tècniques. Sempre els interpretarem amb sentit crític, ja que moltes vegades, darrere de l'estadística, hi ha l'interés de qui l'ha encomanada. Tant si són de la pròpia CVMC com d'altres organismes o entitats, s'han d'especificar els principals detalls de la fitxa tècnica: l'empresa que la realitza i qui la finança, l'univers de la mostra, la data, el marge d'error, etc.
- Altres mitjans. Si considerem rellevant la informació oferida per altres mitjans, en citem la procedència. Utilitzem les nostres pròpies fonts per a aprofundir en la notícia i arribar a aspectes novedosos.
- Xarxes digitals. Són el canal de difusió de molts pronunciaments públics. Generen debats socials que poden tindre interès informatiu. Amb testimonis, fotografies o vídeos, ens acostem notícies de llocs on els nostres equips no estaven presents. En tots els casos, s'ha de tractar de fonts verificables, i s'ha de confirmar el contingut per un altra via.
- Material generat pels usuaris. Identifiquem i atribuïm sempre el material que arriba a la redacció i que és generat pels propis usuaris. Si no l'hem pogut autenticar, ho diem amb claredat. No paguem per estos continguts cedits, excepte que el material siga de gran valor informatiu i que, prèviament, la direcció ho haja autoritzat. Tractarem d'evitar, en la mesura del possible, l'ús de vídeos procedents de les plataformes d'internet, excepte si pel seu interès periodístic és necessària la seua emissió.

### *3.1.1.2. El tractament de la informació*

En la CVMC, processem la informació amb rigor, precisió i imparcialitat per a donar una visió de la realitat que siga plural i equilibrada. Donem cabuda a tots els punts de vista i, quan una qüestió resulta polèmica, busquem l'opinió de totes les parts. Si alguna de les parts no ha pogut ser contactada o, explícitament, es nega a participar-hi, ho diem a la ciutadania.

Emmarquem els fets i els interpretem, però sense assumir com a pròpies les opinions dels altres i evitant transformar les opinions en fets.

*Inadequat: La magistratura es manifesta contra la ingerència de l'executiu.*

*Adequat: La magistratura es manifesta contra el que considera ingerència per part de l'executiu.*

Utilitzem dades certes i verificables, fonts d'informació de qualitat i el suport documental necessari.

Construïm el relat informatiu fonamentant-nos en la realitat, no en funció de com ens agradaria que fóra la realitat. No demanem als ciutadans que responguen el que nosaltres volem o que es comporten davant dels nostres equips de manera contrària a com ho fan habitualment. Com a norma, no fem dramatitzacions de fets reals; però, si excepcionalment en fem, es deixa clar que es tracta d'una reconstrucció.

Per a facilitar la narració informativa, podem fer que els ciutadans simulen accions que fan en la rutina diària (entrar o eixir de la faena; teclejar l'ordinador o contestar el telefon, entre altres); però sense falsejar la realitat.

La rapidesa amb què es treballa en els mitjans pot obligar a difondre una notícia que en la seua primera versió no arreplega totes les veus que serien necessàries per a reflectir la pluralitat. Si és així, ens obliguem a recollir la resta de punts de vista en les actualitzacions posteriors.

### *3.1.1.3. Material d'arxiu*

El servei de documentació i arxiu té una tasca crucial en la documentació i conservació del nostre patrimoni audiovisual. Registra i documenta les imatges de producció pròpies i el material en què tenim drets d'emissió per a usos posteriors. Quan utilitzem material d'arxiu, ha d'estar identificat i datat amb precisió. Els professionals de la CVMC



han de respectar les indicacions i restriccions d'ús que el personal documentalista haja observat.

Cal respectar la decisió de les persones que, quan els han demanat autorització per a gravar-les, han acceptat però especificant en quines circumstàncies es poden usar.

Sempre que siga possible, gravem imatges noves per a il·lustrar un tema de què tenim recursos d'arxiu. Amb gravacions noves, evitem la reutilització i l'ús abusiu d'imatges.

No utilitzem imatges molt connotades per a il·lustrar temes generals. Com ara, per a parlar de la incidència de les malalties cardíaques no mostrarem la imatge d'una víctima d'un atac de cor en un lloc públic.

Tractem amb una cura especial la reutilització d'imatges, àudios o fotografies de catàstrofes, atemptats i tragèdies. Si les necessitem per a il·lustrar un tema, optem pels plans més generals, on no es puguen identificar persones.

L'ús d'imatges d'arxiu amb una finalitat satírica ha d'estar emmarcat en programes d'humor ben identificats i sense que hi haja la possibilitat de produir cap malentés.

No emetem material d'arxiu quan s'hi poden identificar persones amb conductes marginals. Per exemple, quan abordem en els informatius la qüestió de les drogoaddiccions, no emetem imatges d'un documental sobre toxicomanies on es puguen identificar persones. El permís per a participar en un documental no dóna permís per a tornar a usar el material.

No fem servir imatges que contravinguen les recomanacions d'aquest llibre d'estil sobre el tractament de temes de la vida íntima, com ara la protecció dels menors; la violència masclista; o el dret a la intimitat, a l'honor i a la pròpia imatge.

#### 3.1.1.4. *Informació i publicitat*

Evitem al·ludir a marques comercials en els informatius, però les citem quan, per aspectes positius o negatius, són objecte de notícia. Els resultats econòmics d'una empresa líder; els problemes de seguretat dels vehicles d'una marca determinada o un descobriment científic prometedor són, entre altres exemples, casos en què està justificada la citació d'una marca comercial. En altres ocasions, cal estar alerta perquè les empreses venen com a informació fets que són, clarament, publicitat encoberta.

Quan cobrim esdeveniments en què es publiciten diverses marques (rodes de premsa, actes esportius, *photocalls*), no potenciem l'efecte publicitari. Si és possible, captem les imatges, els àudios o les fotografies en llocs on no siguen visibles ni audibles els missatges publicitaris.

Quan un club, un festival, un teatre o qualsevol altra entitat ha afegit el nom d'una marca al seu propi, intentem no citar la marca.

#### 3.1.1.5. *L'elaboració de la informació*

Les informacions que hem recollit seguint les recomanacions que hem vist en el capítol dedicat a les fonts, han de ser processades pels nostres equips per a bastir un relat informatiu basat en l'actualitat, la proximitat, la incidència social i l'interés públic.

Dels centenars de notícies que ens arriben per agències, rodes de premsa, comunicats, xarxes socials i per altres vies, triem aquelles que s'adequen al nostre criteri i les reelaborem afegint-hi elements o perspectives novedoses. Generem tants temes propis com ens és possible.

Tenim present que el nostre àmbit geogràfic és la Comunitat Valenciana i que els nostres mitjans arriben, gràcies a internet, a les Comunitats Autònomes veïnes amb què compartim llengua, i també a la resta d'Espanya i del món.

Atenem la pluralitat i heterogeneïtat de la societat a què ens adrecem per a construir uns informatius corals, amb què puguen identificar-se com més ciutadans millor.

Atés que els informatius tenen unes regles pròpies per a mantindre l'interés del públic, agrupem i jerarquitzem les notícies en funció dels factors que considerem més oportuns en cada moment, però sempre amb un criteri informatiu. La piràmide invertida no és vàlida com a estructura perquè concentra la informació més rellevant a l'inici i pot provocar desinterés.

En el cas dels mitjans interactius, prima el criteri informatiu; però podem aplicar altres fórmules, com ara les notícies més llegides o les notícies més votades.

### *3.1.2. Els gèneres informatius, interpretatius i d'opinió*

La televisió, la ràdio i els mitjans digitals oferten els seus productes informatius amb estructures diverses: notícies, cròniques, entrevistes, reportatges, debats, tertúlies, documentals, comentaris, etc. Siga quin siga el mitjà per on es difonen, els gèneres mantenen algunes característiques, però n'hi ha altres que clarament vénen determinades per la tecnologia pròpia del mitjà.

#### 3.1.2.1. La notícia

És la peça informativa més bàsica. Respon a les 6 preguntes clàssiques del periodisme: *qui, què, on, com, quan i per què*.

##### a) La notícia en televisió:

Les imatges, les declaracions, el so d'ambient i l'off han de conformar el relat d'una notícia audiovisual. És important que el text i les imatges es complementen, de manera que evitem l'error de fer una mera descripció de les imatges.

La part visual té molta força, però sense un discurs coherent pot donar lloc a interpretacions errònies. En conseqüència, és crucial escriure havent vist les imatges disponibles i afegint, en el text, aspectes que no es desprenen automàticament de les imatges.

La notícia ha d'incloure declaracions rellevants obtingudes en entrevistes, rodes de premsa o arribades a la redacció per agència. Les utilitzem pel valor informatiu, i descartem les especulacions i els rumors.

Sempre gravem les imatges amb el so d'ambient, el qual es sent en un primer pla quan el valor informatiu és evident.

Si una declaració o un so d'ambient és especialment rellevant, podem pactar amb l'equip d'edició donar-li un tractament destacat fora del vídeo.

#### b) La notícia en ràdio:

La ràdio és el mitjà informatiu per excel·lència. Les característiques tècniques li permeten ser el primer que done una notícia. Però, per a garantir l'eficàcia del missatge, hem de respectar el llenguatge radiofònic.

Escrivim amb un llenguatge clar, senzill i concís, de manera que la comprensió es faci a la primera. Qui escolta la ràdio no pot tornar arrere per a comprovar si ha entès bé el missatge. A més, sol sentir la ràdio mentre treballa.

L'estructura de les frases ha de ser simple. Però, per a evitar la monotonia, no poden ser totes idèntiques. El camí més adequat és combinar frases coordinades i alguna subordinada, que la llargària siga diversa i que la narració avanci amb els connectors pertinents. Prioritzem el principi de l'economia de les paraules: si podem dir-ho en una paraula, no n'utilitzem dues; i, entre dos sinònims, triem sempre el més fàcil d'entendre.

Les dades donen precisió a la notícia, però en la ràdio no podem donar-ne moltes perquè podrien dificultar la comprensió de l'oient. En

el cas d'una taula estadística, que en televisió o en internet donaríem sencera, en el cas de la ràdio l'hem de resumir.

Les xifres també comporten dificultats. Si podem, les arredonim; i, si cal citar-les exactament, les repetim més d'una vegada.

La idea principal de la notícia pot repetir-se més d'una volta.

Preferim els verbs en veu activa.

Inadequat: *El presumpte lladre ha sigut detingut a la Plaça del Tossal.*

Adequat: *La policia ha detingut el presumpte lladre a la Plaça del Tossal.*

Evitem la negació

Inadequat *La consellera no ha volgut parlar del finançament autonòmic.*

Adequat *La consellera s'ha negat a parlar del finançament autonòmic.*

En la notícia radiofònica, convé utilitzar declaracions i àudios ambientals quan aporten valor informatiu a la peça.

Les declaracions es poden acurtar o connectar. Però en cap cas farem dir a ningú el contrari del que ha dit, o li canviarem el sentit de les seues paraules.

Preferiblement, les declaracions han de tindre sentit per elles mateixes. No és aconsellable que el periodista haja de construir part de la declaració.

Inadequat: OFF: *La directora de l'obra ha destacat la resposta del públic. És increïble perquè fa 2 anys...*

TALL VEU ... *que no xafava Alacant i una volta més el públic ens ha acollit amb una gran generositat.*

Adequat: OFF: *La directora de l'obra ha destacat la resposta del públic.*

TALL VEU: *És increïble. Fa 2 anys que no xafava Alacant i una volta més el públic ens ha acollit amb una gran generositat.*

c) La notícia en el portal web:

Sol ser un text, amb títol, entradeta i fotografia. Però també pot anar acompanyat d'un vídeo, d'un àudio, d'una infografia o d'altres continguts, ja siguin els que s'han emés per la ràdio o per la televisió, ja siguin uns altres, fets expressament per a la pàgina web. El conjunt de peces ha de donar una visió àmplia de la notícia. Però cada peça ha de contindre un relat coherent, amb els principals aspectes de la informació. D'aquesta manera, si algú només s'informa a través d'una peça pot saber què ha passat.

Enllaços. Sempre que siga possible, totes les notícies de la web han d'anar enllaçades al material documental que les sustenta.

Si convidem el públic a donar la seua opinió sobre una notícia, cal respectar la norma dels comentaris. No debatrem el tema ni l'enfocament, excepte si hem detectat una informació errònia o necessitem un aclariment.

### 3.1.2.2. La crònica

És un gènere de relat testimonial que en molts casos manté la seqüencialització cronològica en l'estructura. És un gènere informatiu i interpretatiu en què el periodista ha d'haver estat necessàriament en el lloc dels fets. Per la descripció i per la narració, sabem que es tracta d'una crònica. Hem d'evitar l'ús de la primera persona del singular i la inclusió d'opinions personals. Podem fer interpretacions basant-nos en els fets.

- a) La crònica en televisió: És el gènere en què està molt justificada la presència del reporter, a través d'un stand-up o speech. La ubicació del periodista ha d'aportar informació, la qual ha d'estar d'acord amb el contingut de la crònica.
- b) La crònica en ràdio: El periodista conta amb un llenguatge molt descriptiu com s'ha desplegat un esdeveniment. Introduïm tots

els elements que acosten el fet a l'espectador, siga en forma de declaracions o siga en ambients d'àudio (música, aplaudiments, crits).

### 3.1.2.3. El reportatge

És el gènere informatiu i interpretatiu més lliure. Permet estructures diverses i dóna gran llibertat creativa. Però sempre hem de tindre present que ens movem en el terreny de la informació.

El reportatge en televisió. El reportatge busca aprofundir en un tema que per la seua rellevància necessita més atenció i sol fer-ho a través d'històries personals, que posen cara i ulls a les xifres fredes que sovint contenen les estadístiques i els informes. Encara que en els informatius diaris s'emeten reportatges breus, és en els informatius no diaris on se n'oferten més i de més durada.

Quan fem un reportatge, hem de tindre clar l'enfocament, pactar amb l'equip el tractament visual del tema i ser permeables a les novetats que anem sabent a mesura que avancem en l'elaboració. Una idea prèvia és susceptible de patir canvis si els fets que anem coneixent així ho aconsellen.

Hem d'explicar a les persones que participen en el reportatge què anem a fer exactament. Així entendran millor el tipus d'entrevista que els fem o les imatges que els enregistrem.

Quan ens decidim per un reportatge sense veu en *off*, és de vital importància un pre-guió. Hem de tindre previst que la narració avançarà únicament amb la unió de declaracions i ambients. Hem de bastir, per tant, una narració que, amb les imatges, es faça entendre sense cap acotació de la veu en *off*.

La presència del reporter en pantalla estarà en funció de les decisions de cada programa.

La música té un poder suggeridor immens. La podem utilitzar en els reportatges, però sempre de manera que no altere el contingut

informatiu. L'ambientació musical s'haurà d'adequar al to i al contingut del reportatge.

El reportatge radiofònic. Comparteix amb el reportatge de televisió algunes característiques, però el mitjà condiciona clarament la manera de treballar. Necessitarem d'un llenguatge descriptiu i de tantes entrevistes i àudios ambientals com siga necessari per a il·lustrar la història que ens ocupa en el reportatge.

És un gènere que cal potenciar perquè, encara que dóna excel·lents resultats informatius, està desapareixent de les programacions. Correlativament, s'escampa l'entrevista, sempre menys costosa en termes econòmics i laborals.

#### 3.1.2.4. L'entrevista

L'entrevista és un gènere dialògic de gran efectivitat periodística perquè dóna al públic un plus de presència del personatge. Basada en el diàleg, té una gran força comunicativa. En les entrevistes, com en la resta de gèneres, intentem que les persones que participen no siguin sempre les mateixes i busquem la paritat entre dones i homes. En els espais informatius, no paguem als convidats. Ens fem càrrec de les despeses del desplaçament al lloc on es realitza l'entrevista.

##### a) L'entrevista televisiva:

En l'entrevista televisiva expliquem als entrevistats quin és el nostre objectiu comunicatiu i les característiques de l'entrevista: lloc on es farà, durada, programa, etc. Però en cap cas els facilitem un qüestionari previ.

Preparem bé l'entrevista, documentem les dades que ens han de servir per a presentar el personatge i per a seguir amb les preguntes. Però no som esclaus del guió que ens hem preparat, que ha de tindre només valor orientatiu. Hem d'escoltar la persona entrevistada i ser capaços d'articular noves preguntes en funció de la informació que ens done.



Preguntem amb claredat i, si no ens responen, tornem a preguntar. Però sense entrar en un estira-i-afluixa sense interès informatiu.

Evitem fer dues preguntes alhora perquè, generalment, una de les dues es queda sense resposta.

Si hem parlat amb els entrevistats abans de començar el programa, els hem de recordar que eixa informació és desconeguda per als espectadors, de manera que hem d'evitar comentaris com ara: «com t'he dit abans». Si això passa, hem d'explicar al públic a què s'està referint.

Tractem els convidats educadament, de tu o de vosté segons el registre, però entenent que tutejar no vol dir faltar al respecte.

Preguntem per la informació que considerem que té interès periodístic. Som incisius, però no agressius.

L'entrevista ha de ser un relat coherent, amb els temes agrupats per blocs i un ordre lògic.

- a) L'entrevista en directe. Pot ser amb presència física de públic o sense, però en els dos casos hem de tindre present que estem fent l'entrevista per als espectadors. Ens hem d'adreçar a l'audiència en la presentació, en el comiat i quan ho considerem oportú al llarg de l'entrevista

L'equip ha de treballar coordinadament perquè en l'entrevista en directe no hi ha possibilitat d'eliminar les errades.

- b) L'entrevista gravada. Pot ser que s'emeta en fals directe (exactament com es va gravar, sense afegir-hi res ) o que s'edite. En l'últim cas, hem de ser molt honestos i elaborar una entrevista que s'ajuste al que el convidat volia dir, i no al que nosaltres volíem que diguera. Una cosa és eliminar repeticions, informació banal o interjeccions; i una altra és tergiversar el contingut.

## b) L'entrevista radiofònica:

Algunes de les recomanacions per a l'entrevista televisiva també són vàlides per a l'entrevista radiofònica. Però cal tindre en compte l'especificitat del mitjà ràdio. Tot i la proliferació de càmeres i emissions en streaming en els estudis de ràdio, hem d'entendre l'entrevista radiofònica com un gènere informatiu en què, com a norma general, el públic ens escolta però no ens veu.

Tot el que nosaltres observem com a periodistes i considerem que és rellevant, ho hem de descriure als oients (com ara si el convidat porta un llibre, o un instrument musical; o si ha anat acompanyat d'algú; o simplement volem dir com va vestit).

Hem de respectar les convencions sonoro-narratives del mitjà: parlar-li al micròfon; apagar els telèfons mòbils o qualsevol altre dispositiu sonor; evitar passar fulls, etc.

Hem de preguntar directament i amb qüestions clares i senzilles. Quan calga emmarcar les preguntes, ho farem amb precisió i sense circumloquis.

Prescindim de les fórmules retòriques del tipus: «per a començar», «voldria preguntar-li», «voldria saber», etc.

Hem d'advertir al convidat que els seus gestos no es veuen i, per tant, un gran percentatge de la comunicació no verbal es perd. Els entrevistats han de ser conscients que la seua opinió es manifesta amb les paraules i, a vegades, amb els silencis (que poden tindre un gran valor informatiu).

Pel fet de tindre una programació molt lligada a l'actualitat i ser un mitjà molt immediat, la ràdio fa moltes entrevistes en els programes informatius. Distingim entre les modalitats següents:

- a) Entrevista informativa. És la que presenta més austeritat narrativa i expressiva. Respon a una notícia d'última hora i ens aporta un aclariment dels fets.

En aquest cas, ens interessa una font de qualitat, no un nom de gran rellevància. Hem de subordinar el personatge als fets.

- b) Entrevista interpretativa. Busquem la reacció d'algú a un fet determinat o a la declaració d'una altra persona, com passa habitualment en la informació política. Hem de situar primer el fet o la declaració sobre la qual preguntem. Si cal citar un altre mitjà, ho fem.

Hem d'evitar expressions aïllades que molts oients poden no entendre, com ara: *cas Taula*, *cas Gürtel*, *operació Pretòria*.

- c) Entrevista emotiva. Busquem la reacció emocional sobre un fet determinat. És més important la connotació afectiva de les paraules dites que no la informació objectiva que dona. El periodista ha de mantindre la distància i ha de tindre sempre present les convencions sonoro-narratives de la ràdio (evitar plors, crits).
- d) Entrevista en profunditat o de caràcter. Té menys vinculació amb l'actualitat informativa. Pretén donar a conèixer les persones que destaquen en un àmbit de la societat, i ho fa a través d'un recorregut per la biografia i l'experiència vital. En l'entrevista, el periodista pot personalitzar les seues intervencions, amb comentaris com ara: «el que més m'ha agradat del teu llibre»; «sempre que et sent parlar de les teues pel·lícules pense que...».

A més de les preguntes i respostes, pot incloure altres elements: lectura d'un fragment d'un llibre; àudios d'una pel·lícula; música, etc.

### c) L'entrevista en el portal web:

En el portal web, pot haver-hi entrevistes escrites, entrevistes de televisió o entrevistes de ràdio.

Les entrevistes escrites les fem majoritàriament per correu electrònic; si cal, les editem. És a dir, no repetim, literalment, l'ordre i el contingut de les respostes, sinó que les agrupem, en seleccionem i les jerarquitzem. En aquest procés, apliquem les regles de qualsevol entrevista en la premsa escrita.

L'entrevista ha de tindre un titular i, a voltes, una entradeta per a presentar breument el personatge i situar el tema.

Les entrevistes de televisió o de ràdio poden fer-se expressament per al portal web, però també és factible aprofitar el material que s'ha enregistrat per a la televisió i per a la ràdio i que no ha estat utilitzat al cent per cent.

#### 3.1.2.5. Tertúlies

Tant en la ràdio com en la televisió, oferim tertúlies amb analistes de l'actualitat i persones expertes en diversos temes, així com polítics o periodistes.

Com a mitjans públics, vetlem perquè la societat estiga representada en la seua pluralitat i evitem que sempre s'escolten les mateixes veus.

Almenys el 50 per cent dels tertulians, han de ser dones.

Fugim de les tertúlies espectacle, que valoren més la cridòria i la falta de respecte que l'argumentació i el sentit comú. És missió de qui modera la tertúlia garantir que tots els participants poden expressar-se lliurement i respecten les normes de convivència.

#### 3.1.2.6. Debats

Els debats radiofònics i televisius tenen l'objectiu d'ajudar a entendre la realitat i facilitar a la societat elements d'anàlisi.

Les persones convidades han de ser coneixedores dels temes objecte de debat i han de tindre un punt de vista rellevant.

No acceptem que cap convidat impose o vete altres convidats.

La persona que modera el debat té diverses funcions: aportar dades per a centrar la qüestió, presentar notícies o reportatges breus sobre el tema i oferir tots els punts de vista possibles.

Si alguna persona convidada es nega a participar-hi, ho diem obertament.

### 3.1.2.7. Comentaris i opinions expertes

Si en qualsevol dels canals (ràdio, televisió o web) tenim un espai d'opinió, ha de quedar clar que la informació difosa no és el punt de vista del mitjà, sinó l'opinió de persones expertes o especialistes en una qüestió determinada.

Qui participa en aquests espais ho fa pel seu coneixement i especialització.

Quan es tracta de temes que provoquen molta controvèrsia, mirem d'equilibrar les opinions amb persones expertes que tinguen diferents punts de vista.

Potenciem les anàlisis dels professionals de la plantilla professional de la CVMC quan disposem de persones que són bones coneixedores de la realitat a què ens referim.

En tots els casos, ha de quedar clar que es tracta d'opinions.

### 3.1.2.8. Transmissions

Quan considerem que un esdeveniment social, cultural, polític, religiós o esportiu és prou rellevant, l'oferim en directe tenint en compte les característiques de cada canal de distribució: televisió, ràdio i web.

Ens ajustem als fets, i deixem sentir, sempre que siga possible, els sons originals de l'esdeveniment, que completem amb una narració descriptiva.

En el cas de la televisió i del web, la realització ha de ser ajustada al contingut i ha de reproduir el fet d'una manera tan fidel com siga possible.

### 3.1.3. *Els esports*

La cultura de l'esforç, la disciplina, el treball en equip o la vida saludable són valors que es promouen des de l'esport, una activitat que cal tractar amb cura per l'alt contingut emocional que té. Encara que la informació esportiva està molt lligada als sentiments, hem de ser igual de rigorosos que quan ens ocupem de la informació general. Les fonts de la informació esportiva han de ser de qualitat, i els procediments de verificació s'han de respectar per a evitar la difusió de rumors.

Siguen quines siguen les nostres preferències personals, hem d'informar amb honestedat dels esdeveniments esportius, i hem d'utilitzar sempre la tercera persona del singular quan usem el nom del club o de l'esportista. Els periodistes no competim ni juguem, no perdem ni guanyem.

*Inadequat: Els del Llevant tornem a estar en la categoria reina. Hem pujat a la primera divisió.*

*Adequat: El Llevant puja a la primera divisió.*

El llenguatge esportiu ha de fugir de les frases fetes i dels tòpics, i ha d'ajustar-se a les normes de la redacció periodística en la televisió, en la ràdio i en el web. Hem d'evitar expressions racistes, irrespectuoses o sexistes.

Promovem l'esport de base, les disciplines no majoritàries i, sobretot, destaquem les fites de les dones esportistes i dels equips femenins.

Sempre que podem, retransmetem les competicions esportives en què participen esportistes i equips valencians, tant si es fan ací com fora.

Després de les retransmissions esportives, hem de formular preguntes clares i directes, i hem d'estalviar-nos comentaris personals, que esperem veure corroborats per les declaracions del nostre interlocutor.

Inadequat: *L'expulsió de Cristiano Ronaldo, decisiva*

Adequat: *Creus que l'expulsió de Cristiano Ronaldo ha sigut decisiva en el partit?*

Quan es tracta d'un esdeveniment esportiu amb drets d'emissió, respectem les restriccions en la difusió d'imatges o en l'accés al recinte. Intentem obtenir el material per altres vies, sempre dins de la legalitat.

Si l'interés informatiu és evident, no renunciem a treballar en un espai on el contingut publicitari és omnipresent i estem segurs que eixirà en les imatges o en les fotografies.

#### *3.1.4. Ficció i entreteniment*

La programació de ficció de la CVMC busca la qualitat, la innovació i la creativitat, i té el compromís de vertebrar i cohesionar la societat a què s'adreça. Fem productes amb què les persones se senten identificades, on puguen reconèixer paisatges; formes de guanyar-se la vida; maneres de parlar; esdeveniments culturals; fets esportius o festes i tradicions de la terra.

Basada en fets reals o inspirada en la realitat, en la ficció presentem arguments i trames que són pròpies de la vida quotidiana, on arpleguem tot tipus de comportaments i de situacions.

Si abordem temes sensibles, com l'anorèxia o el suïcidi, ho fem seriosament i amb l'ajuda de persones expertes.

Quan la ficció està basada en fets històrics, recorrem a l'assessorament necessari per a donar-ne una visió acurada, sense manipulacions ni tergiversacions.

La ficció ha de ser versemblant. Aquesta exigència obliga a jugar amb diversos registres lingüístics, però no hem d'oblidar que un dels objectius primordials de la CVMC és la promoció (quan no és creació) del valencià estàndard. Es podrà fer ús de la parla quotidiana sense entorpir la tasca de normalització lingüística a què obliga la Llei de creació 6/2016. La Unitat d'Estil supervisa els productes de ficció i el seu vistiplau és imprescindible per a l'emissió.

En els programes d'entreteniment, buscarem un tracte respectuós amb els valors generals de la CVMC. Distingim entre diversos tipus de programes:

- a) *Magazins*. Es tracta de grans contenidors a mitjan camí entre els informatius i els programes d'entreteniment. Inclou els gèneres informatius, els interpretatius i els d'opinió. Encara que els temes poden encarar-se amb un vessant més lúdic, hem de mantindre el mateix rigor que quan ens movem en el terreny de la informació general. Les entrevistes, els debats o les tertúlies que fem dins dels *magazins* han de ser respectuosos amb les pautes que hem arreplegat en l'apartat dels programes informatius. Recordem que busquem les opinions qualificades, que les dones han de representar com a mínim un 50 per cent, i que expliquem els temes des d'una visió polièdrica.
- b) *Sàtira i humor*. L'humor, desplegat des de la ironia, des de la paròdia o des de la sàtira, pot tindre efectes balsàmics o estimulants, i pot ajudar-nos a interpretar la realitat. Busquem la creativitat, i ens posem els límits allà on estan els de la llibertat d'expressió.
- c) *Concursos i realities*. Enfoquem aquest tipus de programes des d'un punt de vista constructiu. Quan els concursants erren una resposta, els corregim educadament, sense humiliar-los. En cap cas premiem conductes incíviques. No posem en perill la integritat física dels concursants, ni fem cap tipus d'intromissió en la seua vida privada.



En alguns dels programes anteriors, pot ser convenient algun advertiment si els continguts així ho aconsellen. També cal adequar la programació i l'hora d'emissió al tipus de públic.

### *3.1.5. Programes infantils i juvenils*

La programació infantil i juvenil és primordial en la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació. Des de totes les nostre finestres (ràdio, televisió, web, xarxes socials i les que es puguen crear en un futur), ofertem programes informatius, d'entreteniment i ficció per als xiquets i per als joves, sempre adequats a cada franja d'edat i amb continguts de qualitat.

Fomentem el sentit crític, la convivència, el compromís social i la diversitat.

La CVMC ha desenvolupat una carta de valors específica per a la programació infantil i juvenil, que també es pot consultar en la web de la Corporació.

### *3.1.6. Programes culturals i divulgatius*

La cultura i la divulgació científica conformen un altre dels pilars de la CVMC.

En la informació cultural, busquem la innovació i la creativitat per a representar la diversitat. Totes les disciplines artístiques tenen cabuda en la nostra programació, tant les que són de consum massiu com les més minoritàries. Valorem el patrimoni cultural propi i acostem a la ciutadania la cultura d'altres pobles, sempre des del respecte i amb veracitat, rigor i equilibri. Avaluem, amb esperit crític, les campanyes promocionals dels artistes i creadors.

En la informació científica, el rigor és imprescindible. Quan informem de novetats o avanços científics, hem d'evitar crear alarma o falses expectatives. També hem de separar la informació científica de l'interés

comercial de qui l'ha promoguda. Hem d'evitar l'ús de termes científics molt especialitzats. Si, obligatòriament, els hem de fer servir, mirem d'aclarir-ne el significat.

Aquestes recomanacions són aplicables a totes les produccions, si-guen pròpies, alienes o compartides.

## **3.2. L'emissió**

### *3.2.1. L'emissió televisiva*

Posem tots els recursos necessaris per a adaptar-nos als canvis tecnològics en el sector audiovisual i emetre amb la màxima qualitat possible en les diferents plataformes i suports disponibles en cada moment.

Tenim cura de la imatge de la cadena, tenint en compte que en formen part el conjunt de professionals que apareixen en pantalla o que parlen en nom de la televisió, així com els personatges de les sèries de ficció i tots els elements gràfics, sintonies, separadors de programació o posades en escena. Hem de mantindre una unitat i coherència d'estil dins de la televisió i també en el conjunt de mitjans de la CVMC. Hem de tindre en compte que tots junts conformem la identitat corporativa del grup.

#### 3.2.1.1. Continuïtat

El departament de continuïtat vigila i monitoritza l'emissió per a garantir que en cap moment s'interromp i que els informatius, programes o espais publicitaris i de patrocini s'emeten el dia i l'hora en què estaven previstos. Per respecte a l'espectador la CVMC procurarà mantindre els horaris anunciats. El departament de continuïtat també s'encarrega de superposar la mosca, que és el logotip del canal o una síntesi gràfica d'aquest. La mosca està present durant tota la programació, excepte en les pauses publicitàries.

En esdeveniments informatius excepcionals, la direcció pot afegir a la mosca algun altre element gràfic (un llaç roig, que simbolitza la lluita

contra la SIDA; un crespó negre, en senyal de dol; o altres). Recomanem mantindre com més neta possible la pantalla per evitar saturar l'espectador. En tot cas, la mida de les sobreimpressions no haurà d'impedir la correcta visió del programa.

### 3.2.1.2. Separadors o molinets

Per a diferenciar uns espais d'uns altres i per a marcar la barrera entre continguts de la cadena i espais publicitaris, fem servir separadors, també coneguts amb el nom de *molinets*. Aquestes animacions identifiquen la cadena i ajuden a situar les temporades televisives, a més de ser un element de comunicació del grup per a esdeveniments destacats o per a campanyes concretes (com ara festivitats o cites culturals, foment de la lectura, etc.).

### 3.2.1.3. L'escaleta

En els programes informatius, una peça clau de l'emissió és l'escaleta, l'element digital o en paper que arreplega tota la informació necessària perquè l'emissió es faci amb garanties. Una escaleta conté les peces numerades i ordenades, amb el nom i el gènere del tema; la persona o persones assignades per a elaborar-lo, i la durada. També descriu el moment en què es fan les pauses publicitàries i, per descomptat, la data i l'hora d'emissió de l'espai, així com el nom dels seus responsables. Les escaletes s'han d'arxivar convenientment, amb els canvis que s'hagen introduït a última hora o fins i tot durant l'emissió.

En televisió, l'escaleta no ha de seguir els principis de la piràmide invertida. Distribuïm les peces fent agrupacions temàtiques i tenint en compte que volem mantindre l'interès del públic durant tot el programa. Que una notícia s'emeta l'última no vol dir que siga menys important que les altres.

#### 3.2.1.4. L'*script*

L'*script* és un altre element clau en la difusió de les peces en la televisió. Es tracta del document digital o en paper que conté els detalls necessaris perquè un vídeo s'emeta correctament. Té el nom i el gènere del tema; el número assignat en l'escapada, la data i l'edició del programa; els rètols de localització geogràfica; els rètols d'identificació dels entrevistats o de subtitulació; els titulars informatius; les indicacions sobre l'àudio; el nom dels membres de l'equip que l'han fet possible i la durada.

#### 3.2.1.5. La connexió en directe

A més d'emetre peces gravades, en els programes informatius fem connexions en directe quan un fet coincideix amb la nostra emissió o quan considerem que aquest format és més explicatiu. És important que els departaments de recursos tècnics, producció, realització i redacció treballen conjuntament per a localitzar el punt del directe; han de fer les proves necessàries perquè tot isca bé tenint en compte els continus avanços tècnics en els enllaços i la connectivitat de dades. La comunicació entre el reporter que fa el directe i els conductors de l'informatiu pot adoptar la forma de conversa, o ser un microbloc dins del programa, en el qual qui informa des de fora dels estudis centrals és també qui presenta la peça o peces, fa entrevistes o explica les claus d'una notícia.

#### 3.2.1.6. Programes en directe fora dels estudis

Els noticiaris també poden fer-se parcialment o totalment des d'un lloc diferent al plató de televisió. En aquest cas, sempre tindrem un presentador en els estudis, de manera que pugui continuar amb l'emissió si hi ha qualsevol incidència tècnica o una caiguda del senyal. Quan fem l'informatiu en exteriors, hem de garantir la mateixa qualitat d'imatge i de so que quan ho fem des del plató. La producció ha de preveure totes les mesures necessàries: decorats, maquillatge, perruqueria, seguretat, etc., a fi que l'emissió des de l'exterior es faci amb garanties.

### 3.2.1.7. La gravació de les imatges

La gravació de les imatges correspon als operadors de càmera i als ENG (Electronic News Gathering). Segons els casos, la selecció de plans pot ser a criteri propi, prèvia negociació amb la resta de l'equip; també pot ser davall les ordres de realització. Algunes gravacions poden requerir personal tècnic de so, d'il·luminació o de producció (o tot alhora). En tots els casos, caldrà enregistrar una gran varietat de plans, sempre amb el corresponent so d'ambient, de manera que arribem a una narració visual òptima.

D'altra banda, l'ús de la càmera oculta no està justificat. La plantilla de la CVMC podrà fer-ne ús només en els casos de rellevància informativa, sempre que no existisca un altre mitjà per obtenir la informació i sempre amb l'autorització de la direcció.

### 3.2.1.8. L'edició de les imatges

L'edició de les imatges la fan els operadors d'equips quan es tracta de peces que requereixen molta destresa tècnica i gran precisió. En la resta de casos, poden fer-ne el muntatge els càmeres, els ENG, els periodistes o realitzadors i els ajudants de realització. Quan editem una peça hem de ser respectuosos i no fer que les imatges diguen el contrari del que ha passat en realitat.

### 3.2.1.9. La qualitat de les imatges

És un objectiu del departament de realització certificar la qualitat de les imatges, tant si es tracta d'un programa gravat com d'un programa en directe o d'una transmissió. Al departament de producció, correspon el trasllat fins a la continuïtat de la cadena del senyal en directe o del programa enregistrat que s'ha d'emetre.

### 3.2.1.10. La sonorització

En la televisió, el so és tan important com la imatge. Per això ens hem d'assegurar de sonoritzar les peces correctament, amb una elocució adequada al gènere i al format. En línies generals, hem d'adequar les variables de la locució (vocalització, entonació, ritme i actitud) al llenguatge audiovisual. Hem de mirar de no llegir en veu alta. Al contrari, hem de dir les coses amb la naturalitat i l'expressivitat pròpies de la parla quotidiana. A més dels nostres textos, hem de tindre en compte la qualitat de les declaracions que hem enregistrat, els àudios d'ambient i la música o efectes sonors que puguem fer servir en alguns formats. L'àudio d'ambient que posem en un primer pla en la narració ha de correspondre's amb la realitat.

Per tant no posarem aplaudiments si hi ha crits de «fora, fora», en canvi, deixarem el so d'ambient dels aplaudiments quan realment hi haja.

Posarem música per a crear ambients o augmentar l'emotivitat, però sempre tenint en compte el to del programa en què s'emet.

En els programes en directe, hem d'estar atents als micròfons i tancar-los o obrir-los en funció de qui tinga la paraula, a banda d'advertir totes les persones que participen en el programa que davant d'un micròfon sempre és aconsellable una certa cautela.

### 3.2.1.11. La interrupció de la programació

Està justificada quan passa algun fet excepcional. És competència de la direcció, així com la inclusió de rètols amb notícies d'última hora sobre el programa que s'estiga emetent en un moment determinat.

### 3.2.1.12. El disseny gràfic

Identifica cada programa i manté una línia coherent amb la resta de la cadena. En el cas dels informatius, el grafisme té la missió primordial d'informar. Ens ajuda a fer més entenedors continguts complexos o fets

sobre els quals no tenim imatges. Els títols de crèdit dels espais televisius també formen part del disseny gràfic. Els hem d'incloure sempre i vigilar que hi haja prou de temps d'emissió per a garantir la lectura.

#### 3.2.1.13. El disseny de l'escenografia

Ha de buscar l'equilibri entre l'estètica i la funcionalitat. Ambientem els espais tenint en compte el tipus de programa i tenint en compte que estem fent televisió.

#### 3.2.1.14. La il·luminació

És vital en televisió. Ajuda a crear una atmosfera determinada i fa que les persones que participen milloren clarament la imatge.

#### 3.2.1.15. La imatge personal

Les persones encarregades de la caracterització, el vestuari, el maquillatge i la perruqueria contribueixen a la creació d'una determinada imatge, tenint en compte les característiques del programa, les línies que marca el departament a què estan adscrits els professionals que ixen per pantalla i la seua opinió.

En tot cas, evitarem estereotips de gènere innecessaris que reforcen idees preconcebudes o que remarquen desigualtats entre homes i dones. En especial, les professionals han de ser tractades respectuosament i s'ha de defugir la cosificació i la sexualització quan no siga aquesta la temàtica.

### 3.2.2. *L'emissió radiofònica*

La ràdio és el mitjà informatiu per excel·lència perquè ens conta l'última hora i té la capacitat tècnica de reorientar, fàcilment, la programació en funció de l'actualitat informativa. El responsable d'emissions o la direcció són responsables de la interrupció de la programació

habitual i poden decidir que siga substituïda per una d'especial si la cobertura d'un fet determinat així ho aconsella.

### 3.2.2.1. L'emissió en directe

L'emissió en directe (que els oients estan escoltant) és sempre la nostra prioritat. Tot el personal que hi treballa, des de la producció fins a la realització passant per la redacció, dóna preferència al directe radiofònic.

Busquem la màxima qualitat tècnica tant perquè la cobertura siga l'adequada en tot el territori com perquè els professionals utilitzem els mitjans tècnics que garanteixen una recepció òptima. En les entrevistes, limitem l'ús del telefon, ja que la qualitat és molt baixa i els oients es poden desconnectar de la programació.

Emetem la major part de la programació en directe, però diverses circumstàncies poden obligar-nos a gravar alguns espais. En aquest cas, no mentirem al públic: no li direm que es tracta d'un programa en directe.

### 3.2.2.2. Elements identificatius de la programació

Els programes que difonem al llarg del dia tenen els seus propis elements identificatius: sintonia i careta d'entrada i d'eixida (o les dues), d'acord amb els criteris estètics i de qualitat de l'emissora. Per a distingir uns espais d'altres i per a marcar la diferència entre els espais informatius i els d'entreteniment de la publicitat, fem servir separadors o indicatius, els quals també identifiquen el programa i l'emissora.

### 3.2.2.3. Els espais de promoció, publicitat o patrocini

Els espais de promoció, publicitat o patrocini programats s'han d'emetre obligatòriament.



#### 3.2.2.4. Senyals horaris

Els senyals horaris s'emeten coincidint amb les hores en punt, i marquen l'inici dels butlletins de notícies o dels informatius radiofònics de més durada que té la cadena. Quan emetem aquests senyals acústics, no ha de sonar cap música ni s'ha de sentir cap veu.

#### 3.2.2.5. L'emissió dels diferents continguts

##### 3.2.2.5.1. Les connexions

Les connexions amb l'exterior les fem en directe, excepte quan hi haja motius justificats per a gravar-les, com ara que el periodista estiga treballant en un país amb el qual tenim una gran diferència horària; o que el periodista haja de cobrir una altra informació; o que es tracte de peces per a la nit o per a la matinada.

##### 3.2.2.5.2. Les entrevistes

Insistim perquè els convidats vinguen a l'emissora amb l'objectiu d'oferir una bona factura tècnica. Si per alguna raó hem hagut de gravar prèviament una entrevista, ho diem als oients. Quan es tracte d'entrevistes que no emetem íntegrament, som respectuosos amb les opinions dels convidats i no canviem el sentit de les seues paraules.

##### 3.2.2.5.3. Els reportatges

Per tractar-se de peces que requereixen un procés d'elaboració costós, els reportatges sempre estan gravats prèviament. Producció, realització i redacció treballen conjuntament per a obtindre el millor resultat possible, i assumeixen la qualitat de la gravació (realització), la qualitat dels continguts i la durada de la peça (producció i redacció).

#### 3.2.2.5.4. Les transmissions

Per definició, les transmissions són en directe, encara que poden incloure peces gravades (cròniques, entrevistes, reportatges o informes) que ens ajuden a contextualitzar el fet i que donen dinamisme al programa. Si per alguna raó un determinat esdeveniment es transmet amb alguns minuts de retard, ho comuniquem a l'audiència.

#### 3.2.2.5.5. Les intervencions de les persones expertes

Preferim que els comentaristes, els experts i els tertulians entren en directe en els nostres programes. Així podrem interactuar i gràcies a la conversa guanyarem en eficàcia comunicativa. Si la connexió de qui col·labora es fa des de sa casa o des de qualsevol altre lloc, els tècnics hauran de dir si té prou qualitat per a radiar-se.

#### 3.2.2.5.6. La música en directe

En el canal musical, i a vegades també en el generalista, emetem música en directe. En aquests casos, hem de garantir la màxima qualitat i hem de fer les proves pertinents abans de l'emissió.

### 3.2.3. *El llenguatge radiofònic*

El llenguatge radiofònic és molt més que les nostres paraules. Entenem com a llenguatge radiofònic la suma d'un document escrit per a ser dit; així com les declaracions, el so d'ambient; la música, els efectes sonors i el silenci.

#### 3.2.3.1. Els talls de veu

Els talls de veu s'han de sentir bé i no prestar-se a interpretacions errònies. Si un tècnic els descarta perquè la qualitat no és l'adequada, en prescindirem. En el cas que es tracte de declaracions d'un innegable

valor informatiu o testimonial, els farem servir. Però, per a facilitar-ne la comprensió, també nosaltres repetirem, literalment, les paraules del tall de veu, i les atribuirem a la persona a qui corresponguen.

