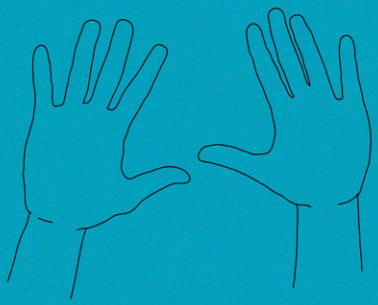
Siguem clars. Guia de comunicació clara per a administracions

GM

Claredat



Guia
2022

Ajuntament de Barcelona

Direcció i coordinació
Gerència Municipal

Concepte i redacció
Gerència Municipal a partir del text lliurat per Prodigioso Volcán

Assessorament lingüístic
Linguaserve e Internacionalización de Servicios SA

Disseny gràfic i maquetació
El Guateque SL

Impressió
Imatge i Serveis Editorials de l'Ajuntament de Barcelona

Barcelona, desembre de 2022

Nota
Aquest document conté referències bibliogràfiques, disponibles a internet. L'edició impresa, però, no en recull els enllaços electrònics. Podeu consultar tota la documentació si accediu a la versió digital del document, allotjada a:
http://hdl.handle.net/11703/128460

Siguem clars.
Guia de comunicació clara per a administracions

Sumari

Introducció 07

01 Què és la comunicació clara? 09

02 Per què és important comunicar de manera clara a l'Administració? 13

2.1 El dret a entendre 14

03 Un repte per a l'Administració 17

04 Per on cal començar 19

4.1 La persona, en el centre 19

05 Els set passos de la comunicació clara 25

5.1 Estructura 27

5.2 Escriu clar i simplifica 33

5.3 Edita 46

5.4 Complementa 47

5.5 Afegeix recursos 48

5.6 Dissenya 52

5.7 Revisa i fes proves 58

06 **Escriure per a les pantalles** 61

6.1 Integra l'àudio i el vídeo 62

6.2 Sigues interactiu/iva 63

6.3 Garanteix l'accessibilitat 65

6.4 Adaptat al suport 66

07 **El document perfecte** 69

Documentació annexa 71

Glossari 71

Recursos 74

Introducció

La comunicació clara és fonamental per fer efectiu el dret a entendre de la ciutadania. Per això, l'Ajuntament de Barcelona ha elaborat una diagnosi de la comunicació que es fa. I impulsa diverses accions per establir una relació -encara més- pròxima i transparent, tant amb la ciutadania com entre les persones que treballen a l'organització.
La claredat és un dels cinc valors de la corporació amb els quals la plantilla municipal s'identifica i que ha de guiar la seva tasca. La **Direcció per valors** és el punt 3.2 dins l'**Estratègia de persones i desenvolupament organitzatiu 2019-2023**.

Aquest quadernet que tens a les mans és alhora un recull de consells i una eina senzilla gràcies als exemples de redacció correctes i incorrectes. **"Siguem clars. Guia de Comunicació Clara per a administracions"** vol ajudar-te a practicar la comunicació clara en el dia a dia amb pautes fàcils de seguir.

"La perfecció no s'assoleix
quan no hi ha res més a afegir,
sinó quan no hi ha res més a treure"

Antoine de Saint-Exupéry

01 Què és la comunicació clara?

La comunicació clara és transmetre la informació rellevant de manera fàcil, directa, transparent, simple i eficaç.

Requereix bons textos i un bon disseny.
A més de treballar el contingut per elaborar textos senzills, cal donar-los forma amb el disseny i la incorporació d'elements visuals i interactius que en facilitin la comprensió (figura 1).

- La **lecturabilitat** garanteix que els textos s'entenguin sense esforç. Per això es planifica l'estructura, l'organització de la informació, l'adequació de la sintaxi i la claredat de les paraules.

- La **llegibilitat** assegura la facilitat en la lectura atesa la tipografia, l'espai entre lletres i la longitud dels paràgrafs.

És multicanal.
Qualsevol document imprès o digital pot ser redactat amb criteris de comunicació clara. Ara bé, cal adaptar-lo a les especificitats dels diferents canals (presencials, per escrit i audiovisuals) i suports (paper, mòbils, ordinadors i altres dispositius).