L'edició del tall de veu s'ha de fer correctament. La declaració ha de començar nítidament, ha de ser una unitat de sentit autònoma i ha d'acabar en un to descendent. El tall de veu no tergiversa el significat de les paraules dels entrevistats.

Si els talls de veu són en valencià o en castellà, els deixem sense traduir; però, si són en una altra llengua, els doblem. Deixem que s'escolte l'inici i la fi de la declaració original, i superposem la veu del doblatge (sense dramatitzar-la) a la veu original.

### 3.2.3.2. El so d'ambient

Captem el so ambient amb la màxima qualitat possible, conscients que ens servirà per a acostar un determinat fet al públic i aportarà ritme a la peça. Una cosa és el so d'ambient i, una altra molt diferent, el soroll. El so d'ambient ha d'estar ben enllaçat amb l'off de la peça i ha de tindre prou durada perquè els oients descodifiquen el missatge.

### 3.2.3.3. La música

El poder de suggestió de la música és immens. La utilitzem quan volem intensificar el valor d'una peça, sempre que es tracte d'un gènere i d'un tema que així ho permeten. Adeqüem la música al to del programa i tractem les cançons amb respecte a fi de bastir un discurs harmònic amb les nostres paraules. Evitem parlar mentre sona la música i, si hem d'interrompre una peça, aprofitem les pauses de la pròpia composició.

### 3.2.3.4. Els efectes sonors

En un reportatge o en programes de ficció, podem recórrer als efectes sonors per a recrear diverses situacions i ambientar-les de la manera

que convinga. Pel tipus de programa o perquè ho diem explícitament, ha de quedar clar que es tracta de recursos creats expressament per a fer més rica una narració.

### 3.2.3.5. Els silencis

En la ràdio, un silenci molt perllongat se sol associar a una fallada de l'emissió. Però hi ha silencis molt significatius, que hem de respectar perquè també formen part del missatge. La pausa d'un entrevistat després d'una pregunta pot resultar molt informativa i l'hem de respectar.

### 3.2.4. *La difusió en les plataformes digitals (webs, xarxes, apps, mòbils, etc.)*

A més de la televisió i la ràdio convencionals, mostrem els nostres continguts en la pàgina web, en les xarxes socials i en les aplicacions mòbils. Una gran part de la ciutadania ha de poder accedir als nostres continguts i als serveis interactius, i per això utilitzem tantes plataformes, dispositius o tecnologies com siga possible.

En el portal web, fem les adaptacions necessàries perquè les persones amb deficiències visuals tinguin accés via els lectors de pantalla. La presentació de la informació en forma d'imatges, enllaços, marcs o encapçalaments facilita l'ús dels lectors de pantalla. Per a les persones amb deficiències auditives, hem de facilitar-los transcripcions per als àudios i per als subtítols sincronitzats amb els vídeos.

Fem servir adreces web fàcils de recordar i que es puguin identificar amb les nostres marques de televisió i de ràdio. L'ús de paraules clau i de metadades millorarà el nostre posicionament tan pel que fa a les cerques com al posicionament global del grup.

Mantenim els continguts actualitzats i sempre posem la data i l'hora de l'últim canvi.

Els continguts dels mitjans interactius són gratuïts, però en aquests mitjans es poden oferir serveis de pagament, com ara la compra de productes de marxandatge relacionats amb la CVMC i les seues marques o aplicacions per a mòbils.

Els webs i portals de la CVMC mantenen una unitat d'estil i una coherència visual amb les marques de ràdio i de televisió.

En el portal web, reproduïm vídeos i àudios propis, o sobre els quals tenim drets d'emissió, inclosos els espais publicitaris i els sistemes per a mesurar l'audiència.

Es pot accedir als nostres serveis des dels navegadors d'internet més comuns, i oferim la visualització amb diferents qualitats en funció de les prestacions dels equipaments dels usuaris. Els continguts de la CVMC hauran d'estar adaptats també per a la resta de finestres: mòbils, tauletes, televisors intel·ligents, etc.

#### 3.2.4.1. Els webs dels programes

Els programes de ràdio i de televisió tenen el seu propi web, que donen tots els detalls sobre l'emissió, els equips i els continguts. El web és la principal via d'interacció amb l'audiència, i canalitza la participació del públic. A més, és un espai de fidelització de l'audiència i de generació de la imatge de marca del grup CVMC.

Si distribuïm material d'un programa per les xarxes socials, ha d'estar prèviament en el web del programa per a poder enllaçar-lo.

Els continguts i l'actualització del web són competència de l'equip del programa, en col·laboració amb d'altres departaments de la CVMC.

## **4. EL TRACTAMENT INFORMATIU EN MATÈRIES D'ATENCIÓ ESPECIAL**

L'article 9é del Mandat marc aprovat per les Corts Valencianes per a la CVMC estableix criteris d'autoregulació en el seu article 9. En conseqüència, la CVMC i les societats prestadores de serveis de ràdio i televisió no hauran d'incloure «continguts que pertorben o trenquen el clima de convivència social a la Comunitat Valenciana, o inciten al suïcidi i a la violència en qualsevol àmbit, especialment la masclista, com també els comportaments masclistes, xenòfobs, racistes o expressions d'odi cap al col·lectiu de lesbianes, gais, transsexuals i bisexuals.» (LGTBI).

A més, la CVMC i les societats prestadores de serveis tindran especial cura en el tractament de continguts que afecten les víctimes de la violència, de catàstrofes naturals o d'esdeveniments luctuosos, per a evitar que el dolor de les persones es convertisca en espectacle i aprofundisca el seu patiment.

En aquest capítol del present llibre d'estil de la CVMC recollirem les indicacions per al tractament d'aquestes matèries d'atenció especial per a donar compliment als principis abans esmentats i per a facilitar la tasca de les persones que treballen a la CVMC en l'exercici de la seua professió.

### **4.1. Igualtat de gènere**

#### *4.1.1. Qüestions normatives de la Llei 6/2016 i del Mandat marc*

L'article 2.3 de la Llei 6/2016 diu: «La igualtat de tractament i oportunitats entre dones i homes és un principi informador de l'ordenament jurídic que ha de tindre's en compte en la interpretació i aplicació d'aquesta llei».

L'article 5 de la mateixa llei especifica en l'apartat d) que s'ha de «garantir el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, com també vetlar per la transmissió d'una imatge igualitària, plural i no estereotipada de dones i homes en la societat i promoure-la» i demana «adoptar, mitjançant l'autoregulació, codis de conducta tendents a transmetre el principi d'igualtat exclouent continguts sexistes, especialment en la programació infantil i juvenil». Al punt e) afig que s'ha de «promoure el principi d'igualtat efectiva entre homes i dones, que haurà d'informar, amb caràcter transversal, l'actuació de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, que l'integrarà, de forma activa, en l'adopció i execució de les seues disposicions normatives, com també en la definició, el pressupost i l'execució del conjunt de les seues activitats». Finalment, al punt f), tot insistint en aquest compromís, reclama «promoure la presència equilibrada de dones i homes en els nomenaments i les designacions en els càrrecs de responsabilitat que li corresponguen, i vetlar perquè aquest principi es respecte en la resta de nomenaments dins de la Corporació».

Cal també considerar que en el punt j) d'aquest mateix article, sobre els principis que cal observar en la prestació del servei públic, reclama «promoure la visibilitat de la diversitat d'opcions afectives i sexuals, de diversos models de família i d'identitat o expressió de gènere, com també cooperar en les estratègies contra la discriminació del col·lectiu de lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals».

En l'article 30. Pautes generals per a l'emissió d'esdeveniments esportius, es diu: «En l'emissió d'esdeveniments esportius, la Corporació atindrà preferentment: a) La divulgació adequada de l'esport femení, de base i tradicional valencià i de l'esport adaptat».

Quant al Mandat marc, l'article 6 sobre Qualitat informativa, pluralisme i igualtat entre homes i dones, especifica que:

1. La promoció de l'espai públic és un objectiu dels mitjans audiovisuals públics, i també ho són la garantia d'accés universal a la informació i el coneixement i la realització efectiva del dret constitucional a comunicar i rebre informació veraç i del

dret a la pluralitat informativa. Per tant, els mitjans públics han d'oferir una informació suficient, àmplia, veraç, contrastada, imparcial, igualitària, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten una part o el conjunt de la societat, i actuar amb respecte als drets de les persones usuàries. Aquesta informació ha de ser plural i garantir l'accés dels grups socials, polítics, culturals i associatius representatius.

2. La igualtat de tracte i d'oportunitats entre homes i dones, l'ús d'un llenguatge no sexista i garantir una imatge plural i no estereotipada de dones i homes, també són exigències i valors que els mitjans de comunicació públics han de promoure. Cal una televisió compromesa amb l'eradicació de la cultura masclista i la desigualtat per raó de gènere, que aposta per un plantejament global que incorpore la perspectiva de gènere, propostes de programació no segmentades per gènere ni estereotipades, un compromís en continguts que ajuden a remoure obstacles, desmuntar estereotips i a construir una nova cultura de la igualtat.
3. Cal la intervenció professional especialitzada en matèria d'igualtat i l'establiment de filtres i garanties per al rebuig de continguts sexistes, amb especial atenció als adreçats al públic infantil i juvenil, tant en els programes com en la publicitat, amb la col·laboració de l'observatori de publicitat no sexista de la Generalitat Valenciana.
4. Els criteris editorials a què fan referència els apartats 1, 2 i 3 han de ser definits extensament en els llibres d'estil de la CVMC.

#### *4.1.2. Introducció*

Tal com ha constatat la recerca, quant al tractament de les dones en els mitjans de comunicació, s'hi manté una doble vara de mesurar que



reprodueix el tracte desigual que reben per la condició de gènere; una discriminació que practiquen rutinàriament no només les persones que elaboren continguts per als mitjans, la professió periodística, sinó també les persones que participen en l'elaboració dels continguts, tant informatius com de programes d'entreteniment i produccions de ficció, és a dir, totes aquelles que fan tasques de redacció, presentació, guió, locució, documentació, correcció, producció, realització, presa d'imatges i so, postproducció i edició.

En concret, les dades per a l'Estat espanyol (Projecte Global de Monitoratge de Mitjans), tot i la Llei d'igualtat de 2007, continuen preocupant; així el 73% de les notícies tenen protagonistes masculins i el 91% dels experts consultats són homes. Els estereotips de gènere es mostren fortament resistents al canvi si no s'hi actua decididament per a desmuntar-los i evitar així la seua continuïtat. La falta de visibilitat dels treballs, les accions i les actuacions de les dones comparada amb la dels homes es manifesta en molts casos, per exemple, quan s'informa dels currículums de persones rellevants en l'àmbit públic: en el cas de les dones cal evitar destacar aspectes familiars que no siguin rellevants per a la notícia o donar importància a l'aspecte físic, el vestit, etc. Els mitjans de comunicació públics en general i la nostra CVMC en particular, s'han de comprometre a superar aquesta desigualtat.

#### *4.1.3. Com actuar des dels nostres mitjans*

La perspectiva de gènere ha d'impregnar el treball de tota la plantilla de la CVMC. Això vol dir, senzillament i clarament, que els nostres mitjans, les nostres pantalles i terminals d'àudio i sistemes digitals han de tindre en compte els interessos de les dones a l'hora d'elaborar els continguts. En concret:

1. Assumir la situació de discriminació de les dones i les conseqüències que ha comportat i comporta aquesta posició.
2. Posar en qüestió i combatre la desigualtat en què s'ha situat a les dones respecte dels homes, tot acostant a la ciutadania

les dificultats estructurals que encara a hores d'ara troben les dones per a poder-se desenvolupar en aquesta societat.

3. Observar i comprendre com opera la discriminació negativa cap a les dones (fent-les invisibles i minimitzant les seues aportacions); i la discriminació positiva cap als homes (tot destacant les pràctiques professionals d'actuació masculina i amagant comportament inadequats i fins i tot punibles).
4. Cooperar de forma activa i compromesa en l'eradicació d'aquesta desigualtat.

#### *4.1.4. L'ús de la paritat en el tractament informatiu i en la producció i difusió de continguts*

El compromís amb la igualtat d'oportunitats exigeix un enfocament informatiu que qüestione els estereotips masclistes i que visibilitze i denuncie les situacions de desigualtat. El periodisme de qualitat exigeix no sols el tractament informatiu rigorós i un llenguatge no sexista, sinó una cobertura inclusiva dels fets, i un treball en positiu que oferisca nous models de feminitat i masculinitat, igualitaris i justos. La perspectiva de gènere es fonamenta en un treball crític sobre les diferents realitats socials, i per tant, descansa en la informació més que no en l'opinió.

Pautes:

1. En els continguts informatius, es procurarà mostrar distints models de dona segons la realitat plural i diversa i el compromís de millora social. S'haurà de tindre en compte, sempre que la temàtica ho permeta, l'equilibri en relació a l'edat, la raça, l'estatus i la capacitat física.
2. L'equilibri de gènere en la recerca de les fonts d'informació i de documentació és una tasca cabdal. Hem de fer visibles les dones de diferents estatus, evitant estereotips com infermera/

metge, alumna/professor, secretària/director. Cal evitar presentar les dones com les eternes subordinades dels homes.

3. Els temes atribuïts tradicionalment a les dones (cura de les persones, artesanía, moda...), hauran de tindre un enfocament positiu que en done valor i importància.
4. Es donarà cobertura als èxits cap a la igualtat de gènere que mostren una societat en transformació. Cal deixar clar que les dones són productores de cultura, ciència i tecnologia, i protagonistes de l'acció política, així com actives en altres camps socials. En aquest sentit, resulta útil informar d'exemples concrets d'innovació (la primera dona que...).
5. La informació posarà una atenció prioritària a les situacions i als fets que no complisquen les lleis d'igualtat.
6. Ha d'informar-se des del rigor i des de la imparcialitat, sobre les realitats de desigualtat en l'accés als recursos, la formació, la presa de decisions així com les oportunitats i les expectatives.
7. Els espais informatius identificaran i denunciaran les estructures que mantenen i reproduïxen desigualtats: marcs normatius, especialment els relacionats amb drets de propietat, drets successoris, accés a la justícia, a la política, etc.
8. Els canvis i propostes en matèria d'igualtat de gènere, especialment en els àmbits legislatius i educatius, hauran de tindre un lloc destacat en l'agenda. Així com la cobertura a les accions positives aconseguides per les associacions ciutadanes i col·lectius feministes que treballen per la igualtat de gènere.
9. S'ha de mantindre una presència equilibrada de dones i homes: comunicadors i comunicadores, presentadors i presentadores, col·laboradors i col·laboradores i tertulians i tertulianes, experts i expertes en els informatius i programes.

10. Quan els debats giren al voltant de temes que afecten directament al col·lectiu de ciutadanes o sobre temes d'especial sensibilització com la violència masclista, s'ha de donar la veu a les postures dels diferents feminismes per tal de reflectir la seua veritable heterogeneïtat i riquesa.
11. Per a donar autoritat i credibilitat en la informació, s'utilitzaran indistintament veus masculines i femenines.
12. Les professionals que apareguen en la pantalla, no han de ser discriminades en funció del cànon estètics dominants.

#### *4.1.5. Algunes consideracions segons temes*

- Conflictos armats. Les dones i les criatures són doblement víctimes en aquests casos. Al donar notícies de guerres, es posarà també el focus en la situació que afecta especialment a les dones.
- Drets humans. Cal recordar que la igualtat és un dret fonamental i, per tant, tant la violència masclista com la desigualtat en general per gènere s'han d'emmarcar sempre dins dels drets humans.
- Successos o tragèdies, catàstrofes. Les dones són la meitat de la població però pateixen de forma distinta atés que el rol assignat de mare i de cura de majors, malalts etc., aporta una problemàtica afegida. Aquesta situació serà tinguda en compte quan es parle de situacions de catàstrofe.
- Religió. La majoria de les religions situen la dona en una posició social d'inferioritat i subordinació als homes, la qual cosa augmenta les desigualtats socials. Per això, es tindran en compte les conseqüències que les religions tenen sobre les dones i com els afecta de forma desigual als homes.
- Infància i adolescència. Sens dubte el sector més vulnerable a l'assumpció dels estereotips masclistes. En la protecció de

la infància i l'adolescència és fonamental el tractament amb perspectiva de gènere per tal d'evitar els condicionaments de xiquetes (sexualitzades, subjectes passius, etc.) i dels xiquets (repressió dels sentiments, potenciació de l'agressivitat)

- Immigració, xenofòbia, transfòbia, LGTBIfòbia, gitanofòbia. Els sectors vulnerables de la societat, necessiten d'una especial protecció dels mitjans públics, amb la potenciació de la diversitat com un valor enriquidor de la societat. A més, les dones són doblement discriminades, tant dins dels seus col·lectius com en la resta de la societat.
- Salut i diversitat funcional. Les persones amb malalties o amb diversitat funcional (que no discapacitat) afronten de maneres molt distintes la seua particularitat. Les dones, sotmeses socialment a una forta pressió per una determinada aparença, són més discriminades pel seu aspecte físic que els homes. Quant a la salut, cal dir que ni els estudis, ni els tipus d'investigacions, ni els tractaments contemplan ara per ara la perspectiva de gènere. Exemple: els símptomes d'infart és diferent en els homes que en les dones. Per últim, els productes de bellesa que van dirigits a les dones no estan relacionats amb la salut.
- Esport. Un dels àmbits més masculistes i masculinitzats dels mitjans de comunicació és l'esport, tant per l'atenció desigual com per l'enfocament. Per una banda, es tendeix a considerar que les activitats esportives en què participen dones tenen menys interès informatiu i, per altra, sovint s'enfoquen aspectes que no són rellevants, com ara el físic de les participants en compte dels seus mèrits esportius, o es dilueixen els aconseguints individuals de les dones ressaltant el paper del seu entorn: l'equip, l'entrenador, etc. Cal evitar, a més, la banalització dels esports «femenins» tractant-los com a esports de segona. Per altra banda, sovint s'argumenta que és difícil equilibrar els dos sexes en les tertúlies d'esports, perquè hi ha poques dones expertes. Es tracta d'un argument fal·laç. Hi ha suficients dones

periodistes expertes com per a evitar aquesta discriminació. En qualsevol cas, no és acceptable l'ús de dones sense bagatge amb un rol purament ornamental.

- Treball. L'esclatxa salarial es situa al voltant del 25%. És per això que la CVMC procurarà abordar la discriminació salarial i laboral de les dones.
- Lideratge. Cal afavorir i normalitzar la presència de les dones líders, dirigents polítiques, d'empreses, activistes socials, sense el tòpic recurs a suposades qualitats negatives (dominants, masculinitzades, ambicioses, etc.) distintes a les virtuts dels homes per al comandament. Així mateix, s'evitarà sexualitzar en categories professionals: secretàries, infermeres, etc.

#### *4.1.6. Entrevistes i altres peces*

- Parlem de corresponsabilitat i no de conciliació perquè la segona es veu (normalment) limitada a la flexibilitat horària laboral de les dones per atendre les altres ocupacions familiars que socialment té atribuïdes, mentre que la corresponsabilitat apel·la per igual als progenitors i situa els fills o filles com a subjectes de la qüestió.
- Evitarem parlar de la bellesa o de l'edat de les dones en les entrevistes si no tenen rellevància amb el contingut de l'entrevista.
- Es procurarà utilitzar veus masculines i femenines, per a donar legitimitat i autoritat indistintament.

#### *4.1.7. Expertes*

Per tal de garantir la perspectiva de gènere en tots els continguts i la incorporació efectiva de les dones al mitjà, a més d'incloure al llibre

d'estil la perspectiva en cada punt, cal reforçar els continguts en dos aspectes:

La creació d'una base de dades d'expertes, que serà consultada per a qualsevol tipus d'informació, per tal d'aportar igualtat i perspectiva en els continguts.

La creació d'una comissió permanent d'expertes en igualtat, dins del Consell de redacció i del Consell de la Ciutadania, les recomanacions de les quals seran incloses en els seus informes.

Consideracions:

1. Es tracta de promoure nous models de feminitat i masculinitat, que no emmarquen l'atractiu i la virilitat en termes de força bruta i domini, on la sexualitat siga una experiència responsable, saludable i plaent, fruit d'una decisió personal consensuada en condicions d'igualtat. Es tracta de promoure models d'identificació on les dones siguen subjectes de desig propi i no objectes de desig aliè. Però també de donar suport a la construcció identitària pel que fa a la percepció corporal, l'autoconeixement de la sexualitat i el desenvolupament dels components relacionals.
2. Hem d'elaborar programes on les dones siguen percebudes com a subjectes històrics productors de cultura i avenços tecnològics i socials, membres de ple dret com a ciutadanes (literates, científiques, cineastes, polítiques, artistes, ...). La qual cosa no només serviria per donar-li el lloc en la història i els mitjans que els correspon, sinó que seria un bon model d'identificació com a subjectes autònoms, a través dels seus èxits personals, intel·lectuals i/o d'activisme social. També s'han de promoure campanyes divulgatives de sensibilització que redunden en la igualtat entre homes i dones.
3. Quan es realitzen documentals biogràfics sobre valencians il·lustres, part fonamental per a reivindicar el nostre patrimoni

històric-cultural, caldrà mostrar especial atenció a rescatar de l'oblit a les dones il·lustres com per exemple Isabel de Villena, Viria Acte, Josepa Domènica Català de Valeriola, Maria Cambrils o Dorotea i Margarida Joanes, entre moltes altres.

4. Respecte a l'entreteniment, es recomanable que en la programació cinematogràfica es tinguen en compte les pel·lícules dirigides per dones i també que les protagonistes femenines no siguin objectes estereotipats.
5. Cal establir sistemes de supervisió sobre els missatges publicitaris. Es vetlarà especialment pels anuncis destinats a la infància i a l'adolescència, ja que la publicitat genera constantment imatges pornojuvenils que avancen cada vegada més en la incorporació de les adolescents al mercat de la seducció i de les aparences, contribuint així a la disseminació de malalties de la percepció corporal com l'anorèxia, la bulímia i la dismòrfia. Les xiquetes ho són legalment fins als catorze anys.
6. La CVMC impulsarà la formació en igualtat de gènere del col·lectiu de professionals del periodisme. S'exigirà alguna formació en aquest àmbit quan es tracte de responsables de redacció de notícies relatives a aquesta desigualtat. Cal no oblidar que els mitjans de comunicació són el principal vehicle d'informació, d'entreteniment i de formació de l'opinió pública.

#### 4.1.8. *Enfocaments a evitar*

1. S'evitarà identificar la perspectiva de gènere amb qüestions que concerneixen únicament a les dones.
2. En les informacions relatives als discursos sobre igualtat de gènere, no es realitzaran equivalències entre el masclisme i el feminisme. Al contrari, s'insistirà en què el feminisme no és un tipus de masclisme a la inversa i en què el pensament feminista treballa per la igualtat de drets entre dones i homes, condició *sine qua non* d'un estat de vertadera democràcia.



3. El debat sobre la igualtat d'oportunitats, no es limitarà al repartiment de tasques domèstiques i la cura de persones. Açò sol tindre com a conseqüència una trivialització de la importància de la igualtat d'accés de les dones a totes les àrees de la vida social, cultural, econòmica i política.
4. No es faran judicis de valor sobre la dedicació i la conciliació entre la vida privada i la vida professional de les dones, especialment en vides de projecció pública, però sí en homes, per tal d'equilibrar el pes familiar. I haurem de parlar de coeducació i no de conciliació quan parlem de filles i fills.
5. Quan s'informe sobre qüestions relacionades amb la maternitat, no es promouran models rígids i maniqueus contraris a la transformació social. La maternitat i la parella són opcions de vida, no l'únic destí que tenen les dones. No totes les mares viuen d'igual manera l'experiència de ser mare. La maternitat s'ha mitificat com l'única funció útil de les dones, tot insistint en valors patriarcals tradicionals vinculats al sacrifici i a la renúncia. S'ha de posar l'accent sempre en la paternitat-maternitat-corresponsabilitat, per a situar el fills i filles com a subjectes de la qüestió.
6. No es recorre a l'aparença, l'estat civil, la situació sentimental, la maternitat, etc., per a parlar de les dones, excepte quan siga necessari per a la comprensió dels fets.
7. La informació no sustentará models on l'èxit professional i la feminitat es presenten com a excloents. D'igual manera, l'èxit femení no s'associará amb la bellesa i la sensualitat.
8. La pràctica professional (cobertura de temes, assignació de reporters i de reporteres, expectatives de tractament informatiu, etc.) evitarà els estereotips de gènere.
9. S'evitarà la difusió de qualsevol forma de violència simbòlica en els discursos i en les imatges, com ara presentar les dones

deshumanitzades, cosificades, fragmentades en les seues zones erògenes, com a objectes de plaer per al desig masculí, violentades o de qualsevol manera que les denigre o vexa.

10. S'evitarà l'ús de la doble vara de mesurar que destaca i censura accions reprovables si estan protagonitzades per dones: «Una dona abandona el fill de tres anys en un locutori», tot ignorant la responsabilitat paterna.

## **4.2. Violència masclista**

### *4.2.1. Introducció*

Es considera com a violència masclista la que s'exerceix contra les dones com a manifestació de la discriminació i de la situació de desigualtat en el marc d'un sistema de relacions de poder dels homes sobre les dones i que, produïda per mitjans físics, econòmics o psicològics, incloses les amenaces, les intimidacions i les coaccions, tinga com a resultat un dany o un patiment físic, sexual o psicològic, tant si es produeix en l'àmbit públic com en el privat.

Els mitjans de comunicació, com un dels espais de creació i de transmissió d'imatges i d'estereotips més poderosos de la societat actual, mereixen un títol complet en l'articulat de la Llei orgànica 3/2007 per a la igualtat efectiva entre dones i homes. El mandat estableix que tots els mitjans de comunicació respectaran la igualtat entre dones i homes, tot evitant qualsevol forma de discriminació (article 39). La Llei 7/2012, de 23 de novembre, de la Generalitat, integral contra la violència sobre la dona en l'àmbit de la Comunitat Valenciana (DOCV núm. 6912, de 28.11.2012), en l'article 34 es compromet a promoure l'ús de la guia d'estil periodístic que proporcione les claus per al tractament informatiu adequat de les situacions relacionades amb la violència que pateixen les dones.

El document de la Federació Internacional de Periodistes (FIP), de maig de 2009, titulat «Ètica i gènere: igualtat a les sales de redacció. Declara-

ció de Brussel·les», remarca la importància de la professió periodística a l'hora de millorar la qualitat informativa i la contribució dels mitjans a l'eradicació de la violència masclista. En aquest sentit, la CVMC i les seues societats mantindran una línia d'actuació coherent tant en els informatius com en el conjunt de la programació dels diversos mitjans.

Partint dels diversos llibres d'estil dels mitjans de comunicació que aborden aquesta qüestió, de les recomanacions d'organismes públics (CAC) i tot tenint en compte el mandat de la Llei 6/2016 de 15 de juliol, de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic (articles 2 i 5), considerem que cal observar els següents principis i criteris d'actuació:

1. Hem de tractar la violència masclista com una violació dels drets humans i un atemptat contra la llibertat i la dignitat de les persones.
2. La violència masclista és un impediment perquè les dones puguin assolir la plena ciutadania.
3. La informació sobre violència masclista s'ha de donar per mitjà de diversos formats i gèneres periodístics, per tal de fer possible la percepció del fenomen en tota la seua complexitat.
4. Els maltractaments són, alhora, un delicte i un problema social. No convé fer difusió de casos particulars si no n'existeix una denúncia prèvia davant dels organismes oficials pertinents per tal de protegir la integritat de les persones afectades.

#### *4.2.2. Diversificar i seleccionar les fonts d'informació*

Hem d'evitar recollir testimonis del veïnat i dels familiars, si no tenen dades concretes i aprofitables. És contraproductiu involucrar-hi terceres persones si no tenen una vinculació directa amb el cas, encara que hi tinguen lligams de parentiu o sentimentals, així com aquelles que només hi estan relacionades circumstancialment.

És recomanable l'ús de fonts qualificades, especialitzades i de solvència contrastada, que siguen les més adequades en cada cas. Cal identificar les fonts de la manera més concreta possible.

És important considerar, tant en les decisions com en la tria de fonts informatives i testimonis, l'objectiu periodístic que es persegueix, el context en què s'emmarca el fet i l'impacte i les conseqüències que se'n poden derivar segons com es tracte la informació.

#### *4.2.3. Relacions causa efecte*

Cal evitar qualsevol relació de causa-efecte entre els fets i la procedència de les persones implicades, la seua situació sociocultural i/o les circumstàncies personals.

És contraproductiu esbiaixar la incidència dels casos de violència masculista cap a grups socials concrets, orígens culturals i circumstàncies determinades, ja que es tracta d'un fenomen universal i estructural.

#### *4.2.4. Contextualitzar la informació*

És recomanable explicar els antecedents i els processos seguits per la persona agredida que siguen pertinents (denúncia, ordre d'allunyament, etc.) abans d'arribar a la situació actual. Cal oferir dades i aquells elements de contextualització que permeten entendre el problema i ajuden a reflexionar.

#### *4.2.5. Respecte a les víctimes*

Hem de respectar la dignitat de les persones agredides i de persones del seu entorn familiar o veïnal i no mostrar-les mai sense el seu consentiment previ.

Hem d'evitar l'assetjament de la persona agredida i de les persones del seu entorn per part dels i de les nostres professionals. Cal esperar que

la persona afectada es recupere abans de mostrar-la als mitjans. És preferible oferir el testimoni d'altres dones o entitats expertes que poden parlar de la seua recuperació i del procés de reparació dels danys soferts.

Hem d'anar amb prudència amb la figura del testimoni. Quan es parla amb una víctima, no podem desacreditar-la, no hem de guionitzar, no hem d'imposar un determinat discurs. Si parlem amb víctimes és perquè tenen un coneixement que nosaltres no i què ens interessa perquè entenem que aporta alguna cosa. Per tant, deixem que parlen. Si sols ens interessa el testimoni per recrear l'acció violenta o el trauma, no ho fem. Podem estalviar-nos l'entrevista.

#### *4.2.6. Usar conceptes i terminologia que s'ajusten a la definició dels fets*

En tots els gèneres i els continguts convé fer un tractament mediàtic igualitari de dones i homes, evitant els estereotips i tòpics que frivolitzen i banalitzen el tractament dels casos de violència masclista. Cal evitar les adjectivacions que puguen contribuir a una justificació implícita de l'agressió.

S'ha de recordar que l'elaboració i la difusió de continguts i de publicitat que inciten a la violència masclista, la justifiquen o la banalitzen estan absolutament prohibides a la CVMC.

#### *4.2.7. Visibilitzar els recursos de suport*

Alhora que s'informa sobre situacions de violència masclista, convé difondre informes, balanços periòdics i estadístiques, així com fer visible la xarxa de recursos i de serveis específics destinats a les dones en situació de violència masclista, en especial el telèfon 016, el 900 58 08 88 - Centres Dona 24 hores. I els recursos disponibles quant a informació i assessorament jurídic en matèria de violència masclista.

#### *4.2.8. Seguiment informatiu*

Cal garantir el seguiment informatiu dels casos. S'ha d'informar de la seua resolució i, si s'escau, de la recuperació de les persones agredides.

Per tal d'evitar una nova victimització i/o culpabilització de les dones agredides i facilitar-ne la rehabilitació o la recuperació, és convenient fer un seguiment dels casos tractats i donar rellevància a les informacions relacionades amb la superació de situacions de violència masclista. D'aquesta manera es pot donar una visió integral del fenomen i de la capacitat de les dones d'eixir-se'n, més enllà de les agressions.

Convé oferir testimonis i exemples de superació que servisquen d'ajuda i de missatge positiu i esperançador per a altres víctimes.

#### *4.2.9. Rectificació d'error i omissions*

Hem de rectificar de manera immediata qualsevol informació errònia que s'haja pogut difondre sobre un cas.

En cas d'error o d'equivocació en una informació d'aquestes característiques, hem de rectificar-lo amb la màxima celeritat i donant-li la màxima importància per evitar més pressió psicològica sobre les persones afectades.

#### *4.2.10. Les conseqüències i el rebuig social*

Convé informar i mostrar que l'acte violent té conseqüències negatives per als agressors i fer-ne visibles, així mateix, les manifestacions de rebuig social que es produïsquen.

Informarem de les sentències condemnatòries per tal de mostrar les conseqüències penals de la violència masclista i el suport institucional, jurídic i social a les dones maltractades.

#### *4.2.11. Dones expertes*

Sempre que es pugua, hem d'accedir a dones expertes i organitzacions de suport a les dones maltractades. Hem de procurar fer visibles les aportacions de les dones i presentar-les amb tota la seua autoritat. I també fer visibles les aportacions de les dones en tots els àmbits de la societat i considerar l'experiència com a font documental de primera importància.

#### *4.2.12. Respecte a la intimitat*

Respectar el dret a la intimitat de les persones agredides i la presumpció d'innocència de les persones agressores.

Convé preservar l'anonimat de les persones afectades i respectar sempre la decisió sobre la difusió de la seua identitat. S'ha de recordar que, pel que fa als menors, es prohibeix difondre'n el nom, la imatge o altres dades que en puguen permetre la identificació en casos en què, amb el consentiment o no dels pares o tutors, afecten l'honor, la intimitat o la pròpia imatge dels menors i, particularment, si apareixen com a víctimes, testimonis o inculpats amb relació a la comissió d'accions il·legals.

#### *4.2.13. Interacció amb les forces de seguretat*

Cal respectar, també, la decisió dels cossos de seguretat respecte de la difusió, o no, de determinada informació que pot influir en el procés de la investigació.

S'ha d'evitar sempre que les informacions publicades permeten arribar a conclusions prematures sobre els fets abans d'una resolució judicial.

#### *4.2.14. Presumpció d'innocència*

Cal tindre en compte que les dones retingudes en operatius policials sobre casos d'explotació sexual poden ser les víctimes d'aquesta explotació. Per tant, es fa necessari tindre cura en tot moment de la inti-

mitat d'aquestes dones, de la seua presumpció d'innocència i, en particular, per raons de seguretat i de protecció, no difondre'n la imatge. En aquest sentit, recomanem evitar tota difusió d'imatges de càmera oculta i/o d'imatges sense autorització expressa.

#### *4.2.15. Visibilització de la violència masclista*

Fer visible la violència masclista que opera de forma més soterrada i que costa més de reconèixer: la violència psicològica, l'econòmica o la que es dona en els àmbits social i laboral, les diferents formes que pren l'assetjament, i els seus efectes devastadors en les dones i en les seues filles i fills.

Hem de diversificar els formats. No tractar la violència contra les dones únicament a través de les notícies sobre feminicidis, sinó amb reportatges sobre elements o aspectes del fenomen complex de la violència masclista, taules redones, debats, etc.

#### *4.2.16. Evitar el sensacionalisme i el dramatisme*

Evitem el sensacionalisme i el dramatisme, tant pel que fa a la forma com pel que fa al contingut de les informacions sobre violència masclista. Totes les imatges i tots els textos han de ser respectuosos amb la dignitat de les persones. Per això, s'han d'evitar les descripcions detallades, escabroses o d'un gran impacte.

#### *4.2.17. Identificació de la violència masclista*

Cal evitar també confondre situacions de violència masclista amb altres possibles conflictes. Quan es tracte d'un cas de violència dins de la família, però no masclista, parlarem de violència familiar, com ara en els casos de les agressions als progenitors.

Quant al fenomen de l'explotació sexual, cal emmarcar-lo sempre en el context de la violència masclista, i convé no confondre la prostitució, el tràfic i l'explotació sexual de dones i xiquetes.



S'ha de tindre una cura especial de les informacions sobre mutilacions genitals femenines i matrimonis forçats, que normalment afecten menors.

#### *4.2.18. El compromís de servei públic*

Els mitjans de comunicació social gestionats o finançats per les administracions públiques valencianes, en les notícies sobre fets relacionats amb la violència masclista, han d'excloure tots els elements que els puguen donar un caire morbós i que vagen en contra dels principis de la professió periodística.

En qualsevol mitjà, cal escollir només aquelles imatges que aporten informació i evitar concentrar l'atenció en les persones agredides i en les del seu entorn.

Preservant el contingut i el rigor de les informacions, cal procurar que totes les imatges siguen impersonals, neutres, que no permeten identificar el lloc dels fets ni relacionar-hi persones concretes. Convé valorar quines són les imatges imprescindibles i quines les mancades de valor informatiu.

#### *4.2.19. Formació específica de la plantilla de la CVMC*

Cal fomentar la formació dels i de les professionals de la CVMC i les seues societats.

Hem d'afavorir i incentivar la formació d'aquelles persones que han d'abordar continguts relacionats amb la violència masclista. Pel que fa a la professió, convé exercir la tasca periodística des de la responsabilitat personal i respectant els codis ètics i deontològics.

#### 4.2.20. Aspectes a evitar en la cobertura informativa de la violència masclista

1. No farem un tractament informatiu que reforce la imatge de les dones com a víctimes per damunt del seu paper com a subjectes actius.
2. No utilitzarem expressions com: *un cas més...*, *un altre cas...*, a fi d'evitar l'efecte narcotitzant que reste rellevància als fets.
3. Evitarem un tractament que culpabilitze o faça responsables a les víctimes que han patit violència masclista.
4. Tampoc no les hem de presentar com a responsables per no haver denunciat.
5. Evitarem dades i imatges que permeten la identificació i/o localització de la víctima o l'agressor, com ara, exteriors de la vivenda, lloc de treball, etc.
6. La rellevància pública dels implicats pot justificar la seua identificació amb la prèvia autorització dels responsables editorials.
7. No s'ha d'especular sobre les raons de l'agressió: l'aspecte físic, els motius emocionals com la gelosia, la personalitat de la víctima o de l'agressor, el consum de drogues, els problemes econòmics, etc.
8. Mai no s'ha de situar la violència masclista en el marc de les relacions sentimentals. És una relació de dominació, no d'amor.
9. No farem ús d'expressions o testimonis que puguin justificar les agressions de forma més o menys implícita.
10. Evitarem crear situacions d'alarma social que puguin conduir les dones, algunes dones, a inhibir-se de la presència pública, la participació social o a tancar-se en elles mateixes.

### 4.3. Infància i joventut

El Mandat marc de la CVMC indica que «l'atenció especial a la infància i la joventut ha de ser un objectiu prioritari dels mitjans audiovisuals públics, que han de tenir en compte les noves plataformes d'accés als continguts audiovisuals i usar els recursos tecnològics disponibles per a garantir tant el deure de protecció de la infància i la joventut com el respecte dels seus drets comunicatius, així com vetlar per l'adequació d'horaris respecte a l'audiència potencial i descartar els continguts que fomenten la discriminació de gènere mitjançant estereotips de gènere i rols sexistes».

El tractament informatiu de temes que afecten la infància i la joventut ha de respectar els drets dels menors i els ha d'ajudar a entendre el món complex en què vivim. La informació ha de promoure la igualtat, la solidaritat, el respecte i la superació personal, sobretot a través de l'educació.

Per tractar-se de persones en ple procés de maduresa, és important la transmissió de valors, models socials i normes de conducta que re- traten la diversitat des del respecte i la tolerància. Volem contribuir a la formació d'una ciutadania amb esperit crític, capaç d'afrontar les diferències des del diàleg. Considerem els xiquets i xiquetes, en edat infantil i adolescent, subjectes actius de la societat i busquem la manera d'acostar-los el relat informatiu amb programes *ad hoc*.

Fomentem la connexió amb el món escolar i contribuïm a la formació de l'alumnat en la descodificació dels mitjans audiovisuals.

Respectem el dret de menors i adolescents a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge. Per a difondre imatges o declaracions d'un o d'una menor demanem el consentiment dels pares o tutors i si, tot i tindre l'autorització, considerem que hi pot haver conseqüències negatives no difonem el material. La decisió i responsabilitat del tractament informatiu correspon als periodistes, independentment que els pares o tutors aposten per l'exposició mediàtica.

Si tenim autorització, hem de pactar el tipus d'identificació (nom; nom i cognoms, amb imatges; amb imatges difuminades; amb la veu distorsionada ) i l'hem de respectar escrupolosament. Hem d'extremar la cautela per a no donar detalls que faciliten la identificació d'algú quan el que volem és ocultar la identitat.

Si ens demanen que el material no es reutilitzi ho comuniquem a l'arxiu audiovisual.

Els mitjans de la CVMC establiran sistemes de control parental per a continguts no aptes per a menors sempre que tècnicament siga possible.

#### *4.3.1. Aspectes a evitar en el tractament de la infància i la joventut*

1. No difonem la identitat de menors quan són víctimes en causes criminals, excepte si es tracta d'homicidis, segrestos o desaparicions.
2. Extremem la cautela quan es tracta de menors desprotegits, sense tutela familiar.
3. No mostrem escenes de violència gratuïta que puguin resultar traumatitzants per a les xiquetes i els xiquets.
4. No difonem missatges en què siga palesa la discriminació d'alguna persona per motius de sexe, raça, religió o ideologia.
5. En entrevistes a menors no fem preguntes basades en tòpics i estereotips sexistes, classistes o racistes. No reproduïm la imatge estereotipada de xiquetes sexualitzades i passives i de xiquets agressius i repressors dels seus sentiments. En entrevistes a menors respectem la seua manera d'expressar-se i no forcem les respostes d'acord als nostres objectius.
6. Evitem promoure el consum de productes nocius per a la salut, ja siguen drogues, alcohol o tabac, tant en els programes com en la publicitat.

7. No donem una visió negativa de la joventut, associant-la a conductes antisocials o delictives. Tampoc la presentem com un conjunt de gent desmotivada i sense interès pels assumptes públics.
8. Evitem generalitzacions i actituds paternalistes. La joventut no és un col·lectiu homogeni. Per tant, contextualitzem adequadament cada informació i ens estalviem així simplificacions estereotipades o carregades de prejudis. Els menors són agents actius. Cal reforçar el seu reconeixement el seu reconeixement com a subjectes de comunicació, amb dret a parlar en el seu nom segons l'edat i el grau de maduresa.
9. Evitem l'alarma social quan tractem de temes especialment sensibles, com ara les agressions sexuals, el maltractament, l'assetjament o la desaparició de menors.
10. No utilitzem un llenguatge groller que atempte contra el respecte, els drets humans o la dignitat de la persona.

#### **4.4. Assetjament infantil**

Des del punt de vista legal, l'assetjament inclou el maltractament físic, el psicològic, la negligència, el tracte indigne, l'explotació laboral i l'abús sexuals, la corrupció, la manipulació, el mal ús de la seua imatge i qualsevol altra forma d'abús.

Per tractar-se d'una qüestió extremadament sensible busquem l'assessorament expert. Una mirada multidisciplinària ens ajudarà a contextualitzar la situació, a evitar el sensacionalisme i a educar en la prevenció.

L'interès de les xiquetes i els xiquets està per damunt de tot. Sempre que s'informe d'un cas d'assetjament infantil s'han d'avaluar els riscos i tindre present que també es poden veure afectats altres xiquets.

Cal preservar la intimitat de les víctimes i dels possibles agressors, si també són menors. Només recollirem, amb el consentiment *ex professo*

dels afectats, els testimonis de persones que hagen superat el maltractament i sempre des del rigor i amb sensibilitat.

Considerem que els xiquets i les xiquetes també són víctimes en els casos de violència masclista.

Atés que alguns casos d'assetjament infantil es produeixen des de les xarxes digitals, apostem per l'alfabetització mediàtica. Des dels mitjans de la CVMC cooperem amb les famílies, l'escola i els poders públics en la formació del pensament crític en el consum, l'ús i l'accés als mitjans i a les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) per a previndre situacions de maltractament, tant per part d'adults (*grooming*) com per part d'altres xiquets (*ciberbullying*).

#### *4.4.1. Aspectes a evitar en el tractament de l'assetjament infantil*

1. No establim relacions causa-efecte entre una determinada situació socioeconòmica, classe social, sexe o ètnia i els casos d'assetjament infantil.
2. Entenent que els xiquets i xiquetes sempre són obligats a prostituir-se per persones adultes, no diem prostitució infantil, sinó «criatures o menors víctimes d'explotació sexual».
3. Evitem qualsevol justificació social de la violència contra les xiquetes i els xiquets, tant en les informacions com en les opinions del públic.
4. No mostrem agressions físiques o verbals com a manera d'imposar disciplina, ni l'ús de la força per solucionar conflictes entre iguals.
5. Defugim la difusió d'imatges que porten les xiquetes i els xiquets a reviuire situacions dramàtiques o que els provoquen patiment.
6. Els infants i adolescents que són víctimes de situacions sensibles i traumàtiques no participen en els nostres programes.

També limitem la col·laboració dels familiars per a evitar la sobreatenció mediàtica.

7. No emetem imatges que, tot i estar pixelades, puguen permetre identificar llocs o persones i ferir la sensibilitat de les víctimes i del públic.
8. Defugim l'espectacularització. No ens recreem en els detalls morbosos ni fem reconstruccions de fets que no han estat provats.

Les recomanacions incloses en aquest capítol s'han d'aplicar independentment del lloc on passen els fets informatius. Els drets dels menors són universals.

## **4.5. Diversitat funcional i malaltia**

### *4.5.1. Malaltia, trastorns, addiccions, diversitat funcional*

#### 4.5.1.1. Malaltia

La salut és una de les principals preocupacions de la ciutadania. Des de la CVMC n'informem àmpliament i amb la precisió necessària per a evitar especulacions. Cobrim la informació sanitària des del rigor i el respecte, amb especialistes, varietat de fonts i l'assessorament expert, perquè volem que les nostres notícies siguin acurades i no alcen falses esperances ni causen alarma injustificada.

Contribuïm a l'educació sanitària de la població i assumim la nostra responsabilitat de mediació entre la professió mèdica i la resta de la societat. En els casos en què està en joc la salut pública difonem campanyes preventives d'institucions i d'associacions de malalts i seguim les recomanacions de les autoritats competents per a evitar alarmes injustificades.

Preferim el terme «malalties minoritàries» o «malalties poc freqüents» i procurarem evitar l'ús de l'expressió «malalties rares».

Tenim present la perspectiva de gènere perquè, en matèria de salut, les dones han de passar de la invisibilitat a l'atenció a la seua diferència.

Fem tot el possible perquè la salut de les dones tinga un tractament igualitari al dels homes, tant des de la pràctica assistencial com des de la recerca.

Informem de problemes específics de la salut de les dones (menstruació, menopausa) però també d'aquelles que es deriven del rol social que se'ls atribueix (cuidadores de malalts en l'àmbit domèstic, per exemple).

Donem visibilitat a les professionals del camp de la sanitat sense reproduir els estereotips metge/home, dona/infermera. De la mateixa manera, mostrem homes en funcions assistencials que generalment s'atribueixen a les dones.

Quan els símptomes d'una malaltia són diferents en dones i homes, ho expliquem a la ciutadania, perquè només així ajudarem a que les dones tinguen un tracte igualitari en l'àmbit de la salut.

Només informem que una determinada persona pateix una malaltia, física o psíquica, quan ella ho haja dit públicament. En la resta de casos, el dret a la intimitat està per damunt del dret a la informació.

Protegim el dret a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge de les persones que pateixen una malaltia, en totes les etapes d'aquesta i especialment en la fase terminal. Ens hi referim amb un llenguatge respectuós i sense estereotips negatius que porten a l'estigmatització.

En les informacions sobre avanços científics o resultats d'assajos clínics especifiquem molt bé en quina fase es troba la investigació, què és el que s'ha aconseguit i qui està darrere (universitat, laboratori farmacèutic, institut de recerca, etc.).

Evitem també donar credibilitat a teràpies que no s'haja provat científicament que són efectives.



#### 4.5.1.2 Aspectes a evitar en el tractament de les malalties

1. No associem la salut a una estètica determinada. Una cosa és la salut i una altra la bellesa. No establim cap relació directa entre salut, bellesa i cosmètica. Ni tampoc entre salut, fortalesa física i esteroides.
2. No informarem de productes miracles i de teràpies pseudo-científiques.
3. Evitarem relacionar determinades malalties amb certs comportaments, ni en el cas del trastorn mental ni en cap altre. Molt menys si es tracta de comportaments delictius.
4. No usarem les etiquetes «esquizofrènic», «depressiu» o qualsevol altra sense més. El que fem és referir-nos a la persona i a la patologia que pateix.

Inadequat: *Els esquizofrènics ...*

Adequat: *Les persones amb equizofrènia...*

#### 4.5.1.3. Trastorns de la conducta alimentària (TCA)

Promovem un estil de vida saludable, sense associacions directes entre estereotips corporals i salut. La informació pot ser molt útil per a combatre malalties relacionades amb una preocupació excessiva o obsessió per la imatge corporal i els estàndards de bellesa, com és el cas de l'anorèxia nerviosa o la bulímia nerviosa.

Els nostres mitjans han de contribuir a la prevenció dels trastorns de conducta alimentària, per això recomanem:

1. No donar consells per aprimar-se ni informació sobre cap tipus de dieta quan la motivació siga estètica.
2. No citar tractaments o medicaments per a perdre pes (diürètics, laxants, purgants, etc.).

3. No facilitar adreces d'internet de webs del tipus «pro Ana» (abreviatura de proanorèxia) o «pro Mia» (abreviatura de probulímia), que inciten la joventut a seguir conductes qualificades com a trastorns alimentaris.
4. Donar informació i telèfons d'ajuda d'associacions o d'organismes públics especialitzats en el tractament de TCA, on poden acudir-hi les persones afectades i les seues famílies.

#### 4.5.1.4. Aspectes a evitar en el tractament dels TCA

1. No ens centrem únicament en les característiques físiques. Posem de relleu els trets intel·lectuals i psicològics de les persones. Hem de mostrar tot tipus de persones i defugir una visió homogènia dels cànons estètics, on la bellesa s'associe al fet d'estar prim.
2. Evitem la simplificació, banalització i descontextualització de les malalties derivades dels trastorns alimentaris. Expliquem els símptomes, el tractament, les conseqüències físiques i les seqüeles psicològiques.
3. No recorrem ni al sensacionalisme ni a la morbositat, tant en la difusió d'imatges de persones extremadament primes com en el llenguatge verbal.
4. No difonem imatges o testimonis de persones afectades per TAC o de les seues famílies sense el seu consentiment. El dret a la intimitat i a la pròpia imatge s'han de respectar. No obtindrem material audiovisual d'aquestes persones amb càmeres o micròfons ocults.
5. Tot i que la majoria d'afectades pels trastorns de la conducta alimentària són dones (9 de cada 10), no es tracta d'una patologia exclusiva de les dones. Tampoc ens hi referirem com a casos infreqüents o aïllats.

6. Usem expressions que respecten la dignitat de les afectades i dels afectats. Millor dir «l'anorèxia sol presentar els següents símptomes» que «les anorèxiques o els anorèxics tenen els següents símptomes».
7. Si es tracta de menors no es pot difondre cap imatge o dada que en permeta la identificació, encara que els pares o tutors en donen el consentiment. La informació no pot afectar en cap cas l'honor, la intimitat i la imatge dels menors.

#### 4.5.1.5. Addiccions

Quan parlem d'addiccions ens referim a la dependència de substàncies com la droga, l'alcohol, el tabac o determinats fàrmacs, però també a addiccions conductuals, com ara la ludopatia, la vigorèxia, la compra compulsiva o la ciberaddicció. El tractament informatiu de les addiccions té sobretot un caràcter preventiu. En tractar-se de qüestions molt complexes recorrem a equips multidisciplinars. Diversifiquem les fonts i ens assessorem correctament. Fomentem els missatges de prevenció i n'advertim dels riscos tot respectant la llibertat individual.

Oferim informació sobre plans de prevenció i telèfons de centres on puguen acudir les persones afectades i les famílies.

Les imatges molt explícites només les difonem després d'avaluar l'interés informatiu, l'impacte i si són rellevants per a la prevenció. En tot cas, fugim del morbo i respectem la dignitat i el dret a l'anonimat.

Som constructius i busquem l'equilibri entre les notícies negatives i d'altres en què persones afectades per una addicció parlen del procés de superació.

Les addiccions poden afectar qualsevol persona, siga quin siga el seu entorn social i així queda palés en la informació que donem. El fet de centrar-se únicament en la incidència en un col·lectiu pot dur a pensar, erròniament, que els altres col·lectius no n'estan afectats.

—

Combatem la criminalització d'alguns barris o col·lectius buscant persones que tot i pertànyer a aquestes comunitats viuen allunyades de qualsevol addicció o conducta addictiva.

#### 4.5.1.6. Aspectes a evitar en el tractament de les addiccions i conductes addictives

1. Evitem difondre continguts que fomenten l'alcoholisme, el tabaquisme, la drogoaddicció o altres conductes addictives.
2. No justifiquem el consum de drogues ni el relacionem amb la curiositat que senten algunes persones per les coses desconegudes.
3. No ens referim a la droga de manera genèrica. Donem informació precisa i citem exactament de quina substància es tracta.
4. No diferenciem entre drogues dures i blanques.
5. Prescindim de l'expressió drogues de disseny perquè pot resultar atractiva a algunes persones. Diem drogues sintètiques o de laboratori.
6. No associem el consum de drogues, ni legals ni il·legals, a determinats contextos (cocaïna = èxit social; heroïna = marginalitat; cànnabis = progressisme).
7. Equilibrem el tractament informatiu de drogues legals i il·legals.
8. No legitimem ni les addiccions ni les conductes addictives. La llibertat d'opinió no pot portar a la confusió sobre els efectes de les drogues o de les conductes addictives.
9. No relacionem les addiccions amb conductes violentes o pràctiques delictives, excepte quan la connexió entre les dues és evident.

10. Fem servir un llenguatge neutre, sense termes pejoratius que estigmatitzen un determinat col·lectiu.
11. Som cautelosos en l'ús de material de arxiu que pot dur a conclusions errònies sobre una persona. Si vam gravar algú injectant-se heroïna o en estat d'embriaguesa, no podem repetir les imatges cada volta que parlem de drogoaddicció o d'alcoholisme.
12. Evitem exagerar, banalitzar o atribuir erròniament les repercussions negatives o els possibles beneficis relacionats amb el consum de substàncies psicoactives, independentment de si estan legalitzades o no.

#### **4.6. Persones amb discapacitat o diversitat funcional**

Els mitjans de comunicació no només reproduïxen l'imaginari social, sinó que també ajuden a crear-lo. El col·lectiu de professionals dels mitjans de la CVMC tenim l'obligació d'utilitzar un llenguatge que contribuïska a la construcció d'una imatge igualitària de la societat, on les persones amb discapacitat hi participen en igualtat d'oportunitats. Les Nacions Unides recomanen utilitzar el terme «persona amb discapacitat» ja que evita substantivar el que és un adjectiu, mentre que altres organismes o associacions prefereixen dir «persona amb diversitat funcional». Per això en aquest llibre d'estil s'usen les dues expressions indistintament.

La diversitat funcional pot ser de molts tipus: motriu, sensorial, intel·lectual, psíquica o múltiple. En tots els casos, fomentem el respecte a les persones que la tenen i vetlem pels seus drets. Mostrem, amb normalitat, persones amb discapacitat, tant si porten una vida depenent com no depenent. Presentem les persones amb diversitat funcional de forma activa en qualsevol situació de la vida quotidiana.

En tots els nostres mitjans i en tots els nostres espais trobem persones amb diversitat funcional. Aquesta presència normalitzada contribueix a visibilitzar-los i n'evita l'estigmatització.

Denunciem aquells casos en què s'està limitant la participació de les persones amb discapacitat en la vida quotidiana, ja siga per les barres arquitectòniques, de mobilitat o de comunicació.

Quan hem d'entrevistar alguna persona amb diversitat funcional ens assessorem convenientment per a saber quines són les seues necessitats i com ens hi hem d'adreçar. En els cas de les persones amb discapacitat intel·lectual caldrà comptar amb l'autorització escrita de la persona que en tinga la tutoria legal.

Posem tots els mitjans tècnics perquè les persones amb discapacitat tinguen accés als nostres mitjans i hi puguin interactuar. En la televisió i en el portal web emetem els programes amb subtitulació i audiotranscripció per a garantir-ne l'accés a les persones amb una discapacitat auditiva o visual.

Les noves tecnologies faciliten l'accés a la informació de manera fàcil i ràpida en igualtat d'oportunitats. Hem d'aconseguir que la informació per a les persones amb discapacitat siga accessible, assequible, adaptable, adequada i acceptada.

#### *4.6.1. Aspectes a evitar en el tractament de la diversitat funcional*

1. No usem etiquetes genèriques del tipus: els sords o els invídents, etc. Preferim la fórmula: les persones sordes.
2. Evitem la banalització i els estereotips que denigren les persones discapacitades.
3. Hem de fugir del llenguatge que equipara la discapacitat al fet de no poder viure la vida en plenitud.
4. No posem l'èmfasi en la discapacitat, sinó en la capacitat.
5. No informem d'avanços sense evidència científica.
6. No utilitzem mai el terme «persona normal».

7. Prescindim d'eufemismes del tipus: «la sordera política»; «l'autisme de l'Administració» o «la ceguera dels polítics».
8. Evitem verbs com patir, sofrir, afectar perquè poden no ajustar-se al que realment sent la persona que té una discapacitat.
9. No sobreprotegim ni tractem com a xiquets les persones adultes que tenen una discapacitat.

## **4.7. Suïcidi**

La cobertura dels suïcidis, els intents de suïcidi i les autolesions s'han de tractar amb una prudència especial.

Els mitjans de comunicació, i en aquest cas la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, per la seua capacitat d'influència en l'opinió pública, ha de tindre un efecte normalitzador en la informació sobre la conducta suïcida, així com jugar un paper destacat en la prevenció d'aquesta. El fet d'informar de manera acurada no té una correlació amb un suposat efecte contagi (l'anomenat efecte Werther). El tacte en el tractament de les informacions relacionades amb el suïcidi és necessari per a evitar la propagació de llocs comuns i mites sobre el suïcidi.

### *4.7.1. Aspectes que cal evitar en el tractament del suïcidi*

1. No qualifiquem una mort com a suïcidi sense la confirmació pertinent i n'informem sense usar eufemismes.
2. Evitem ubicar les informacions sobre suïcidi en posicions preeminents de l'escaleta, i també una durada excessiva o sobreinformar d'aquesta matèria.
3. Evitem difondre continguts que inciten al suïcidi o que difonguen informacions sobre procediments de suïcidi, així com imatges de la víctima.

4. En cas que difonguem la identitat de la persona caldrà informar de les causes, sempre amb el consentiment dels seus familiars. El dret a la intimitat i el respecte al dolor haurà de prevaldre sobre el dret a la informació.
5. Alguns casos de suïcidi poden assolir major importància informativa per la notorietat de la persona o per les conseqüències que se'n deriven (una interrupció del servei ferroviari, per exemple).
6. En els casos de persones amb rellevància pública, cal tindre en compte que pot ser entés com un model de conducta per part dels seus seguidors. En tots els casos, caldrà evitar associar valors socialment positius (valentia, romanticisme, etc.) amb el suïcidi.
7. Cal evitar el sensacionalisme i l'espectacularització en les informacions sobre suïcidi, així com l'ús d'estereotips. S'ha de posar atenció especial als col·lectius més vulnerables (infants, adolescents, persones majors, dones víctimes de violència masclista, persones amb malalties mentals, etc.).
8. El tractament de les dades i estadístiques sobre el suïcidi ha de tindre una cura especial, amb atenció a la difusió d'informació de suport com els telèfons d'ajuda. En aquest sentit, pot ser convenient comptar amb testimonis que envien missatges sobre alternatives o exemples de fortalesa personal (resiliència).
9. En el cas de suïcidis fallits o d'autolesions, cal extremar la protecció de la identitat de la persona afectada per tal d'evitar la seua estigmatització social.
10. Pel fet de tractar-se d'un contingut especialment sensible, en cas que siga possible, cal deshabilitar l'opció de comentaris dels usuaris en els suports web.



## **4.8. Drets humans**

La Llei 6/2016 de 15 de juliol, de la Generalitat, del Servei Públic de Radiodifusió i Televisió d'Àmbit Autonòmic, de Titularitat de la Generalitat, fixa com un dels principis d'actuació de la CVMC i societats prestadores de serveis la promoció del coneixement i la difusió dels principis constitucionals i estatutaris i els valors de la pau i dels que formen part de la Declaració universal dels drets humans.

La CVMC i la seua plantilla assumeixen plenament la Declaració Universal de Drets Humans. Qualsevol vulneració d'aquesta anirà en contra de la línia editorial del grup. A més la CVMC difondrà especialment aquelles iniciatives en favor de la defensa dels drets humans.

Les vulneracions de drets humans han de ser denunciades com a un dels principis bàsics de la funció social del periodisme.

## **4.9. Minories, immigració, racisme i xenofòbia**

Vivim en una societat multicultural on els mitjans de comunicació tenim el deure de contribuir a la convivència. La CVMC promou la igualtat, la no discriminació i és contrària a la xenofòbia i al racisme.

En la informació sobre aquest àmbit cal ser curosos amb les definicions dels diferents conceptes:

- Entenem per migrant la persona o poble que es desplaça d'un país o regió a una altra, per raons econòmiques, polítiques o socials».
- Entenem per immigrant la persona o poble que arriba a un país o regió distint del seu per a establir-s'hi.
- Entenem per emigrant la persona o poble que deixa el seu país o regió temporalment o definitivament per a anar a un altre.
- Entenem per refugiat la persona que degut a temors fonamentats de ser perseguida per motius de raça, religió, nacionalitat,

pertinença a un determinat grup social o opinió política, es trobe fora del país de la seua nacionalitat i no puga o no vulga, a causa d'aquests temors, acollir-se a la protecció del seu Estat.

Pel que fa al tractat de les minories cal tenir en compte que la comunitat gitana ha sigut, tradicionalment, de les més maltractades a la nostra societat. Per això, cal una atenció especial per part dels mitjans de comunicació públics per tal d'evitar la reproducció de tòpics i prejudicis. En aquest sentit, hem de potenciar el tractament igualitari i no fer cap referència al grup ètnic si no és una dada rellevant per a entendre la informació. Intentarem fomentar les informacions positives referents a la comunitat gitana i hi recorrerem com a font d'informació. Cal tenir cura, a més, del lloc on situem en l'escaleta les informacions relatives a la comunitat gitana. La perspectiva de gènere ha de ser central a l'hora de tractar informacions sobre aquesta comunitat.

Actuarem responsablement amb l'ús de l'humor respecte a l'ètnia gitana. Finalment entenem que cal normalitzar la presència de personatges gitans en les produccions de ficció sense vincular-los a tòpics i estereotips negatius o pretesament positius.

Sempre que informem sobre les migracions hem de tindre presents qüestions prèvies que, sovint, s'ignoren. Presentem les migracions com un fenomen comú de desplaçament de persones, no com una amenaça. Darrere de les migracions hi ha un conjunt de causes complexes, d'índole econòmica, política, social o cultural, que cal explicar des dels mitjans de comunicació.

Els migrants, a títol individual o agrupats en associacions, són una de les nostres fonts d'informació. Tenen dret a donar la seua versió dels fets, enfront d'un relat que, generalment, prové de fonts policials o judicials.

Potenciem les informacions positives que involucren la població migrada amb la pretensió d'explicar la diversitat, però sense amagar la realitat. Contem el que passa, tenint en compte que hem de promoure la convivència en un context de llibertat, pluralitat i civisme.

Els migrants són persones que, circumstancialment, han hagut de deixar el seu país. Aquesta condició de «persones» no la poden perdre mai; per tant, no ens referirem als migrants des d'un punt de vista utilitari o pragmàtic, com se sol fer quan s'informa de la baixa taxa de natalitat o del mercat laboral.

Els sectors vulnerables de la societat necessiten d'una especial protecció dels mitjans públics, amb la potenciació de la diversitat com un valor enriquidor de la societat. A més, les dones són doblement discriminades, tant en els seus col·lectius com en la resta de la societat, una doble discriminació que cal fer visible i denunciar des de la CVMC.

Els migrants tenen garantida la llibertat d'expressió, en la doble condició de subjectes i objectes de la informació.

#### *4.9.1. Aspectes que cal evitar en el tractament de la immigració, la xenofòbia i el racisme*

1. No ens referim als migrants amb termes com ara «il·legals», «indocumentats», «irregulars» o «sense papers». Són expressions inadequades perquè neguen a l'ésser humà la categoria d'objecte de dret i perquè impliquen menyspreu a la dignitat i a la pròpia imatge. Utilitzem la paraula «migrant» o la perífrasi «persona en situació irregular».
2. Evitem l'ús reiterat del terme «il·legals» per a referir-nos a un col·lectiu de treballadors que emigren, ja que això afavoreix els estereotips i criminalitza la imatge dels migrants en la consciència col·lectiva.
3. Cal evitar l'associació, explícita o implícita, de la migració amb la delinqüència, el desordre, la marginalitat o la violència. Els delinqüents són persones concretes i no els pobles a què pertanyen.
4. No citem la nacionalitat de la persona o persones que són notícia per haver comés un delicte. Normalment es tracta d'un

aspecte irrellevant que provoca, en la ciutadania, una actitud negativa cap a la immigració. És preferible no fer generalitzacions, ni posar etiquetes a les persones, ja siguen de caràcter ètnic, religiós, econòmic o social.

5. Rebutgem expressions del tipus «nosaltres primer»; «el drama de la immigració és inevitable» o «els immigrants ens envaeixen».
6. Evitem el sensacionalisme i l'espectacularització quan parlem d'altres cultures. La condemna moral de determinades pràctiques només està justificada si atempten contra els Drets Humans.
7. No tractem la informació d'altres cultures, ètnies o religions des d'una posició etnocèntrica.
8. No emetem opinions del públic que siguen xenòfobes o racistes.

#### **4.10. Laïcitat i pluralisme religiós**

La Constitució Espanyola de 1978, en l'article 16.3, estableix que l'Estat espanyol és aconfessional; per tant, el tractament informatiu de qüestions religioses ha d'estar d'acord amb aquest principi jurídic.

Aquest principi d'aconfessionalitat ha d'anar acompanyat del respecte a la pluralitat religiosa de la societat, que serà transversal en tots els continguts de la CVMC i de les societats prestadores de serveis.

Totes les religions i creences requereixen el mateix tractament precís i rigorós. Els professionals de la CVMC n'hauran de tindre coneixement suficient per a evitar errades i imprecisions que puguen fomentar prejudicis. Caldrà diferenciar els trets religiosos d'altres de tipus ètnic, cultural, territorial, etc. En les informacions tampoc es farà referència a la confessió religiosa d'una persona si no és imprescindible per a comprendre els fets.

La difusió d'esdeveniments i litúrgies s'haurà de justificar en funció del seu arrelament social i per formar part del patrimoni cultural i tradicional i no per criteris de religió.

La plantilla de la CVMC no podrà difondre les seues creences religioses. Tampoc no podrà exhibir símbols religiosos.

#### **4.11. Diversitat sexual**

Un dels principis que ha d'observar la CVMC té per objecte mostrar la diversitat d'opcions afectives i sexuals, de diversos models de família i d'identitat o d'expressió de gènere com també cooperar en les estratègies contra la discriminació del col·lectiu de lesbianes, gais, transsexuals, bisexuals i intersexuals, tal com recull la Llei 6/2016 en el seu article 5.j.

Les discriminacions per raó d'orientació sexual o d'identitat de gènere, com a vulneracions dels drets humans, són contràries a la línia editorial de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació i les societats prestadores de serveis que assumeixen plenament la Declaració de Drets Humans. Per tant, els continguts LGTBIfòbics estan prohibits a la CVMC.

Els continguts de la CVMC tindran un tractament acurat del llenguatge, tenint en compte l'heterogeneïtat del col·lectiu LGTBI, a fi d'evitar difondre estereotips negatius.

La CVMC col·laborarà amb col·lectius LGTBI i amb altres associacions i entitats per difondre iniciatives que treballen per l'eradicació de la discriminació i per tal de produir continguts que fomenten una mirada inclusiva de la diversitat d'opcions sexuals. També establirà espais de col·laboració per a consensuar aspectes relacionats amb el tractament informatiu, l'ús del llenguatge o d'altres qüestions.

## 4.12. Terrorisme, conflictes armats i guerres

Per la seua complexitat, les informacions relaciones amb el terrorisme, guerres o conflictes armats requereixen d'una atenció especial. Tot seguit enunciam algunes pautes per a garantir un tractament informatiu que, d'acord amb la Llei 6/2016 haurà de partir dels principis fixats en l'article 5.Q i per tant «*Promoure el coneixement i la difusió dels principis constitucionals i estatutaris i els valors de la pau i dels que formen part de la Declaració universal dels drets humans*». És per això que la tasca informativa haurà de tindre un paper actiu en la defensa d'aquests valors i en la no-legitimació de la violència de qualsevol classe.

En la cobertura de conflictes armats, guerres i terrorisme, juga un paper clau el contrast i l'equilibri de les fonts, així com el respecte a la dignitat de les víctimes des de la imparcialitat. El relat haurà de compensar els diferents punts de vista, amb atenció especial a les causes i les conseqüències dels conflictes perquè l'audiència pugua construir un relat veraç dels fets.

Molt sovint, quan s'atribueix a una acció o a un individu el qualificatiu de «terrorista» es tanca el relat informatiu: s'estalvien les explicacions i el context. A més, l'ús del terme sol ser polèmic. D'altra banda, en la història recent, hi ha governs –molt especialment les dictadures– que utilitzen els termes terrorisme o terrorista de forma inadequada. Per tant, recomanem evitar l'abús del terme «terrorisme», «terrorista» o «banda terrorista» i substituir-los per una informació de qualitat que, amb una adequada contextualització, pose l'accent en els fets efectivament comprovats.

Heus ací deu recomanacions per a informar sobre aquesta classe d'esdeveniments:

1. A l'hora d'atribuir la responsabilitat haurà de quedar clar que és dels seus actors, defugint qualsevol assimilació a una ètnia, comunitat religiosa, política o de qualsevol classe.

2. En el context d'un conflicte bèl·lic és imprescindible compensar els punts de vista dels diferents agents amb informació imparcial i contrastada. La instrumentalització de la informació és part del conflicte, de manera que caldrà ser especialment escrupolosos amb la citació d'aquesta, així com en la denúncia de la censura per part d'alguna de les parts, quan es produïska. En aquest sentit, i per tal de respectar el principi d'imparcialitat, els conflictes bèl·lics no es podran explicar únicament des del punt de vista de periodistes *empotrats*.
3. Caldrà fer prevaldre la presumpció d'innocència, com en la resta de casos, així com el dret a la intimitat i a l'honor, però haurà de ser compatible amb el dret a la informació.
4. En el cas d'avisos de bomba, abans d'informar sobre ells caldrà avaluar l'efecte cridada, així com l'alarma social que poden causar, a més de la rellevància informativa que haja provocat (el desallotjament d'infraestructures crítiques o esdeveniments amb gran nombre d'assistents, per exemple)
5. El tractament d'imatge i sonor d'aquests esdeveniments ha de tindre en compte la no recreació en el dolor o el sensacionalisme, així com l'atenció de les persones afectades (Vegeu l'apartat «4.14. Recomanacions per al tractament informatius a les víctimes d'emergències, accidents, atemptats o tragèdies personals.»). Evitem també la repetició continuada de les mateixes imatges i sons.
6. Aquestes cobertures sovint s'han de decidir en poc de temps, per això caldrà ser especialment escrupolós en la verificació de les fonts, per a evitar difondre informació no contrastada o rumors que poden, en alguns casos, agreujar les conseqüències dels fets.
7. Els professionals de la CVMC no posaran en risc la seua integritat i seguretat per tal d'aconseguir informació.

8. Seguint el principi que la CVMC, com a mitjà públic, no ha de legitimar mai l'ús de la violència, haurà de decidir en cada cas si emet o no comunicats de grups terroristes o entrevistes. En els segrestos, els contactes amb els grups no podran interferir de cap manera la tasca de les autoritats ni posar en risc les persones afectades.
9. L'emissió d'imatges d'especial duresa (com ara execucions, assassinats, massacres, etc.), només estarà justificada per la seua gran rellevància informativa. Com és preceptiu en aquests continguts, caldrà avisar l'audiència amb antelació suficient.
10. Cal evitar l'ús d'eufemismes, com també els enunciats que prejugen o valoren un fet. En el llenguatge també caldrà defensar els valors de convivència propis de la CVMC.

#### **4.13. Tragèdies, catàstrofes, accidents i emergències**

En el cas de les tragèdies, catàstrofes, accidents i emergències hem de ser especialment escrupolosos amb el tractament de la informació. En aquest sentit, la celeritat i precisió necessàries han d'evitar la creació de situacions d'alarma innecessària.

En aquest sentit serà necessària la coordinació amb les institucions, especialment amb l'Agència de Seguretat i Resposta a les Emergències de la Generalitat Valenciana i l'Observatori de la Seguretat previstos en la Llei 4/2017, de la Generalitat Valenciana, tant durant el decurs de situacions d'emergència com també en el compliment d'un dels objectius que preveu aquesta llei en l'article 3.2.h. «El foment de la promoció de l'autoprotecció per mitjà de la informació i sensibilització necessària dels ciutadans, empreses i institucions».

Quan es prevegen situacions de perill, a fi de garantir la seguretat de la ciutadania, aquesta col·laboració amb les autoritats en la difusió d'avisos i informacions d'interés en contextos d'emergència no haurà



de condicionar la línia editorial dels continguts de la CVMC en les diferents plataformes (televisió, ràdio, web i xarxes socials), en què es fixarà la conveniència i format de les difusions.

La informació sobre aquestes incidències ha de tindre en compte una atenció especial en el tractament de les dades i de les persones afectades.

Pel que fa a les qüestions relacionades amb catàstrofes, accidents i tragèdies personals, tindrem en compte els principis següents:

1. En aquestes situacions d'emergència o tragèdies personals, els professionals de la CVMC han de prioritzar les tasques d'auxili i de serveis d'emergències, així com donar preferència a la informació que pugua garantir la seguretat i reduir el risc de la població. La tasca informativa no podrà entorpir tampoc les tasques d'investigació policial o judicial.
2. Cal evitar la sobreatenció i la dedicació d'un nombre excessiu de mitjans a aquests esdeveniments, exceptuant els casos en què, fent-ho així, es puguen evitar mals majors.
3. Cal evitar adjectius, lèxic i frases fetes que puguen augmentar l'espectacularització del succés.
4. Cal extremar les precaucions a l'hora d'establir responsabilitats o determinar les causes de l'esdeveniment, a fi de no incórrer en prejudicis ni projectar sospites sobre persones.
5. Les cobertures, especialment en directe, no poden difondre rumors ni especulacions sobre els successos.
6. La comparació amb d'altres fets semblants del passat s'ha de fer de manera rigorosa, sense magnificar innecessàriament la dimensió de la tragèdia.
7. L'enfocament de la cobertura d'aquesta classe de fets ha de ser igual, tan si han succeït en un lloc pròxim com si han passat lluny, tenint en compte el criteri de proximitat.

8. La cobertura de successos tràgics també pot afectar emocionalment els professionals de la CVMC. En aquest sentit, l'establiment d'accions formatives pot afavorir la seua tasca i garantir la qualitat del producte informatiu. Cal tindre en compte que, en tractar-se d'esdeveniments sobrevinguts, es disposa de menys temps per a assimilar-los, de manera que és convenient saber com s'ha de procedir en aquests casos.
9. Cal garantir el seguiment posterior a les primeres hores després dels fets. Com per exemple, la investigació del sinistre, comissions d'investigació, procés judicial, etc.
10. Considerem imprescindible escoltar les víctimes i donar cobertura a totes les veus, incloent-hi les que denuncien censura. Evitarem, per tant, donar només el punt de vista de les autoritats.

#### **4.14. Recomanacions per al tractament informatius de les víctimes d'emergències, accidents, atemptats i tragèdies personals**

1. Evitarem l'emissió d'imatges morboses i sensacionalistes.
2. Protegirem la privacitat de les persones afectades, no emetent primers plans de persones ferides, o en estat de xoc. També evitarem difondre elements que faciliten la seua identificació (com les matrícules dels vehicles). En aquest sentit, el tractament sonor haurà d'evitar transmetre una sensació més forta d'angoixa o dolor.
3. La difusió de les xifres de persones afectades haurà de ser contrastada amb l'organisme coordinador d'emergències, a fi d'evitar produir un dany major en moments molt confusos.
4. Abans de difondre llistes de víctimes haurem de comprovar que les seues famílies n'han estat prèviament informades.

5. En el cas d'ús d'imatges d'arxiu haurem de seguir els mateixos principis, a fi d'evitar provocar una nova situació de dolor pel fet de tornar-les a emetre.
6. Hem d'evitar entrevistar els familiars i els afectats d'una catàstrofe per no agreujar la seua situació, ja que probablement en aquells moments poden no ser-ne plenament conscients.
7. Cal evitar, sempre que siga possible, l'exposició pública i la participació de menors.
8. En el cas d'emetre continguts sensibles caldrà advertir l'audiència amb antelació suficient.

#### **4.15. Violència en l'esport**

Com a mitjans de comunicació públics, la CVMC i les societats prestadores de serveis tenen la responsabilitat social de fomentar els valors de convivència i rebutjar l'ús de qualsevol manifestació violenta.

A més de la tasca estrictament informativa, la CVMC fomentarà a través de continguts i campanyes pròpies o conjuntes amb altres organismes, l'exercici esportiu com a pràctica saludable, l'esport base i l'esport femení, així com els esports minoritaris i tradicionals i les iniciatives que treballen per l'eradicació de la violència en l'esport.

En els continguts esportius han de prevaldre els mateixos criteris d'objectivitat i imparcialitat que en la resta de seccions. La CVMC i les societats prestadores de serveis donaran prioritat a la cobertura d'equips valencians, però en cap cas açò pot ser un pretext per a desacreditar l'equip rival. En els programes informatius, la plantilla de la CVMC no podrà mostrar les seues preferències per un o altre equip.

Hem de ser coherents amb la defensa de la convivència i el rebuig de l'ús de la violència, assenyalant les conductes inadequades sempre que es produïsquen. En les transmissions ometrem l'ús de llenguatge bèl·lic o violent perquè pot fomentar agressions.

## **4.16. Ciència i pseudociència**

Les informacions de tipus científic hauran d'estar validades per experts i/o expertes de solvència contrastada. Cal ser especialment curosos quan s'aborden temes vinculats a pseudociències o mètodes dits alternatius.

### *4.16.1. La divulgació científica*

Per la seua naturalesa, el debat científic no té les mateixes característiques que un altre tipus d'intercanvi d'informacions, per la qual cosa es tindrà en compte les seues característiques específiques. La validesa d'una teoria científica no depèn de quants la defensen sinó del consens dins la comunitat científica de què es tracte. Aquest principi es tindrà molt en compte sobretot en els temes relacionats amb la salut.

No hem de confondre la pretensió d'objectivitat periodística amb l'equilibri o l'equidistància. Existeixen els fets demostrats i els que no ho estan. Que es puguin trobar diverses opinions sobre un tema no significa que totes tinguen la mateixa rellevància. En tots els temes, el debat es produirà entre professionals que compten amb reconeixement acadèmic en les seues respectives especialitats.

La CVMC inclourà en la programació habitual espais de divulgació científica i posarà l'accent principalment a informar sobre les activitats científiques que es desenvolupen a la Comunitat Valenciana.

### *4.16.2. Les ciències de la salut*

Pel seu efecte sobre la població —i en compliment del punt 4.5.1.1 d'aquest llibre d'estil— es tindrà especial cura en el terreny de les ciències que afecten a la salut. No existeixen les medicines o teràpies alternatives, ni la medicina oficial, ni la medicina alopàtica, la medicina tradicional, la medicina complementària, etc. Existeixen la medicina i les teràpies que han demostrat la seua eficàcia i les que no. En cap

cas es podrà defensar la validesa d'una teràpia apel·lant a l'antiguitat, l'origen geogràfic, l'acceptació dins del folklore o la cultura popular, la novetat o la relació amb la física quàntica.

#### *4.16.3. Les pseudociències*

Els programes sobre misteris sense resoldre o similars tindran com a objectiu informar la ciutadania a partir de fets contrastats i no de creences. Encara que, per la seua lògica, hi hauran d'aparèixer testimonis i defensors d'aquests suposats fenòmens, el pes de la informació recaurà sobre divulgadors que adopten un punt de vista científic i rigorós. La CVMC sol·licitarà la col·laboració d'organitzacions de reconeguda trajectòria científica.

D'altra banda, la presència de mèdiums, endevinadors, vidents, sensitius i d'altres estarà prohibida en els informatius i solament es permetrà, en alguns casos molt excepcionals, en el marc de debats sobre el tema.

## 5. LES XARXES SOCIALS EN LA CVMC

Les xarxes socials són vies d'informació molt importants. Els canvis que s'han produït en els usos dels mitjans de comunicació, especialment entre la joventut, i la manera com participen, fan de les xarxes socials un pilar destacat en la tasca de la CVMC. A més, les xarxes socials també contribueixen a la imatge de marca dels mitjans públics valencians i tenen un paper fonamental a l'hora de conduir trànsit web des d'internet cap al servei públic que ofereix la CVMC a través de múltiples finestres (televisió, ràdio, web, *apps*, i xarxes socials).

Com un element més de l'acció comunicativa de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació, la seua tasca en les xarxes socials també haurà d'observar les recomanacions i els principis recollits en el present llibre d'estil. Açò no exclou que la CVMC elabore documents i pautes específiques per a ús de les xarxes socials, tenint en compte especialment l'evolució contínua d'aquestes eines.

A més, la presència de la CVMC en les xarxes socials ha de servir per a potenciar la marca dels mitjans públics valencians, fidelitzar l'audiència i promoure la participació i el diàleg. L'article 5.AA de la Llei 6/2016 indica que un dels objectius de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de ser «Promoure i fomentar l'accés i la utilització de les noves tecnologies i noves vies de difusió a fi d'impulsar la societat de la informació». Pel que fa als criteris de participació, s'usaran els mateixos que en la resta de plataformes de la CVMC, que hauran de ser accessibles en totes les seues plataformes.

La presència de la CVMC en les xarxes socials ha de tindre com a objectiu principal fidelitzar l'audiència, a més de potenciar el flux cap a les diferents plataformes del grup. Per tant, tot el contingut que s'haja difós en les xarxes socials haurà de remetre a través d'enllaços als nostres espais d'internet, excepte en el cas d'aquells continguts

que, per la seua naturalesa, només s'hagen concebut per a aquests entorns.

D'aquesta manera s'establirà el criteri de direccionalitat entre les diferents plataformes de la CVMC. Les xarxes socials hauran de fer d'altaveu dels continguts de la ràdio, televisió i web i aquestes hauran de remetre a l'acció en les xarxes socials. Per tant, les publicacions en les xarxes socials inclouran enllaços amb els webs del grup. Per exemple, la televisió mostrarà enllaços amb el web i les etiquetes de programes o iniciatives de la CVMC.

Els canals de programes, espais o iniciatives (com les vinculades a la responsabilitat social corporativa) de la CVMC hauran de ser creats (i en el seu cas eliminats) per la mateixa Corporació i hauran d'estar vinculats al seu corresponent espai web. Els comptes de la CVMC s'usaran per a promocionar continguts, per a interactuar amb l'audiència de manera continuada, no intrusiva i amb un to pròxim als usuaris.

Un dels compromisos de la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació ha de ser garantir l'accessibilitat de tota la ciutadania als seus continguts. De la mateixa manera que en el cas de la televisió, la ràdio i el web caldrà establir tots els protocols de subtitulació i audiodescripció entre d'altres recursos d'accessibilitat, en el cas de les xarxes socials la CVMC haurà de fer ús de les eines d'accessibilitat que posen a disposició les diferents plataformes de tercers, com ara la descripció de les imatges.

**PART B.**  
**EL MODEL LINGÜÍSTIC**  
**DE LA CORPORACIÓ VALENCIANA**  
**DE MITJANS DE COMUNICACIÓ**





## 1. INTRODUCCIÓ

Els mitjans de comunicació públics valencians tenen el compromís d'informar, formar i entretenir la societat valenciana. Aquesta tasca s'ha de fer en una llengua que tinga en compte, de manera harmònica, les característiques lingüístiques valencianes i la variació lingüística associada a les diferents situacions comunicatives derivades dels diferents tipus de programació.

La realitat és que les llengües no s'usen de manera uniforme, sinó que presenten variacions. Aquesta variació pot estar condicionada per l'usuari d'una llengua i pel context comunicatiu en què usa aquesta llengua.

L'usuari pot presentar tres tipus de variació: *a)* de tipus geogràfic, quan ens referim a les seues característiques lingüístiques per la seua procedència (dialectes); *b)* de tipus social, quan aquestes manifesten una manera de parlar associada al fet de pertànyer a un grup social (sociolectes o varietats diastràtiques); *c)* de tipus històric, quan representen la manera de parlar d'una època determinada (cronolectes).

Però aquest usuari no s'expressa sempre de la mateixa manera, perquè sovint dins del seu bagatge lingüístic ha de triar opcions lingüístiques per a adaptar-se a les diferents situacions comunicatives en què es troba. És el que es coneix com a *variació funcional* o *registres*. En aquesta variació, pensant concretament en els mitjans de comunicació, podem dir que interactuen factors molt diversos:

- El gènere i el contingut del discurs: el tipus de programa, el tema o la matèria que s'aborde.
- El mode del discurs: la manera com es configura el text d'acord amb el canal que s'utilitza (oral o escrit, i totes les combinaci-

ons de codis possibles: escrit per a ser dit, escrit per a ser dit com si no estiguera escrit, etc.).

- El nivell de formalitat: la relació del parlant amb el destinatari determinada pels altres factors apuntats. Podem parlar de diferents graus de formalitat: elevada, estàndard formal, estàndard informal, col·loquial.
- El nivell d'espontaneïtat: el parlant es mostra més o menys espontani en funció del grau de dependència d'un guió establert.
- El propòsit i la intencionalitat amb què s'elabora un discurs (informar, persuadir, instruir, dissuadir, etc.).

La capacitat d'un parlant de passar d'un registre a un altre i de saber utilitzar els recursos lingüístics més adequats a cada context comunicatiu és una habilitat que adquireix gràcies a l'ús habitual de la seua llengua en el seu entorn social. De fet, posa de manifest la seua competència lingüística. En aquest sentit, els professionals de la CVMC han de saber triar el registre adequat per a cada situació comunicativa amb l'objectiu de fer que el valencià que es projecte en els mitjans siga comunicativament efectiu, i al mateix temps siga percebut com a natural, genuí i adequat.

Aquesta situació comunicativa està determinada generalment pels gèneres audiovisuals. Recordem que els gèneres són dispositius de comunicació definits socialment i històricament, amb unes característiques formals determinades i amb uns propòsits comunicatius concrets compartits per la societat o la cultura que els ha produïts. Els gèneres audiovisuals poden ser ben diversos (notícies, pel·lícules, reportatges, anuncis, etc.) i poden organitzar el discurs de maneres diferents d'acord amb la tipologia textual que predomine (narració, diàleg, descripció, exposició, argumentació, instrucció), encara que sovint les tipologies poden estar combinades o superposades. Tot seguit posem una mostra de com es poden manifestar les tipologies textuales en els gèneres:

- Diàleg: tertúlies, pel·lícules, sèries.
- Narració: notícies, reportatges, transmissions esportives.
- Descripció: programes divulgatius, documentals.
- Exposició: debats, notícies, programes divulgatius.
- Argumentació: debats, entrevistes.
- Instrucció: programes de cuina, campanyes d'informació, publicitat.

Per raons pràctiques, en aquest llibre agruparem els gèneres audiovisuals en quatre grans tipus bàsics o macrogèneres (vegeu els quadres de més avall): el macrogènere informatiu (notícies, reportatges, debats, etc.), el macrogènere dramàtic (pel·lícules, sèries, telefilms, etc.), el macrogènere d'entreteniment (concursos, programes d'humor, transmissions esportives, etc.) i el macrogènere publicitari (anuncis, publicitat institucional, etc.).

En tot aquest procés d'adequació lingüística a la situació comunicativa, no hem de perdre de vista que hem de partir d'un model lingüístic de referència. És el que es coneix com a *varietat o registre estàndard*. L'Acadèmia Valenciana de la Llengua, en la seua *Gramàtica normativa valenciana* (2006: 20), la defineix de la manera següent:

L'estàndard es conforma sobre la base de la funcionalitat comunicativa, que afavoreix els fenòmens més estesos i acceptats en un determinat espai comunicatiu d'una comunitat lingüística, en detriment d'aquells altres que tenen un abast més restringit o que estan menys prestigiats.