Sabies que...

Un bon text amb una tipografia nefasta plantejarà dificultats de lectura i tendirà a ser rebutjat.

Figura 1

La comunicació clara és contingut i forma

02 Per què és important comunicar de manera clara a l'Administració?

L'objectiu de la comunicació clara és que la ciutadania comprengui els missatges, se senti segura en la seva relació amb l'administració pública i estigui al bell mig de l'activitat pública. I, en l'àmbit intern, també és clau la claredat per garantir l'efectivitat i l'eficiència de l'organització.

Ja fa 50 anys que va començar la lluita pel llenguatge clar amb els moviments cívics als EUA que reclamaven el dret de la ciutadania a entendre el que l'administració pública volia comunicar-li. Avui, amb les noves tecnologies, la globalització dels missatges i la multiplicació de fonts i canals de comunicació, ens cal anar un pas més enllà i practicar la comunicació clara.

2.1 El dret a entendre

Cal avançar cap al dret a entendre perquè:

Democratitza l'accés a la informació pública.

Disminueix la insatisfacció de la ciutadania.

Promou la confiança i potencia la transparència de l'administració pública.

Estalvia temps, diners i recursos. Escurça l'esforç invertit en la lectura, agilitza les gestions. Disminueix els dubtes, les queixes i les consultes.

Redueix l'ansietat que provoca la difícil comprensió de la informació complexa.

Converteix processos complexos en senzills, cosa que incrementa i afavoreix que la ciutadania els pugui dur a terme (augment de l'eficàcia).

Facilita les traduccions automàtiques a internet i els sistemes de processament del llenguatge (lectors per a invidents).

03 Un repte per a l'Administració

- **Implica un canvi de cultura comunicativa en la qual s'estableix un diàleg real amb la ciutadania.**
  Les persones són subjectes actius i perceben la modernitat de la seva Administració quan són capaces d'entendre-la i d'interactuar-hi d'una manera fluida, senzilla i clara.

- **Hi ha d'estar implicada tota l'organització.**
  Afecta el disseny dels productes (lleis, iniciatives, programes i serveis) i la documentació que els acompanya (fitxes, contractes, pàgines web, instruccions...).

- **La transparència és una normativa legal.**
  La comunicació amb la ciutadania sempre ha de ser clara, senzilla i eficaç per garantir el dret a entendre.

Sabies que...

Amb els mitjans digitals, les organitzacions tenim l'oportunitat de fer una comunicació personalitzada, adequada per a cada persona o col·lectiu.

04 Per on cal començar?

4.1 La persona en el centre

Si escrius abans de pensar, corres el risc de perdre la perspectiva…

pot ser que arribi el moment en què no sàpigues com organitzar la informació.

El primer que has de plantejar-te és a qui t'adreces i què vols comunicar. Les persones destinatàries sempre han d'estar en el centre, posar-te en el seu lloc t'ajudarà a entendre què necessiten saber.

Planifica el que has d'escriure i respon a les preguntes següents:

- **A qui** t'adreces?
- Quina **informació necessita** la persona destinatària?
- Quins **elements ha d'incloure el missatge**?
- Quin és el **millor format**?
- Quin és el **to adequat**?

A qui t'adreces?

Visualitza el teu públic i identifica les seves particularitats. Et pot ajudar fer un perfil imaginari de les persones que llegiran la informació (eina 1).

Escriure per a la ciutadania condiciona la informació que transmetem. I també la manera de fer-ho. Per exemple, haurem d'evitar el llenguatge tècnic administratiu que sí que podrem emprar en una comunicació interna que adrecem a una persona del nostre equip.

Recorda que...

el ritme accelerat de la societat fa que cada cop les persones disposin de menys temps.

Eina 1

Pensa en la persona lectora

Id. persones destinatàries:

Qui són

Quina edat tenen

Quina és la seva situació familiar

Quin és el seu nivell d'estudis

Quina és la seva feina

Quina és la seva situació socioeconòmica

Quins són els seus interessos

Quant en saben, del tema?