Gràcies a l'estàndard, els parlants prenen consciència de la identitat i els límits de la seua llengua, siguen les que siguen les distàncies interiors i les dificultats d'intercomprensió entre les varietats regionals; precisament perquè l'estàndard és el registre que més facilita la intercomprensió entre tots ells.

No són admissibles en el registre estàndard expressions excessivament vulgars, castellanismes ni estrangerismes innecessaris. També s'han d'evitar els arcaïsmes i les expressions molt cultistes. De fet, l'estàndard ha de ser capaç d'integrar formes habituals, naturals i genuïnes de la llengua viva sancionades per la normativa.

Però l'estàndard, encara que sol coincidir amb la llengua normativa, va més enllà, en la mesura que no es limita a la reglamentació de caràcter acadèmic. És el resultat d'un procés de difusió i d'acceptació social (l'estandardització) de les convencions acadèmiques que participa del dinamisme que implica l'ús social de la llengua. Per tant, com més ús fem de la llengua, més es consolidarà aquest model de referència. I això tant en la llengua oral com en l'escripta.

Encara que l'estàndard se sol caracteritzar com a varietat superadora de la variació geogràfica (i també històrica i social) i va associada generalment amb situacions comunicatives formals, factors com l'espontaneïtat o l'expressivitat posen de manifest que els límits entre formalitat i informalitat poden esdevindre difusos. En aquests casos, l'estàndard s'adapta lingüísticament a situacions més informals sense arribar a un registre estrictament col·loquial, familiar o vulgar. En el nostre llibre d'estil, les solucions lingüístiques associades a aquesta situació solen classificar-se com a acceptables.

Tot i que la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació no té com a objectiu principal ensenyar llengua, en la mesura que els professionals que hi treballen s'expressen en un valencià actual, àgil, adequat i genuí, el model de llengua tindrà una gran acceptació social, aconseguirà l'eficàcia comunicativa que pretén i servirà de model a la societat valenciana.

Els comunicadors dels canals de la Corporació, per tant, han de conèixer quines formes lingüístiques són adequades, recomanables o preferibles, quines són acceptables, i quines són inadequades o no recomanables per a cada situació comunicativa.

El paper de l'AVL, així com també l'ús del valencià en el sistema educatiu, en l'Administració, en el camp editorial, en els mitjans de comu-

nicació (orals i escrits) i en molts altres àmbits socials, polítics i culturals, ha ajudat a fixar aquestes jerarquitzacions. Però ara encetem una nova etapa en què l'aplicació (i l'ajust, si escau) d'aquestes recomanacions estilístiques esdevindrà fonamental per a la consolidació de l'estandardització del valencià. En aquest procés, serà important trobar un equilibri entre normativa, estàndard i ús real de la llengua.

### *Els gèneres televisius i radiofònics*

Hem classificat els gèneres que solen aparéixer tant en ràdio com en televisió a partir de l'agrupació en macrogèneres informatius, dramàtics, d'entreteniment i publicitaris i dels condicionants professionals que comporten. Aquests condicionants estan determinades per tres paràmetres que considerem fonamentals per a definir i diferenciar els gèneres que en resulten:

- a) els codis que utilitzen (oral, escrit per a ser dit i escrit per a ser dit com si fóra oral);
- b) el nivell de formalitat que exigeixen dels professionals (formal elevat, estàndard formal, estàndard informal i col·loquial);
- c) i el nivell d'espontaneïtat que utilitzen (llengua espontània i llengua no espontània).

Aquests paràmetres no són tancats, hermètics i estables, sinó oberts, flexibles, porosos i canviants.

També és evident que els gèneres són sovint híbrids i heterogenis: per exemple, els programes culturals i divulgatius poden estar destinats a públics molt diferents (públic infantil, juvenil o adult), la qual cosa implicarà un nivell de formalitat distint en funció de l'audiència. O els programes musicals poden tindre espais molt diversos: des d'informació sobre peces de música clàssica a una entrevista en un poble amb membres d'una banda local. En tots els casos, el professional ha de saber ajustar, en funció del context i del programa, el model de llengua més adequat per a cada situació comunicativa.

Pel que fa al portal web, aquest és, en realitat, un canal que reproduïx tant la programació televisiva com la radiofònica, encara que ara la modalitat audiovisual es combina amb molta més freqüència amb l'estàndard escrit. En aquest punt, també caldrà seguir les pautes que marca el llibre d'estil per a la llengua escrita.

TELEVISIÓ MACROGÈNERE	GÈNERES	CODIS			NIVELL FORMALITAT				NIVELL ESPONTANEÏTAT	
		Oral	Escrit per a ser dit	Escrit per a ser dit com si fóra oral	Formal elevat	Estàndard formal	Estàndard informal	Col·loquial	No espontani	Espontani
INFORMATIUS	Notícies		X			X			X	
	Reportatges		X			X			X	
	Debats	X				X				X
	Tertúlies	X				X				X
	Entrevistes	X				X			X	X
	Actualitat		X				X		X	X
	Culturals i divulgatius		X		X				X	X
	Esports		X				X		X	
	Documentals			X			X			X
DRAMÀTICS	Pel·lícules			X	X				X	
	Sèries			X	X				X	
	Telefilms			X	X				X	
	Sèries			X	X				X	
	Dibuixos animats			X					X	
	Òpera filmada			X	X				X	
	Teatre filmat			X	X				X	
ENTRETENIMENT	Concursos i realitats	X							X	X
	Magazins								X	X



	<i>Programes d'humor</i>	X							X	X	X	X
	<i>Progr. infantils i juvenils</i>	X	X						X	X	X	X
	<i>Transmissions esportives i culturals, etc.</i>	X							X	X	X	X
	<i>Programes musicals</i>					X			X	X	X	X
<b>PUBLICITARI</b>	<i>Anuncis</i>					X			X	X	X	X
	<i>Companyes informació</i>					X			X	X	X	X
	<i>Publicitat institucional</i>					X			X	X	X	X

RÀDIO MACROGÈNERE	GÈNERES	CODIS			NIVELL FORMALITAT				NIVELL ESPONTANEÏTAT	
		Oral	Escrit per a ser dit	Escrit per a ser dit com si fóra oral	Formal elevat	Estàndard formal	Estàndard informal	Col·loquial	No espontani	Espontani
INFORMATIUS	Notícies		X			X			X	
	Reportatges		X			X			X	
	Debats	X				X	X			X
	Tertúlies	X				X	X			X
	Entrevistes	X				X	X		X	X
	Actualitat		X			X	X		X	X
	Culturals i divulgatius		X		X	X	X		X	X
	Esports		X				X		X	
	Documentals			X			X	X		X
	Radionovel·les			X		X	X	X		X
ENTRETENIMENT	Programes musicals	X	X			X		X	X	X
	Programes d'humor	X						X	X	X
	Transmissions esportives i culturals, etc.	X						X		X
PUBLICITARIS	Anuncis		X			X	X	X	X	
	Campanyes informació		X			X	X	X	X	
	Publicitat institucional		X			X			X	

## 2. FONÈTICA

La proposta de pronunciació que s'especifica a continuació té com a base les recomanacions realitzades per l'Acadèmia Valenciana de la Llengua en les seues diverses obres normatives, adaptades als mitjans audiovisuals públics valencians. S'hi diferencien les formes que considerem recomanables en els mencionats mitjans, de les formes acceptables i de les no recomanables, en atenció a:

- a) **Recomanables:** es tracta d'aquelles pronunciacions consolidades en el valencià estàndard. Són pronunciacions amb una àmplia extensió en tot el territori valencià i amb un prestigi social reconegut.
- b) **Acceptables:** s'hi inclouen realitzacions d'una extensió geogràfica no tan àmplia, però que continuen sent vàlides i assumides dins d'un model estàndard de pronunciació.
- c) **No recomanables:** hi apareixen pronunciacions d'una extensió territorial reduïda o amb connotacions poc prestigiades en el conjunt de la comunitat lingüística.

La diversitat i la multiplicitat funcional dels productes elaborats pels mitjans de comunicació comportarà també anar ajustant les opcions de pronunciació a la situació comunicativa.

### 2.1. Les vocals

#### 2.1.1. Les vocals tòniques

a) Pronunciacions recomanables:

- Cal distingir les *e* obertes de les *e* tancades:

e oberta [ɛ]

set 'número'

mel

correcte

respecte

cel

ferro

terra

europe

preu

novel·la

e tancada [e]

set 'ganes de beure'

febra

angles

pure

esglesia

sequia

meu

greu

creu

entendre

Encara que en l'ortografia l'accent greu, en general, té una correspondència amb la pronunciació oberta, hi ha algunes paraules que per tradició s'escriuen amb accent greu però es pronuncien tancades: *què*, *perquè*, *València*, *sèrie* o *època*.

D'una altra banda, les paraules agudes acabades en *-é*, *-és* i *-én* (com *café*, *interés*, *ofén*, etc.), els verbs acabats en *-éixer*, *-éncer* i *-ényer* (com *conéixer*, *véncer*, *empényer*, etc.), i les formes verbals en *-éiem* i *-éieu* (com *déiem*, *déieu*, etc.) es pronunciaran amb *e* tancada d'acord amb l'accentuació valenciana habitual.

- Cal diferenciar les *o* obertes de les tancades:

o oberta [ɔ]

dona 'persona de sexe femení'

cor

oli

porta

cosa

o tancada [o]

dona 'verb donar'

dolç

cantó

polvora

glucos

arròs

rosa

foc

roig

bosc

esport

amor

boca

estoig

gola

nebot

gota

En gran part de les paraules que tenen el diftong *ou*, la pronunciació més estesa i recomanable és amb *o* oberta [ɔw]: *bou*, *dijous*, *moure*, *nou*, *ou*, *ploure*, *prou*, *sou* ('salari'). Però, cal advertir que la pronunciació de la forma *fou* del verb *ser* és [fów]. En el cas de *pou* la més general és també tancada: [pów].

Quant a les formes *jo* i *com* (pronomen interrogatiu o exclamatiu), són vàlides tant la pronunciació oberta com la tancada. Aquest fenomen també afecta paraules com *prompte*, *cort*, *contra* i *front*, i la *o* tònica de la conjugació de verbs com *coure*, *cobrar* i *sobrar*: [kóβra] o [kóβra].

#### b) Pronunciacions no recomanables:

En tots els registres, cal evitar la pronunciació tancada de la *e* oberta i de la *o* oberta: *cel* \*[sél]; *terra* \*[téra]. També s'ha d'evitar la pronunciació, per ultracorrecció, de la *e* i de la *o* tancades com a obertes: *bec* \*[bék]; *gola* \*[góla]; *boca* \*[bóka]; *difondre* \*[difóndre]; *recórreguen* \*[rekóreyen].

En el cas del diftong *ou* (*bou*, *dijous*, *moure*, *nou*, *ou*, *ploure*, *prou*, *sou*), la realització de la *o* com a tancada [ow] quedarà restringida a situacions comunicatives en què es vulga reflectir la procedència geogràfica (valencià septentrional).

## 2.1.2. Les vocals àtones

Encara que en valencià sol haver-hi una correspondència entre la grafia de les vocals àtones i la pronunciació d'aquestes, hi ha casos que s'aparten d'aquesta correspondència. En aquests casos, seguirem les pautes següents.

### 2.1.2.1. Amb la vocal e

a) Pronunciacions recomanables:

- La *e* inicial de les paraules patrimonials començades per *en-*, *em-*, *es-* i *ei-* pot pronunciar-se com una [e] o com una [a]: *entendre* [enténdre] o [anténdre], *emportar-se* [empportárse] o [ampportárse], *escoltar* [eskoltár] o [askoltár], *eixugar* [eijfuyár] o [ajfuyár].
- Aquesta alternança entre la [e] o la [a] també és possible en paraules com *gegant*, *lleganya*, *lleuger*, *sencer*, *terròs*, *desemparat*, *Miquelet* o *llençol*.
- En registres formals, les paraules acabades en *-aixement* o *-eixement* (*naixement*, *reconeixement*) mantenen la pronunciació de la [e]: [najfemént], [rekonejfmént].

b) Pronunciacions acceptables:

- La pronunciació de la [e] com a [i] de la vocal pretònica de les paraules acabades en *-aixement* o *-eixement* també és acceptable en situacions comunicatives espontànies o menys formals en què es vol reforçar l'expressivitat: *naixement* [najfimént], *reconeixement* [rekonejfmént].
- També és acceptable l'assimilació vocàlica de la *a* final de paraula a la *e* oberta tònica de la síl·laba anterior, característica d'una zona extensa del valencià: *terra* [téɾɛ], *perla* [péɾlɛ].

c) Pronunciacions no recomanables:

- No és recomanable en registres formals la pronunciació de la vocal *e* com a [i] quan està en contacte amb una consonant palatal: *queixal*, *deixar*, *general*, *senyor*, etc.
- Tampoc no és recomanable en registres formals el canvi de la desinència *-a* en *-e* de la primera i la tercera persona del singular d'alguns temps verbals, característica dels parlars septentrionals: *parla* [párle], *parlava* [parláve], *parlara* [parláre], *parlaria* [parlaríe].

2.1.2.2. Amb la vocal *o*

a) Pronunciacions recomanables:

El pronom *ho* pot tindre diferents pronunciacions segons el context fonètic en què aparega:

- En posició postverbal, si el verb acaba en consonant o en semi-vocal [w] manté la pronunciació en [o]: *fer-ho*, *duent-ho*, *due-u-ho*.
- Es pronuncia com a [w] si entra en contacte amb una vocal: *li ho porta* [liwpórtá], *porta-ho* [pórtaw]), *ho entra* [wéntra].
- Generalment es pronuncia [ew] quan apareix anteposat a un verb començat per consonant o combinat amb un pronom reduït a una consonant: *ho porta* [ewpórtá], *m'ho porta* [mewpórtá]), *els ho porta* [elzewpórtá].

En noms propis com *Joan* i *Josep*, la pronunciació recomanable de la *o* és [u]: [dʒuán], [dʒuzéɾ].

b) Pronunciacions acceptables:

També és acceptable l'assimilació vocàlica de la *a* final de paraula a la *o* oberta tònica de la síl·laba anterior, característica d'una zona extensa del valencià: *cosa* [kózo], *porta* [pórtɔ].

També és acceptable en situacions comunicatives en què predomine l'espontaneïtat la pronunciació com a [u] de la vocal *o* en mots en què va seguida d'una síl·laba amb una *i* tònica o d'una síl·laba començada per consonant labial: *collir* [kulíɾ], *cobert* [kuβéɾt].

c) Pronunciacions no recomanables:

La pronunciació com a [o] de la vocal *u* en mots com *ju- li
ol*, *fugir* o *ju-petí*.

### 2.1.2.3. Amb la vocal *i*

a) Pronunciacions recomanables:

Quan apareix una *i* davant de la consonant palatal *x* [ʃ], en paraules com *caixa*, *aixeta* o *peix*, es recomana la pronunciació de la *i*: [kájʃa], [ajʃéta], [péjʃ].

b) Pronunciacions acceptables:

També és acceptable l'emudiment de la semivocal *i* del grup *ix*, característica de zones valencianes meridionals: *caixa* [káʃa], *aixeta* [afé-ta], *peix* [péʃ].

c) Pronunciacions no recomanables:

S'ha d'evitar l'elisió de la vocal *i* pretònica en mots acabats en *-iència*: *consciència* [konsénsia], *paciència* [pasénsia].



### 2.1.3. Els grups vocàlics

#### a) Pronunciacions recomanables:

Els grups vocàlics àtons finals *-ia*, *-ie* es pronunciaran com a diftongs: *història* (*his-tò-ria*), *sèrie* (*sè-rie*).

El grup vocàlic *ui* pot pronunciar-se com un diftong creixent o decreixent: *buit* [bwít] o [bújt], *circuit* [sirkwít] o [sirkújt]. Però serà un diftong creixent en casos com *hui* [wí] i *huit* [wít]) (i els seus derivats) i en el grups *güi* (*pingüí*, *lingüista*) i *qüi* (*aqüífer*, *terraqüi*).

En els verbs acabats en *-iar*, com ara *afiliar*, *agenciar*, *premiar*, *canviar*, *estudiar*, etc., en les persones primera, segona i tercera del singular i en la tercera del plural, l'accent ha de recaure sobre la penúltima síl·laba: *a-fi-li-a*, *a-gen-ci-a*, *pre-mi-a*, *can-vi-es*, *es-tu-di-en* (i no sobre l'antepenúltima: *a-ñi-lia*, *a-gen-cia*, *pre-mi-a*, *can-vi-es*, *es-tu-di-en*).

En els verbs acabats en *-uar* (*evacuar*, *descuar*) també tindrem una solució similar, perquè la síl·laba tònica, en les mateixes desinències, és la penúltima: *e-va-cu-en*, *des-cu-a*. Per contra, quan tenim verbs acabats en *-uar* (*adequar*, *liquar*), el grup vocàlic *-ua-* es comporta com un diftong *i*, en les persones gramaticals esmentades, l'accent recau sobre la síl·laba anterior: *a-de-qüe*, *a-de-qües*, *a-de-qua*, *a-de-qüen*: *li-qüe*, *li-qües*, *li-qua*, *li-qüen*.

#### b) Pronunciacions acceptables:

En registres de formalitat alta, també és acceptable la pronunciació dels grups vocàlics àtons finals *-ia*, *-ie* com a hiat: *història* (*his-tò-ri-a*), *sèrie* (*sè-ri-e*).

#### c) Pronunciacions no recomanables:

No és recomanable la diftongació de la *o* inicial en [aw]: *olor*, *obert*, *ofegar*. No ho és tampoc la reducció del diftong *ua* [wa], precedit de consonant velar (*q*, *g*), a una sola vocal: *quaranta* [koránta], *guanyar*

[goɲár]. Aquestes pronunciacions només seran possibles quan es vulguen reflectir situacions comunicatives molt informals.

## 2.2. Les consonants

2.2.1. Els sons alveolars corresponents a les grafies s, ss, c, ç, z, tz, ts, x, sc

a) Pronunciacions recomanables:

Seguint la pronúncia més estesa i prestigiada, en tots els registres formals i informals distingirem entre sordes i sonores.

*Sonora [z] (grafies: -s-, z)*

*casa [káza]*

*concisió [konsizió]*

*quinze [kínze]*

*zona [zóna]*

*Sorda [s] (grafies: s-, -s, -ss-, c, ç)*

*so [só]*

*cansat [kansát]*

*gros [grɔs]*

*passa [pása]*

*cirera [siréra]*

*caça [kása]*

El grup *tz* del sufix verbal *-itzar* i dels seus derivats nominals es pronunciarà com una [z]: *analitzar*, *organització*. I el grup *ts* en posició inicial, o bé com una [ts] o bé com una [s]: *tsar*, *tsarista*. Però en el cas dels nombres *dotze*, *tretze* i *setze*, i de mots com *atzavara* o *Adzeneta*, el grup *tz* tindrà la realització [ddz]: [dóddze], [tréddze], [séddze], [addzavára], [addzenéta]. I en el cas de *potser*, el grup *ts* la de [tts]: [pottsér].

La pronunciació de la *x* del grup *ex-* seguit de vocal serà [gz]: *examen* [egzámen], *exemple* [egzémpel], *exhaurit* [egzawrít]. Quan no es dóna aquest context, la pronunciació de la *x* és [ks]: *sintaxi* [sintáksi], *taxi* [táksi], *Mèxic* [méksik].

El grup -sc-, davant *e*, *i*, es pronuncia com a *s* sorda: *piscina* [pisína], *escena* [eséna].

En el grup -sc- dels verbs incoatius és possible la pronunciació com a [sk] i com a [ʃk]: *patisca* [patíska] o [patíʃka].

b) Pronunciacions no recomanables:

Encara que l'ensordiment de les *s* sonores no és recomanable en la pronunciació estàndard, pot servir per a recrear determinades situacions comunicatives poc formals o parlars col·loquials de la zona on és habitual: *casa* [kása], *quinze* [kínse].

En paraules com *comissió*, *impressió*, *consell* o *funció* no s'ha de sonoritzar la esse sorda.

S'ha d'intentar evitar també la pronunciació palatalitzada [ʃ] de la *s* del grup *ts* en posició final: *plats* [plátʃ]; i en posició medial en l'adverbi *potser* [potʃér] o [pòtʃér].

En els números *dotze*, *tretze* i *setze* no és recomanable pronunciar el grup *tz* com a [dʒ]: *dotze* [dódʒe].

## 2.2.2. Les consonants palatals representades per *g/j*, *tg/tj*, *x*

a) Pronunciacions recomanables:

En tots els registres formals i informals, es pronunciaran sons els sons corresponents a les lletres *g/j* i *tg/tj*: *gener* [ʒenér], *jugar* [ʒuyár], *fetge* [féʒe], *viatjar* [viadʒár].

És recomanable la pronunciació com a *i* semivocal de la *j* en les paraules *ja* [já] i *jo* [jó] o [jó].

b) Pronunciacions no recomanables:

Encara que l'ensordiment dels sons representats per *g/j* i *tg/tj* no és recomanable en el valencià estàndard, pot servir per a recrear deter-

minades situacions comunicatives poc formals o parlars col·loquials de la zona on és habitual: *Jaume* [tʃáwme], *platja* [plátʃa].

No és recomanable la pronunciació com a [j], en lloc de [dʒ], de la grafia *j* dels grups *-jecc-* i *-ject-*: *projecció* [projeksjó], *trajecte* [trajékte].

Cal evitar la pronunciació com a [js] del grup *ix*: *baixar* [bajsár], *coneix* [konéjs].

L'addició de vocals eufòniques davant del so palatal inicial *x* no és adequada: *Xàtiva* [aijátiva], *xarop* [aijaróp].

La pronunciació com a [dʒ] o com a [jʃ] de la *x* del grup *ex-* seguit de vocal en mots com *executar*, *exercici*, *exemple* o *exèrcit*, quedarà restringida a situacions comunicatives col·loquials de la zona on és pròpia.

### 2.2.3. Les consonants corresponents a les grafies *l*, *ll*, *ll*, *tl* i *tll*

a) Pronunciacions recomanables:

La *l* s'ha de pronunciar amb ressonància velar i evitar articular-la com la *l* del castellà: *caragol*, *pelat*, *colp*.

Convé conservar la *l* en paraules com *altre*, *nosaltres* i *vosaltres*.

El dígraf *ll* s'ha de pronunciar amb el so palatal lateral: *llum* [lúm], *callar* [kaʎár], *ull* [uʎ].

És possible tant la pronunciació geminada o com la simple del grup *tl* en paraules de caràcter patrimonial: *ametla* [amélla] o [améla], *vetla* [vélla] o [véla], etc., encara que la primera pronunciació es considera més pròpia de registres de formalitat alta.

El grup consonàntic *tl* en paraules cultes es pot pronunciar com a [dl] o com a [ll]: *atles* [ádles] o [állles], *atleta* [adléta] o [alléta].

El grup *tll*, en paraules com *bitllet*, *ratlla* o *rotllo*, es pronunciarà com a [ʎ].

El grup *ll* es pronunciarà sense geminació: *il·lusió* [iluzjó]), *novel·la* [novéla].

b) Pronunciacions acceptables:

És acceptable l'emudiment de la *l* en les paraules en situacions comunicatives espontànies: *altre* [átrre], *nosaltres* [nozátrres] i *vosaltres* [vozátrres].

En un registre formal elevat també serà acceptable la pronunciació geminada de *l·l*: *il·lusió* [illuzjó]), *novel·la* [novélla].

c) Pronunciacions no recomanables:

S'evitaran les pronunciacions següents:

- La pronunciació ieista del grup *ll* [j]: *llum* [júm], *callar* [kajár], *ull* [uj]. I especialment, el reforçament com a palatal africada de la consonant inicial: *llet* \*[dʒét].
- La pronunciació palatal de la *l* inicial de paraules cultes com *línia* [línia], *literatura* [literatúra].
- La pronunciació nasalitzada de la *ll* inicial de mots com *lleya* [néja], *llogar* [nyár].
- La pronúncia de la *t* de la lletra composta *tl*: *ametla* [amédla].

#### 2.2.4. Les consonants que representen les grafies b/p, t/d i g/c

a) Pronunciacions recomanables:

És recomanable la pronunciació de la *d* intervocàlica en els acabaments en *-ada* i *ador*: *menjada*, *vegada*; *mocador*, *llaurador*.

Els grups consonàntics finals *mp/mb*, *nt/nd*, *lt/ld*, *nc/ng* mantindran, en general, la darrera consonant: *llamp* [lámp]), *tomb* [tómp]), *pont*

[pón̄t], *dividend* [diviðé̄nt]; *molt* [mó̄lt], *herald* [erá̄lt], *cranc* [krá̄ŋk], *sang* [sá̄ŋk]. Notem, però, el cas de *temps* [té̄ms].

Els grups cultes *ads-*, *obs-* i *subs-*, seguits de consonant, poden mantindre o emmudir les consonants *b* i *d*: *ad̄scripció*, *sub̄scriure*.

En paraules de formació culta encapçalades pel grup *ps-* es recomana la desaparició de la *p*: *p̄seudònim*, *p̄siquiatria*.

El grup *gg* se simplificarà en *g*: *suggerir* [sud̄ʒerír].

En cognoms i topònims, quan es manté per tradició la combinació gràfica *ch* en posició final, cal pronunciar-la com a [k] i no com a [tʃ]: *Pitarch* [pitárk], *Albuixech* [alβujjék], *March* [márk], *Buch* [búk], *Bosch* [bó̄sk], etc. Però: *Alborch* [alβó̄rtʃ], d'origen àrab.

b) Pronunciacions acceptables:

També és acceptable en el valencià estàndard l'emudiment de les consonants finals en els grups *mp/mb*, *nt/nd*, *lt/lđ*: *llamp* [lá̄m]), *tomb* [tóm]), *pont* [pón̄], *dividend* [diviðé̄n]; *molt* [mól], *herald* [erál]. Aquest emudiment és especialment significatiu en la formació dels plurals: *llamps* [lá̄ms]), *tombs* [tóms]), *ponts* [pón̄s], *dividends* [diviðé̄ns], *molts* [mó̄ls], *heralds* [erá̄ls].

c) Pronunciacions no recomanables:

No són recomanables les realitzacions fonètiques següents:

- La desaparició de la *d* en posició intervocàlica en paraules com *boda*, *cadira*, *madur*, *cadena*, *nadal*, *roda*.
- La supressió de la *g* intervocàlica en paraules com *jugar*, *agulla*, *aigula*.
- L'epèntesi d'una *t* al final de paraules com *geni* [d̄ʒé̄nit], *premi* [pré̄mit].

- La palatalització del grup *-ts* en la formació dels plurals dels mots acabats en *nt/nd* i *lt/ld*: *ponts* [póntʃ], *molts* [móltʃ]. O quan s'afeg una *-s* a un mot acabat en *-t*: *pots* [pótʃ], *cabuts* [kaβútʃ].

### 2.2.5. La pronunciació de la *v*

#### a) Pronunciacions recomanables:

És preferible mantindre la distinció entre la *v* i la *b* en tots els registres: *vell-bell*, *vena-bena*, *veu-beu*, *vall-ball*.

#### b) Pronunciacions acceptables:

També és acceptable la reducció de la distinció entre [v] i [b] a [b] en els àmbits territorials en què es produeix: *viure* [bíwre].

#### c) Pronunciacions no recomanables:

S'ha d'evitar la caiguda de la *v* intervocàlica de les terminacions de l'imperfet d'indicatiu: *pujaves*, *pujàvem*, *pujàveu*, *pujaven*.

### 2.2.6. Les consonants vibrants *r* i *rr*

#### a) Pronunciacions recomanables:

En tots els registres és recomanable la pronunciació de les erres finals de paraula: *parlar*, *córrer*, *fortor*, *calor*, etc.

En verbs com *prendre* i *perdre* i els seus compostos, les formes d'infinitiu, futur i condicional elidiran la *r* de la primera síl·laba: *prendre* [péndre], *perdre* [pédre].

És recomanable l'emudiment de la *r* en paraules com *arbre dimarts*, *diners*, *llavors*, *marbre*, *socors*.

b) Pronunciacions acceptables:

També és acceptable en tots els registres la desaparició de la *-r* final, característica de les terres septentrionals i meridionals del valencià: *parlar* [parlá], *calor* [kaló].

c) Pronunciacions no recomanables:

Convé evitar solucions connotades com a vulgars, com ara: metàtesis com *quirdar* per *criidar*, *pedricar* per *predicar* o *crompar* per *comprar*; o l'elisió de la *r* en paraules com *poblema* per *problema* o *pograma* per *programa*.

Tampoc és recomanable l'addició d'una *r* final en paraules com *compte* [kónter] o en infinitius: *creure* [kréwrer]), *traure* [tráwrer].

### 2.2.7. Les consonants nasals *m*, *n* i *ny*

a) Pronunciacions recomanables:

En paraules patrimonials, els grups consonàntics *-tn-* i *-tm-* poden adoptar una pronunciació geminada o simple: *cotna* [kónna] o [kóna], *setmana* [semmána] o [semána], *sotmetre* [sommétre] o [sométre]. La primera de les solucions és més formal.

En paraules cultes, la pronunciació del grup *tm* serà [dm] o [mm]: *algoritme* [alyorídme] o [alyorímme]. En el cas del grup *tn* serà [dn] o [nn]: *ètnia* [édnja] o [énnja].

En els grups *bm* i *pm*, la pronunciació serà [bm] o [mm]: *submarí* [submarí] o [summarí], *Capmany* [kabmáj] o [kammáj].

En el grup *gn*, la pronunciació serà [gn] o [ŋn]: *designar* [dezignár] o [deziŋnár].

En els cas dels grups consonàntics cultes inicials *gn*, *mn* i *pn*, es recomana la supressió de la primera consonant: *gnom*, *mnemotècnia*, *pnemàtic*.



Es mantindrà la pronunciació del grup *-nn-* o es reduirà a *n*: *connexió*, *innocència*, *sexenni*. Però en cas que tinguem el prefix *in-*, es mantindrà la geminació: *innecessari* [innesesári].

En els grups cultes *cons-*, *ins-*, *trans-* és recomanable pronunciar la *n* en els registres formals: *conspirar*, *institut*, *transport*.

b) Pronunciacions no recomanables:

Convé evitar la pronunciació palatalitzada de la *n* inicial en paraules com *nervi* [nérvi] o *nugar* [nuyár].

## 2.3. La parla contínua

En la parla contínua, encadenem o posem en contacte les paraules per a formar unitats sintàctiques més extenses, com ara sintagmes. Aquest contacte de mots pot fer variar la pronunciació aïllada d'alguns sons, especialment en els límits de final de mot. És el que es coneix com a *enllaços fònics o fonètica sintàctica*. A continuació, mostrem les realitzacions naturals d'aquests enllaços, que considerarem les solucions recomanables. Cal advertir que dins de les transcripcions els accents secundaris es marquen amb accent greu i els primaris amb accent agut.

### 2.3.1. Contactes entre vocals

a) Fenòmens de diftongació:

En la frontera de mot es consideren recomanables les diftongacions pròpies del valencià:

Esta unitat [èstawnitát]

No ho du [nowdú]

No hi havia [no javía]

b) Fenòmens d'elisió:

En els límits entre paraules, quan ens trobem amb dues vocals idèntiques, es pot suprimir una d'aquestes vocals:

Entre els arbres [èntrelz áβres]

Que el cotxe [kel kótʃe]

Si una de les dues vocals és tònica, la que es pot elidir és l'àtona:

El que ha dit [el kađít]

No es volen [noz vólen]

Una hora [unóra]

Quina obra [kìnóβra]

Eixe home [èjʃóme]

Què esperes [kèspéres]

A mà esquerra [amàskéra]

2.3.2. Contactes entre consonants o entre consonant i vocal

a) Fenòmens d'assimilació de sonoritat:

a.1) Les consonants oclusives finals *b/p*, *d/t*, *g/c* en posició final de paraula s'ensordeixen totes: *tub* [túp], *Valladolid* [vaʎaðólít], *alberg* [albérk]. Ara bé, en la parla contínua, quan després hi ha una paraula que comença per una consonant sonora [b, d, g, v, z, dʒ, m, n, ɲ, l, ʎ, r, j, w], els sons oclusius esdevenen sons per assimilació a la consonant següent:

Tub redó [tùbređó]

Sac marró [sàgmaró]

Cap grandot [kàbgranðót]

Cap iogurt [kàbjoγúrt]

Això no passarà si la paraula següent comença per una consonant sorda o per una vocal: *sac tancat* [sàktancát], *grup antic* [grùpantík]. En aquest sentit, cal recordar també que els compostos que designen punts cardinals o procedència geogràfica també mantenen la consonant sorda: *nord-est* [nòrtést], *sud-americà* [sùtameriká].

α.2) Els sons finals fricatius i africats sords [f, s, ʃ, ts, tʃ] esdevenen sons quan la paraula següent comença per una vocal o per una consonant sonora:

Fotògraf alemany [fotðγravalemán]

Les ganes [lezγânes]

Peix adobat [pèjzaðoβát]

Pots anar-te'n [pòddzanárten]

Desig incomplít [dezidzĩkomplít]

El compliment d'aquesta assimilació de sonoritat permet el contrast entre sintagmes com:

Les ales [lezáles] / les sales [lesáles]

Els avis [elzávis] / els savis [elsávis]

Uns astres [unzástres] / uns sastres [unsástres]

Les eleccions [lezeleksjóns] / les seleccions [leseleksjóns]

b) El grup *-nt*

En el grup consonàntic final *-nt*, en paraules com *quant*, *sant* o *vint*, si la paraula següent comença per vocal, és preferible el manteniment de

la *-t* final, encara que també és acceptable l'elisió en les zones en què és pròpia: *sant Antoni* [santantóni] o [sanantóni], *quant és* [kwantés] o [kwanés], *vint actors* [vintaktórs] o [vínaktórs].

## 2.4. Remarques sobre la síl·laba tònica d'algunes paraules

a) Són paraules agudes:

Fluor, futbol, hoquei, linier, Munic, Nobel, poliglòt, radar, Raimon, Tibet, tiquet, viking, xandall, xassís.

b) Són paraules planes:

Acne, aeròstat, atmosfera, biosfera, conclave, decalitre, dentífric, dinamo, exegesi, hidrosfera, intèrfon, karate, leucòcit, libido, magnetòfon, medul·la, míssil, rèptil, sinèrgia, termòstat, tèxtil.

c) Són paraules esdrúixoles:

Aurèola, Cleòpatra (també Cleopatra), Dàmocles, èczema, elèctrode, Hèlsinki, màrqueting, olimpíada, període, Sàhara.

### 3. MORFOSINTAXI

Com a criteri general, tots els fenòmens relacionats amb la morfologia i la sintaxi tindran com a marc de referència les propostes gramaticals de l'AVL. Això no obstant, tenint en compte la complexitat de les situacions comunicatives en què ens podem trobar, considerem convenient marcar les pautes estilístiques següents.

#### 3.1. Formació del femení

##### 3.1.1. *El femení dels càrrecs i de les professions*

Quan ens referim a dones que exerceixen un càrrec o una professió, cal utilitzar la forma en femení. A tall d'orientació, i sense ànim d'exhaustivitat, en donem uns quants exemples:

advocat	advocada
agrònom	agrònoma
alcalde	alcaldessa (o l'alcalde)
ambaixador	ambaixadora
àrbitre	àrbitra
arquitecte	arquitecta
banquer	banquera
bidell	bidella
biòleg	biòloga
botànic	botànica
científic	científica

cirurgià	cirurgiana
capatàs	capatassa
cirurgià	cirurgiana
comediant	comedianta
comerciant	comercianta
comte	comtessa
degà	degana
dependent	dependenta
detectiu	detectiva
diplomàtic	diplomàtica
doctorand	doctoranda
enginyer	enginyera
escenògraf	escenògrafa
executiu	executiva
filòsof	filòsofa
físic	física
fotògraf	otògrafa
geògraf	geògrafa
gestor	gestora
hematòleg	hematòloga
jutge	jutgessa (o la jutge)
llettrat	llettrada
magistrat	magistrada
majordom	majordoma
marí	marina

mecànic	mecànica
miner	minera
missatger	missatgera
músic	música
metge	metgessa (o la metge)
notari	notària
pallasso	pallassa
pedagog	pedagoga
pediatre	pediatra
pedicur	pedicura
pèrit	pèrita
procurador	procuradora
psiquiatre	psiquiatra
químic	química
sacerdot	sacerdotessa
torero	torera
xòfer (o xofer)	xòfera (o xofera)

En canvi, altres són invariables, i fan la distinció de gèneres per mitjà del l'article que els acompanya:

un astronauta	una astronauta
un atleta	una atleta
un auxiliar	una auxiliar
un bus	una bus
el cap	la cap

el comptable	la comptable
el conferenciant	la conferenciant
el cònsol	la cònsol
un dibuixant	una dibuixant
un edil	una edil
un espia	una espia
un estudiant	una estudiant
el fiscal	la fiscal
el fisioterapeuta	la fisioterapeuta
el forense	la forense
el geòmetra	la geòmetra
el gerent	la gerent
el guàrdia	la guàrdia
un guixaire	una guixaire
un intèrpret	una intèrpret
un maniquí	una maniquí
el model	la model
un ordenança	una ordenança
el periodista	la periodista
el pilot	la pilot
el policia	la policia
el tastavins	la tastavins
el xef	la xef



### 3.1.2. Els mots acabats amb el sufix -ista:

#### a) Formes preferibles:

En els registres formals, orals i escrits, els mots acabats en *-ista* seran invariables: *lingüista, artista, socialista, activista, analista*, etc.

#### b) Formes acceptables:

Quan es vulga expressar una certa espontaneïtat i en els registres col·loquials, la variació de gènere també és acceptable: *artiste/artista; especialiste/especialista; futboliste/futbolista*; etc.

## 3.2. Formació del plural

### 3.2.1. Paraules acabades en -sc, -st, -xt i -ig

En aquesta classe de mots, es poden adoptar tant els plurals en *-os* com els plurals en *-s*: *boscós/boscos, castos/casts, textos/texts, desitjos/desigs*. Però, en paraules com *puig* i *test*, i en termes científics, com *blast*, *protist*, *cist* o *plast* (i els compostos), és preferible el plural en *-s*: *puigs, tests; blasts, protists, cists, plasts*.

### 3.2.2. Alguns noms acabats en -e àtona

#### a) Formes preferibles:

En tots els registres, els mots *home* i *jove* poden adoptar tant la terminació *-ns* (*hòmens, jóvens*) com la terminació *-s* (*homes, joves*); en tot cas, és convenient mantindre una homogeneïtat formal en el discurs. En altres paraules que tenen característiques morfològiques similars, es preferirà la solució en *-s*: *raves, marges, orfes, termes, imatges, verges, coves, ases*, etc.

b) Formes acceptables:

En registres espontanis i col·loquials també són possibles les solucions amb *-ns* de paraules com: *ràvens, màrgens, òrfens, térmens, imàtgens, vèrgens, còvens, àsens*, etc.

### 3.2.3. Plural de cognoms i dinasties

Quan el cognom designa diversos membres d'una mateixa família, posarem l'article en plural, però mantindrem el cognom en singular: *els Botín, els Blasco, els Cerdà*.

En el cas de les dinasties, n'hi ha que adopten la forma del plural (*els Àustries, els Borbons, els Trastàmars*, etc.), i n'hi ha que prefereixen posar en plural només l'article inicial (*els Savoia, els Borja, els Estuard, els Tudor*, etc.).

### 3.2.4. Plural de paraules compostes

#### 3.2.4.1. Compostos soldats o units amb guionet

Farem el plural afegint una *s* al final de la paraula:

blanc-i-negre

blanc-i-negres

curtcircuit

curtcircuits

llargmetratge

llargmetratges

nouvingut

nouvinguts

gira-sol

gira-sols

vila-realenc

vila-realencs

### 3.2.4.2. *Compostos amb dos noms separats*

La marca de plural la tindrà la primera paraula, i la segona es mantindrà invariable:

cotxe bomba	cotxes bomba
decret llei	decrets llei
vagó restaurant	vagons restaurant
pis pilot	pisos pilot

### 3.2.4.3. *Compostos amb un nom i un adjectiu separats*

El morfema de plural s'aplica als dos elements:

guàrdia civil	guàrdies civils
polícia nacional	polícies nacionals
novel·la negra	novel·les negres
rellotge digital	rellotges digitals

### 3.2.5. *En noms provinents d'altres llengües*

Les paraules que són préstecs d'altres llengües, tant si estan adaptades ortogràficament com si mantenen la forma original, faran el plural seguint les solucions morfològiques habituals en valencià:

aquellarre	aquellarres
currículum	currículums
mítin	mítins
pírcing	pírcings
flaix	flaixos

espagueti

espaguetis

ikastola

ikastoles

land

lands

whisky

whiskys

En els casos en què el préstec ha penetrat amb la forma originària de plural entre els especialistes d'un camp temàtic, es mantindrà la forma originària. En són un exemple termes musicals com: *castrati* (sing. *castrato*) o *lieder* (sing. *lied*).

### 3.3. Determinants

#### 3.3.1. Article

##### 3.3.1.1. Forma de l'article definit masculí

a) Forma preferible:

La forma *el* és la solució general en tots els registres: *Vam deixar el cotxe a casa.*

b) Forma acceptable:

Les formes *lo*, *los*, característiques dels parlars septentrionals (*lo cotxe*, *los carros*), són acceptables en registres menys formals o col·loquials per marcar situacions comunicatives dels àmbits territorials on són pròpies.

### 3.3.1.2. Article neutre

#### 3.3.1.2.1. En construccions abstractives o generalitzadores

a) Forma preferible:

En la llengua estàndard, en construccions abstractives o generalitzadores, on l'article funciona com a substantivador d'adjectius o d'oracions de relatiu, la forma general que farem servir serà *el*:

Preferix el dolç al salat (i no: \*Preferix lo dolç a lo salat)

Farà tot el que podrà (i no: \*Farà tot lo que podrà)

Quan la substantivació afecte estructures preposicionals, participis o possessius, caldrà buscar solucions diferents a la simple anteposició de la forma de l'article *el*:

Torna-li les seues coses (i no: \*Torna-li lo d'ella)

El que s'indica és inadequat (i no: \*Lo indicat és inadequat)

No vol res meu/de les meues coses (i no: \*No vol res de lo meu)

b) Formes no recomanables:

L'ús de la forma *lo* amb valor generalitzador o abstractiu podrà usar-se, si és procedent, per a marcar situacions comunicatives de baixa formalitat o col·loquials.

No són recomanables les formes *això*, *allò* + adjectiu amb la funció generalitzadora, si no tenen una funció dídctica (és a dir, s'usen per a referir-se a alguna cosa concreta):

(Funció generalitzadora) \*Eixa persona representa allò antiquat  
(en lloc de: Eixa persona representa les coses antiquades/un estil antiquat)

(Funció dídctica) Dóna'm allò que hi ha allí

### 3.3.1.2.2. Construccions amb valor intensiu i locucions

#### a) Formes preferibles:

L'expressió de la intensitat s'ha de realitzar per mitjà d'elements quantitius i no amb estructures amb l'article *lo* o amb l'article *el*:

No et pots imaginar que bé que ens ho hem passat (i no: \*No et pots imaginar lo bé que ens ho hem passat)

Em sorprén com toca de bé el piano (i no: \*Em sorprén lo bé que toca el piano)

Ho faré tan ràpid com puga (i no: \*Ho faré lo més ràpid possible)

#### b) Formes no recomanables:

En algunes ocasions, utilitzem modismes amb la forma de l'article *lo* que no són propis del valencià: *a lo gran*, *en lo successiu*, *a lo seu*, *en lo referent a*, etc. Cal buscar alternatives pròpies de la llengua: *de manera copiosa*, *d'ara en avant*, *a la seua*, *pel que fa a*, etc.

### 3.3.2. Demonstratius

#### a) Formes preferibles:

En tots els registres orals, tant en els formals com en els informals, s'usaran els determinants demostratius simples amb un sistema díctic de tres graus: *este* (proximitat), *eixe* (distància intermèdia), *aquell* (llunyania). Les formes del masculí singular *este* i *eixe*, davant d'una paraula que comença en vocal, elideixen la vocal final: *este home* (pron. [estóme]), *eixe arbre* (pron. ejjáβre).

En la redacció de textos escrits, quan el text es reproduïska en la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.), també s'usaran els demostratius reduïts. Ara bé, en el portal web institucional (ràdio i TV) i en les xarxes socials de la Corporació, si no és el cas que la informació ja

ve redactada de l'edició oral, es donarà preferència a les formes reforçades dels demostratius: *aquest* (proximitat i distància intermèdia), *aquell* (llunyania). Per al masculí plural del demostratiu *aquest* s'ha d'emprar la forma *aquests*.

En els cas dels pronoms demostratius neutres, s'adoptarà el sistema de tres graus amb les formes següents: *açò* (proximitat), *això* (distància intermèdia), *allò* (llunyania).

Els demostratius locatius també tenen un sistema de tres graus amb les formes següents: *ací* (proximitat), *ahí* (distància intermèdia), *allí* o *allà* (llunyania).

#### b) Formes acceptables:

En la llengua oral, en registres marcats per un grau de formalitat elevat, també serà possible optar pel sistema binari de demostratius en forma reforçada: *aquest* (proximitat i distància intermèdia), *aquell* (llunyania).

Pel que fa a la forma *aquí* amb valor de distància intermèdia, si és el cas, ha de quedar restringida al registre formal elevat. Aquesta forma també pot adoptar el valor de proximitat; en aquest cas, és acceptable per a marcar restrictivament una procedència geogràfica (parlars més septentrionals i meridionals).

#### c) Formes no recomanables:

Cal evitar l'ús de la forma *astò*.

### 3.3.3. Possessius

#### a) Formes preferibles:

En el cas dels possessius tòpics, les corresponents formes femenines seran les següents: *meua*, *teua*, *seua*, *meues*, *teues*, *seues*.

Davant de noms de parentiu i amb certes expressions, les formes del possessiu àton poden alternar amb les del possessiu tònic en tots els registres: *mon pare / el meu pare, ma mare / la meua mare, sa tia / la seua tia*, etc.; *en ma vida / en la meua vida, a ma casa / a la meua casa*.

Els possessius àtons també són adequats en algunes fórmules de tractament com: *sa santedat, sa excel·lència, ses majestats, sa il·lustríssima, ses senyories*.

b) Formes no recomanables:

No són recomanables les formes arcaiques *llur, llurs*, que seran substituïdes per *el seu, la seua, els seus, les seues*.

Tampoc no és recomanable usar el possessiu associat amb parts del cos, noms de parentiu, objectes pròxims, etc., quan la relació és òbvia i no hi ha possibilitat de confusió.

Vindrà amb la dona i els fills (i no: amb la seua dona i els seus fills)

La pilota li ha pegat al braç (i no: La pilota li ha pegat al seu braç)

Si no queda satisfet, li tornem els diners (i no: els seus diners)

He portat el cotxe al taller (i no: *el meu cotxe*)

### 3.3.4. Numerals

#### 3.3.4.1. Cardinals

a) Formes preferibles:

En tots els registres orals (formals i informals), es preferirà l'ús invariable del numeral *dos* (ex., *les dos candidates a la Presidència del Govern*), i les formes *huit, huitanta, huit-cents, dèsset, díhuit* i *dènou*.



En la redacció de textos escrits, quan el text es reproduïska en la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.), també s'usarà la forma invariable del numeral *dos*. Ara bé, en el portal web institucional (ràdio i TV) i en les xarxes socials de la Corporació, si no és el cas que la informació ja ve redactada de l'edició oral, es donarà preferència a la variació de gènere del numeral *dos*:

Els dos candidats

Les dues candidates

b) Formes acceptables:

En la llengua oral, quan hi haja un interès per reflectir un registre de formalitat elevada, també és possible la variació de gènere del numeral *dos*: *dos/dues*.

És acceptable la pronunciació de *dènou* com a [dɛ̃nɔw] en situacions comunicatives espontànies i col·loquials.

### 3.3.4.2. Ordinals

a) Formes preferibles:

En tots els registres orals, les formes dels ordinals corresponents a 5, 6, 7 i 8 podran ser les formes simples *quint*, *sext*, *sèptim* i *octau* o les derivades amb el sufix *-é/-ena*, *cinqué*, *sisé*, *seté* i *huité*. A partir del 9, es formen amb el sufix *-é/-ena*: *nové*, *desé*, *onzé*, etc.

El Llevant ocupa la quinta/la cinquena posició

L'Orfeo ha interpretat la Huitena Simfonia de Mahler

Bautista ha pujat al nové lloc en la classificació de l'ATP

En la redacció de textos escrits, quan el text es reproduïska en la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.), es reproduirà la solució de l'emissió oral. No obstant això, en el portal web institucional (ràdio i

TV) i en les xarxes socials de la Corporació, si la informació no ve ja redactada de l'edició oral, es donarà preferència a les formes *cinqué*, *sisé*, *seté* i *huité*.

### El Llevant ocupa la cinquena posició

Les variants simples poden constituir-se també com a substantius per a designar determinats conceptes com estrofes (*una octava clàssica*), intervals musicals (*una sexta menor*) o la coincidència en un any (*ser de la mateixa quinta*).

b) Formes acceptables:

És possible usar així mateix altres solucions populars com: *el que fa cinc*, *el que fa nou*, *la que fa dotze*, etc.

### El Castelló ja va el que fa cinc

c) Formes no recomanables:

En registres formals, convé evitar l'ús invariable de *primer* i *segon* quan acompanyen substantius en femení o en plural: *\*La primer volta*; *\*la segon casa*; *\*les segons eleccions*.

### 3.3.5. Quantitativus

a) Formes preferibles:

En el cas del quantitatiu *molt*, l'usarem en els contextos negatius, interrogatius i en les condicionals en tots els registres orals i escrits:

Enguany la collita de taronges no ha sigut molt bona

Que en vols molts?

Si se'n presenten molts més, no en tindrem prou

La quantificació exclamativa d'un nom s'ha de dur a terme amb *quin* i no amb *que*:

Quin fred que fa! (i no: \*Que fred que fa!)

Quin morro que té (i no: \*Que morro que té!)

b) Formes acceptables:

El quantitatiu *gaire* quedarà restringit a registres orals i escrits de formalitat relevada:

A l'hospital no queden gaires vacunes antigripals

Queda realment gaire marge de maniobra?

Si hi ha gaires mesures més, la situació pot esdevenir insuportable

c) Formes no recomanables:

No s'ha de confondre el pronom *res* amb el quantitatiu *gens*:

No tardarà gens a tornar (i no: \*No tardarà res a tornar)

### 3.3.6. *Indefinits*

a) Formes preferibles:

L'indefinit *cap* és la solució recomanable en tots els registres orals i escrits:

No té cap problema

b) Formes acceptables:

L'indefinit *ningun*, encara que no és la solució preferible en registres formals, pot aparèixer, alternant amb *cap*, en situacions comunicatives orals no formals:

No té ningun problema

c) Formes no recomanables:

S'ha d'evitar l'elisió de l'article indefinit davant de la forma *altre* en contextos com:

\*Altre tema que abordarem serà... (en lloc de: Un altre tema que abordarem serà...)

\*S'ha detectat altre cas de violència masclista (en lloc de: S'ha detectat un altre cas de violència masclista)

Generalment, evitarem l'ús de l'indefinit *cap* davant de noms incompatibles:

No té gens de consistència (i no: \*No té cap consistència)

No em fa gens de por (i no: \*No em fa cap por)

### 3.4. Pronoms

#### 3.4.1. Pronoms forts i indefinits

Les solucions pròpies dels registres formals orals i escrits són: *nosaltres*, *vosaltres*.

La forma *u* del pronom indefinit és la recomanada en les construccions impersonals en tots els registres: *Quan u té un accident no sap què fer*. S'evitarà l'ús de la forma arcaica *hom*.

Les formes *tots* i *tot el món* prevaldran sobre la forma *tothom*.

### 3.4.2. Pronoms febles

a) Formes preferibles:

a.1) Les formes que han d'adoptar els pronoms febles en els registres formals orals i escrits són les proposades per la normativa lingüística:

Em pareix

Vull casar-me

Ens n'anem

Anem-nos-en

En el cas del pronom feble corresponent a la segona persona del plural, convé advertir que la forma preferible en l'oralitat, en tots els registres formals i informals, és la invariable:

Vos acompanye

Vull acompanyar-vos

No vull perdre-vos

En la redacció de textos escrits, quan el text es reproduïska en la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.), també s'usarà la forma invariable *vos*. Però, en el portal web institucional (ràdio i TV) i en les xarxes socials de la Corporació, si la informació no ve ja redactada de l'edició oral, es donarà preferència a les formes variables *us/vos*:

Us acompanye

Vull acompanyar-vos

No vull perdre-us

a.2) En els temps compostos, quan els pronoms de tercera persona adopten la forma femenina (*la, les*), es recomana la concordança del participi amb el pronom feble tant en registres orals com escrits:

Eixa situació econòmica, ja l'hem viscuda (i no: Eixa situació econòmica, ja l'hem viscut)

Les opcions de guanyar, les ha perdudes (o no: Les opcions de guanyar, les ha perdut)

a.3) Cal conservar els usos normatius i tradicionals dels pronoms *en*, *hi* i *ho* en tots els registres:

En tinc dos (i no: \*Tinc dos)

Has vingut alguna volta a ma casa? Sí que hi he anat (i no: \*Sí que he anat)

Què vols? Ho vull tot (i no: \*Vull tot)

b) Formes acceptables:

En la llengua oral, és possible la variació del pronom feble de segona persona del plural (*us / vos*) quan es pretén marcar una formalitat elevada.

En la llengua oral, en situacions comunicatives espontànies i col·loquials, també són possibles davant d'un verb començat per consonant les formes plenes dels pronoms febles *me*, *te*, *se*, *ne*: *me pareix*, *te duc*, *se casa*, *se renten*, *ne tinc*.

c) Formes no recomanables:

La forma del pronom feble *mos* (< *ens/nos*) s'evitarà en textos formals i informals, encara que podrà servir com a recurs per a marcar situacions comunicatives orals molt col·loquials.

\*Mos n'anem (en lloc de: ens en anem o ens n'anem)

\*Anem-mos-en (en lloc de: anem-nos-en)

També tindrà un ús restrictiu similar la reducció a *es* dels pronoms febles de primera i segona persona del plural, pròpia del registre col·loquial d'alguns parlars:

\*Se n'anem (en lloc de: ens en anem o ens n'anem)

\*Se n'aneu (en lloc de: vos/us en aneu o vos/us n'aneu)

### 3.5. Usos preposicionals

En línies generals, el model de referència és el que indica la GNV de l'AVL. Això no obstant, tot seguit es fan una sèrie de remarques.

#### 3.5.1. En les expressions locatives

Davant de noms propis de lloc, per a indicar la localització s'usarà la preposició *a*:

Viu a Girona (i no: Viu en Girona)

Quan no són noms propis, però expressen un lloc físic, és possible optar per la preposició *a* o per la preposició *en*:

Viu al/en el carrer Major

Viuen a/en diferents cases dels afores

Pròximament a/en la televisió valenciana

Si s'expressa una localització metafòrica, s'usarà la preposició *en*:

Estem en una crisi constant

#### 3.5.2. En les expressions temporals

a) Formes preferibles:

—

En les parts del dia, sovint poden alternar *a* i *de*: *al matí / de matí, a la vesprada / de vesprada, a la nit / de nit, a la matinada / de matinada*. Però: *al migdia, a l'hora de dinar*, etc.

Els mesos i les festes poden anar amb *a* o amb *per* + article: *al gener / pel gener; al març / pel març; a Sant Vicent / per Sant Vicent*.

Les estacions, segons els casos, poden anar amb *a* o amb *de*: *a l'hivern/d'hivern, a l'estiu / d'estiu*. Però: *a la primavera, a la tardor*.

En els anys, hi ha diverses possibilitats: amb la preposició *en* o sense.

En el 2017

En 1970

L'any 2021

El 2005

b) Formes no recomanables:

No són pròpies de registres formals les solucions amb la preposició *en* per als mesos, les festes i les estacions: *en gener, en Sant Vicent, en estiu*.

Tampoc no són pròpies de registres formals les solucions amb la preposició *per* per a les parts del dia: *pel matí, per la vesprada, per la nit*.

Però, tant uns casos com els altres, si és el cas, podran servir com a recurs per a marcar situacions comunicatives orals col·loquials.

### 3.5.3. En els règims preposicionals

En construccions de règim preposicional amb *a*, *en*, *de* i *amb* davant de la conjunció *que*, s'ha d'eliminar la preposició o buscar solucions alternatives amb bases buides com l'expressió *el fet*:



El rumor que no vindrà és fals (i no: \*El rumor de que no vindrà és fals)

Està content que vingues (i no: \*Està content de que vingues)

Un pare s'oblida que el fill era al cotxe / del fet que el fill era al cotxe (i no: \*Un pare s'oblida de que el fill era al cotxe)

El Govern s'arrisca que li tomben el pressupost / al fet que li tomben el pressupost (i no: \*El Govern s'arrisca a que li tomben el pressupost)

En construccions de règim preposicional amb subordinades substantives en infinitiu, segons les característiques del verb, poden alternar les preposicions *en* i *a* (*basar-se, complaure's, consistir, interessar-se*, etc.) o les preposicions *amb*, *a* i *de* (*conformar-se, comptar, avenir-se, estar d'acord, amenaçar*, etc.):

Això consisteix *a/en* fer diverses prospeccions

Comptava *de/amb* cobrar més diners

En aquests contextos sintàctics, hi ha alguns verbs en què l'ús més generalitzat és sense alternança (*afanyar-se, tardar, entretenir-se*): *No tardaré a vindre* (i no: \**No tardarà en vindre*).

#### 3.5.4. La preposició *a* + complement directe

En la llengua oral, és possible en tots els registres la presència o l'absència de la preposició *a* davant d'un nom propi sense article:

S'ha vist *a* Ximo Puig passant el dia per l'Albufera

S'ha vist Ximo Puig passant el dia per l'Albufera

Però en els textos escrits en el web i en les xarxes socials de la Corporació la solució sense preposició serà la preferent.

### 3.5.5. Usos de per i per a

#### a) Formes preferibles:

L'expressió d'una finalitat, fins i tot si comporta una intencionalitat, s'expressarà amb la preposició *per a* en tots els registres:

Els polítics treballen per a millorar la situació actual

#### b) Formes acceptables:

En els registres formals escrits, la intencionalitat marcada amb un verb d'acció també es podrà expressar amb la preposició *per*:

Els polítics treballen per millorar la situació actual

### 3.5.6. Les preposicions davall i sota

Les preposicions *davall* i *sota* són sinònimes i indiquen una posició inferior respecte a un altre referent. Però, mentre que *davall* serà la forma preferent amb sentits físics (*S'ha deixat el llibre davall de la taula*), *sota* és la forma recomanada amb sentits abstractes (*Està sota les seues ordes*). En aquests contextos, no és recomanable l'ús de *baix* (*S'ha deixat el llibre baix de la taula*; \**Està baix les seues ordes*).

## 3.6. Les conjuncions i altres connectors

Caldrà seguir la normativa gramatical. Amb tot, convé fer algunes remarques:

- La conjunció final presenta la forma *perquè* en la llengua estàndard: *Li ho dic perquè estiga preparat*. L'ús de la forma *per a que* podrà servir com a recurs expressiu en situacions comunicatives poc formals: *Li ho dic per a que estiga preparat*.

- Les formes *mentre* i *mentre que* són les preferibles de registres formals; amb tot, també són acceptables les formes *mentres* i *mentres que* en contextos espontanis i en registres informals.
- L'expressió de la confirmació amb *sí* seguida d'una oració exigeix la presència de *que*: *Sí que ho faré* (i no: *\*Sí ho faré*).
- El connector de contrast *no obstant això* (o *això no obstant*) també pot tindre la solució *no obstant*.
- No són recomanables les formes cultes: *car*, *puix*, *puix que*, *nogensmenys*.

### 3.7. Algunes remarques sintàctiques més

- L'expressió de la probabilitat es durà a terme preferentment amb la perífrasi *deure* + infinitiu: *Deuen ser les dotze*. L'ús del futur, encara que també acceptable, és una opció menys formal.
- Les construccions amb el verb *haver-hi*: quan aparega amb un sintagma nominal en plural, és possible tant la no concordança del verb com la concordança, encara que aquesta darrera és menys formal: *Hi havia / hi havien molts hòmens*. En tot cas, cal evitar el pleonasma, o aparició redundat, del pronom *en*: *\*N'hi havia molts hòmens*.
- Cal evitar la confusió entre el CD i el CI, que afecta també els pronoms corresponents:

L'informem que ha eixit una oferta fantàstica (i no: *\*Li informem que ha eixit una oferta fantàstica*)

La mort del seu germà el va afectar molt (i no: *\*La mort del seu germà li va afectar molt*)

Pentina'l (i no: *\*Pentina-li*)

- La perífrasi *anar a* + infinitiu no s'ha d'usar per a expressar un futur imminent, una intenció o una valoració si el verb *anar* va en present:

Ara parlarem del tema de la setmana (i no: Anem a parlar del tema de la setmana)

Demà les temperatures pujaran (i no: Demà les temperatures van a pujar)

Està a punt de ploure (i no: Va a ploure)

Què vols fer? (i no: Què vas a fer?)

Així com has de curar-te? (i no: Així com vas a curar-te?)

Però convé advertir que sí que pot tindre un valor d'imminència si el verb *anar* va en passat: *Anàvem a telefonar-li ara mateix*.

- Les oracions que indiquen una acció posterior a la principal no poden anar encapçalades per un gerundi:

Va tindre un accident i es va quedar paraplègic (i no: \*Va tindre un accident quedant-se paraplègic)

- Les oracions de relatiu preposicionals, quan van precedides d'un antecedent, no es poden expressar amb la forma article definit + *que*:

El futbolista del València s'ha posat a calfar a la banda en què / on es troben els aficionats de l'equip contrari (i no: \*El futbolista del València s'ha posat a calfar a la banda en la que es troben els aficionats de l'equip contrari)

## 3.8. La morfologia verbal

### 3.8.1. Formes personals

Se seguiran les opcions normatives primàries de l'AVL. Amb tot, convé fer algunes remarques:

#### 3.8.1.1. Present d'indicatiu

##### a) Formes preferibles:

Com a forma general de la primera persona del present d'indicatiu dels verbs de la primera conjugació, cal usar les formes amb la desinència *-e*: *parle*. En la resta de conjugacions, són preferibles les formes sense desinència: *perd*, *dorm*.

En verbs amb infinitiu acabat en *-aure* o *-eure* (*caure*, *creure*, *jaure*, *seure*, *traure*, *veure*) la primera persona i la segona del plural es farà amb una *i* consonàntica: *caiem*, *caieu*; *veiem*, *veieu*.

Quant al verb *ser*, la segona persona del present d'indicatiu és *eres* en tots els registres orals i escrits: *Tu ja eres vell*.

##### b) Formes acceptables:

Les formes de la primera persona en *-o* també són acceptables quan es vol posar de manifest la procedència geogràfica (com en el cas dels parlars septentrionals).

En el cas dels verbs acabats en *-aure* o *-eure*, són també acceptables en situacions comunicatives orals de caràcter espontani les solucions sense la *-i-*: *caem*, *caeu*; *veem*, *veeu*.

L'ús de la forma de segona persona del present d'indicatiu *ets*, com a alternativa a *eres*, només apareixerà si existeix ambigüïtat comunicativa entre el present i l'imperfet (*Tu ets/eres l'alcalde*).

### 3.8.1.2. Formes dels incoatius

#### a) Formes preferibles:

En tots els registres orals, formals i informals, el present d'indicatiu dels verbs incoatius de la tercera conjugació adoptarà les formes amb les terminacions *-isc*, *-ixes*, *-ix* i *-ixen* en la primera, segona i tercera persones del singular i la tercera del plural, respectivament: *patisc*, *patixes*, *patix*, *patixen*.

La marca patrocinadora vos oferix este programa

Aquestes formes també es mantindran en la redacció de textos escrits emesos en la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.). Però, en el cas del portal web institucional (ràdio i TV) i en les xarxes socials de la Corporació, seran preferents les solucions *pateixes*, *pateix* i *pateixen*, sempre que la informació no vinga ja redactada de l'edició oral.

Per al present de subjuntiu, cal utilitzar les formes amb les terminacions *-isca* per a la primera i la tercera persones del singular, *-isques* per a la segona i *-isquen* per a la tercera del plural:

Patisca, patisques, patisca, patisquen

#### b) Formes acceptables:

En registres orals marcats per una formalitat alta, també poden ser acceptables les variants del present d'indicatiu en *-eix* per a la segona i tercera persona del singular i per a la tercera del plural: *pateixes*, *pateix*, *pateixen*.

### 3.8.1.3. Formes de l'imperfet de subjuntiu

#### a) Formes preferibles:

En tots els registres, l'imperfet de subjuntiu adoptarà les formes amb les terminacions *-ara, -ares, -ara, -àrem, -àreu, -aren*:

*Parlara, parlares, parlara, parlàrem, parlàreu, parlaren*

#### b) Formes acceptables:

En determinades circumstàncies, per raons d'adequació al context comunicatiu (registre formal elevat, procedència geogràfica de l'usuari), també són possibles les formes en *-s-*: *parlés, parlesses, parlés, parléssem, parlésseu, parlessen*.

### 3.8.1.4. Formes auxiliars del passat perifràstic

Per al passat perifràstic, s'utilitzaran com a preferents les formes monosil·làbiques *vas, vam, vau* i *van*: *Vam anar al míting*.

També són acceptables les variants formals *vares, vàrem, vàreu, varen*.

### 3.8.1.5. Formes del verb haver

Quan el verb *haver* actua com a verb auxiliar o modal són preferibles les formes *hem* i *heu*, com a primera i segona persones del plural del present d'indicatiu del verb *haver*, en lloc d'*havem, haveu*.

Per al present de subjuntiu, són preferibles les formes *hàgem* i *hàgeu*, en lloc d'*hagem, hageu*.

### 3.8.1.6. Algunes consideracions sobre l'imperfet d'indicatiu

#### a) Formes preferibles:

—

En registres formals, orals i escrits, verbs com *dir*, *fer*, *dur* i *riure* i els verbs acabats en *-ure* (ex: *caure*, *creure*, *jaure*, *traure* o *veure*) faran l'imperfet d'indicatiu amb la *-i-* semivocàlica: *deia*, *deies*, *deia*, *déiem*, *déieu*, *deien*.

b) Formes no recomanables:

No són recomanables les solucions en què se suprimeix aquesta *i* semivocàlica o la *e* prèvia (*dir*, *riure*), si no és el cas que s'intente reproduir una situació comunicativa molt col·loquial, *vea*, *fea*, *dia*, *ria*.

### 3.8.1.7. Algunes remarques sobre el present de subjuntiu

En verbs de la tercera conjugació com *collir*, *cosir*, *cruixir*, *engolir* o *renyir*:

a) Formes preferibles:

En els registres formals orals i escrits, cal utilitzar les formes no velaritzades en la primera persona del present d'indicatiu i en les formes del present de subjuntiu:

Cull; culla, culles, culla, collim, colliu, cullen

b) Formes acceptables:

També és possible la solució velaritzada d'aquesta classe de verbs en registres orals espontanis i de formalitat baixa.

Cullc; cullga, cullgues, cullguen

D'una altra banda, en verbs irregulars de la segona i de la tercera conjugació com *vindre*, *tindre*, *conèixer*, etc., les desinències en *-am*, *-au* (*vingam*, *vingau*), no generals geogràficament, quedaran restringides a registres orals poc formals.



### 3.8.1.8. *El verb voler*

#### a) Formes preferibles:

En la llengua oral, la forma preferent en tots els registres (formals i informals) per a la primera persona del present d'indicatiu és *vull*. En el cas del present de subjuntiu, aquesta preferència correspondrà a les formes:

*Vulla, vullgues, vullga, vullguem, vullgueu, vullguen*

En la llengua escrita, aquestes solucions es mantindran en els textos projectats sobre la pantalla de la TV (subtitulació, anuncis, etc.). No obstant això, quan es penge una informació en la pàgina web institucional (ràdio i TV) o en les xarxes socials de la Corporació, si el text no reproduïx una redacció ja prèvia procedent de l'emissió oral, s'adoptaran com a opcions preferents les formes *vulga, vulgues, vulga, vulguem, vulgueu, vulguen*.

#### b) Formes acceptables:

En registres orals amb una formalitat elevada, també són possibles les solucions despalatalitzades: *vulga, vulgues, vulga, vulguem, vulgueu, vulguen*.

Per a la primera persona del present d'indicatiu, la forma *vullc* és acceptable en registres espontanis i de formalitat baixa.

### 3.8.2. *Les formes verbals no personals*

#### 3.8.2.1. *Infinitiu*

En relació amb els verbs que presenten l'alternança de les terminacions *indre/enir* en la forma d'infinitiu, cal utilitzar en tots els registres les formes acabades en *-indre*: *tindre, vindre, mantindre*, etc. Això no

obstant, també són acceptables les formes en *-enir* (*tenir, venir*, etc.) en el registre formal elevat i quan reflectisquen una procedència.

Per als infinitius que presenten l'alternança de les terminacions *-re/-er*, cal usar les formes acabades en *-re*: *caldre, doldre* o *valdre*.

L'infinitiu *veure* presenta la variant *vore*, que és la pròpia de registres més espontanis i informals.

### 3.8.2.2. Gerundi

Cal evitar en tots els registres les formes velaritzades dels verbs de la segona conjugació:

- \*veguent en lloc de veient
- \*creguent en lloc de creient
- \*coneguent en lloc de coneixent
- \*correguent en lloc de corrent
- \*diguent en lloc de dient
- \*duguent en lloc de duent
- etc.

En verbs com *caure, creure, jaure, traure* o *veure*, que duen una *-i-* semi-vocàlica com a solució preferent (*creient, veient*), la falta d'aquesta *-i-* (*creent, veent*) és també acceptable en situacions comunicatives orals espontànies.

### 3.8.2.3. Participi

En el cas dels participis d'alguns verbs de la tercera conjugació que presenten l'alternança de les terminacions *-it/-ert*, cal utilitzar les formes acabades en *-it*: *complit, establí, oferit, omplit*.

En el cas del verb *ser*, cal usar la forma *sigut*. La forma *estat* ha de quedar restringida al registre formal elevat.

En el cas del verb *riure*, és preferible la forma *rist*.

## 4. LÈXIC

### 4.1. Criteri general

Com a norma general:

- Són formes preferents les formes que el *Diccionari normatiu valencià* de l'AVL té com a entrades principals. Exemples: *bes, clòtxina, bresquilla, calfar, cosquerelles, escaló, avant, carrera, castic, cine, acomiadar, estrela, faena, forqueta, hui, llavadora, mentida, oncle, menut, paréixer, agafar, febra, afonar, bonegar, galleta, llanda, palometa, xafar, etc.*
- Són formes acceptables les paraules que el DNV té com a secundàries. Aquesta acceptabilitat està condicionada al fet que es corresponguen amb solucions identificables pels valencians, bé perquè tenen una extensió geogràfica dins del territori valencià significativa (exemples: *besada, musclo, préssec, escalfar, pessigolles, graó, estel, agarrar, despedir, mentira, tio, avui, enfonsar, etc.*), bé perquè l'estandardització de la llengua les ha fetes habituals (exemples: *endavant, cursa, càstig, cinema, estrella, feina, forquilla, rentadora, petit, semblar, febre, renyar, galeta, llauna, papallona, trepitjar, etc.*).
- Són formes no recomanables en registres formals les paraules que duen la marca de col·loquial al DNV. Exemples: *aixina, agulletes, calentura, conseguir, cridar 'telefonar', curro, làmpara, patejar, quarto 'habitació', rabo, robo, samarro, sampar, tamany, tonto, vago, xillar, xiste, etc.*

## 4.2. Remarques

### 4.2.1. Paraules que presenten l'alternança a/e

En els verbs, així com en les paraules que en deriven, que presenten una alternança gràfica de *a* i *e* en el radical, són preferibles les formes en *a*. Ex.

arrancar	arrencar
avançar	avençar
llançar	llençar
nadar	nedar
traure	treure
xarrar	xerrar

### 4.2.2. Paraules que presenten l'alternança e/o

En paraules com les que s'indiquen a continuació, que tenen una alternança gràfica, són preferibles les formes amb *e*. Ex.

fenoll	fonoll
redó	rodó
renyó	ronyó

### 4.2.3. Paraules que presenten l'alternança ø/r

En paraules com les següents, que presenten una alternança gràfica, són preferibles les formes sense *r*. Ex.

alfàbega	alfàbrega
murta	murtra
cartó	cartró

#### 4.2.4. Paraules que presenten l'alternança -esa/-ea

Les formes preferibles són les acabades en *-esa*. Les formes en *-ea* poden resultar especialment expressives en registres poc formals i populars. Ex.

bellesa	bellea
franquesa	franquea
gentilesa	gentilea
grandesa	grandea
maduresa	madurea
malesa	malea
naturalesa	naturalea
noblesa	noblea
peresa	perea
pobresa	pobrea
riquesa	riquea
senzillesa	senzillea
vellesa	vellea

#### 4.2.5. Paraules que presenten l'alternança -xement/-ximent

En les paraules que presenten una doble possibilitat gràfica amb les terminacions *-ement/-iment*, les formes amb *e* són les preferents en els registres formals. Les formes amb la terminació *-iment* són acceptables també en contextos comunicatius espontanis en què es vol reforçar la naturalitat expressiva:

coneixement	coneiximent
creixement	creiximent
naixement	naiximent

#### 4.2.6. Paraules que presenten l'alternança -ada/-à

Hi ha paraules que designen una festa, un plat típic o una activitat popular que poden presentar una doble possibilitat gràfica amb els sufixos *ada/à* (*mascletada/mascletà*). En aquesta classe de mots, és preferible utilitzar les formes amb *-ada* en els registres formals. Però quan es vol realçar la singularitat de l'acte o de l'esdeveniment per a incrementar l'expressivitat, són acceptables les formes en *-à*:

albada

albà

entrada

entrà

mocadorada

mocadorà

mascletada

mascletà

#### 4.2.7. Falsos sinònims

A vegades hi ha grups de paraules que no s'usen amb precisió. És el que es coneix com a *falsos sinònims*. N'apuntem uns quants:

adreça: lloc on es viu

direcció: lloc cap a on va algú o alguna cosa

domicili: lloc de residència d'una persona o entitat

anomenar: donar nom (a algú o alguna cosa)

nomenar: designar (algú) per a un càrrec o una funció

aterrar: tocar terra

aterrir: infondre temor

cabdal: principal, primordial

cabal: volum d'aigua

caudal: de la cua o que té relació amb aquesta

compondre: produir una obra intel·lectual o artística

composar: imposar, especialment en l'àmbit del dret

conseqüentment: de manera conseqüent i lògica

consegüentment: per consegüent, per tant

desvelar: descobrir, revelar una cosa

desvetlar: llevar la son

doblar: duplicar

doblegar: fer que una cosa prengui una forma corba

enteniment: facultat de comprendre

entesa: fet d'entendre's amb algú

fi (el): finalitat

fi (la): final

lliurar: posar en mans, en poder d'algú

alliberar: salvar

medi: conjunt de circumstàncies que envolten un ésser o una comunitat



mitjà: element que serveix per a un fi determinat

mig: la mitat d'un tot

mitjà -ana: igualment allunyat dels dos extrems

mitjana: quantitat obtinguda sumant diverses quantitats i dividint el total pel seu nombre

real: que té existència efectiva

reial: que té relació amb la reialesa

recolzament: acció de descansar sobre un suport físic

suport: ajuda

cridar: avisar en veu alta

tocar per telèfon: telefonar

tràfic: comerç o transport de mercaderies

trànsit: circulació de vehicles, moviment de persones

tràfec: assumpte que causa un desorde o un trasbals

## 5. TERMINOLOGIA I NEOLOGISMES

Els mitjans de comunicació han d'informar sobre camps temàtics ben diversos i sovint de caràcter especialitzat i innovador. Aquesta tasca comporta, d'una banda, fer ús de les paraules específiques que designen aquests camps d'especialitat (els termes), i d'una altra, tindre recursos per a afrontar l'arribada de nous mots que donen nom a nous conceptes (els neologismes).

### 5.1. Termes

Per a resoldre els dubtes derivats dels llenguatges d'especialitat (*abastiment en vol, acrobàcia aèria, carta de navegació; ajudant de càmera, animació electrònica, banda sonora original, etc.*), podem accedir als portals següents:

- Porterval: <https://www.avl.gva.es/lexicval/ptv>
- Cercaterm: <http://www.termcat.cat/ca/Cercaterm/Fitxes/>

### 5.2. Neologismes

Per a comprovar el grau d'acceptació de paraules que designen nous conceptes, sovint manllevades d'altres llengües (*\*aquaplàning, \*bulling, \*càrting, càsting, \*mòbing, quaterback, dron, etc.*), podem consultar els portals següents:

- Porterval: <https://www.avl.gva.es/lexicval/ptv>
- Neoloteca del Termcat: <http://www.termcat.cat/ca/Neoloteca>
- Observatori de Neologia/IULA:  
<http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/index.php>

## 6. TOPONÍMIA, ANTROPONÍMIA, GENTILICIS I NOMS PROPIS D'ENTITATS

Sense cap ànim de ser exhaustius, apuntem una sèrie de recursos en línia que poden ajudar a resoldre dubtes sobre toponímia, antroponímia, gentilicis i noms propis d'entitats.

### 6.1. Toponímia

La documentació relacionada amb aspectes de toponímia tindrà com a referents bàsics els enllaços següents:

- Corpus toponímic valencià:  
<https://www.avl.gva.es/corpus-toponimic-valencia>
- Criteris per a la fixació de la toponímia valenciana:  
[http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS\\_03.pdf](http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS_03.pdf)
- Nomenclàtor oficial de toponímia de Catalunya:  
[http://territori.gencat.cat/ca/O1\\_departament/documentacio/territori-i-urbanisme/cartografia/nomenclator\\_oficial\\_de\\_toponimia\\_de\\_catalunya/](http://territori.gencat.cat/ca/O1_departament/documentacio/territori-i-urbanisme/cartografia/nomenclator_oficial_de_toponimia_de_catalunya/)
- Nomenclàtor toponímic de les Illes Balears:  
<http://notib.recerca.iec.cat/>
- Nomenclàtor d'Andorra:  
<https://www.bopa.ad/bopa/O22060/Documents/687B6.pdf?pDataInici=&pDataFi=&pSearchWord=&pOrdre=rellevancia>

- Municipis de la Franja de Ponent:  
[http://esadir.cat/back/filelib/documents/Noms\\_dels\\_municipis\\_de\\_la\\_Franja\\_de\\_Ponent\\_IEC.pdf](http://esadir.cat/back/filelib/documents/Noms_dels_municipis_de_la_Franja_de_Ponent_IEC.pdf)
- Nomenclàtor toponímic de la Catalunya Nord:  
[http://esadir.cat/back/filelib/documents/Nomenclator\\_Catalunya\\_Nord.pdf](http://esadir.cat/back/filelib/documents/Nomenclator_Catalunya_Nord.pdf)
- Enciclopèdia catalana:  
<http://www.enciclopedia.cat/>

## 6.2. Antroponímia

A l'hora de consultar els noms propis de persona, poden ser útils els recursos en línia següents:

- Vocabulari de noms de persona: valencià-castellà  
[http://www.avl.gva.es/documents/31987/64529/Vocabulari\\_noms\\_2017.pdf/be9cf4b2-4537-48ca-b20e-40d82cfd73c](http://www.avl.gva.es/documents/31987/64529/Vocabulari_noms_2017.pdf/be9cf4b2-4537-48ca-b20e-40d82cfd73c)
- Cercador de noms catalans de la Generalitat de Catalunya:  
[http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/cercador\\_de\\_noms/](http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/cercador_de_noms/)
- Equivalències catalanes de noms estrangers:  
[http://justicia.gencat.cat/web/.content/documents/arxius/noms\\_estrangers.pdf](http://justicia.gencat.cat/web/.content/documents/arxius/noms_estrangers.pdf)
- Enciclopèdia catalana: noms històrics i actuals.  
<http://www.enciclopedia.cat/>
- Ésadir: noms propis actuals i de ficció.  
<http://esadir.cat/Nomspropis>

### 6.3. Gentilicis

Podem trobar informació sobre com es denominen les persones d'una determinada localitat consultant les referències en línia següents:

- Els gentilicis valencians:

<https://www.avl.gva.es/documents/35882/40728/Gentilici.pdf/0952e532-10c3-4f06-b2af-22e97d3e1245>

- Altres gentilicis pertanyents a territoris de la nostra llengua:

<http://esadir.cat/Cerca?cercaVal=gentilici&cerca=gentilici&criteri=General>

En cas de gentilicis de poblacions que no pertanyen a la nostra llengua, si no resulta natural la formació per mitjà de sufixos com *-eny* (*albaceteny*), *-és* (*congolés*), *-enc* (*londinenc*) o *-à/-ià* (*parmèsà*) o no tenen una entrada als diccionaris, caldrà recórrer a la formació d'aquests gentilicis amb l'estructura:

*els habitants de + topònim: els habitants de Bordeus*

### 6.4. Noms propis d'entitats, organismes i esdeveniments

El fet d'informar sobre tot tipus d'activitats (política, societat, economia, cultura, esport, etc.) comporta haver de fer referència a una quantitat molt diversa d'entitats, d'organismes o d'esdeveniments:

Consell de Seguretat de l'ONU

Ara en Comú

Dia Mundial contra el Càncer

Primavera Sound

Alts Forns de Biscaia

Barcelona Dragons

La Bohème

Servei de Recursos Humans

Els enllaços següents ens donen dades de primera mà sobre aquest punt:

- Ésadir: <http://esadir.cat/Nomspropis>
- Enciclopèdia catalana: <http://www.encyclopedia.cat/>

## 7. CONVENCIONS ORTOGRAFÍQUES

Els aspectes ortogràfics i tipogràfics, com ara l'alfabet, la separació de les síl·labes, accentuació, dièresi, guionet, apòstrof, majúscules i minúscules, abreviatures, símbols, marques tipogràfiques i signes de puntuació seguiran les recomanacions generals indicades per l'AVL (vegeu l'apartat d'Ortografia de la *Gramàtica valenciana bàsica*). Amb tot, considerem útil fer les remarques següents de caràcter escrit o oral.

### 7.1. Apostrofació

a) En paraules estrangeres:

Les paraules que en altres llengües comencen per una *h* aspirada [h], però que han sigut adaptades ortogràficament a la nostra llengua, seguiran les normes d'apostrofació convencionals, ja que la *h* és muda:

l'hoquei

d'haixix

Ara bé, si no estan encara adaptades i mantenen la *h* aspirada, no s'apostrofaran:

el hacker

de Hollywood

En les paraules no adaptades ortogràficament que comencen per una *s*- seguida de consonant, l'article *la* i la preposició *de* no s'apostrofen. En canvi, l'article *el* pot apostrofar-se o no.

de Smith  
la schola cantorum  
l'speaker o el speaker

b) En abreviatures:

Tant si són sigles com si són acrònims, l'apostrofació seguirà les normes generals d'acord amb la pronunciació corresponent:

l'NBA (l'enebea)  
d'À. (d'a punt)  
l'FMI (l'efeemei)  
l'UJI (l'uji)  
la UEFA (la uefa)  
La UGT (la ugeté)

c) En les xifres:

En les xifres romanes i en les aràbigues, se seguiran les mateixes regles d'apostrofació que si estigueren escrites en lletres:

l'1 de maig  
l'XI Col·loqui Internacional de Periodisme

d) Davant de cometes o de cursiva:

Tant l'article (*el, la*) com la preposició *de* no s'apostrofaran quan el mot que comença per vocal té un ús metalingüístic:

Hi ha gent que parla de *excursus* sense saber què significa



En la resta dels casos se seguirà el criteri general:

Han qualificat la seua intervenció d'«insòlita»

Del director d'El Padrí, ja no se'n recorda ningú

e) Davant de noms propis o de topònims no adaptats al valencià:

Se seguiran les regles generals de l'apostrofació si l'article forma part del nom propi o del topònim no adaptat:

És un producte d'El Corte Inglés

Han desaparegut tres quadres d'El Prado

En el cas del topònim, si és propi de la llengua o està adaptat, caldrà, si és el cas, fer la contracció corresponent:

La festa es va fer al Campello

És una empresa dels Estats Units

## 7.2. Abreviacions i símbols

a) Sigles:

Cal recordar que la pronunciació de les sigles s'ha de realitzar d'acord amb la manera valenciana de pronunciar les lletres:

FBI (efebei, i no efabei)

CNN (ceeneene, i no ceenaena)

MP3 (emepe3, i no emape3)

IRPF (ierrepeefe, i no ierrapeefa)

Quan les sigles no es pronuncien lletra per lletra, sinó que passen a pronunciar-se com una paraula, parlem d'acrònims. En aquests casos, es pot escriure en majúscules o en minúscules:

MUVIM o Muvim

RENFE o Renfe

PRYCA o Pryca

El plural de les sigles no es farà ni duplicant les lletres ni afegint la marca de plural -s:

els EUA (i no els EEUU)

les ONG (i no les ONGs)

els PC (i no els PCs)

Amb tot, per tradició sí que es farà la duplicació en els casos de *JJOO* (*Jocs Olímpics*) i *CCOO* (*Comissions Obreres*).

Els noms propis, caldrà escriure'ls amb el nom complet, i no amb les inicials, per a evitar errors o vacil·lacions en la interpretació de les sigles, si no és el cas que el personatge siga conegut per les inicials:

Josep Lluís Sirera (i no: J. L. Sirera)

Però: J. K. Rowling (*jotaka* Rowling)

b) Abreviatures de carrers, càrrecs, numerals, noms de persona, dies de la setmana; i símbols de mesures, pesos, quantitats, monedes, etc.

Com a regla general, no farem servir les abreviatures ni els símbols en la redacció d'un text, si no és el cas que ho exigeix la situació comunicativa o la limitació d'espai, com ara en peus de foto, retolació

televisiva, quadres sinòptics, quadres estadístics, taules, mapes, classificacions, etc.

avinguda	av.
director	dir.
primer	1r
dilluns	dl
quilòmetre	km
megabit	Mb
quilogram	kg
euro	€

### **7.3. Marques tipogràfiques**

Les citacions textuais caldrà escriure-les sempre entre cometes. En el cas de la marca tipogràfica de la cursiva, encara que estiga establida per les convencions, l'ús que se'n faça dependrà en l'última instància de les possibilitats tècniques dels formats gràfics: subtitulació, teletext, pàgines web, xarxes socials, etc.

## 8. CRITERIS DE TRADUCCIÓ: ASPECTES CULTURALS

Els referents culturals més generals que presenten problemes a l'hora de traduir solen ser: llocs específics d'alguna ciutat o d'algun país; aspectes relacionats amb la història, amb l'art o amb els costums d'una època determinada (cançons, literatura, conceptes estètics), personatges molt coneguts en una societat; la mitologia; la gastronomia; les institucions, les unitats de mesura, de pes o de moneda; etc. És a dir, tots els elements que fan que una societat es diferencie d'una altra, que cada cultura tinga una idiosincràsia. El problema principal que planteja la traducció d'aquests elements és si s'han de mantindre o és millor fer-ne una adaptació. Les solucions varien en funció dels gèneres (en els informatius es recomana el manteniment en la majoria dels casos) i també de la importància d'aquests elements en el text. De vegades, el context ajuda a superar els problemes de comprensió; en altres ocasions, si la cultura d'arribada comparteix referents amb la de partida, les diferències es redueixen. També és possible que, a causa de la situació cultural d'alguns països respecte d'altres, cultures com ara la nord-americana o la dels principals països europeus siguen molt conegudes per altres cultures, i això facilita la comprensió de certs referents culturals. Segurament, molts europeus no saben el nom que rep la moneda marroquina, què és la *fideuà*, què es pot fer en una *granja* a Barcelona o qui és Fofó. Però tots saben què és un dòlar, una hamburguesa, un McDonalds o qui és David Beckham.

### 8.1. Noms propis

Ens trobem davant d'un recurs lingüístic molt complex. A primera vista, el suposat caràcter referencial i sense càrrega semàntica addicional, fa pensar que els noms propis no s'han de traduir o que són intraduïbles (al marge de l'adaptació fonètica i gràfica corresponent). La realitat

és ben diferent, ja que poden aplicar-se tècniques de traducció molt distintes: no-traducció, transposició o transcripció, traducció literal, adaptació parcial, substitució, adaptacions ideològiques, neutralitzacions, glossa extratextual o intratextual (explicitació, explicació), naturalitzacions (domesticacions), creacions discursives, omissions o creacions autònomes. En tots els casos, la solució final dependrà del context, del gènere i de la modalitat de traducció.