Quins dispositius utilitzen:

Quina informació necessita la persona destinatària?

El públic llegeix per informar-se, per prendre decisions, per aconseguir alguna cosa o complir una obligació.

+

Espera trobar la informació suficient i necessària, expressada de manera planera.

+

Llegir és el camí per a un fi. Fes que sigui curt i relaxat.

Quins elements ha d'incloure el missatge?

Tingues en compte la finalitat de la comunicació i què ha de fer aquesta persona una vegada hagi llegit les dades que li proporcioneis.

- **Què?** La informació essencial
- **Qui?** La(les) persona(es) o organisme(s) afectat(s)
- **Quan?** Dates, hores, terminis, etc.
- **On?** Llocs, àmbits, etc.
- **Com?** Instruccions, explicacions, etc.
- **Per què?** Causes, objectius, conseqüències, etc.

o una llista de temes, o planteja't preguntes clau.

Veuràs la informació globalment i rebutjaràs el que sobra.

Quin és el millor format?

Hi ha moltes classes de documents: cartes informatives, correus electrònics, sol·licituds, formularis, cartells, notícies per al web...

Molts dels documents administratius tenen formats ja definits que haurem de conèixer i aplicar. Encara que, en alguns casos, caldrà adaptar-los a la comunicació clara.

Cerca models

de la tipologia de producte que necessites. T'ajudarà a no oblidar-te de res!

Quin és el to adequat?

El to (formal i distant, o proper) dependrà de la relació que tens amb la persona destinatària i el tipus de producte.

- **Vostè** L'ús de formes respectuoses permet mantenir la distància.
- **Tu** Permet acostar-t'hi i interpel·lar directament el públic.
- **Nosaltres** Inclou tant a qui escriu com a qui llegeix i dona sensació de cooperació.

Recorda

implicar a qui llegeix! Sempre és agradable que et tinguin en compte!

05 Els set passos de la comunicació clara

La comunicació clara requereix una metodologia rigorosa que ens ajudarà a elaborar tota mena de productes des de zero sempre amb la persona usuària en el centre.

La figura 2 recull els passos que trobaràs explicats a les pàgines següents.

Figura 2

Els set passos de la comunicació clara

00 Planifica

01 Estructura

02 Escriu clar i simplifica

03 Edita

04 Complementa

05 Afegeix recursos*

06 Dissenya

07 Revisa i fes proves

*Si escrivim per a pantalles, caldrà afegir-hi dos passos: "integra àudio i vídeo" i "sigues interactiu/iva".

5.1 Estructura

Pensa en com articularàs el document i tingues sempre en compte l'accessibilitat.[1]

- **Quantes parts ha de tenir?**
- **Quina informació és la més rellevant**
- **Organitza-la**

que com més extens sigui el document, més visible ha de ser la seva estructura.

Quantes parts ha de tenir?

En la planificació has decidit quines són les idees clau del document. Ara:

1. **Agrupa les idees relacionades**
2. **Dona a cada conjunt un títol** o encapçalament.
3. **Ordena-les** per establir les parts del text.

1 Es pot consultar la "Guia per elaborar PDF accessibles" i la informació sobre accessibilitat dels webs de l'Ajuntament de Barcelona.

Quina informació és la més rellevant

Analitza la informació i valora quin contingut és rellevant i de quin pots prescindir.

D'acord amb la seva rellevància, valora l'ordre de la informació.