### 8.1.1. Antropònims

Com a norma general, cal fer una primera distinció entre noms propis de personatges contemporanis i de personatges històrics o de ficció.

#### 8.1.1.1. Personatges contemporanis

Pel que fa als noms dels personatges contemporanis, els noms de persona no es tradueixen i, a més, s'han de respectar les grafies de les llengües originals en el cas de les que fan servir l'alfabet llatí. Exemples: *Xabier Arzalluz*, *Xohana Torres*, *Loís Alibèrt*, *Angela Merkel*, *Giulio Andreotti*, *Pauline Marois*, *Mário Soares* o *Margrethe Vestager*. En altres casos, s'han de seguir les normes generals de transcripció gràfica. Per exemple: *Iàsser Arafat*, *Vladímir Putin*, *Mahmud Abbàs*, *Takeo Kawamura*, *Anna Politkóvskaia*, *Den Xiaobing* o *Nikos Xydakis*.

S'ha de parar atenció als noms de personatges contemporanis que, durant un temps, sí que es van traduir, però que els criteris de traducció actuals recomanen deixar en original: *Johann Sebastian Bach*, *Karl Marx*, *Alexandre Fleming* o *Jules Verne*, per exemple.

Tampoc s'han de traduir els noms de tribus urbanes: els escriurem amb majúscula si fem referència al nom del grup (els *Latin Kings*, els *Ñetas*), i amb minúscula si es tracta dels individus que en formen part (un *black panther*, un *mara*).

Tot i això, hi ha una sèrie de noms que segueixen una tradició de traducció que cal respectar. Alguns dels exemples més habituals són els

noms de membres de la reialesa (*reina Beatriu d'Holanda, rei Felip VI o príncep Carles d'Anglaterra*) o de dinasties (*Borbó, Habsburg o Casa d'Alba*). No es tradueixen els noms que no tenen equivalent en valencià (*Svend de Dinamarca*) o els noms dels cònjuges dels descendents reials, si no tenen títol de príncep o princesa o si no provenen de famílies reials (*Iñaki Urdangarín, Philippe Junot*). També es tradueixen sempre els noms de papes i màximes jerarquies eclesiàstiques cristianes, especialment si es presenten amb els ordinals típics de les dinasties, i els noms de santes i de sants: *papa Joan XXIII, papa Francesc; patriarca de Constantinoble, patriarca ecumènic Bartomeu I; santa Teresa de Lisieux, sant Felip Neri*.

#### 8.1.1.2. Personatges històrics i llegendaris

Com a norma general, no s'han de traduir si no tenen tradició en la nostra llengua: *Chrétien de Troyes, William Shakespeare*. Hi ha noms que es van traduir en algun període però que ara hem recuperat sense la traducció: *Thomas More*, per exemple.

Amb caràcter genèric, s'han de traduir els noms de personatges històrics clàssics o medievals (reals o de ficció): *Plató, Penèlope, Maria de França, Maimònides, Heròdot, Galileu, Sant Joan de la Creu, Ticià, Dant, Maquiavel, don Quixot, Gàndalf, Guillem Tell, Otel·lo*. També les divinitats i personatges mitològics: *Neptú, Apol·lo, Cal·listo, Tetis, Hèrcules, Bel·lona*.

Com a recomanació general, quan ens trobem amb documentals històrics o pel·lícules amb protagonistes que tenen aquestes característiques, s'ha de garantir, en primera instància, la versemblança del text i combinar solucions diverses: *Sa Majestat / La reina / Elisabet / Elizabeth*, etc.

Els noms propis que tenen un valor afegit (connotatiu) s'han de traduir sempre. Això passa, de forma molt especial, en el cas dels malnoms o sobrenoms: *Bola de Greix (Boule de Suif), Directora Mésquelplom*

(*Principal Waxelplax*), *Metxa Curta (Short Fuse)*, *Fada de les Dents (Tooth Fairy)*, *Quim Aiguacau (Stormy Rains)*. Es poden donar excepcions en cas de noms molt coneguts ja en l'original o en la traducció al castellà (per proximitat a la nostra llengua i context) o que tenen ja una infraestructura comercial al seu voltant: *Spiderman*, *Batman*, etc.

#### 8.1.1.3. La pronunciació dels antropònims

Com a criteri general, es respectarà el nom tal com el diu la mateixa persona (si una persona es fa dir *Jaime* no es canviarà per *Jaume*). En la pronunciació de noms (o cognoms) de persona d'altres llengües, s'ha de fer respectant la fonètica de la llengua original, però sense que faça l'efecte que estem canviant de llengua (amb sons habituals per als valencians): *Jaime* [xájme], *López* [lópeθ], *Peter* [píter], *John* [dʒón].

Sobre els noms de personatges històrics del nostre àmbit lingüístic, els pronunciarem en valencià: *Vicent Blasco Ibáñez*, *Joaquim Sorolla*, etc.

#### 8.1.1.4. Noms de fenòmens meteorològics

Com a criteri general, s'ha de respectar el nom que tenen els fenòmens meteorològics. Resulta molt útil la consulta a l'Organització Meteorològica Mundial:

<https://public.wmo.int/es>

En el cas dels huracans, els noms ja estan estipulats seguint una ordenació predeterminada i, encara que es van modificant, sempre mantenen el nom inicial: *l'huracà Noel*, *l'huracà Katrina*.

#### 8.1.2. Topònims

S'han de respectar els noms de lloc de fora del nostre àmbit lingüístic que tenen una forma tradicional en la nostra llengua: *Aquisgrà*, *Estras-*

*burg, Algèria, Alger, Llemotges, Liorna, Moscou, Canes, Logronyo, Terol, Saragossa, Múrcia, Conca, el Marroc, la Terra del Foc.* Hi ha casos, però, que mantenen la forma original: *Buenos Aires, Los Angeles, Civitavecchia, Alcázar de San Juan.*

Com a recomanació general, apliquem els criteris següents:

- Utilitzarem les formes valencianes dels topònims traduïts consolidats. En cas que no hi haja una tradició de traducció, optarem per les formes oficials o els usos internacionals fixats. Quan es tracte de llengües amb alfabetos diferents del llatí, hem d'aplicar la transcripció gràfica corresponent.
- En cas de topònims amb més d'una denominació oficial i que no tenen una forma tradicional en valencià, és recomanable donar preferència a les formes pròpies de cada territori.
- Els topònims de la zona castellanoparlant de la Comunitat Valenciana s'usaran en la forma tradicional en valencià: *Oriola, Sogorb, Xèrica*, etc.

Resulta molt útil la consulta del Corpus Toponímic Valencià, de l'Acadèmia Valenciana de la Llengua (<https://www.avl.gva.es/corpus-toponimic-valencia>) i la consulta a l'Oficina d'Onomàstica i Toponímia de l'Institut d'Estudis Catalans (<http://www.iec.cat/recerca/projecte1.asp?codi=PNS2015-S4-ONOMASTICA>) (cf. també § 6.1 d'aquest llibre d'estil).

### 8.1.2.1. *Accidents geogràfics*

Com a criteri general, traduirem el genèric del topònim d'accidents geogràfics (caps, badies, illes, estrets, golfs, parcs, deserts, etc.) i traduirem o no el topònim segons que tinga forma tradicional en valencià o no. Exemples: *les muntanyes Rocalloses, el golf de Biscaia, les illes Malvines, el llac Victòria, els alts del Golan, l'estret dels Dardanels, el cap*



de Bona Esperança, parc de Doñana, cap d'Hornos, illa d'A Toxa, desert del Kalahari o riu Gualdalquivir.

Quan, per tradició, s'ha lexicalitzat el genèric amb el nom propi, el topònim no es tradueix: *Mont Saint Michel*, *Rift Valley*, *Salt Lake*, *Coney Island*, *Grand Canyon*, *Long Island*, *Sierra Morena*, *Picos de Europa*, *Río Bravo*, *Sierra Nevada*.

#### 8.1.2.2. Toponímia urbana

Com a criteri general, es tradueixen els espais que tenen una denominació descriptiva i una equivalència tradicional en valencià.

##### 8.1.2.2.1. Auditoris i sales de concerts

Seguint el criteri general, tindrem: *Auditori de la Filharmònica de Berlín* (*Berliner Philharmonie*), *Auditori Isaac Stern* (*Stern Auditorium*) o *Òpera de París* (*Opéra de Paris*).

Però no és recomanable traduir denominacions que ja estan consolidades en la llengua original com *Carnegie Hall de Nova York*, *la Royal Opera House*, *el Madison Square Garden* o *el Metropolitan de Nova York*, *el Konzerthaus de Viena*, *el Mègaron d'Atenes*, *el Moulin Rouge de París* o *el Théâtre Capitul de Quebec*.

En alguns casos, les denominacions originals amb *hall* i *hallen* conviuen amb les traduccions amb la paraula *sala*: *Royal Albert Hall / Sala Royal Albert* (Londres); *De Hallen Amsterdam / Sala Amsterdam*.

##### 8.1.2.2.2. Teatres, museus i cinemes

Se solen traduir els llocs amb denominació molt descriptiva, com *Museu Americà d'Història Natural* (*American Museum of Natural History*).

Com a criteri general, si la denominació inclou un nom propi, només traduïm la part genèrica: *Museu Marmottan Monet* (*Musée Marmottan*

*Monet*), *Teatre del Festival de Bayreuth* (*Bayreuther Festpielhaus*) o *Museu del Louvre* (*Musée du Louvre*).

Trobem algunes excepcions quan es tracta d'institucions molt conegudes en la llengua original: *National Gallery*.

Quan la denominació inclou topònims o antropònims amb tradició de traducció seguim la norma general: *Gran Teatre de l'Havana* (*Gran Teatro de La Habana*), *Museu Reina Sofia* (*Museo Reina Sofía*).

#### 8.1.2.2.3. *Camps d'esports, places de bous, etc.*

Una vegada més, el criteri general indica que traduïm la part genèrica de la denominació, molt especialment quan parlem de *palau d'esports*, *plaça de bous*, *pavelló*, *estadi*, etc. Per exemple: *plaça de bous Real Maestranza de Sevilla* (*plaza de toros Real Maestranza de Sevilla*), *palau d'esports de Gijón* (*palacio de deportes de Gijón*), *pavelló esportiu Tiszaliget* (*Tiszaliget Sportcsarnok*), *estadi Vicente Calderón* (*estadio Vicente Calderón*), *estadi Newlands* (*Newlands Stadium*).

En alguns casos, coexisteixen o alternen les formes original i traduïda: *Stade de France* / *Estadi de França*, *Stádio da Luz* / *Estadi de la Llum*, *Capetown Stadium* / *Estadi Ciutat del Cap*.

#### 8.1.2.2.4. *Barris, places, carrers i altres vies públiques*

Com a criteri general, es recomana mantindre el nom propi i traduir la part genèrica del lloc esmentat: *barri de Chueca de Madrid*, *plaça l'Étoile de París*, *carrer Mercaderes de Pamplona*, *parc de María Luisa de Sevilla*, *passeig de la Castellana de Madrid*, *plaça de San Marco*, etc.

Tot i això, hi ha denominacions fixades per l'ús que cal respectar: *Camps Elisis de París*, *Cinquena Avinguda de Nova York*. Però també hi ha exemples on es manté el nom original complet: *la carrera de San Jerónimo* o *Paseo de Recoletos* a Madrid, *Trafalgar Square* o *Downing Street* a Lon-

dres, *Faubourg de Saint-Honoré* o *Quai d'Orsay* a París, *Central Park* o *Wall Street* a Nova York, *Via Veneto* a Roma o *Alexanderplatz* a Berlín.

#### 8.1.2.2.5. *Monuments, espais i edificis singulars*

S'han de traduir els noms que tenen un ús tradicional en la nostra llengua: *la Gran Muralla*, *el Mur de les Lamentacions*, *el Kremlin*, *la Capella Sixtina*, *l'Estàtua de la Llibertat*, *l'Arc de Triomf*, *el Palau d'Hivern*, *la Torre de Londres*, *les Torres Bessones*, etc.

Però no s'han de traduir els noms ja fixats per l'ús o que no tenen un equivalent clar en la nostra llengua: *Puerta del Sol*, *Torre del Oro*, *Piccadilly Circus*, *Big Ben*, *London Eye*, *Fontana di Trevi*, *Empire State Building*, *World Trade Center* (Barcelona).

#### 8.1.2.3. *La pronunciació dels topònims*

Els topònims que són de fora del nostre domini lingüístic però tenen una forma tradicional en la nostra llengua, s'han de pronunciar seguint el sistema fonètic valencià. Els que no tenen una forma en la nostra llengua, s'han de pronunciar en la llengua original, seguint les característiques bàsiques i l'accentuació de l'original però sense arribar a reproduir aspectes fonètics que no són propis del valencià com, per exemple, las nasalitzacions o les guturalitzacions.

#### 8.1.3. *Entitats i institucions públiques i sense finalitat de lucre*

Quan parlem d'entitats i institucions de caràcter públic, el criteri general és el de traduir-les a la nostra llengua: *Assemblea de Madrid*, *Parlament britànic*, *Organització de les Nacions Unides*, *Comissió Europea*, *Delegació d'Hisenda*, *Ministeri d'Economia*, *Tribunal Superior de Justícia*, *Tribunal de Comptes Europeu*, *Guàrdia Civil*, *Organització Europea per a la Recerca Nuclear*, *Universitat de Harvard*, *Federació Espanyola de Municipis i Províncies*.

També apareixen generalment traduïdes les entitats sense finalitat de lucre i les institucions religioses: *Pallassos sense Fronteres*, *Món Obert*, *Associació Amics de les Brigades Internacionals*.

Moltes vegades, les denominacions estan formades per un genèric, que es tradueix, i un nom propi que, generalment, no s'ha de traduir: *Reial Acadèmia de Belles Arts de San Fernando*, *Hospital Clínic Universitari de Santiago*, *Universitat Carlos III de Madrid*, *Centre Universitari de Luxemburg*, *Hospital Virgen de la Salud de Toledo*.

A pesar d'aquest criteri general, quan els centres o les institucions tenen una rellevància molt destacada, ens trobem amb traduccions ja fixades per l'ús: *Hospital del Mont Sinaï*, de Nova York (*Mount Sinai Hospital*).

Però també ens trobem amb una sèrie d'institucions i òrgans de gestió que no tenen tradició de traducció: *Xunta de Galícia*, *Ertzaintza*, *Scotland Yard*, *National Geographic Society*, *Greenpeace*, *London School of Economics*, *Save the Children* o *Medicus Mundi*.

#### 8.1.4. Equips esportius

En el cas dels esports més populars, fonamentalment el futbol, si són equips estrangers, el criteri general és traduir el topònim o gentilici que forma part del nom de l'equip, seguint la forma tradicional generalitzada o els criteris generals de la traducció de topònims: *Steaua de Bucarest*, *Dynamo de Moscou*, *Bayern de Munic*, *Olympique de Lió*, *París Saint-Germain*. En cas d'equips de l'Estat espanyol, els direm en la forma generalitzada i tradicional que s'ha adoptat entre els usuaris: *Alabés*, *Saragossa*, *Llevant*, *Reial Madrid*, *Atlètic de Madrid*; però: *Rayo Vallecano*, *Deportivo de la Corunya*.

En altres esports més minoritaris o en el cas dels equips que no contenen topònims o gentilicis, el criteri general és el de mantindre la forma de l'original: *Real Canoe Natación Club* (waterpolo), *Nettuno* (beisbol), *l'Estudiantes* (bàsquet), *All Blacks*, de Nova Zelanda (rugbi), *Buffalo Bills* (futbol americà). Però: *València Basket* (bàsquet).

Quan els noms de l'equip inclouen el nom de patrocinadors, aquests tampoc no es tradueixen: *Unicaja* (bàsquet), *Frigoríficos Morrazo* (handbol), *Aqua Blue Sport* (ciclisme), *Ríos Renovables* (futbol sala).

#### 8.1.5. Partits polítics i sindicats

El criteri general que utilitzen tots els mitjans de comunicació és el de traduir el nom dels partits polítics i sindicats. En aquest sentit, parlarem de: *Comissions Obreres*, *Solidaritat*, *Unió General de Treballadors*, *Partit Socialista Europeu*, *Partit Comunista Francés*, *Podem*, *Partit Popular*, *Lliga Nord*, *Moviment 5 Estrelles*, *Ciudadans*, *Els Verds*, *Front Nacional*, *Partit Pirata*, *Iniciativa Feminista* o *Front Polisario*.

Però també hem de ser conscients que hi ha denominacions que es mantenen invariables: *Compromís*, *Euskadiko Ezquerria*, *Manos Limpias*, *Fuerza Nueva*, *Herri Batasuna*, *Sinn Féin*, *Fianna Fáil*, *Forza Italia*, *Vlaams Blok*.

Quan els partits estan conformats per corrents o tendències internes, aquestes també s'ha de traduir: *Esquerra Socialista*, *Ara en Comú*.

A voltes, la llengua serveix per a distingir entre l'àmbit autonòmic i l'estatal d'un partit polític: *Podem* i *Podemos*.

#### 8.1.6. Jornades, simposis, trobades, fires i congressos

Es recomana la traducció de les trobades científiques, culturals, empresarials, etc., quan es tracte de denominacions descriptives: *Saló de l'Ensenyament*, *Saló del Còmic*, *Sónar de Dia*, *Sónar de Nit*, *Convenció Internacional del Tatuatge*, *Saló Nàutic Internacional*, *Saló del Manga*, *Jornades Internacionals de Traducció*, *Expojove*, *Fira de l'Automòbil*, *Fira Congrés Expojoc*, *Ecofira*.

Podem trobar excepcions en els casos d'absència de tradició en la nostra llengua, en els acrònims o en cas que la denominació funcione com

una marca internacional: *Mobile World Congress, Arenal Sound, Doctor Music Festival, Arco, World ATM Congress (WATMC), Free from Food Expo, European Congress of Osseointegration (EAO), MOMAD Shoes, Expolangues, Intergift, Bisutex, Juvenalia, Almoneda Navidad, UNIGOLF, FITUR, CEVISAMA.*

Hi ha voltes que coexisteixen el nom internacional i la traducció: *Barcelona Meeting Point / Saló Immobiliari Internacional; Smart City Expo World Congress / Cimera Internacional sobre Ciutats Intel·ligents; Auto Retro / Exposició de Cotxes i Motocicletes de Col·lecció; IBTM World / Saló de la Indústria de Viatges de Negocis, Congressos i Incentius.*

### 8.1.7. Denominacions vinculades als sistemes jurídics i administratius

Com a criteri general, els traduïm sempre a la nostra llengua:

- a) Lleis: *Llei de pressupostos, Llei orgànica per a la igualtat efectiva entre dones i homes, LOMQUE (Llei orgànica per a la millora de la qualitat educativa), Llei orgànica de finançament de les comunitats autònomes, Llei de la dependència, Llei general de sanitat, Llei Tubon.*
- b) Declaracions: *Declaració Universal dels Drets Humans, Declaració Universal dels Drets de l'Infant.*
- c) Tractats: *Tractat de París, Tractat de Versalles, Protocol de Minsk, Tractat de Fort Laramie, Tractat d'al-Hudayblyyya, Acords de Lomé, Pau de Càl·lies.*
- d) Decrets: *Decret de Nova Planta, Decret de Plurilingüisme.*
- e) Altres documents administratius i jurídics: diaris oficials, circulars, ordenances, ordes ministerials, normes, actes, resolucions, decisions, informes, memòries, sentències, provisions, testaments, interlocutòries, denúncies, recursos, escrits de les parts, escrits de proposicions de proves, certificats, convocatòries de reunió, autoritzacions, testimonis, dissolucions de

comunitats, poders, declaracions d'obra nova, capítols matrimonials, compravendes, etc. Ex: *Butlletí Oficial de l'Estat* (BOE).

- f) Documents pontificis: cartes encíclicues, epístoles, constitucions apostòliques, exhortacions apostòliques, butlles. Ex: *Déu és amor. Carta Encíclica. Benet XVI*. En alguna ocasió, el document manté la denominació llatina original: *Motu Proprio*, etc.

D'una altra banda, els càrrecs i els tractaments associats a sistemes polítics, jurídics i administratius s'han de traduir sempre: *monsenyor, degana, president, delegat del govern, cancellera*, etc. Si es dóna el cas que hi haja càrrecs polítics que no tenen equivalents literals, caldrà determinar quina és la correspondència adequada. Exemple: *ministre d'Afers Exteriors (Secretary of the Department of State of the United States)*, tot i que es pot traduir literalment com a *secretari d'estat*.

### 8.1.8. Mitjans de comunicació

Com a criteri general, els nom de cadenes de televisió, emissores de ràdio, diaris, revistes, etc., no s'han de traduir, excepte que siga el mateix mitjà de comunicació qui descidisca tindre noms diferents en funció de la llengua en què arriba al destinatari (¡Hola!, Hello!). En aquests casos, si no hi ha una versió a la nostra llengua, utilitzarem la forma de la publicació original.

Seguint el criteri general, sempre escriurem i direm: *Disney Channel, Univisión, Canal Sur, Al Jazeera, Fox News, Galavisión, France Info, La Cinq, Das Erste, Die Welt* o *Frankfurter Allgemeine Zeitung, Correio da Manhã, Attiki Press*.

S'ha de recordar que els mitjans que tenen una sigla com a nom s'han de pronunciar en la fonètica de la nostra llengua: *BBC* (bebese), *CNN* (seeneene).

Si fem referència a publicacions periòdiques, tampoc no es tradueixen: *The New York Times*, *The Huffington Post*, *Le Canard Enchaîné*, *L'Équipe*, *Le Monde Diplomatique*, *Charlie Hebdo*, *Le Figaro*, *El Mundo*, *Egunkaria*, *Nature*, *National Geographic*, *The Times*, *The Sunday*, *Mundo Deportivo*, *Meridiano*, *Jara y Sedal*, etc.

Respecte de les emissores de ràdio, seguim el mateix criteri: *Los 40 Principales*, *Onda Cero*, *Kiss FM*, *Radio Nacional*, *M80 Radio*, *Radio City*, *Absolute Classic Rock*, *France Bleu*, *Skyrock*.

#### 8.1.9. Noms comercials, caixes i bancs

Cal diferenciar entre els noms propis i les denominacions genèriques. Els primers s'han de preservar en la llengua original (*El Corte Inglés*), mentre que quan hi ha una part del nom que és genèrica, aquesta sí que es pot traduir (*lleixiu Estrella*, *magatzems Harrods*).

En general, els noms d'empreses que corresponen a marques registrades no s'han de traduir. Això també és freqüent en el cas de les entitats financeres: *Deutsche Bank*, *Société Générale de Banque*, *Crédit Lyonnais*, *Caisse d'Épargne*, *Ibercaja*, *Kutxabanc*.

Però hi ha una sèrie d'empreses públiques i de serveis, així com entitats financeres la traducció del nom de les quals sí que té traducció: *Banc d'Espanya*. Els òrgans de gestió de les empreses sempre es tradueixen: Àrea de Recursos Humans del Deutsche Bank, Departament de Vendes de Zara.

##### 8.1.9.1. Noms propis de vehicles

Com a criteri general, es tradueix el genèric, però no el nom propi: *la sonda Pioneer*, *l'embarcació de pesca Amparo*, *el transbordador espacial Discovery*, *el submarí Ictíneo*, *la fragata Cristóbal Colón*, *el portaavions USS Gerald R. Ford*, *l'avió Air Force One*.



La decisió de traducció d'aquest tipus de paraules en l'àmbit comercial no és responsabilitat dels qui tradueixen. Sí que ho seria en cas que aquests casos formen part de textos de ficció. Tot i això, en ocasions les empreses es veuen en la necessitat de modificar o canviar els noms propis en funció dels nous destinataris. Per exemple, el model de l'empresa Mitsubishi denominat *Pajero* va haver de patir una transformació en tots els països pròxims a la llengua i cultura castellaneres, ja que el significat va ser considerat massa vulgar i contrari a les estratègies publicitàries. El nou nom proposat va ser *Montero*.

#### 8.1.10. Operacions o casos militars, policials, polítics i científics

S'han de traduir sempre les referències a les operacions vinculades al trànsit: *operació d'eixida, operació de tornada*.

Sobre les operacions o casos militars i policials, en els textos informatius se sol traduir el nom de l'operació quan té una denominació molt descriptiva o quan pot facilitar la comprensió per part del destinatari: *operació Plom Fos, operació Tempesta del Desert, operació Llibertat Duradora, operació Barba-roja, operació Galàxia, operació Lleó Marí, cas ERO d'Andalusia*.

En els casos en què el nom de l'operació té un nom propi, es mantindrà i únicament es traduirà el genèric: *operació Lezo, operació Opson, operació Cauldron, operació Iskra, cas Gürtel*.

En altres casos, l'ús ha fixat la forma en una llengua determinada que s'ha de respectar: *operació Lionfish II, operació Overlord, operació Ogro*.

En els casos de gèneres de ficció, la decisió dependrà de l'objectiu de l'original: si té una intenció lúdica o té alguna connotació, caldrà fer la traducció corresponent del nom.

### 8.1.11. Premis

El criteri més general és el de traduir sempre els noms dels Premis: *Premis Nacionals de Traducció*, *Premis Globus d'Or*, *Premi Llibreter*, *Premis Princesa d'Astúries de Comunicació i Humanitats*, *Premi Nacional de Cinematografia*, *Premis Ós d'Or*, *Premis de la Unió d'Actors*, *Medalla d'Or de l'Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques d'Espanya*, *Premis Lleó d'Or*, *Premis Cèsar*, *Premis Palma d'Or*, *Premi Nobel de la Pau*.

En molts casos, mantenen el nom propi amb què es designen, de forma invariable, o mantenen la denominació original perquè l'ús ja està fixat, encara que sempre cal traduir el genèric: *Premi Goncourt*, *Premi Nadal de novel·la*, *Premis Feroz*, *Premis Ondas*, *Premis BAFTA*, *Premis Golden Bauhinia*, *Premis IIFA*, *Premis Biznaga de Oro*, *Premis Max*.

### 8.1.12. Tradicions

La denominació en la nostra llengua de les festes, actes i esdeveniments més importants de cada poble o territori depèn de la tradició de traducció que tinga en la nostra llengua. Per exemple, direm *la Feria de Abril* de Sevilla o *la Feria de San Isidro* de Madrid, però *les festes del Pilar* a Saragossa.

De la mateixa manera, les tradicions preservaran el seu nom en llengua original quan estiguen fixades per l'ús social: *Sanfermines*, *Semana Grande*, *Oktober Fest*. Però cal dir *Diada de Sant Patrici*, en comptes de *Lá Fhélie Pádraig*, en irlandés o *Saint Patrick's Day*, en anglés.

A voltes, resulta convenient disposar d'alternatives a les denominacions més habituals o més literals, en funció del que és també compartit per la llengua i cultura d'arribada. Per exemple, *Valentine's Day*, pot traduir-se literalment com el *Dia de Sant Valentí* en funció del tipus de text amb què treballem. Hi ha vegades en què els textos per al doblatge adapten la festa i ofereixen la possibilitat de l'hiperònim *Dia dels Enamorats*. Pensem que els valencians, per exemple, celebrem *Sant*

*Donís* (el 9 d'octubre) com el *Dia dels Enamorats*, amb la tradició de la *mocadorà*.

Les paraules vinculades a tradicions pròpies s'han de marcar tipogràficament en els subtítols o en el portal web de la Corporació: *encierro*, *huggies*, *kilt*, *pretzel*, etc.

### 8.1.13. Obres de creació

Com a criteri general, deixem en la llengua original els títols d'obres musicals, plàstiques o pictòriques que no tenen tradició de traducció en la nostra llengua i respectem les traduccions ja fixades per l'ús.

#### 8.1.13.1. Títols d'obres musicals

No se solen traduir els títols de discos: *The Man Who Sold the World* o *Black Star*, de David Bowie. Però sí els títols d'òperes, operetes, sarsueles i altres gèneres de gran abast que es troben en llengües diferents de les més pròximes a la nostra (francés, italià o castellà). Així tenim, de Wagner: *L'anell del Nibelung*, *L'or del Rin*, *La valquíria*, *Sigfrid*, *El capvespre dels déus*; de Mozart: *La flauta màgica*, *Les noces de Fígaro*; de Bartók: *El castell de Barbablava*; de Prokófiev: *L'amor de les tres taronges*. Però mantenim l'original en casos com l'espectacle *Cómeme el coco negro*, de La Cubana; les sarsueles *Agua*, *azucarillos* y *aguardiente*, de Chueca, o *La verbena de la Paloma*, de Bretón; òperes com *La Dolores*, de Bretón, *La vida breve*, de Falla, *Don Quichotte*, de Massenet, i *L'heure espagnole*, de Ravel, o *Così fan tutte* i *Don Giovanni*, de Mozart. Tot i això, solen traduir-se els títols més descriptius de les composicions i de les òperes, per a facilitar-ne la comprensió: *La consagració de la primavera*, de Stravinsky, o *Els pescadors de perles*, de Bizet.

A banda del criteri de la proximitat o llunyania entre llengües, també es té en compte si els títols de les obres estan molt connotats amb la llengua original: *Il trovatore*, *La bohème*.

També es mantenen en la llengua original els títols que estan en una llengua distinta de la de l'autor pel seu desig: *Una voce in off*, de Monsalvatge, o *Charmes*, de Mompou.

Quan es tracta de peces famoses, especialment àries i cantates, conservarem la llengua de l'original per mantindre la identificació de la peça: *Una furtiva lacrima*, de l'òpera *L'elisir d'amore* (Donizetti); *Ombra mai fu*, de l'òpera *Serse* (Händel); *Nessum dorma*, de l'òpera *Turandot* (Puccini); *La donna è mòbile*, de *Rigoletto* (Verdi); *L'amour est un oiseau rebelle*, de *Carmen* (Bizet); *Viva el vino*, de *Cavalleria rusticana* (Mascagni).

Per contra, les denominacions d'obres que inclouen una forma musical genèrica s'han de traduir. Així, direm: *Novena simfonia*, *Appassionata* (*sonata per a piano*), *Concert per a violí en re major*, *Quartets Razumovski*, de Beethoven.

#### 8.1.13.2. Títols d'obres literàries

Quan una obra literària disposa ja d'una traducció a la nostra llengua, el criteri general és el de mantindre el títol traduït. Podem comprovar si ja n'existeix una traducció a la base de dades de l'ISBN o als catàlegs de biblioteques, per exemple.

Si l'obra literària no té una traducció a la nostra llengua, hi haurà diverses opcions segons el gènere discursiu. En el cas dels gèneres informatius, si es tracta d'una obra contemporània, el títol es dirà en la llengua de l'edició consultada si es considera pròxima a l'oient. En cas de gèneres de ficció i també de documentals més divulgatius, prevaldrà el criteri de la versemblança i comprensió (traducció o manteniment de l'original). Tant en un cas com en l'altre, si s'opta per una traducció, la traducció serà literal i s'indica la llengua original, ja que l'objectiu és únicament el de transmetre la informació bàsica del títol.

Si la informació apareix en el portal de la Corporació o en un títol, pot tindre la forma d'una referència bibliogràfica, de manera que quede ben clar quina és l'edició consultada.

Quan ens referim a obres en castellà que tenen traducció a la nostra llengua, obviarem la llengua original i donarem preferència als títols en llengua d'arribada: *Els xiprers creuen en Déu*, de Gironella; *Poemes de l'enyorament*, d'Alberti; *Cent anys de solitud*, de García Márquez; *La ciutat dels prodigis*, de Mendoza; *L'ombra del vent*, de Ruiz Zafón; o *Don Quixot de la Manxa*, de Cervantes.

#### 8.1.13.3. Títols d'obres plàstiques i pictòriques

Si les obres tenen ja un ús fixat en la nostra llengua, es respectarà la tradició de traducció: *El tanc rosa*, *El penjat* o *El cap de Franz Kafka*, de David Černý.

Quan les obres tenen un títol en una llengua que no és la pròpia de l'autor, el criteri més estès és no traduir-les: *Quo vadis*, *Entropa* o *London Booster*, de David Černý.

Les obres considerades clàssiques solen traduir-se, especialment si els títols són descriptius: *El jardí de les delícies*, *Les temptacions de sant Antoni Abat* o *Taula dels set pecats capitals*, del Bosch.

Però, a vegades, la tradició és el manteniment de la llengua original, sense traducció: *Las lanzas*, *Los borrachos* o *Las Meninas*, de Velázquez.

#### 8.1.13.4. Títols de pel·lícules i sèries

La casuística pot ser molt variada i, en funció del gènere, les solucions seran també diferents.

En els títols d'obres actuals que es donen a conèixer en informatius, magazines o programes especialitzats en cinema, sempre haurem de reproduir el títol amb què l'obra apareix a la cartellera, les agendes o els contextos culturals de la nostra comunitat (cicles de cinema, festivals, etc.): *Star Wars: el despertar de la força*, *Hot Shot*, *Shrek*, *L'impositor*, *El preu de la glòria*, etc.

En cas de programes especialitzats en què es fa referència a algun director que té una part de l'obra traduïda i una altra no, per donar homogeneïtat a la informació, podem fer una traducció literal de les obres que no tinguen encara una traducció a la nostra llengua.

En el nostre context cultural, resulta molt important fixar-nos en el criteri habitual que utilitzen les productores. Així, observarem que quan el títol en la traducció al castellà és en la llengua original, es manté el mateix criteri en la nova traducció. Si en la versió castellana s'ha fet una traducció del títol, s'ha de fer una traducció amb els mateixos criteris que la de la versió castellana (traducció literal, traducció explicativa, traducció creativa, etc.): *Eat your heart out* / *Cómeme* / *Menja'm*.

En cas que l'original no tinga una versió intermèdia en castellà, es pot fer una traducció funcional per garantir la comprensió per part dels destinataris.

Si la pel·lícula està basada en una obra literària que té traducció en la nostra llengua, es recomana utilitzar el títol de l'obra literària per facilitar-ne la comprensió i reforçar la intertextualitat.

Pot resultar especialment útil l'enllaç a la Filmoteca del portal ésAdir: <http://esadir.cat/filmoteca>. També pot ser interessant la consulta al web <http://ficcioenvalencia.com/>.

#### 8.1.14. Entitats musicals

Com a criteri general, traduïm els noms de les formacions musicals que comencen per un genèric descriptiu: *Orquestra Filharmònica de Viena*, *Orquestra Simfònica d'Euskadi*, *Orquestra de Cambra de Salzburg*, *Orquestra i Cor de la Comunitat de Madrid*, *Xaranga Llenya al Bombo*, etc.

Les agrupacions que no responen a una estructura tradicional, mantenen la seua denominació original: *Big band* o *Ensemble*.

## 8.2. Sigles

En general, no és recomanable traduir les sigles estrangeres, encara que sí que traduirem el nom complet:

*HD*: alta densitat (high density)

*AM*: modulació d'amplitud (amplitude modulation)

*CERN*: Organització Europea per a la Recerca Nuclear (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire)

*CPU*: unitat central de processament (central processing unit)

*HTML*: llenguatge d'etiquetatge d'hipertext (hypertext markup language)

*ISO*: Organització Internacional per a la Normalització (International Organization for Standardization)

*IRA*: Exèrcit República Irlandés (Irish Republican Army)

*MIT*: Institut de Tecnologia de Massachusetts (Massachusetts Institute of Technology)

*UEFA*: Unió d'Associacions Europees de Futbol (Union of European Football Associations)

*TGV*: tren d'alta velocitat (Train à Grande Vitesse)

*WYSIWYG*: el que veus és el que obtens, àmbit de la informàtica (What You See Is What You Get)

*WWW*: xarxa d'abast mundial (World Wide Web)

Però, de vegades, són les entitats o els organismes els qui proposen o exigeixen la traducció a altres llengües: *ONU* (Organització de les Nacions Unides), *OMS* (Organització Mundial de la Salut), *OTAN* (Organització del Tractat de l'Atlàntic Nord), *OPEP* (Organització de Països Exportadors de Petrolí), *ADN* (àcid desoxiribonucleic), *COI* (Comité

Olímpic Internacional), *OCDE* (Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic), *PMF* (preguntes més freqüents).

En algun cas, mantenim les sigles en llengua original però no en fem la traducció del que signifiquen: *NaBai* (Nafarroa Bai), *ETA* (Eta ta Askatasuna), *BBC* (British Broadcasting Corporation), *KO* (knock out), *NBA* (National Basketball Association).

### **8.3. Pesos, monedes, mesures (longitud, àrea, pressió, temperatura), etc.**

Tenint en compte la immediatesa del discurs audiovisual i radiofònic, en què la prioritat és la comprensió de la informació per part del destinatari, el criteri de traducció més habitual de les mesures i els pesos, sobretot en els gèneres informatius, és el de donar les equivalències en el sistema mètric decimal quan els textos originals duen altres sistemes diferents. En cas de documentals històrics o gèneres de ficció, la solució depèn de la intencionalitat del text i la voluntat de mantindre el color local dels originals. Ens podem trobar amb casos en què s'adapten al sistema mètric, encara que la correspondència no siga exacta. Per exemple, *Twenty miles* es pot traduir per *30 Km*, o en comptes de dir *unes quantes polzades* es pot traduir per *uns quants dits* o *una miqueta*. En canvi, altres voltes, si no s'opta per mantindre la mesura original, s'intenta fer una traducció equivalent en el sistema de mesura més pròxim: *4 miles an hour* es converteix en *6 km per hora*, i *a radius of six miles* es tradueix com *un radi de 9 quilòmetres*. Els pesos de diferents sistemes també es tracten de forma diferent. De vegades, la traducció opta per mantindre les lliures, i altres vegades prefereix donar l'equivalent en quilos per facilitar-ne la comprensió. El que s'ha d'intentar és trobar un equilibri entre la comprensió i el color local.

Disposem de taules de conversions al sistema mètric decimal en línia que ens faciliten els càlculs i les equivalències més aproximades: velocitat (milles per hora / quilòmetres per hora; nusos/quilòmetres);



temperatura (Fahrenheit/Celsius; Kelvin/Celsius); pes (lliures/quilos; unces/grams); àrea (acres/hectàrees); volum (galons/litres; pintes/litres; unces/centilitres); longitud (milles/quilòmetres; peus/metres; polzades/centímetres), etc. L'enllac és:

<http://www.metric-conversions.org/ca/taula-de-conversio-metrica.htm>

Respecte a les unitats monetàries, en moltes pel·lícules sentim parlar de lliures, dòlars, marcs o francs. També cal advertir que les pel·lícules nord-americanes fan referència als bitllets de dòlar no en funció del valor que tenen, sinó de la imatge impresa. La relació de valors i imatges és la següent: \$1, *George Washington*; \$2, *Thomas Jefferson*; \$5, *Abraham Lincoln*; \$10, *Alexander Hamilton*; \$20, *Andrew Jackson*; \$50, *Ulysses S. Grant*; \$100, *Benjamin Franklin*; \$500, *William McKinley*; \$1.000, *Grover Cleveland*; \$5.000, *James Madison*; i, finalment, \$10.000, *Salmon P. Chase*.

## 9. LA TRADUCCIÓ AUDIOVISUAL

La traducció audiovisual (TAV) és una modalitat de traducció que engloba tots els textos en els quals hi ha una combinació de codis verbals (oral i escrit) i codis visuals (icònics i lingüístics). Una de les característiques fonamentals és el *mode*, ja que el traductor ha de produir un text escrit «per a ser dit com si no estiguera escrit».

Si bé, en els inicis, la TAV s'ocupava del cinema i, després, també de la televisió, les noves tecnologies han ampliat el camp d'actuació amb la incorporació d'un mercat de gran abast en el món dels productes multimèdia.

### 9.1. Introducció a les modalitats de traducció audiovisual

Per a comprendre la complexitat i l'abast de la traducció audiovisual, presentem tot seguit les modalitats més importants que tenen cabuda en els mitjans audiovisuals de la Corporació Valenciana de Mitjans Audiovisuals: d'una banda, doblatge, veus superposades, subtitulació interlingüística, sobretítulat i interpretació; de l'altra, les modalitats de traducció accessible: subtitulació per a sords (SpS), audiodescripció per a cecs (AD), subtitulació en directe i, finalment, la llengua de signes.

Al si de la CVMA únicament es produiran traduccions audiovisuals de textos que s'emeten en directe. Els textos gravats (doblatge, veus superposades, subtitulació interlingüística i supratitulació), s'externalitzaran a empreses del sector audiovisual (estudis de doblatge i sonorització i estudis de subtitulació), que prèviament hauran signat un contracte amb la CVMA i que hauran de seguir els criteris del Llibre d'estil de la CVMA.

Per aquest motiu, en aquest apartat ens centrarem de forma prioritària en les modalitats més vinculades als professionals que treballaran

dins la CVMA. Per a la resta, es presentaran una sèrie de criteris de traducció de caràcter general.

## **9.2. El doblatge**

### *9.2.1. Què és el doblatge i quan s'utilitza?*

El doblatge és la modalitat de TAV en què els diàlegs de la versió original del text audiovisual se substitueixen pels diàlegs en la llengua meta de forma sincronitzada amb la imatge.

Per diverses circumstàncies històriques, l'Estat espanyol és un país amb tradició de doblatge. Solen traduir-se els gèneres dramàtics més habituals (pel·lícules, sèries, dibuixos); els gèneres informatius com documentals, reportatges o fragments d'altres gèneres que apareixen en textos dramàtics (fragments de telenotícies, documentals o entrevistes, per exemple), i els gèneres publicitaris com els anuncis, la venda per televisió, les campanyes institucionals estatals i autonòmiques de caràcter informatiu, preventiu o de propaganda electoral.

### *9.2.2. Característiques del doblatge*

#### *9.2.2.1. La sincronia*

La sincronia inclou tres aspectes molt importants i definitoris: la sincronia de caracterització, el sincronisme de contingut i la sincronia visual.

- a) La sincronia de caracterització és l'harmonia entre la veu de l'actor o actriu que dobla i l'aspecte o gesticulació. És una tasca que coordina la direcció del doblatge.
- b) El sincronisme de contingut aborda tots els problemes de la congruència entre la nova versió del text i l'argument de l'original. Se n'encarrega la persona que fa la traducció. Algunes de les consideracions més generals són:

- Les variacions culturals, els accents i els dialectes. La recomanació general és donar unes pinzellades bàsiques que ajuden a caracteritzar els personatges.
  - La presència de diverses llengües en una mateixa pel·lícula: el criteri general ha de ser mantindre la credibilitat i la versemblança de l'original i preservar la diversitat lingüística si és important per al text. Les estratègies poden ser diverses: canviar les llengües si són molt similars a la nostra o combinar doblatge amb subtítolació. En el cas de les pel·lícules denominades *multilingües*, recomanem una versió subtítolada en comptes del doblatge.
- c) En la sincronia visual podem destacar tres aspectes: la sincronia labial, la isocronia i la sincronia quinèsica. La sincronia labial és l'harmonia entre la boca dels actors i actrius de la pantalla i el que sentim. La isocronia o sincronia temporal és la sincronia d'articulació de la síl·laba en relació amb la llargària de la frase (la frase ha de «cabre» en la boca dels personatges). I la sincronia quinèsica és l'harmonia entre el que es diu i l'expressió facial i gestual dels personatges.

### 9.2.2.2. L'ajust

La sincronia visual és una part destacable de l'ajust. L'ajust, que és una característica essencial del doblatge, és una tècnica molt precisa, que alguns denominen *gimnàstica del llenguatge*, a través de la qual es prepara el text traduït perquè els actors i actrius l'interpreten en sala. Precisament les restriccions que plantegen aquest conjunt de convencions i restriccions, a banda del fet de treballar un text escrit per a ser dit com si no estiguera escrit, són les que han originat el concepte de *dubbese* (llengua pròpia del doblatge).

Podem distingir una sèrie de característiques bàsiques de l'ajust, encara que cada estudi té unes convencions pròpies. L'ajustador, que pot ser la mateixa persona que el traductor, prepara el guió o llista de diàlegs:

- L'encapçalament ha de dur el nom de l'estudi, les dades de la persona que fa la traducció i el títol original i traduït del text.
- El text es divideix en preses o *takes*.
- Cada presa estarà numerada i tindrà un codi de temps assignat (TCR) per a identificar l'escena a l'estudi.
- Els noms dels personatges han de precedir les intervencions, i les intervencions han d'anar sagnades. El nombre de caràcters per línia d'intervenció serà aproximadament de 60.
- La presa no pot tindre més de 10 línies, però un personatge no pot tindre més de 5 línies per presa.
- Un canvi significatiu d'escena comporta un canvi de presa.
- Les preses no poden dividir-se en dues pàgines diferents.
- Quan dins d'una presa hi ha una pausa superior als 15 segons, es canvia de presa.
- S'ha d'intentar que una presa no tinga una durada total superior als 30 segons.
- És important utilitzar una tipografia clara (Arial 12) i un interlineat no inferior a 1,5.

L'ajust utilitza una sèrie de convencions per a facilitar la interpretació del text:

- (ON) El personatge apareix en pantalla i se li veu la boca.
- (OFF) Se sent la veu, però el personatge no hi és.
- (DE) D'esquena.
- (SB) Sense boca. El personatge parla en pantalla, però no se li veu la boca.
- (ALHORA) Els personatges intervenen al mateix temps.

- (AD LIBITUM) Quan hi ha molts personages que parlen o fan gestos alhora i no se'ls entén bé.
- (R) (Rs) (RR) (R→) Riure.
- (X) Xisclar, cridar.
- (G) (Gs) (GG) (G→) Gestos sonors.
- (LL) Els personatges es troben lluny i la vocalització passa més desapercebuda.
- (T) Trepitjar. Unes intervencions s'encavalquen amb unes altres.
- / Pausa entre 3 i 5 segons.
- // Pausa doble, entre 5 i 15 segons.

### 9.2.3. Aspectes lingüístics del doblatge

En el doblatge hi ha una sèrie de fenòmens o aspectes que convé evitar o afavorir:

a) Amb caràcter general, en el nivell prosòdic s'han d'evitar:

- Les reduccions i supressions consonàntiques pròpies del discurs oral col·loquial espontani (*pa* per *per a*).
- La caiguda de la *d* intervocàlica (*caçador* per *caçador*).
- La caiguda de les vocals àtones (*pèndix* per *apèndix*).
- Les metàtesis (*crompar* per *comprar*).
- L'afegiment de vocals de suport, pròpies de registres molt col·loquials (*amoto* per *moto*).
- L'elisió dels enllaços intraoracionals.

- Les ambigüitats prosòdiques.
- Les cacofonies, perquè, encara que són pròpies del discurs oral, dificulten molt el treball dels actors de doblatge.
- L'aspiració de la esse abans d'oclusiva gutural: és que [éhke].

b) Amb caràcter general, en el nivell morfològic s'han d'evitar:

- Les concordances agramaticals.
- Les flexions verbals incorrectes per analogia.
- La creació de singulars o plurals analògics.
- La creació de masculins o femenins analògics.
- L'ús abusiu dels possessius.
- L'ús innecessari dels pronoms personals.

c) Amb caràcter general, en el nivell sintàctic s'ha d'evitar:

- La segmentació de l'enunciat en fragments successius.
- La supressió de connectors i marcadors discursius.
- La supressió de preposicions, molt pròpia del discurs oral informal.
- Els incompliments de les restriccions gramaticals o semàntiques.
- L'ús excessiu de l'anteposició de l'adjectiu.
- Els usos incorrectes del gerundi.
- L'ús de les falques (*question tags*).
- Les vacil·lacions.

d) Amb caràcter general, en el nivell lèxic s'han d'evitar l'ús de calcs i falsos amics:

*actual* (efectiu) per *actual* (moment present)

*assist* (ajudar) per *assistir* (estar present)

*bomber* (bombardeig) per *bomber* (personal contra incendis)

*choke* (ofegar) per *xocar* (col·lisionar)

*celebrity* ('famós') per *celebritat* ('famós amb connotacions de mèrits intel·lectuals')

*college* (universitat) per *col·legi* (institut)

*disgust* (repugnància) per *disgust* (preocupació)

*embarrassed* (avergonyida) per *embarassada* (prenyada)

*evidence* ('prova') per *evidència* ('palesa, que no dóna lloc a dubte')

*fabric* (tela) per *fàbrica* (factoria)

*lecture* (conferència) per *lectura* (de llegir)

*preoccupied* (distret) per *preocupat* (capficat)

*rope* (corda) per *roba* (vestimenta)

*ultimately* (al final) per *últimament* (fa poc)

e) Amb caràcter general, s'ha d'afavorir:

- El manteniment del nivell de formalitat de l'original.
- La topicalització dels elements més rellevants des del punt de vista de la informació o de l'expressivitat dels textos.
- L'ús de les frases juxtaposades; després, de les coordinades, i, finalment, de les subordinades.
- L'ús de les expressions d'obertura i tancament del registre oral.



- L'ús de les interjeccions, els recursos expressius i els vocatius, especialment en els gèneres dramàtics. Com sempre, haurem de tindre present els aspectes de l'ajust (nombre de síl·labes, obertura de vocals, bilabials, etc.). Ací en tenim alguns exemples:

Admiració: *oh!, fantàstic!, xulíssim!, de conya!, meravellós!, visca!, bravo!, etc.*

Assentiment: *exacte, tu ho has dit, d'acord, naturalment, ja ho crec, equilibrà, veges si no, en efecte, etc.*

Avís: *alerta!, atenció!, vigila!, vés (a) espai!, para compte!*

Avorriment: *uf!, quin pall!, etc.*

Contrarietat: *això no pot ser!, impossible!, etc.*

Desacord: *ah, no!, ni pensar-ho ni somiar-ho!, al·lucines!, tu flipes o què?, i ara!, que t'ho has cregut!, Au, vinga!, i què més?, puja ací i voràs París!, I una merda!, de cap manera!, ni de conya!, això sí que no!, para el carro!, vés i corre! I a l'altra, pinyol!, que t'ho has cregut!, etc.*

Dificultat: *ui!, uf!, ai, mare!, ai, senyor!, de miracle!, etc.*

Donar ànims: *au, vinga!, ànims!, avant!, amunt!, tira!, va!, etc.*

Dolor: *ai!, quin mal!, estic baldat!, no puc més!, etc.*

Dubte: *la veritat és que..., el cas és que..., mira..., vull dir que..., a vore..., etc.*

Emfasi: *que fort!, que guai!, quina passada!, mare meua!, no m'ho puc creure!, ausades!, on vas a parar!, etc.*

Fàstic: *quina agonia!, ecs!, quin fàstic!, ai, que vomitaré!, quin oix!, etc.*

Imprecacions: *casson dena! o caguen dena!, caguen Ceuta!, bord!, desgraciat!, malparit!, fill de puta!, la mare que va!, la mare que el va parir!, la mare que té un piano!, merda!, cabró!, puta!, hòstia!, hosti!, collons!, recollons!, caracollons!, mala bèstia!, etc.*

Incredulitat: *impossible!, no és cert!, etc.*

Indiferència: *no sé de què em parles!, Ni idea!, Ps!, etc.*

Interpel·lació: *de què vas?, què vols, ara? què dius que faràs?, vine, si tens valor!, escolta!, etc.*

Plaer: *Mm!, ah!, molt bé!, etc.*

Por: *no per favor! para!, etc.*

Reprovació: *d'això, res!, no anem bé, cobraràs!, et pegaré una bescollada!, mira que..., molt malament!, deixa-ho estar!, etc.*

Resignació: *si tu ho dius..., si no hi ha més remei, com digues, etc.*

Salutacions: *Hola!, Bon dia i bon hora!, Bona nit!, Com va?, Què fem?, Com ho tenim tot?, etc.*

Silenci: *mut!, mut i a la gàbia!, calla!, prou!, s'ha acabat!, silenci!, etc.*

Sorpresa: *ah!, eh!, eu!, xe!, xa!, ostres!, jas, coca!, fotre!, alça!, què dius?, de veritat?, carai!, caram!, sí, dona!, sí, home!, no fotes tu, ara!, redell!, redeu!, etc.*

Tranquil·litat: *Uf!, per fi!, que bé! ja tocava!, ja eren hores!, etc.*

El doblatge reforça la il·lusió que els actors i actrius parlen la mateixa llengua que l'espectador. És un aspecte que té relació molt directa amb la llengua que utilitza el doblatge, justament per la funció de model que exerceix en la societat.

## 9.2.4. Característiques específiques dels gèneres

### 9.2.4.1. Dramàtics (pel·lícules i sèries)

En les pel·lícules, la característica principal és la importància de les restriccions visuals: l'aparició del codi escrit en la imatge (notes, cartes, cartells, senyals, etc.); les situacions amb restriccions visuals (primers plans, la sincronia fonètica, la isocronia, la rapidesa de l'acció, etc.), i les situacions que no presenten restriccions visuals (les veus en *off*, els plans generals, les veus d'esquena a la càmera o del personatge). Els aspectes vinculats als aspectes culturals, pragmàtics i comunicatiu depenen, en gran mesura, dels subgèneres dramàtics: les pel·lícules musicals presenten la dificultat de la traducció de les cançons; les pel·lícules documentals, el de la terminologia; les pel·lícules literàries, el nivell retòric del text; les pel·lícules històriques, els referents culturals; les pel·lícules per a joves, el registre col·loquial; les pel·lícules d'humor, la traducció dels jocs de paraules, la ironia, etc.

Sobre les sèries, s'ha d'afegir la dificultat de mantindre les estratègies de traducció al llarg de tots els capítols per a evitar incoherències: tractament entre els personatges, adaptacions culturals, noms dels personatges, recursos humorístics, idiolectes, etc.

### 9.2.4.2. Documentals

La característica essencial dels documentals és la presència mínima de restriccions visuals: la majoria dels documentals doblats tenen una veu en *off*, és a dir, presenten una situació sense restriccions visuals. Això permet una traducció més pròxima a la traducció escrita. En els casos en què el documental té veus en *on*, les característiques de la traducció per al doblatge, en relació amb l'ajust, són les mateixes que en les pel·lícules, telefilms o sèries. Això no obstant, convé destacar:

- Exigeixen una elocució molt precisa i correcta per part dels locutors i actors de doblatge, d'acord amb el registre estàndard de formalitat que tenen en la majoria dels casos.

- El nivell de referencialitat elevada dels textos implica un ús acurat de les referències d'íctiques, de les denominacions precises dels llocs, la fauna, els processos i les persones que apareixen al text.
- L'ús de terminologia variada i de lèxic general precís és molt freqüent. Els processos de documentació són importants.
- Des del punt de vista gramatical, es recomana respectar l'ordre canònic de la frase.
- S'ha de produir un text ben cohesionat, amb poques el·lipsis i un ús adequat dels connectors.

#### *9.2.4.3. Dibuixos animats (per a públic infantil)*

A excepció de les produccions en 3D i d'animació digital, el doblatge dels dibuixos es caracteritza pel fet de tindre una exigència menor en l'ajust (especialment en la isocronia i en la sincronia labial). La funció primordial és la d'entretindre, encara que també poden tindre una funció educativa.

Per regla general, els continguts no tenen massa referències intertextuals, ni aspectes lingüístics complexos o varietats d'usuari difícils d'entendre per als infants. La traducció se centra en la transmissió dels aspectes relacionats amb la pragmàtica i en l'intent d'aconseguir una expressivitat adequada (repeticions, cançons, humor, frases fetes, interjeccions, recursos vocàlics, jocs de paraules, traducció de noms propis amb càrrega semàntica, etc.).

#### *9.2.4.4. Textos publicitaris*

En la traducció per al doblatge de la publicitat, la característica més destacable és la importància dels factors contextuals i professionals, com ara el paper central de les qüestions econòmiques condicionades

per la voluntat del client, els usos i costums de les societats implicades, i les restriccions de les polítiques televisives de la llengua meta (què es pot anunciar i què no).

Pel que fa a les qüestions de l'ajust, el doblatge de la publicitat presenta les següents modalitats: *a)* doblatge similar al dels gèneres dramàtics en els anuncis amb diàlegs; *b)* combinació de veu en *off* del narrador amb diàleg de personatges; *c)* doblatge de la veu en *off* d'un narrador; i *d)* combinació del doblatge amb la subtitulació.

Sobre els aspectes lingüístics, tenen una rellevància especial els aspectes pragmàtics (la intencionalitat), els semiòtics (les referències culturals) i tots els recursos retòrics i expressius de la llengua: des de la fonètica (al·literacions) a la selecció lèxica (jocs de paraules, traducció de les marques).

Finalment, cal advertir que la diversitat lingüística dels anuncis, la presència de personatges famosos i la internacionalització de les campanyes pot comportar una selecció d'estratègies que es mouen entre la no-traducció (*Just do it*) i la substitució total de l'anunci (màxima localització).

### **9.3. Les veus superposades**

Es tracta d'una variació del doblatge que consisteix a mantindre la banda sonora de l'original de forma atenuada i superposar la traducció oral en un volum superior.

A l'Estat espanyol és la forma en què s'emeten una gran part de documentals.

La diferència més important respecte del doblatge afecta la sincronia temporal (la isocronia), ja que aquesta nova locució comença uns dos segons després de l'original, però finalitza al mateix temps (decalatge).

## **9.4. La subtitulació interlingüística**

### *9.4.1. Què és la subtitulació i quan s'utilitza?*

El text audiovisual original es manté inalterable, i s'afegeix un text escrit a la part inferior de la pantalla (subtítol) que s'emet de manera simultània. Les característiques fonamentals són el pausat del text original per a preservar les unitats de sentit i la sincronització dels subtítols. Aquesta modalitat posa de manifest la diferència entre original i traducció a través de la coexistència de totes dues versions. La transparència que suposa la subtitulació li ha valgut l'adjectiu de traducció «vulnerable».

S'usa en pel·lícules, sèries, documentals i publicitat, si bé en general com a opció secundària, a causa de la tradició espanyola de doblar, que ha creat unes expectatives de recepció molt difícils de canviar. De fet, els estudis indiquen que una bona part dels productes que s'emeten subtitulats per la pantalla de les corporacions televisives és una conseqüència de la demanda de subtitulació per a sords.

És molt recomanable l'ús de la subtitulació com a modalitat preferent per a textos de caràcter multilingüe molt marcat o en aquells en què els elements culturals siguen fonamentals. També adquireix importància en les pel·lícules musicals i en els programes o espais amb una vocació pedagògica elevada.

### *9.4.2. Característiques més importants*

Tal com passava amb el doblatge, a l'hora de fer la subtitulació, no totes les empreses de subtitulació tenen els mateixos criteris. A més, molts dels aspectes més tècnics dependran del programari utilitzat. Això no obstant, presentem alguns dels criteris més generals.

#### 9.4.2.1. Aspectes tècnics sobre els subtítols i l'espai

- Nombre de línies: el criteri general serà no utilitzar mai més de dues línies per subtítol.
- Ubicació del subtítol: es col·locaran en la zona inferior de la pantalla i de forma centrada. Únicament, i com a mesura extrema, es desplaçaran a la zona superior quan hi haja problemes greus de visibilitat o coincidisca amb un insert o rètol del text original. Es pot utilitzar el criteri d'utilitzar una caixa de fons color gris semitransparent, o similar. Es recomana un grau de coherència en el sistema utilitzat per no provocar en l'audiència problemes de lectura. Precisament per a facilitar la lectura, la línia inferior del subtítol estarà a una duodèsima part de l'alçada de la pantalla. Si el subtítol només té una línia, la situarem sempre en la zona superior, de manera que tots els subtítols comencen sempre en el mateix lloc i l'ull tinga una rutina de lectura. Quan cada línia del subtítol corresponga a la intervenció de dos personatges diferents, el subtítol continuarà estant al centre però justificades les dues línies a l'esquerra. El més important és mantindre la coherència al llarg de tot el text.
- Nombre de caràcters per línia: tenint en compte que ens movem entre pantalles de televisió, d'ordinador, de tableta i de mòbil, recomanen que el número màxim de caràcters siga de 35. Els programes de subtitulació ja tenen en compte aquests paràmetres i ens avisen si superem la xifra estipulada. El nombre mínim de caràcters per línia serà de 5 espais, per a garantir un mínim de permanència en la pantalla i evitar la sensació d'aparició i desaparició immediata per part de l'espectador.
- Color del subtítol: és preferible el color groc també per la legibilitat i la possibilitat de destacar més sobre la imatge.

#### 9.4.2.2. Aspectes tècnics sobre els subtítols i el temps: sincronia entre la imatge i els diàlegs

Com a criteri general, no s'ha d'abusar dels subtítols d'una única línia, ja que demanden més temps de lectura dos subtítols d'una línia separats que un subtítol de dues línies.

La velocitat de lectura mitjana és molt variable, però si prenem com a estàndard dues o tres paraules per segon, és recomanable que els subtítols d'una línia tinguin un màxim de huit paraules i es mantinguen en la pantalla uns 4 segons, mentre que els de dues línies en tinguin un màxim de 16 i una permanència de 6 segons en pantalla. Això no obstant, els programaris actuals ja fan tot aquest procés de manera automatitzada.

Ha d'haver-hi una sincronia amb el *tempo* de l'original: s'ha de perseguir l'harmonia entre l'enunciació del text oral original i l'aparició en la pantalla dels subtítols (aparició i desaparició dels personatges, pauses naturals del discurs, canvis de pla). En textos d'alta densitat verbal, com a cas excepcional, es permet un marge d'un 10% d'asincronia entre el subtítol anterior i el posterior.

#### 9.4.2.3. Aspectes ortotipogràfics

En primer lloc, cal advertir que l'ortotipografia de la subtitulació no coincideix exactament amb les convencions que apliquem als textos escrits. De nou, el més important és ser coherent al llarg de la mateixa traducció.

- Quant al tipus de lletra, com a criteri general, es recomana la lletra Arial 10, per l'alt nivell de legibilitat.
- Sobre els signes de puntuació:
  - Quan la frase ocupa més d'un subtítol, posarem els signes d'interrogació i d'exclamació també a l'inici per a facilitar-ne la lectura.



- S'ha d'evitar l'ús dels signes de puntuació amb caràcter redundant. Hem de recordar que l'espectador ja té la imatge i, per tant, veu quin és l'estat d'ànim dels personatges. Tampoc no és adequada la repetició dels signes per a donar més èmfasi a una intervenció: *\*Vine ací de seguida!!!*
- No utilitzarem els signes d'interrogació i d'exclamació de forma combinada en la mateixa frase. Haurem de decidir-nos per un de sol.
- Ús de majúscules: s'ha de mesurar bé com usar-les, ja que ocupen més espai que les minúscules i fan més lenta la lectura del subtítol. Queda limitat als títols inicials dels programes, als inicis de frase, a les sigles, a la primera lletra d'algunes abreviatures, d'alguns títols d'obres o d'institucions, als inserts i als rètols.
- Guionet: en les convencions del subtítols, el guionet s'utilitza abans de la intervenció dels diàlegs dels personatges en els subtítols de dues línies (no s'utilitza el guió més llarg dels textos teatrals).
- Els punts suspensius: s'utilitzaran quan hi ha una frase inacabada, una pausa llarga, una omissió, una vacil·lació del personatge, una voluntat de provocar suspens, en una enumeració que es pot continuar, etc. En cas que el subtítol no incloga una frase sencera, s'han de col·locar punts suspensius al final del subtítol i al començament del següent per tal d'indicar que pertanyen a la mateixa intervenció. Van sempre units a la paraula que segueixen o precedeixen.
- S'han d'evitar al màxim l'ús de parèntesis i claudàtors. De fet, com que solen implicar explicacions i la subtitulació es caracteritza per la síntesi de la informació, solen desaparèixer en la majoria dels casos.
- En cas que una frase haja finalitzat, s'ha de posar un punt sempre.

- Quan el subtítol consta d'una sola frase i es tracta d'un insert, i no d'una intervenció de personatge, no s'ha de posar un punt final. A més, l'escriurem en majúscula per a diferenciar-ho millor dels diàlegs.
- L'ús de la cursiva indica les intervencions en *off* dels personatges: els somnis, la veu de la consciència, pensaments, veu del narrador omniscient, etc.
- També es marcaran amb cursiva les paraules d'altres llengües que no es diuen amb pronúncia adaptada.
- A diferència del que ocorre amb la subtitulació per a sords, que fa prevaldre l'ús de les cometes, es recomana també la cursiva en les veus en *off* que procedeixen de televisors, aparells de música, megafonia, contestadors, i quan parla una persona a l'altra banda del telèfon o pantalla i que no veiem, etc. També en les cançons.
- Quan en un diàleg cada personatge usa una llengua diferent, utilitzarem la cursiva per a identificar una de les dues llengües.
- Les cometes s'utilitzen en el discurs d'estil directe, en les cites, per a indicar que ens trobem amb neologismes, o paraules agramaticals o incorrectes, les referències bibliogràfiques i literàries, títols de publicacions, llocs, objectes i obres de naturalesa molt diversa o conceptes que es volen destacar. També s'utilitzen per a destacar els malnoms, expressions iròniques o usos metalingüístics.
- En la reproducció gràfica de noms propis d'altres llengües, no utilitzarem símbols especials que no formen part dels teclats convencionals. Per exemple: escriurem *Rostropovic* (i no *Rostropovič*).
- Les quantitats s'han d'escriure amb lletres de l'u al dènou i amb xifres a partir del 20. Les frases fetes sí que mantindran els nombres amb lletres: *No alça dos pams de terra*. Per contra,

sempre es posaran en xifres els números dels edificis, habitacions d'hotel, els dies del mes, les dècades.

- Marcarem els barbarismes amb les cometes, per a destacar-ne l'ús incorrecte.
- Sobre les abreviatures, es poden usar per a estalviar caràcters: *Sr.* per *Senyor*, *Dr.* per *doctor*, etc.
- No s'han d'utilitzar en cap cas abreviatures informals pròpies de missatges de mòbils, correus electrònics o xats d'Internet.
- Les sigles i els acrònims no duran punts.
- S'ha de donar preferència a les formes abreujades dels símbols més coneguts: *km*, *s*, *%*, *£*, *\$*, *€*. En el cas de *km*, s'ha de posar un espai abans del símbol (*6 km*); per als diners, es col·loquen després de la xifra, sense espai en blanc (*100\$*).
- Per a les referències horàries, s'utilitzen preferentment els dos punts: *les 23:15*.

#### 9.4.2.4. Aspectes de contingut

La subtitulació es caracteritza per una síntesi de la informació original deguda a les restriccions espaciotemporals. Per això, s'utilitzen tècniques de condensació i de supressió de la informació, però sempre mantenint un equilibri pel que fa a la funció, a la càrrega semàntica i a l'estil de l'original per a preservar-ne la fidelitat. Podem destacar els aspectes següents:

- S'utilitzen sinònims amb menys caràcters: *usar* per *utilitzar*; *dir* per *comentar*; *ara* per *en este moment*, *abans* per *en altres èpoques*, etc.
- Se substitueixen paraules, sintagmes i fins i tot frases per pronoms: *Podries passar-me la sal, per favor?* > *Passa-me-la*.

- Sempre que es pugui, s'han d'afavorir els temps verbals simples en lloc dels compostos i s'han d'evitar les perífrasis verbals: *Vull reformar la casa, i després la voldria vendre* > *Reformaré la casa i la vendré*.
- S'han de simplificar les estructures sintàctiques.
- S'han de fer prevaldre les oracions actives i les interrogatives directes.
- Es poden fusionar dues frases en una.
- Es poden suprimir tots els elements redundants amb la imatge, els textos explicatius que van entre comes, guionets o parèntesis, les paraules o expressions repetides.
- També es poden eliminar les expressions fàtiques (*mira, escolta, vull dir*), les salutacions, les interjeccions, les preguntes retòriques, alguns adjectius i adverbis amb una funció secundària.
- Es pot prescindir de molts noms propis i referències a coses i persones que ja apareixen a la pantalla.
- Per a dotar al text subtítulat d'una coherència que en facilite la comprensió davant de l'esforç de síntesi, s'utilitza la pronominalització i s'augmenta l'ús de les formes amb valor díctic (*ací, allà*).
- En contra del que és habitual en la nostra llengua, utilitzem els vocatius de forma més recurrent: *Tranquil·la, Mary./ Tot anirà bé*.

## 9.5. El sobretítulat

El sobretítulat és una varietat de subtítolació electrònica que s'utilitza en òpera i també en teatre, fonamentalment amb l'objectiu de mantin-

dre tant com es pugui la proximitat amb el text original. En el cas de la transmissió de teatre i òpera per la TV, la sobretitulació es farà en la sala on té lloc l'espectacle i, per tant, no hi ha una intervenció dels professionals de l'ens públic.

## **9.6. Traducció i accessibilitat**

Les modalitats de traducció associades a l'accessibilitat es caracteritzen pel fet de tindre com a objectiu l'eliminació de les barreres de comunicació que poden presentar els productes audiovisuals a les persones amb problemes auditius i visuals, fonamentalment. La LIONDAU (Llei d'igualtat, no-discriminació i accessibilitat universal), aprovada el 2 de desembre de 2003, va suposar un gran impuls per a aquestes noves modalitats.

### *9.6.1. L'audiodescripció*

#### *9.6.1.1. Què és l'audiodescripció i quan s'usa?*

És una modalitat de traducció intersemiòtica que permet accedir, a través del canal acústic i de forma sincronitzada amb l'original, a la informació de tots els elements que no ens arriben a través de la banda sonora de qualsevol text audiovisual (pel·lícula, sèrie, espectacle, etc.). Té com a objectiu facilitar la comprensió del text a un espectador meta que té dificultats visuals.

La utilitzarem en els programes emesos per la televisió o el portal web, tant si són en directe com si són gravats: retransmissions d'esdeveniments esportius, culturals, espais d'entreteniment, pel·lícules, sèries, dibuixos animats, documentals, etc.

#### *9.6.1.2. Recomanacions per a l'elaboració del guió d'audiodescripció*

a) Aspectes tècnics i professionals. La sincronització:

- El guió està format per unitats que es denominen *bafarades d'informació*, que han de sincronitzar-se en els silencis del text original, i han d'explicar tots aquells elements que apareixen en pantalla i que són rellevants per a la narració.
- La locució s'ha de distingir clarament del text original (elecció de la veu més apropiada en cada cas) i ha de ser la mateixa per a tot el text. S'ha d'evitar recórrer a personatges famosos amb una veu que es pot reconèixer fàcilment, ja que això pot provocar una distracció per part de l'audiència.
- El guió ha d'incloure la informació aportada per qualsevol element gràfic que apareix a la imatge o que hi ha en l'escena, plató, etc. (subtítols ocasionals, cartells, notes, avisos, títols de crèdit, etc.). Se n'ha de fer una síntesi quan les restriccions de sincronització no permeten locutar-los de forma íntegra.
- S'ha de descriure en la llengua de l'audiència, no de la producció. Per exemple, si en una pel·lícula hi ha algun fragment en més d'una llengua, tot es traduirà al valencià.

#### b) Aspectes de contingut:

- S'ha d'aplicar la regla espai-temps, que consisteix a aclarir el quan, on, qui, què i com:
  - quan (nit o dia; matí, vesprada; fosc, clar, etc.).
  - on (llocs, escena, canvis d'escena, etc.).
  - qui (gènere, vestit –descripció de l'estil, de les característiques de la roba, etc.–, característiques físiques –altura, cabells, color de pell, complexió, etc.–; edat –nadó, xiqueta, jove, vell, madur, edat avançada, etc.–; expressions facials –riure, celles, arrugues, etc.–; llenguatge corporal –mans tremoloses, cames creuades, mans en alt, negar amb el cap, alçar els muscles, etc.–).

- què (sons de fora de camp, efectes sonors difícils d'identificar, subtítols o qualsevol element gràfic important).
  - com (desenvolupament de la història que ajuda a seguir el text: explicitació d'el·lipsis d'informació, per exemple, de cada situació que es descriu).
- L'audiodescriptor ha de consultar la documentació disponible sobre el text que ha de descriure amb l'objectiu de garantir la utilització correcta de la selecció lèxica i la terminologia apropiada i requerida en cada cas.
  - El guió ha de tindre en compte la trama de l'acció dramàtica o el discurs que se sent i, en segon lloc, els ambients i les dades plàstiques que apareixen a la imatge.
  - La informació ha de ser coherent amb la tipologia de l'obra i les necessitats de l'audiència (públic infantil, juvenil, adult, etc.).
  - L'estil de l'escriptura ha de respectar que cada bafarada d'informació ha de tindre sentit complet i s'han d'evitar les cacofonies, les redundàncies i la pobresa de recursos idiomàtics bàsics.
  - S'ha de ser tan concís com siga possible amb la finalitat d'evitar confusions a l'audiència.
  - S'han de respectar les dades que aporta la imatge, sense aplicar la censura (ni suprimir informació rellevant ni afegir informació innecessària). Per exemple: escenes de violència, sexe, etc.
  - S'ha d'evitar descriure el que es pot deduir del text sonor original.
  - No s'ha d'avançar la informació de la trama, ni trencar les situacions de tensió dramàtica, suspens o misteri.
  - S'ha d'evitar transmetre cap punt de vista subjectiu. No s'ha de descriure el que és invisible, no perceptible amb la mirada.

Per exemple, s'han d'evitar les referències a l'estat mental dels personatges, les motivacions que tenen, etc.

- Quan siga convenient i tècnicament possible, es poden fer descripcions més extenses (explicacions sobre la producció, definicions de termes, etc.). Això es pot fer, de forma especial, en la retransmissió d'esdeveniments esportius i culturals, per exemple. Serien tècniques similars a les que s'utilitzen en la ràdio.

## 9.6.2. *La subtitulació per a sords*

### 9.6.2.1. *Què és la subtitulació per a sords (SpS) i quan s'usa?*

La subtitulació per a sords (SpS) és una modalitat de traducció que pot ser intralingüística (dins de la mateixa llengua) o interlingüística (entre dues llengües diferents). Permet oferir de forma sincronitzada tota la informació sobre els diàlegs dels personatges, així com tots els elements discursius que formen part de la imatge, i no estan en la llengua d'arribada (notes, pancartes, grafitis, senyals, etc.), o que formen part de la banda sonora (sorolls, veus en *off*, música, etc.).

La utilitzarem de forma preferent en la TV en directe (informatius, anuncis d'organismes públics, entreteniment), per a facilitar l'accés a la informació de les persones amb problemes auditius. També en l'exhibició en la TV i en el portal web de programes gravats (ficció: pel·lícules, sèries; i informatius: documentals, especialment).

En el cas dels programes dedicats a una audiència infantil, s'haurien de modificar els aspectes tècnics per a adequar la subtitulació a les capacitats de lectura.

### 9.6.2.2. *Recomanacions per a l'elaboració de SpS*

Donem unes recomanacions genèriques perquè, en el cas de la SpS de productes gravats, la producció es fa fora de la Corporació, i cada estudi de subtitulació té uns criteris particulars.



a) Aspectes tècnics visuals i temporals:

- S'ha d'indicar el nom dels personatges quan siga necessari.
- El temps d'aparició en pantalla ha de garantir la legibilitat per part de l'audiència.
- La segmentació de les línies del subtítol ha de seguir les normes generals de la subtitulació.
- La llargària de les línies no ha de superar els 30-35 caràcters, i el temps d'exposició del subtítol no hauria de ser inferior als 1,80 segons per línia. Sobre la grandària dels caràcters, han de ser visibles a 2,5 metres de distància de la pantalla (formats estàndards de pantalla consignats en la norma UNE-153010: 2012). En aquest sentit, cal remarcar que l'audiència no és homogènia i les velocitats de lectura poden variar molt. Com a estàndard, utilitzarem la referència de 15 caràcters/segon.
- Els subtítols no poden sobrepassar la sisena part de la pantalla.
- S'ha d'intentar no sobrepassar les dues línies per subtítol.
- Els subtítols, amb caràcter general, s'han de situar centrats en la zona inferior de la pantalla. Si hi ha condicions extremes de la imatge que en dificulten la legibilitat (un fons que coincideix amb els colors de les lletres, la presència d'algun element escrit situat en la zona inferior), els subtítols es col·locaran en la zona superior, preferentment.
- Pel que fa a la sincronia:
  - Labial: s'ha d'intentar aconseguir una correspondència entre la intervenció dels personatges i l'aparició del subtítol.
  - Locució: els subtítols han de coincidir tant com es pugui amb el ritme dels diàlegs.
  - Canvi de pla: quan hi ha un canvi de pla significatiu, el subtítol s'ha de tancar i se n'ha de començar un altre.

- Informació sonora: tota la informació sobre els elements sonors haurà d'aparèixer de forma sincronitzada.

*b)* Aspectes ortotipogràfics:

- Cada personatge principal, en funció de la importància que té i la densitat de text que diu, té un color assignat: Colors:
  - Protagonista 1: groc. En caixa negra.
  - Protagonista 2: verd. En caixa negra.
  - Protagonista 3: cian. En caixa negra.
  - Protagonista 4: magenta. En caixa negra.
  - Resta de personatges: blanc. En caixa negra.
  - Efectes sonors: roig o blau. En caixa blanca.
  - Cançons: blau. En caixa groga. Únicament s'han de traduir si tenen un tractament especial i cal diferenciar-les dels diàlegs. Són molt importants en les pel·lícules musicals.
- La caixa s'ha d'utilitzar per a preservar el contrast entre els subtítols i la imatge. No és d'ús obligatori però sí convenient quan hi ha dificultats de visibilitat.
- Quan els colors no són suficients per a identificar els personatges, utilitzarem les etiquetes, que escriurem en majúscula i entre parèntesis.
- Els efectes sonors apareixen entre parèntesis i amb majúscula inicial a la part dreta superior de la pantalla.
- Un altre recurs tipogràfic complementari és l'ús de guionets al principi d'intervenció de personatge.
- La tipografia ha de ser molt legible: es recomana l'ús de la lletra Arial 10.

c) Aspectes de contingut:

- Farem la descripció dels efectes de la banda sonora, els aspectes extralingüístics sonors, com els sorolls ambientals. Per exemple: *(Toc de campanes)*, *(So de telèfon)*, *(Càmera)*, *(Veus)*, *(Frenades)*, etc. En tots els casos, el format serà: col·locació en la part superior dreta, entre parèntesis i amb majúscula inicial.
- També inclourem en aquest apartat la informació paralingüística (aspectes relacionats amb la descripció de les veus, com parlen els personatges, l'entonació, la prosòdia (cadència pròpia dels personatges), els accents, la presència d'altres llengües; és a dir, qualsevol tipus d'informació contextual. En aquests casos, el criteri general serà:
  - Posar la informació davant del subtítol, entre parèntesis, amb majúscules i en el mateix color que la intervenció del personatge. Per exemple: *(EN ITALIÀ) (ACCENT ESTRANGER) (PARLA EN BÚLGAR)*.
  - En el cas dels elements paralingüístics pronunciats pels personatges, se situaran en el subtítol abans o després de la seua intervenció amb la finalitat d'estar com més sincronitzat millor: *(RIU)*, *(TUS)*, *(PLORA)*, *(CRIDA)*, *(XIULA)*, *(SOSPIRA)*, etc.
  - Per a algunes veus en *off*, seguirem el mateix criteri. Per exemple, si es tracta del que se sent a la ràdio, a la tele, al contestador, per megafonia, etc., posarem, entre parèntesis i en majúscula al principi del subtítol, i tot seguit entre cometes, el que se sent:  
*(TV) «Aquest matí han segrestat uns periodistes a Constanti-  
noble».*
- S'han d'evitar totes les referències i frases fetes vinculades a la recepció acústica: «*Això em sona*», «*Podem sentir*», «*Si escoltem amb atenció*», etc.

- Sobre la representació dels aspectes musicals, si és important per a la trama, podem especificar:
  - El tipus de música: (*Música rock*), (*Música pop*), (*Música clàssica*), (*Música celta*), (*Música nadalenca*), (*Música infantil*), etc.
  - La sensació que transmet: (*Música tranquil·la*), (*Música estrident*), (*Música de suspens*), etc.
  - La identificació de la peça musical i de l'autor: (*Aria de Verdi*) (*Sonata de Chopin*) (*Per a Elisa, de Beethoven*), etc.
  - En tots els casos, el format serà: col·locació en la part superior dreta, entre parèntesis i amb majúscula inicial.
  - Quan la lletra és rellevant, la consignarem com a subtítol normal (part inferior de la pantalla) posant el símbol # a l'inici del primer subtítol i següents, i en posició inicial i final en l'últim subtítol de la cançó.
- Sobre la redacció i l'estil:
  - Els subtítols han de ser literals, és a dir, s'han d'evitar les estratègies d'adaptació, ja que poden provocar una interferència en la comprensió del missatge.
  - A l'hora de dividir els peus del subtítol, s'aprofitaran les pauses i els silencis, les pauses gramaticals i la puntuació.
  - Quan els subtítols tinguen dues línies, s'escriuran en la línia inferior les conjuncions i els nexes.
  - No separarem en dues línies diferents els sintagmes nominals, els verbals i els preposicionals.
  - No es poden dividir les paraules en cap situació.
  - Se seguiran els aspectes lingüístics de la normativa del valencià.

- En els registres formals (informatius, reportatges i similars), corregirem els textos, però intentarem canviar el mínim possible el discurs oral.
- En els registres més col·loquials (magazins, ficció dramàtica i similars), corregirem mínimament els aspectes de morfologia i sintaxi dels textos. Però, pel que fa al lèxic, es mantindran els dialectalismes, els col·loquialismes i els barbarismes que ajuden a caracteritzar els personatges o les situacions.
- Únicament es cometran incorreccions lingüístiques quan la idiosincrasia del personatge així ho demane.
- En cas de productes infantils, s'ha d'intentar una simplificació del vocabulari.
- Si hi ha problemes de densitat en la informació dels subtítols, s'han d'aplicar tècniques de condensació de la informació:
  - Sempre que es pugui, es donarà preferència a l'ús de sigles, acrònims, abreviatures; s'evitaran les repeticions i les paraules crossa, i s'afavoriran les formes breus de noms de personatges famosos i els càrrecs.
  - Quan siga necessari, es poden aplicar tècniques de reducció: suprimir parts del subtítol que no aporten informació bàsica; de simplificació: utilitzar un lèxic més senzill; o tècniques de síntesi: abreviar-ne la informació.

### 9.6.3. *La subtitulació en directe (el reparlat)*

#### 9.6.3.1. *Què és el reparlat i quan s'utilitza?*

És una subtitulació intralingüística, en la majoria d'ocasions, que es realitza en temps real (o quasi real) per a facilitar l'accés a la informació a les persones amb problemes auditius. Les tècniques més freqüents són la velotípia (teclat informatitzat que permet reproduir les síl·labes a la velocitat de la parla), l'estenotípia (basada en l'escriptura fonètica i que, amb ajuda de programes informàtics, es converteix en escriptura estàndard) i el reconeixement vocal, també anomenat *reparlat* (un locutor repeteix les frases del text original i, a través d'un programari específic, es transformen en subtítols integrats en la imatge quasi de forma immediata).

Fonamentalment, s'utilitza en els programes de televisió informatius (telenotícies, entrevistes) i en les retransmissions televisives esportives o culturals.

#### 9.6.3.2. *Quines són les seues característiques principals?*

El reparlat es basa especialment en el treball del locutor amb un programari que edita els subtítols. Hi ha programes molt diversos, tot i que els únics que es consideren realment eficaços són els que exigeixen un treball d'entrenament minuciós del locutor amb el programa. Un dels més coneguts és el Nuance Dragon Naturally Speaking.

La persona que fa la locució també fa la subtitulació i ha de seguir els criteris d'elaboració de la SpS, amb la dificultat afegida que suposa el decalatge que hi ha entre la locució i l'edició dels subtítols. La dificultat de la primera part es basa en el fet que el locutor/subtitulador ha de tindre una dicció perfecta i dominar les fórmules per a entrenar el programa.

## 9.6.4. La llengua de signes

### 9.6.4.1. Què és la llengua de signes i quan s'usa?

És una llengua natural de modalitat gestual i visual que utilitza el col·lectiu de les persones sordes i sordcegues signants com a sistema lingüístic primari.

La utilitzarem de forma preferent en la TV en directe (informatius, anuncis d'organismes públics, entreteniment), per a facilitar l'accés a la informació a les persones amb problemes auditius que utilitzen la llengua de signes com a llengua primària. També en l'exhibició de programes gravats tant per a la TV com per al portal web (informatius, especialment).

### 9.6.4.2. Recomanacions per a l'ús de la llengua de signes

La disposició cinquena de la Llei general de la comunicació audiovisual (7/2010) diu que els canals de titularitat pública han de tindre 10 hores d'interpretació setmanal en llengua de signes.

La Corporació haurà de garantir una interpretació professional de qualitat. L'intèrpret haurà de treballar amb la llengua de signes i el valencià.

Des del punt de vista tècnic, es pot incloure la interpretació en llengua de signes en el requadre inferior dret de la pantalla.

## 9.6.5. La interpretació

### 9.6.5.1. Què és la interpretació i quan s'usa?

Encara que és una de les modalitats de traducció menys utilitzades en l'àmbit audiovisual, també pot aparéixer en aquest entorn. L'intèrpret, situat en plató, en l'estudi o en la sala o en l'espai on es fa la transmissió, efectua la traducció a partir dels parlaments dels personatges que intervenen de forma síncrona.

En el cas de la CVMC, el context d'ús preferent de la interpretació serà el de les emissions en directe; de forma especial, les retransmissions d'esdeveniments polítics i culturals de transcendència (funerals, jocs olímpics, finals esportives internacionals, sessions de l'ONU, la Unió Europea, festivals de cinema internacionals, etc.) i també en entrevistes en programes d'entreteniment o en informatius.

#### *9.6.5.2. Recomanacions per a l'ús de la interpretació*

La Corporació haurà de garantir una interpretació professional de qualitat. L'intèrpret tindrà com a parell de llengües de treball l'idioma estranger que corresponga i el valencià.

Tot i que la modalitat més utilitzada en els mitjans audiovisuals és la interpretació simultània, quan hi ha dificultats tècniques i d'immediatesa es pot utilitzar la interpretació consecutiva, en la qual l'intèrpret se situa al costat del parlant, utilitza la presa de notes i tradueix de forma sintètica la intervenció del parlant de manera segmentada.

En entrevistes radiofòniques en directe s'aconsella un model mixte, amb torns de traducció consecutiva quan s'interpreta cap al valencià i amb la interpretació simultània en interpretar cap a l'entrevistat estranger. Per a reduir el temps d'exposició de l'audiència tant a la llengua estrangera com a les veus superposades (crea soroll en la comunicació), es baixarà el volum de la intervenció de l'intèrpret. Es recomanen torns de parla ràpids i breus (al voltant de 20 segons), principalment entre l'intèrpret i el presentador.

Per a les entrevistes en què els participants de l'emissió no tenen contacte visual, es recomana la interpretació dialògica. Els torns de paraula tampoc no seran superiors a 20 segons per a no afectar el factor de confort d'audiència.



## 10. DOCUMENTACIÓ I RECURSOS

### 10.1. DEONTOLOGIA I PRÀCTICA PERIODÍSTICA

ACSUR - Las Segovias, *Elles i nosaltres. Una aproximació al discurs dels mitjans de comunicació catalans sobre les dones migrades*, 2009.

Agenda d'expertes de la Unió de Periodistes Valencians.

<https://agendadexpertes.es/>

ALFARO, Elida; BENGOCHEA, Mercedes; VÁZQUEZ, Benilde, *Hablamos de deporte en femenino y en masculino*, Instituto de la Mujer, 2011.

ALSIUS, Salvador i altres (eds.), *The Ethical values of journalists. Field research among the media professionals in Catalonia*, Col·lecció Lexikon, Direcció General de Difusió Corporativa, 2010.

[http://llibreria.gencat.cat/product\\_info.php?products\\_id=4584LEXIKON](http://llibreria.gencat.cat/product_info.php?products_id=4584LEXIKON)

ALSIUS, Salvador i altres (eds.), *La ética informativa vista por los ciudadanos. Contraste de opiniones entre los periodistas y el público*, Editorial UOC, Barcelona, 2010.

*Anàlisi de gènere dels mitjans de comunicació audiovisual catalans*, Informe juliol 2009, Campanya «Mou-te per la igualtat», In-dera, Consultoria de gènere.

[http://www.mueveteporlaigualdad.org/docs/analisis\\_genero\\_medios\\_catalanes\\_catalan.pdf](http://www.mueveteporlaigualdad.org/docs/analisis_genero_medios_catalanes_catalan.pdf)

ASSOCIACIÓ DE DONES PERIODISTES, «Periodisme no sexista per a una ciutadania plural, *Dones Dossier*, núm. 43, primavera 2013.

[http://www.adpc.cat/new\\_site/wp-content/uploads/2013/04/DONES\\_43\\_Dossier.pdf](http://www.adpc.cat/new_site/wp-content/uploads/2013/04/DONES_43_Dossier.pdf)

BALSEBRE, Armand; MATEU, Manuel; VIDAL, David, *La entrevista en radio, televisión y prensa*, Cátedra. Signo e Imagen/Manuales, Madrid, 1998.