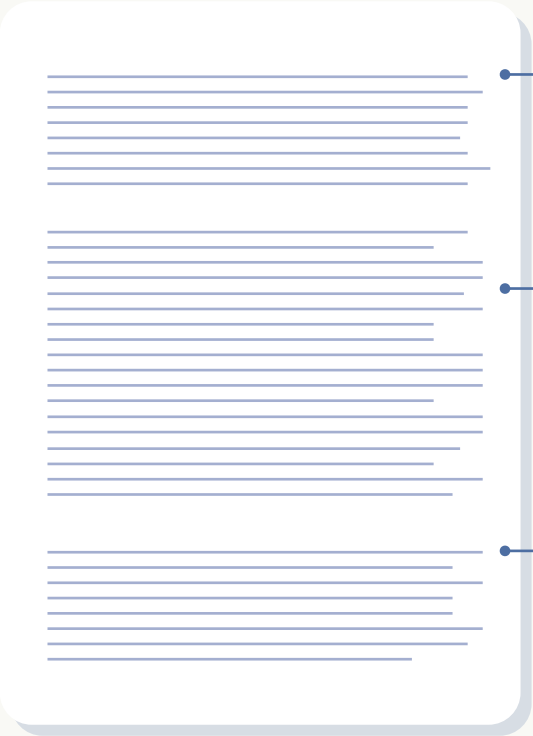
En funció del suport de què es tracti, és possible que t'interessi utilitzar el mètode de la piràmide invertida en el qual la informació s'organitza responent a: què, qui, quan, on, com i per què.

Organitza-la

No tots els productes tenen les mateixes parts, encara que hi ha 3 parts fonamentals: la introducció, el cos i el tancament (figura 3).

Figura 3

L'estructura bàsica d'un document



Introducció

Dona el context de lectura.

Què és i quin n'és el propòsit?

Cos

Desenvolupa el contingut.

Presentem de manera ordenada les idees agrupades per temes.

Tancament

Síntesi per garantir l'eficàcia.

Recull del més important i concreció:

què es demana?, què cal fer o esperar a continuació?

Utilitza títols i subtítols

Converteix els encapçalaments de cada idea en títols i subtítols que permetran a qui llegeix trobar ràpidament el que cerca i també l'ajudaran a anticipar i entendre millor la informació inclosa en cada part.

- **Títols:** Anuncien el contingut o la informació del text.
- **Subtítols:** Capten l'atenció o l'interès.

Destaca'ls amb grandàries i pesos diferents per guiar la persona pels diferents apartats (figura 4).

Figura 4

Com funcionen els títols i els subtítols

Títol portada
Helvètica Bold
Mida 63 punts
Interlineat múltiple 0,75 punts

Hola

Títol capítol
Helvètica Bold
Mida 32 punts
Interlineat múltiple 0,9 punts

Això és un exemple

Subtítol/titolet
Helvètica Bold
Mida 18 punts
Interlineat múltiple 1 punt

Creus que funciona?

Construeix paràgrafs eficaços

- **Recorda: un paràgraf, un tema**. Desenvolupa cada idea nova en un punt i a part.
- **Vigila l'extensió**. Unes 150 paraules per paràgraf és una bona referència.
- **Fes servir connectors** per enllaçar paràgrafs (eina 2).
- **Cuida l'estructura**. Comença amb una frase que introdueixi el tema, afegeix-hi un desenvolupament breu i enllaça amb les idees del paràgraf següent.

5.2 Escriu clar i simplifica

Les 10 pautes del llenguatge clar t'ajudaran a escriure de manera clara, correcta, comprensible i adaptada a qui llegeix (figura 5).

A més d'aquestes pautes cal tenir en compte el llenguatge inclusiu[2].

Recorda que...

com més breu és el document, millor n'és l'efecte.

Encara més si és per a dispositius digitals.

2 Es pot trobar la definició de llenguatge inclusiu i recursos a l'apartat del glossari.

Figura 5

Pautes per escriure clar

01
Construeix frases curtes

02
Segueix l'ordre natural

03
Utilitza la veu activa, i fuig dels verbs en forma no personal

04
Connecta les idees

05
Sigues positiu/va

06
Elimina el que sobra

07
Usa el llenguatge concret

08
Millora'l

09
Respecta el català

10
Llegeix de nou el text

Construeix frases curtes

Vigila l'extensió: no hi ha una mida màgica, però cal evitar els paràgrafs molt curts (una o dues línies) i els que són massa llargs (més de quinze línies).

- Evita els paràgrafs-frase. De més de 40 paraules no són frases, són emboscades.
- Distribueix idees en frases, utilitza la puntuació (coma, punt i coma, punt i seguit) per separar-les i enllaça-les amb els connectors.

✗ Un paràgraf únic de 62 paraules

Les famílies que necessitin sol·licitar una revisió per haver experimentat un canvi socioeconòmic substancial en aquest exercici per causes sobrevingudes posteriors a la matrícula podran fer-ho, segons dictamina l'article 5 de la Regulació dels preus públics pels serveis d'Educació, sempre adreçant-se a l'Institut Municipal d'Educació de Barcelona (IMEB) per presentar una instància i aportar la documentació que acrediti aquest canvi.

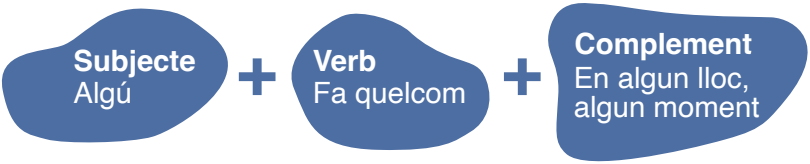
✓ Partim el paràgraf en frases curtes per idees

Podran sol·licitar una revisió les famílies que han experimentat un canvi socioeconòmic substancial en aquest exercici per causes sobrevingudes posteriors a la matrícula. (Què i qui). S'hauran d'adreçar a l'Institut Municipal d'Educació de Barcelona (IMEB) (on); i presentar una instància acompanyada de la documentació que acrediti aquest canvi, segons dictamina l'article 5 de la Regulació dels preus públics pels serveis d'Educació (com i per què).

02 PAUTA

Segueix l'ordre natural

Escriu de manera senzilla i seguint un ordre natural en les frases:



Compte amb els incisos: presta atenció a les comes i els parèntesis, que no ofeguin la informació principal. El text principal s'ha d'entendre si s'elimina l'incís.

03 PAUTA

Utilitza la veu activa i fuig dels verbs en forma no personal

Evita recórrer en excés a les oracions en veu passiva o a l'ús d'infinitius, gerundis i participis, ja que:

- Fan les frases més llargues i, per tant, costen més d'interpretar.
- Amaguen el subjecte de l'acció.

✗ La reunió *ha estat convocada* a les set per la Maria.

✓ La Maria *ha convocat* la reunió a les set.

✗ En Pere *envia* l'ordre del dia a les persones assistents

✓ En Pere *ha enviat* l'ordre del dia a les persones assistents.

04
PAUTA

Connecta les idees

Els connectors reforcen la coherència i faciliten la comprensió.

Molts d'aquests s'insereixen entre signes de puntuació (d'una banda, per això...), però d'altres estan integrats a la frase (a pesar que…, quant a…). També n'hi ha que t'ajudaran a separar la informació en dues frases. Fes-los servir!

A l'eina 2 trobaràs el detall dels connectors més habituals en català.

Eina 2

Coneix i utilitza els connectors

Connectors contraargumentatius

Formen una sola oració	Separen la informació en dues oracions
Però	Tanmateix
Sinó que	No obstant (això)
Si bé	Amb tot
Encara que	Ara bé
A pesar de (a pesar que)	En canvi
Per bé que	A pesar d'això / A pesar de tot
	Al contrari
	En contra

Connectors consecutius

Formen una sola oració	Separen la informació en dues oracions
Per la qual cosa	Per això
Així que	Per tal de/que (motiu, causa, raó)
Doncs	A fi de/que
De manera/forma que	En conseqüència
	Per conseqüent
	Així, doncs
	Per tant

Connectors habituals

Si vols	Tria el connector més adequat
Introduir el tema del text	• L'objectiu principal d'aquest text és • L'informo que
Introduir un tema nou	• Quant a • En relació amb • Sobre • El punt següent tracta de
Marcar un ordre	• En primer lloc, primerament, per començar • En segon lloc, més tard • A més, després • En darrer lloc, per concloure, el final
Distingir	• D'una banda, de l'altra (d'altra banda); per un costat, per un altre costat • D'altra banda, altrament • En canvi • Tanmateix
Seguir el mateix tema	• A més, a més a més • Així mateix • A continuació • Després • Tot seguit
Emfatitzar	• És a dir • En altres paraules • Tal com s'ha dit • El més important • La idea central és • Cal destacar