CONSEJO AUDIOVISUAL DE ANDALUCÍA.

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA.

<https://www.cac.cat/>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, Acord 70/2015, de 20 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Aprovació de l'Informe sobre el tractament informatiu de l'estavellament d'un avió de Germanwings el 24 de març de 2015.

[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/Acord\\_70\\_2015.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_70_2015.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, Acord 85/2015, de 17 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Recomanacions sobre el tractament de l'anorèxia i la bulímia nervioses als mitjans de comunicació audiovisual.

[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/Acord\\_85\\_2015.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_85_2015.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, Acord 118/2015, de 2 de setembre, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Recomanacions sobre el tractament de la salut mental als mitjans de comunicació audiovisual.

[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/Acord\\_118\\_2015.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Acord_118_2015.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, *La paritat de gènere a la ràdio i televisió públiques*, 2008.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, *Recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament informatiu de la immigració*.

[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/Q12recomanacions.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q12recomanacions.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, *Recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament informatiu de les tragèdies personals*.

[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/recerca/quaderns\\_cac/q9recomanacions.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/q9recomanacions.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA; COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA, *Recomanacions sobre la cobertura informativa d'actes terroristes*.

[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/Recomanacions\\_terrorisme\\_2\\_CA.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/Recomanacions_terrorisme_2_CA.pdf)

Conseil Supérieur de l'Audiovisuel. République française.

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

DEPARTAMENT DE SALUT, GENERALITAT DE CATALUNYA; CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, *Guia per als mitjans audiovisuals d'aspectes sanitaris relacionats amb la seguretat dels pacients*.

[https://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/CAC\\_Salut\\_SegPacients.pdf](https://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/CAC_Salut_SegPacients.pdf)

DEPARTAMENT DE SALUT. GENERALITAT DE CATALUNYA; CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, *Recomanacions als mitjans audiovisuals sobre el tractament informatiu de la mort per suïcidi.*

[http://www.cac.cat/pfw\\_files/cma/actuacions/recomanacions\\_suici\\_cat.pdf](http://www.cac.cat/pfw_files/cma/actuacions/recomanacions_suici_cat.pdf)

*Eines per a un periodisme no sexista*, Associació de Dones Periodistes de Catalunya.

[http://www.adpc.cat/O5\\_ComFem/O5\\_eiPerNS.htm](http://www.adpc.cat/O5_ComFem/O5_eiPerNS.htm)

Feminicidio.net. <http://www.feminicidio.net/>

GALLEGO AYALA, Juana (dir.), *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*, Los Libros de la Frontera, Barcelona, 2002.

GÓMEZ NICOLAU, Emma, *La violència de gènere en el discurs televisiu. Procés de producció i representació mediàtica* (tesi doctoral), 2015.

<http://roderic.uv.es/handle/10550/41739>

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís (coord.), *La recerca en comunicació al País Valencià, Treballs de Comunicació*, núm. 2, 2005.

GRIJELMO, Àlex, *El estilo del periodista*, Taurus, Madrid, 1997.

HERMES, Joke, *Mujeres y periodistas primero, Manual sobre los estereotipos de género en los medios de comunicación*, impulsat pel Comitè Directiu per a la Igualtat entre Homes i Dones del Consell d'Europa, 2012.

<http://www.inmujer.gob.es/servRecursos/portada/docs/manual.pdf>

*Instalar el equilibrio. Igualdad de género en el periodismo*, Federació Internacional de Periodistes i Unesco, Brussel·les, 2009.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001807/1807405.pdf>

INSTITUTO DE LA MUJER Y PARA LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES, *Observatorio de la Imagen de las Mujeres*.

<http://www.inmujer.gob.es/observatorios/observImg/home.htm>

LÓPEZ DÍEZ, Pilar, *Los medios y la representación de género: algunas propuestas para avanzar. Feminismo/s*, 11, Centro de Estudios sobre la Mujer. Universitat d'Alacant, p. 95-108, juny 2008.

[https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9000/1/Feminismos\\_11\\_06.pdf](https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/9000/1/Feminismos_11_06.pdf)

LÓPEZ DIEZ, Pilar, *Segundo informe. Representación de género en los informativos de radio y televisión*, Instituto de la Mujer i IORTV (RTVE), Madrid, 2005.

LUZÓN, Virgina, *Internet, l'eina inevitable. Periodistes, mitjans i missatges en la xarxa*, Col·legi de Periodistes de Catalunya, Barcelona, 2003.

*Manual de urgencia para tratar las noticias sobre violencia de género*, RTVE, 2002.

MASIP, Pere, *Internet a les redaccions. Informació diària i rutines periodístiques*, Trípodos, Barcelona, 2008.

MICÓ, Josep Lluís, *Periodisme a la xarxa*, Eumo, Vic, 2006.

MORENO SARDÀ, Amparo; ROVETTO GONEM, Florencia; BUITRAGO Londoño, Alfonso, *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*, Icaria Editorial, Barcelona. 2008.

Nordicom. <http://www.nordicom.gu.se/sv>

NORMA VALLE, Berta Hiriart; AMADO, Ana María, *El ABC del periodismo no sexista*.

<http://www.mujeresenred.net/spip.php?article103>

NÚÑEZ DOMÍNGUEZ, Trinidad; LOSCERTALES ABRIL, Felicidad (coords.), *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años (1989-2009)*, Instituto Andaluz de la Mujer, Sevilla. 2009.

OLIVA, Llúcia; SITJAR, Xavier, *Les notícies a la televisió*, Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, 1990.

OLIVA, Llúcia; SITJAR, Xavier, *Las noticias en radio y televisión*, Omega, Barcelona, 2007.

PARREÑO, Mònica, *El camp periodístic valencià. L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistes*. UAM, UJI, UPF, UV, Bellaterra, Castelló de la Plana, Barcelona, València, 2015.

PRADO, Emilio, *Estructura de la información radiofónica*, Editorial Mitre, Barcelona, 1985.

PUYAL, Joaquim M., *Aicnàlunma. Reflexions sobre la societat i els mitjans. Propostes per a la nova televisió*, Columna, Barcelona, 2011.

¿Quién figura en las noticias? Proyecto de Monitoreo Global de Noticias 2010, aspectos destacados de los hallazgos preliminares, GMMP.

*Recomanacions sobre el tractament de la violència masclista als mitjans de comunicació.*

[http://dones.gencat.cat/web/.content/O3\\_ambits/docs/mco\\_recomanacions\\_tractament\\_violencia.pdf](http://dones.gencat.cat/web/.content/O3_ambits/docs/mco_recomanacions_tractament_violencia.pdf)

UNIÓ DE FEDERACIONS ESPORTIVES DE CATALUNYA. CONSELL CATALÀ DE L'ESPORT. GENERALITAT DE CATALUNYA, *Receptes per visibilitzar les dones en la llengua*.

<http://www.mujeupalabra.net/pensamiento/lenguaje/eulalia-lledocunill/2008Xuleta.pdf>

VALLS-LLOBET, Carme, *Mujeres, salud y poder*, Càtedra, 2009.

VIGARA TAUSTE, Ana María; JIMÉNEZ CATALÁN, Rosa (eds.), *'Género', sexo, discurso*, Ediciones del Laberinto, Madrid, 2002.

XARXA DE PERIODISTES I PROFESSIONALS DE LA COMUNICACIÓ PER AL DESENVOLUPAMENT, *Devreporter Network*.

<http://devreporternetwork.eu/ca/>

## 10.2. LLENGUA I MITJANS DE COMUNICACIÓ

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Actes de les I i II Jornades sobre l'ús i la presència del Valencià en l'àmbit audiovisual*, Acadèmia Valenciana de la Llengua, València, 2011.

[http://www.avl.gva.es/documents/31987/54305/Actes\\_04/bffef692-ecf3-42b8-b12f-709308c7f2d0](http://www.avl.gva.es/documents/31987/54305/Actes_04/bffef692-ecf3-42b8-b12f-709308c7f2d0)

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Llibre blanc de l'ús del valencià* (2 vols.), València, AVL, 2005.

<http://llengua.gencat.cat/web/.content/documents/dadesestudis/altres/arxiu/blanc.pdf>

[https://www.avl.gva.es/documents/31987/99521/Recerca\\_09.pdf/477a5f43-2f6c-4f7d-8ffb-cf1b9bee8ed0](https://www.avl.gva.es/documents/31987/99521/Recerca_09.pdf/477a5f43-2f6c-4f7d-8ffb-cf1b9bee8ed0)

BASSOLS, Margarida; RICO, Albert; TORRENT, Anna M. (eds.), *La llengua de TV3*, Barcelona, Empúries, 1997.

- BASSOLS, Margarida; SEGARRA, Mila, *El col·loquial dels mitjans de comunicació*, Eumo Editorial, Vic, 2009.
- BIBILONI, Gabriel, *Llengua estàndard i variació lingüística*, 3i4, València, 1997.
- BIBILONI, Gabriel, *Sobre l'estàndard composicional*.  
[http://bibiloni.cat/textos/estandard\\_composicional.html](http://bibiloni.cat/textos/estandard_composicional.html)
- BIBILONI, Gabriel, «L'ús de la llengua catalana a IB3 Televisió»,  
<http://www.uib.cat/depart/dfc/gresib/curs/2007/bibiloni.pdf>
- BUONANO, Milly, *L'età della televisione. Esperienze e teorie*, Laterza, Bari, 2006.
- CASALS, Daniel, *El català en antena. Vint anys construint el model lingüístic de Catalunya Ràdio*, Benicarló, Onada Edicions, 2003.
- CASALS, Daniel, *El català als mitjans de comunicació*, Editorial UOC, Barcelona, 2010.
- CASALS, Daniel; CAMPS, Oriol, «Límits per a la consecució d'un estàndard plural als media. El procés de producció de textos a la ràdio com a factor d'anivellament geoelectal», dins *Variació, poliglòssia i estàndard / Variation, Polyglossie un Standardisierung*, p. 231-256, Aachen: Shaker, 2009.
- COLOMINA, Jordi, «La contribució dels dialectes a la fixació d'un model estàndard. Propostes valencianes per a l'estàndard oral», dins *Actes de les I Jornades de Sociolingüística: La llengua estàndard*, Ajuntament d'Alcoi, Alcoi, 1993.
- CREUS, Imma; JULIÀ, Joan; ROMERO, Sílvia (eds.), *Llengua i mitjans de comunicació. Actes del Congrés de Llengua i Mitjans de Comunicació*, Lleida, 17-18 de desembre de 1999, Pagès Editors, Lleida, 2000.



- ESTEVE, Juli, i altres (eds.), *La televisió (im)possible. Deu anys d'informatius a Canal 9*, Editorial 3i4, València, 2000.
- FAURA, Neus, *Futbol i llenguatge. La innovació lèxica a les cròniques i a les retransmissions futbolístiques*, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona, 1998.
- FAURA, Neus, i altres (eds.), *La llengua de Televisió de Catalunya. Materials per a l'anàlisi*, UAB, Bellaterra, 1998.
- GIFREU, Josep, *El català a l'espai de comunicació. El procés de normalització de la llengua als mitjans (1976-2013)*, Col·lecció Aldea Global, UV-UJI-UPF-UAB, 29, 2014.
- GUIMERÀ I ORTS, Josep Àngel; José Joaquín BLASCO GIL, «La reciprocitat de les emissions de televisió als territoris de parla catalana», a ESCACC, 2011.
- <http://www.escacc.cat/ca/contingut/la-reciprocitat-de-les-emissions-de-televisio-als-territoris-de-parla-catalana-2828.html>
- CROS, ANNA, i altres, *Llengua oral i llengua escrita a la televisió*, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona, 2000.
- CUENCA, M. Josep, «Sobre el català als mitjans de comunicació de massa», dins Vicent Salvador, *Teletextos*, Universitat de València, p. 121-150, València, 1989.
- LACREU, Josep, *Manual d'ús de l'estàndard oral*, Publicacions de la Universitat de València, València, 1990 (2012, 10a edició, corregida i augmentada).
- FERRANDO, Antoni (ed.), *La llengua als mitjans de comunicació*, Universitat de València - IIFV, València, 1990.
- GRUP D'ESTUDIS CATALANS (GEC), *El barco fantasma (1982-1992)*, Llibres de l'Índex, Barcelona, 1992.

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. II: Morfologia*, IEC, Barcelona, 1992.

<http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000039%5C00000073.pdf>

JULIÀ-MUNÉ, Joan, *El llenguatge de la ràdio i de la TV*, Bromera, Alzira, 2004.

JULIÀ MUNÉ, Joan (ed.), *Llengua i ràdio*, Publicacions Abadia de Montserrat (Biblioteca Milà i Fontanals; 35), Barcelona, 2000.

LAMUELA, Xavier, «La llengua catalana: entre la codificació i l'estandardització», dins *Els Marges*, núm. 25, 1982.

*Llengua nacional.*

<http://llenguanacional.cat/>

LÓPEZ DEL CASTILLO, Lluís, *Llengua 'stàndard' i nivells de llenguatge*, Ed. Laia, Barcelona, 1976.

MARÍ, Isidor, «Els registres i les varietats de la llengua», *Com ensenyar català als adults*, núm. 3, Generalitat de Catalunya, Departament de Cultura, Barcelona, 1983.

MARÍ, Isidor, «Varietats i registres en la llengua dels mitjans de comunicació», dins *Un horitzó per a la llengua. Aspectes de la normalització lingüística*, Empúries, Barcelona, 1992.

MARTÍ I CASTELL, Joan; Josep M. MESTRES (eds.), *L'oralitat i els mitjans de comunicació*, Institut d'Estudis Catalans i Consorci Universitat Internacional Menéndez Pelayo de Barcelona-Centre Ernest Lluch, Barcelona, 2003.

MARTÍ CASTELL, Joan; MESTRES, Josep M.; CAMPS, Oriol (eds.), *II Seminari de correcció de textos. La qualitat de la llengua oral en els mitjans de comunicació*, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona, 2003.

- MARTÍNEZ, Quilo, *Aprenuem a llegir la publicitat*, Eumo Editorial, Vic, 1996.
- MOLLÀ, Toni, *La llengua dels mitjans de comunicació*, Bromera, Alzira, 1990.
- NICOLÀS, Miquel, «Algunes notes a l'entorn de la televisió i la normalització lingüística», dins Vicent Salvador (ed.), *Teletextos II (Lectures de sociologia de la comunicació)*, Universitat de València, València, p. 79-105, 1990.
- PALOMA, David, «La representació del col·loquial mediatitzat. Aproximació a un model de quatre constituents», dins *Caplletra*, núm. 55 (tardor 2013), p. 87-105.
- <http://www.raco.cat/index.php/Caplletra/article/view/271205>
- PAYRATÓ, Lluís, *Català col·loquial*, València, Universitat de València, 1988.
- PAZOS, M. Lluïsa, *L'amenaça del català light*, Tibidabo Ediciones, Barcelona, 1990.
- PAZOS, M. Lluïsa, *La violació del català*, Tibidabo Ediciones, Barcelona, 1992.
- PERICAY, Xavier; TOUTAIN, Ferran, *Verinosa llengua*, Empúries, Barcelona, 1986.
- SABATÉ, Joan, *La publicitat en català*, Pòrtic, Barcelona, 1999.
- SABATER, Ernest, *Ni heavy, ni light. Català modern*, Empúries, Barcelona, 1992.
- TORRENT, Anna M., *La llengua de la publicitat*, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona, 1999.
- TUBAU, Ivan, *El català que ara es parla. Llengua i periodisme a la ràdio i la televisió*, Empúries, Barcelona, 1990.

VALLVERDÚ, Francesc, *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*, Edicions 62, Barcelona, 2000.

### 10.3. LLIBRES D'ESTIL, MANUALS I CRITERIS LINGÜÍSTICS

BADIA, Jordi; BRUGAROLAS, Núria; TORNÉ, Rafael, *Llibre de la llengua catalana per a escriure correctament el català*, Barcelona, Castellnou, 2006.

BBC, *Editorial guidelines*.

<http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines/guidelines>

BBC, *Journalism. News style guide*.

<http://www.bbc.co.uk/academy/journalism/news-style-guide>

BBC, *Policies and guidelines*.

<http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/howwework/policiesandguidelines>

CASTILLO, Carmen; FENOLLOSA, Francesc; GARCIA PERALES, Vicent; MAS, Josep-Àngel; MOLTÓ, Sofia; OLMOS, Teresa, *Llibre d'estil per als mitjans audiovisuals valencians*, Acadèmia Valenciana de la Llengua, València, 2011.

[http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS\\_02/af7454cc-fa9c-4b03-8461-092f9c52a61d](http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS_02/af7454cc-fa9c-4b03-8461-092f9c52a61d)

COROMINA, Eusebi, *'El 9 Nou'. Manual de redacció i estil*, Eumo Editorial, Vic, 1991.

COROMINA, Eusebi, *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*, Eumo Editorial, Vic, 2008.

TUBAU, Ivan, *Un model de llengua pels mitjans de comunicació. Llibre d'estil del 'Diari de Barcelona'*, Empúries, Barcelona, 1987.

*Criteris lingüístics de l'Administració de la Generalitat*, Generalitat Valenciana, 2a edició, 2017.

[http://www.ceice.gva.es/documentos/161863132/163843714/Criteris\\_2a+edici%C3%B3\\_web.pdf/35655c83-8beb-43e7-a6d9-47a8c2c83bb6](http://www.ceice.gva.es/documentos/161863132/163843714/Criteris_2a+edici%C3%B3_web.pdf/35655c83-8beb-43e7-a6d9-47a8c2c83bb6)

*Criteris lingüístics*, Xarxa Vives.

<https://issuu.com/xarxavives/docs/criteris>

*Criteris lingüístics per als usos institucionals de les universitats valencianes*, Universitat Jaume I - Universitat Politècnica de València - Universitat de València - Universitat d'Alacant - Universitat Miguel Hernández, Secretariat de Promoció del Valencià, Universitat d'Alacant.

[http://www.uv.es/splweb/Documentos/criteris\\_linguistics.pdf](http://www.uv.es/splweb/Documentos/criteris_linguistics.pdf)

DROU, Pere, *Llibre d'estil d'El Punt*, Hermes Comunicacions, Girona, 2000.

*El Periódico de Catalunya, Llibre d'estil*, Editorial Primera Plana, Barcelona, 2002.

Ésadir. <http://esadir.cat/>

FERRÉ, Carme; NOGUÉ, Anna, *Agència Catalana de Notícies. Llibre d'estil*, Editorial UOC, 2010.

[https://drive.google.com/drive/folders/OB24JKhA1J1\\_ZWVl-XaW1YZDlzYTA](https://drive.google.com/drive/folders/OB24JKhA1J1_ZWVl-XaW1YZDlzYTA)

FERRE PAVIA, Carme, *Barcelona TV: Llibre d'estil*, Ed. UOC, Barcelona, 2008.

*Guia d'usos lingüístics: 1. Aspectes gramaticals*, Institut Interuniversitari de Filologia Valenciana, València, 2002.

[http://www.uv.es/splweb/Documentos/Guia\\_usos\\_linguistics.pdf](http://www.uv.es/splweb/Documentos/Guia_usos_linguistics.pdf)

*Guia d'estil de Softcatalà*.

<https://www.softcatala.org/guia-estil-de-softcatala/>

LA XARXA. COMUNICACIÓ LOCAL, *Consells lingüístics*.

<https://sites.google.com/a/laxarxa.com/sl/consells-linguistics>

LA XARXA. COMUNICACIÓ LOCAL, *Llibre d'estil de La Xarxa de Comunicació Local, la plataforma multimèdia de la Diputació de Barcelona*.

<http://www.xn-noticies.cat/llibre-estil>

*Llibre d'estil de l'Avui*, Empúries, Barcelona, 1997.

*Llibre d'estil de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). Guia editorial. Manual d'ús*, Entitat Autònoma del Diari Oficial i de Publicacions, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, 2013.

<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001807/180740S.pdf>

*Llibre d'estil de la revisió de la toponímia estrangera*, Enciclopèdia catalana, 2010.

<http://comunicacio.grec.cat/ajuda/toponimia.pdf>

*Manual de documentació administrativa*, Acadèmia Valenciana de la Llengua, València, 2011.

[http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS\\_01\\_AVL\\_5a-ed.pdf/708d8b68-560c-4cf8-b1d8-bd-d2faeac1b9](http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS_01_AVL_5a-ed.pdf/708d8b68-560c-4cf8-b1d8-bd-d2faeac1b9)

*Manual de documents i llenguatge administratiu*, Universitat Jaume I  
- Universitat Politècnica de València - Universitat de València  
- Universitat d'Alacant - Universitas Miguel Hernández, Publicacions de la Universitat Jaume I, Castelló de la Plana, 2004 (2009, 3a edició, revisada).

[https://www.uv.es/splweb/Documentos/manual\\_documents\\_administratius.pdf](https://www.uv.es/splweb/Documentos/manual_documents_administratius.pdf)

MARTÍN, Rosa M., i altres, *Libro de estilo de EITB*.

<http://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/Libro-Estilo-EiTB-20160929.pdf>

MESTRES, Josep M.; COSTA, Joan; OLIVA, Mireia; FITÉ, Ricard, *Manual d'estil. La redacció i l'edició de textos*, Eumo - Universitat de Barcelona - Universitat Pompeu Fabra - Associació de Mestres Rosa Sensat, Barcelona, 1995 (2009, 4<sup>a</sup> edició, revisada, ampliada i complementada amb CD).

PICÓ, Neus; Magdalena RAMON, *Llibre d'estil per als mitjans de comunicació orals i escrits*, Universitat de les Illes Balears-Consell Insular de Menorca, Menorca, 2006.

[https://drive.google.com/drive/folders/OB24JKhA1j1\\_ZWVl-XaW1YZDlzYTA](https://drive.google.com/drive/folders/OB24JKhA1j1_ZWVl-XaW1YZDlzYTA)

PUJOL, Josep M.; SOLÀ, Joan, *Ortotipografia. Manual de l'editor, l'auteditor i el dissenyador gràfic*, 3a ed., Columna, «Eines», 3, Barcelona, 2000.

REUTERS, *Handbook of journalism*.

<http://www.bbc.co.uk/academy/journalism/news-style-guide>

RTVE, *Manual de estilo de RTVE*.

<http://manualdeestilo.rtve.es/>

SANGLES I MOLES, Ramon, *Compendi de normes d'estil. Manual per a redactors i correctors*, Llengua Nacional, Barcelona, 2009 (2a edició revisada i augmentada).

SERVITJE, Albert, *Llibre d'estil de la Universitat Pompeu Fabra*, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, 1996.

SOLÀ, Joan (dir.), *Llibre d'estil de la Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona*, Caixa d'Estalvis i Pensions de Barcelona, Barcelona, 1991 (2a ed., 1993).

SOLÀ, Joan, i altres, *Llibre d'estil de l'Ajuntament de Barcelona*, Ajuntament de Barcelona, Consorci per a la Normalització Lingüística, Barcelona, 1995.

SOLÍS, Marina; PUIGDOMÈNECH, Laura, *Proposta de llibre d'estil per a Andorra Televisió (ATV)*.

<http://www.raco.cat/index.php/LlenguaUs/article/viewFile/128216/177760>

UNIVERSITAT DE LES ILLES BALEARS, CONSELL INSULAR DE MALLORCA, *Llibre d'estil per als mitjans de comunicació orals i escrits*, Palma, 2009.

Vilaweb. *Llibre d'estil*.

[http://editores.vilaweb.cat/resources/files/llibre\\_estil\\_v1\\_20-01-06.pdf](http://editores.vilaweb.cat/resources/files/llibre_estil_v1_20-01-06.pdf)

#### **10.4. FONÈTICA**

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *L'estàndard oral del valencià*.

<https://www.avl.gva.es/documents/35882/40728/Oral.pdf/97c04880-4477-48b2-a314-00e626f43674>



CASTELLANOS, Josep-Anton, *Manual de pronunciació*, Eumo Editorial, 1993.

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Proposta per a un estàndard oral de la llengua catalana. I: Fonètica*, Barcelona, IEC, 1990 (3a ed., 1998; reimpressió corregida, 1999).

<http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000039/00000072.pdf>

JULIÀ-MUNÉ, Joan, *Fonètica aplicada catalana*, Barcelona, Ariel, 2005.

PRIETO, Pilar, *Fonètica i fonologia. Els sons del català*, Barcelona, UOC, 2014.

RECASENS, Daniel, *Fonètica descriptiva del català*, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona, 1991.

VALLVERDÚ, Francesc, *Elocució i ortologia catalanes*, Barcelona, Junc, 1986.

## 10.5. OBRES GRAMATICALS I RECURSOS LINGÜÍSTICS

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Gramàtica normativa valenciana*, València, 2006 (2008, segona reimpressió).

<http://www.avl.gva.es/documentos/35882/40728/GNV.pdf/170b7082-ab13-4af7-a527-4ea0d0594749>

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Gramàtica valenciana bàsica*, València, 2016.

<http://www.avl.gva.es/documentos/35882/40728/GVB.pdf/5f11842c-9b6c-4909-8a91-cfc115aec30f>

BADIA I MARGARIT, Antoni M., *Gramàtica de la llengua catalana, descriptiva, normativa, diatòpica, diastràtica*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 1994.

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Gramàtica de la llengua catalana*, Barcelona, 2016.

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Ortografia catalana*, Barcelona, 2017.

[http://www.iec.cat/llengua/documents/ortografia\\_catalana\\_versio\\_digital.pdf](http://www.iec.cat/llengua/documents/ortografia_catalana_versio_digital.pdf)

Optimot.

<http://aplicacions.llengua.gencat.cat/llc/AppJava/index.html>

RUAIX, Josep, *El català complet* (3 vol.).

RUAIX, Josep. *Observacions crítiques i pràctiques sobre el català d'avui*, 1, Editor J. Ruaix, Moià, 1994.

RUAIX, Josep, *Observacions crítiques i pràctiques sobre el català d'avui*, 2, Editor J. Ruaix, Moià, 1995.

RUAIX, Josep, *Punts conflictius del català*, Barcelona, Barcanova, 1982.

SALVADOR, Carles, *Gramàtica valenciana*, Lletres Valencianes, 1951 (edició de la Conselleria de Cultura, Educació i Ciència, de la Generalitat Valenciana, 1982).

SANCHIS GUARNER, Manuel, *Gramàtica Valenciana*, València, Editorial Torre, 1950 (edició a cura i amb un estudi preliminar d'Antoni Ferrando, Editorial Alta Fulla, Barcelona, 1993).

SOLÀ, Joan; LLORET, M. Rosa; MASCARÓ, Joan; PÉREZ, Manuel (dir.), *Gramàtica del català contemporani*, 3 vols., Empúries, 2002.

UNIVERSITAT DE VALÈNCIA, SERVEI DE POLÍTICA LINGÜÍSTICA,  
*Gramàtica zero*, València, 2011.

[http://www.spluv.es/PDFS/gramatica\\_zero.pdf](http://www.spluv.es/PDFS/gramatica_zero.pdf)

VALOR, Enric, *Curs mitjà de gramàtica catalana referida especialment al País Valencià*, Papers Bàsics, 3i4, València, 1977.

VALOR, Enric, *La flexió verbal*, Ed. 3i4, València, 2003.

## **10.6. LEXICOGRAFIA, FRASEOLOGIA, TERMINOLOGIA I NEOLOGIA**

AA.DD, *Gran Larousse Català*, Edicions 62, Barcelona.

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Porterval* (Portal Terminològic Valencià).

<https://www.avl.gva.es/lexicval/ptv>

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Diccionari normatiu valencià*, Acadèmia Valenciana de la Llengua, València, 2016.

<http://www.avl.gva.es/lexicval/>

Alcover, Antoni M.; Francesc B. Moll, *Diccionari català-valencià-balear*, Editorial Moll.

<http://dcvb.iecat.net/>

*Diccionari Voramar valencià/castellà, castellà/valencià*, Voramar Santillana, Picanya, 1998.

DOMÉNECH, Josep Lluís i altres, *Diccionari bàsic de la comunicació*, Nau Llibres, València, 2002.

Enciclopèdia Catalana, *Diccionari castellà-català*, Barcelona, Enciclopèdia Catalana, 1987 (4a ed., 2005).

<http://www.enciclopedia.cat/obra/diccionaris/diccionari-castella-catala>

Enciclopèdia Catalana, *Diccionari català-castellà*, Barcelona, Enciclopèdia Catalana, 1987 (4a ed., 2005).

<http://www.enciclopedia.cat/obra/diccionaris/diccionari-catala-castella>

Enciclopèdia Catalana, *Gran diccionari de la llengua catalana*, Enciclopèdia Catalana.

[www.diccionari.cat/](http://www.diccionari.cat/)

Enciclopèdia Catalana, *Gran enciclopèdia catalana*, Barcelona, Enciclopèdia catalana.

<http://www.enciclopedia.cat/>

ESPINAL, M. Teresa, *Diccionari de sinònims de frases fetes*, UAB, Bellaterra, 2004.

GRUP FLAIX, *Diccionari del català col·loquial: dubtes davant del micròfon*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 2009.

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Diccionari de la llengua catalana*, Institut d'Estudis Catalans, 2a edició.

<http://dlc.iec.cat/>

MARTÍ MESTRE, Joaquim, *Diccionari de fraseologia (segle XVII-XXI)*, València, PUV, 2017.

OBSERVATORI DE NEOLOGIA, *Diccionari de paraules noves. Neologismes recollits a la premsa*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 1998.

OBSERVATORI DE NEOLOGIA / IULA

<http://obneo.iula.upf.edu/bobneo/index.php>

PALOMA, Daniel; RICO, Albert, *Diccionari de dubtes i barbarismes*, Grup 62, Barcelona, 2014.

POMARES, Joaquim, *Diccionari del català popular i d'argot*, Edicions 62, Barcelona, 1997.

REIG, Eugeni, *El valencià de sempre*, Alzira, Bromera, 2014.

TERMCAT. <http://www.termcat.cat/>

TERMCAT, *Cercaterm*.

<http://www.termcat.cat/ca/Cercaterm/Fitxes/>

TERMCAT, *Neoloteca*. <http://www.termcat.cat/ca/Neoloteca>

VERDAGUER, Pere, *Diccionari de renecs i paraulotes*, Perpinyà, El Trabucaire, 1999.

VILA, Pep, *Bocavulvari eròtic de la llengua catalana*, Barcelona, La Magrana, 1990.

VINYOLES, Joan J., *Vocabulari de l'argot de la delinqüència*, Barcelona, Millà, 1978.

VINYOLES, Joan J.; Ramon PIQUÉ, *Diccionari eròtic i sexual*, Barcelona, Edicions 62, 1989.

## 10.7. TOPONÍMIA I ANTROPONÍMIA

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, Col·lecció «Toponímia dels Pobles Valencians».

[www.avl.gva.es](http://www.avl.gva.es)

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Criteris per a la fixació de la toponímia valenciana*, València, 2015 (juny, 2016, edició digital actualitzada).

[http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS\\_03.pdf/bba90551-8722-4a8b-8690-a385145e-c91a](http://www.avl.gva.es/documents/31987/58581/MANUALS_03.pdf/bba90551-8722-4a8b-8690-a385145e-c91a)

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Corpus toponímic valencià*, València, 2009.

<http://www.avl.gva.es/corpus-toponimic-valencia>

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Els pobles valencians*.

<http://www.avl.gva.es/documents/84900/91479/Denominaci%C3%B3+dels+municipis+valencians/8bc07bb2-7d03-42cb-a97a-2df9a8f66b65>

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Vocabulari de noms de persona: valencià-castellà*, AVL, València, 2017 (2<sup>a</sup> edició).

[http://www.avl.gva.es/documents/31987/64529/Vocabulari\\_noms\\_2017.pdf/be9cf4b2-4537-48ca-b20e-40d82cfd73c](http://www.avl.gva.es/documents/31987/64529/Vocabulari_noms_2017.pdf/be9cf4b2-4537-48ca-b20e-40d82cfd73c)

ACADÈMIA VALENCIANA DE LA LLENGUA, *Els gentilicis valencians*.

<https://www.avl.gva.es/documents/35882/40728/Gentilici.pdf/0952e532-10c3-4f06-b2af-22e97d3e1245>

GENERALITAT DE CATALUNYA, *Nomenclàtor oficial de toponímia de Catalunya*.

[http://territori.gencat.cat/ca/01\\_departament/documentacio/territori-i-urbanisme/cartografia/nomenclator\\_oficial\\_de\\_toponimia\\_de\\_catalunya/](http://territori.gencat.cat/ca/01_departament/documentacio/territori-i-urbanisme/cartografia/nomenclator_oficial_de_toponimia_de_catalunya/)

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Nomenclàtor toponímic de les Illes Balears*.

<http://notib.recerca.iec.cat/>

GOVERN DEL PRINCIPAT D'ANDORRA, *Nomenclàtor d'Andorra*.

<https://www.bopa.ad/bopa/O22060/Documents/687B6.pdf?f?pDataInici=&pDataFi=&pSearchWord=&pOrdre=relevancia>

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS, *Municipis de la Franja de Ponent*.

[http://esadir.cat/back/filelib/documents/Noms\\_dels\\_municipis\\_de\\_la\\_Franja\\_de\\_Ponent\\_IEC.pdf](http://esadir.cat/back/filelib/documents/Noms_dels_municipis_de_la_Franja_de_Ponent_IEC.pdf)

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS /Universitat de Perpinyà, *Nomenclàtor toponímic de la Catalunya Nord*.

[http://esadir.cat/back/filelib/documents/Nomenclator\\_Catalunya\\_Nord.pdf](http://esadir.cat/back/filelib/documents/Nomenclator_Catalunya_Nord.pdf)

Enciclopèdia Catalana, *Gran Enciclopèdia catalana*.

<http://www.enciclopedia.cat/>

GENERALITAT DE CATALUNYA, *Cercador de noms catalans de la Generalitat de Catalunya*.

[http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/cercador\\_de\\_noms/](http://justicia.gencat.cat/ca/serveis/cercador_de_noms/)

GENERALITAT DE CATALUNYA, *Equivalències catalanes de noms estrangers*.

[http://justicia.gencat.cat/web/.content/documents/arxius/noms\\_estrangers.pdf](http://justicia.gencat.cat/web/.content/documents/arxius/noms_estrangers.pdf)

CCMA, Ésadir: noms propis actuals i de ficció.

<http://esadir.cat/Nomspropis>

CCMA, Ésadir: gentilicis pertanyents a territoris de la nostra llengua.

<http://esadir.cat/Cerca?cercaVal=gentilici&cerca=gentilici&criteri=General>

## 10.8. TRADUCCIÓ I ACCESSIBILITAT

AENOR, *Audiodescripció para personas con discapacidad visual. Requisitos para la audiodescripció y elaboraci3n de audioguías. UNE 153020*, Asociaci3n Española de Normalizaci3n y Certificaci3n (AENOR), Madrid, 2005.

AENOR, *Requisitos para el uso de la lengua de signos española en redes informáticas. UNE 139804*, Asociaci3n Española de Normalizaci3n y Certificaci3n (AENOR), Madrid, 2007.

AENOR, *Subtitulado para personas sordas y personas con discapacidad auditiva. Subtitulado a través del teletexto, UNE 153010*, Asociaci3n Española de Normalizaci3n y Certificaci3n (AENOR), Madrid, 2003.

AGOST, Rosa, *La traducci3n audiovisual: el doblatge*, Servei de Publicacions de la Universitat Jaume I, Castell3, 1997.

AGOST, Rosa, *Traducci3n y doblaje: palabras, voces e imágenes*, Barcelona, Ariel, 1999.

AGOST, Rosa, «La traducci3n de la publicidad televisiva: la globalizaci3n, catalizadora de cambios en la estrategia traductora», en *Linguistica Antverpiensia*, núm 6, p. 295-314, 2007.

AGOST, Rosa (ed.), *Audiovisual Translation, International Journal of Translation*, Bahri Editions, Nova Delhi, 2011.

AGOST, Rosa, «Traducci3n audiovisual: reflex de la variaci3n o model lingüistic», dins COL3N DOMNECH, Germ, *Mitjans de comunicaci3n i traducci3n. Realitat i interpretaci3n*, p. 9-25, 2016.

AGOST, Rosa; CHAUME, Frederic (eds.), *La traducci3n en los medios audiovisuales*, Publicacions de la Universitat Jaume I, Castell3, 2001.



- AGOST, Rosa; MONZÓ, Esther, *Teoria i pràctica de la traducció general. Espanyol-català*, Publicacions de la Universitat Jaume I, Castelló, 2001.
- AGOST, Rosa; Pilar ORERO; Elena DI GIOVANNI (eds.), *Multidisciplinarity in Audiovisual Translation, MonTI 4*, 2012.
- ALLUÉ, Fina; Grahame J. EVANS, *Diccionari de paranys de traducció. Anglès-català. False friends*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 1999.
- ARNÁIZ, Verónica, «Los parámetros que identifican el subtítulado para sordos. Análisis y clasificación», *MonTI 4*, p. 103-132, 2012.
- BRUGUÉ, Lydia, *La traducció de cançons per al doblatge i l'adaptació musical en pel·lícules d'animació*, Universitat de Vic, 2013.
- CASTELLANOS, Carles; LENOIR, Françoise, *Diccionari de paranys de traducció. Francès-català. Faux amis*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 2000.
- CLARK, Joe, *Standard Techniques in Audio Description*.  
<https://joelclark.org/access/description/ad-principles.html>
- CHAUME, Frederic, *Doblatge i subtitulació per a la TV*, Biblioteca de Traducció i Interpretació 8, Eumo Editorial, Universitat Pompeu Fabra, Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat de Vic, Universitat Jaume I, 2003.
- CHAUME, Frederic, *Cine y traducción*, Cátedra, Madrid, 2004.
- CHAUME, Frederic, *Audiovisual Translation: Dubbing*, Ed. Saint Jerome Publishing, Manchester, 2012.
- COMES, Lluís, «El doblatge en català», *Quaderns del CAC*, núm. 28, p. 45-51, 2007.

- DÍAZ CINTAS, Jorge, *La traducción audiovisual: el subtulado*, Ediciones Almar, Salamanca, 2001.
- DÍAZ CINTAS, Jorge (2003). *Teoría y práctica de la subtitulación (inglés - español)*, Ariel Cine, Barcelona, 2003.
- DURO, Miguel (coord.), *La traducción para el doblaje y la subtitulación*, Cátedra, 2 Madrid, 001.
- El doblatge. <http://www.eldoblatge.com/>
- FONTCUBERTA, Joan, «La traducció de guions cinematogràfics», dins *Actes del Primer Congrés Internacional sobre Traducció*, Universitat Autònoma de Barcelona, 1994.
- IZARD, Natàlia, *La traducció cinematogràfica*, Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1992.
- LEDESMA, Iolanda; LÓPEZ ARNABAT, Mercè (2003): «El doblatge», dins *II Seminari de Correcció de Textos. La qualitat de la llengua oral en els mitjans de comunicació*, a cura de Joan MARTÍ I CASTELL, Josep M. MESTRES i Oriol CAMPS, Servei de Relacions Exteriors de l'IEC, p. 47-56, IEC, Barcelona, 2003.
- LORENZO, Lourdes; Ana PEREIRA (eds.), *Traducción subordinada (III). Traducción y publicidad*, Servicio de Publicaciones Universidade de Vigo, Vigo, 2004.
- LLENGUA I MÈDIA, *La subtitulació del col·loquial*, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 2004.
- MATAMALA, Anna, «La accesibilidad en los medios: aspectos lingüísticos y retos de formación», dins PÉREZ-AMAT, Ricardo; Álvaro PÉREZ-UGENA (codir.) *Sociedad, integración y televisión en España*, p. 293-306, Laberinto, Madrid, 2006.
- MUTELEBISTA, ALBIST. AINHOA MOIUA (11/04/2013).

<https://www.youtube.com/watch?v=AU546qCMZyg>

ORERO, Pilar, «La accesibilidad en los medios: una aproximación multidisciplinar», dins *Revista de Traductología. Trans II*, Universitat de Màlaga, p. 11-14, Màlaga, 2007.

NEVES, Josélia; LORENZO, Lourdes, «La subtitulació para Sordos, panorama global y preformativo en el marco ibérico», dins *Revista de Traductología. Trans II*, Universitat de Màlaga, p. 95-114, Màlaga, 2007.

ORERO, Pilar, «La inclusión de la accesibilidad en comunicación audiovisual dentro de los estudios de traducción audiovisual», dins *Quaderns. Revista de traducció*, 12:161-172, UAB Servei de Publicacions, Bellaterra, 2005.

<http://ddd.uab.es/pub/quaderns/11385790n12p161.pdf>

PEREGO, Elisa; Silvia BRUTI, *Subtitling Today*, Cambridge Scholars Publishing, Cambridge, 2015.

PITTA, Paulo; M. del Carmen FÉRRIZ; Rosó GORGORI, *Diccionari de parany de traducció. Portuguès-català. Falsos amigues*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 2012.

SELLENT, Joan, *Misèries i esplendors del doblatge*, revista *Cultura*, gener de 1993.

TELEVISIÓ DE CATALUNYA, *Criteris lingüístics sobre traducció i doblatge*, Barcelona, Edicions 62, 1997.

TURULL, Isabel, *Diccionari de parany de traducció. Italià-català. Falsi amici*, Enciclopèdia Catalana, Barcelona, 2001.

RUIZ MEZCUA, Belén; UTRAY, Francisco (coord.), *Accesibilidad a los medios audiovisuales para personas con discapacidad*, AMADIS 06, Real Patronato sobre Discapacidad, Madrid, 2007.

SANTAMARIA, Laura, *Subtitulació i referents culturals. La traducció com a mitjà d'adquisició de representacions socials*, UAB, 2001.

<http://www.tdx.cat/handle/10803/5249;jsessionid=E-3154E5CDEBB8A1893395C9BE0AB10FO>

VALDÉS, Cristina, *La traducción publicitaria: comunicación y cultura*, Col·lecció Aldea Global, UV-UJI-UPF-UAB, 15, 2004.

## **10.9. ANNEXOS SOBRE LEGISLACIÓ**

Constitució Espanyola 1978.

<https://www.boe.es/legislacion/documentos/ConstitucionCATALAN.pdf>

Estatut d'Autonomia de la Comunitat Valenciana. 2006.

[http://www.cortsvalencianes.es/cs/Satellite/Layout/Page/1260974741578/EstatutoAutonomia.html?lang=ca\\_VA](http://www.cortsvalencianes.es/cs/Satellite/Layout/Page/1260974741578/EstatutoAutonomia.html?lang=ca_VA)

GENERALITAT VALENCIANA. VICEPRESIDÈNCIA I CONSELLERIA D'IGUALTAT I POLÍTIQUES INCLUSIVES. INSTITUT DE LA DONA. Normativa referent a la Violència contra les dones.

<http://www.inclusio.gva.es/va/web/mujer/normativa-referente-a-violencia-contra-la-mujere6a>

GENERALITAT VALENCIANA. VICEPRESIDÈNCIA I CONSELLERIA D'IGUALTAT I POLÍTIQUES INCLUSIVES. INSTITUT DE LA DONA. Normativa referent a la igualtat.

<http://www.inclusio.gva.es/ca/web/mujer/normativa-referente-a-igualdadd24>

Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, del servei públic de radiodifusió i televisió d'àmbit autonòmic, de titularitat de la Generalitat.

[http://www.dogv.gva.es/datos/2016/07/19/pdf/2016\\_5748.pdf](http://www.dogv.gva.es/datos/2016/07/19/pdf/2016_5748.pdf)

Mandat marc a la Corporació Valenciana de Mitjans de Comunicació previst en l'article 6 de la Llei 6/2016, de 15 de juliol, de la Generalitat, del Servei públic de radiotelevisió d'àmbit autonòmic de titularitat de la Generalitat. Publicat en el *Butlletí Oficial de les Corts Valencianes*. IX Legislatura. Número 156. 22 de febrer de 2017.

[http://www.cortsvalecnianes.es/BASISCGI/BASIS/BOCV/WEB/IMAGENES\\_PDF/DDD/2976.pdf](http://www.cortsvalecnianes.es/BASISCGI/BASIS/BOCV/WEB/IMAGENES_PDF/DDD/2976.pdf)

UNICEF: Principis ètics per a informar sobre la infantesa

[https://www.unicef.org/spanish/media/media\\_tools\\_guidelines.htm](https://www.unicef.org/spanish/media/media_tools_guidelines.htm)