Connectors habituals

Si vols	Tria el connector més adequat
Detallar	• Per exemple • En particular • En concret • Com ara
Resumir, acabar	• En resum • Recapitulant, resumint • En poques paraules • En suma, en síntesi
Indicar causa	• Perquè • Ja que • A causa de • Atès que • Doncs • Com • Gràcies a
Indicar conseqüència	• En conseqüència • Per tant • De manera que • Per això • Doncs • Per consegüent

Connectors habituals

Si vols	Tria el connector més adequat
Indicar condició	• Sempre que • En cas (que) • Amb la condició (que)
Indicar oposició	• En canvi, al contrari • Ara bé, en tot cas • Amb tot • Tanmateix • No obstant (això)
Indicar objecció	• Encara que • Si bé, per bé que • Malgrat que • A pesar de, de totes maneres • Amb tot, així i tot • Tot i que

05 PAUTA

Sigues positiu/iva

Redacta en positiu perquè el text serà més ben rebut per qui el llegeix. Escriu amb veu activa i evita la passiva.

✗ No sembla improbable que plogui.

✓ És possible que plogui.

06 PAUTA

Elimina el que sobra

Elimina tot el que sobra i el que quedarà serà només la informació útil.

✗ Confirmem que hem rebut la petició i procedim a realitzar un l'estudi sobre la situació esmenada.

✓ Hem rebut la seva petició i estudiarem la situació.

Vigila la sintaxi i:

- No repeteixis la informació. Si ja ho has explicat, no insisteixis.
- Evita les duplicitats de continguts: nexe d'unió, actualment en vigor, recuperar-se favorablement...
- Fuig dels mots crossa: mateix, això, si escau...
- Usa adjectius i adverbis només si aporten informació.
- No abusis mai de la perífrasi del gerundi: va arribar a estar treballant.
- Empra sinònims sempre que signifiquin el mateix.

Vigila la repetició no intencionada d'un so.

Els rebles ressonen al cap de qui llegeix i distreuen la seva atenció.

Usa un llenguatge concret

Les persones recordem millor les paraules concretes (taula, cadira) que les abstractes (justícia, bellesa).

✗ Llenguatge abstracte
Ens dediquem a oferir una solució global a les teves necessitats a internet assessorant-te sobre el que més et convé perquè així assoleixis l'èxit que anheles.

✓ Llenguatge concret
Ens dediquem a la creació de pàgines web que s'adapten a les necessitats del teu negoci.

Evita les vaguetats.

✗ El pla parteix de *diversos assumptes* i inclou *un conjunt de* propostes per resoldre'ls.

✓ El pla parteix de *tres accions* i inclou *deu* propostes per resoldre-les.

La comunicació clara no està renyida amb la precisió. Però sí que cal tenir present a qui ens dirigim, sempre que sigui possible:

- Evita l'ús d'anglicismes. Fes servir l'equivalent en català sempre que sigui possible. I, si no n'hi ha, utilitza un ressalt tipogràfic i explica'l.
- Si et cal emprar tecnicismes, també els hauràs d'explicar (llevat que t'adrecis a un públic expert en la matèria).
- Rebutja l'argot i les sigles, no tothom ho entén.

Com a norma, sempre que sigui possible, decanta't per:

- La paraula més curta i senzilla.
- Les paraules precises i variades.

08 PAUTA

Millora'l

Per facilitar la comprensió d'un text:

- **Crea llistes.** Ajuden a simplificar la lectura, per exemple per crear instruccions pas a pas. Comença indicant quin tipus d'elements la formen, tria una marcació clara (nombres per enumerar elements i lletres quan hi ha diverses alternatives) i formula tots els elements de la mateixa manera (per exemple, inclou una acció amb un verb en infinitiu).
- **Utilitza exemples** perquè sense una explicació no serveix de gaire. Usa generosament les expressions "com en el cas de" o "tal com".
- **Fes comprensibles les dades**. Sempre que sigui possible tradueix les xifres i els conceptes en ítems quotidians. Així, en comptes de parlar del nombre d'hectàrees, digues que hi cabrien cinc estadis com el Camp Nou.
- **Al final, inclou-hi les referències normatives**. Són construccions tècniques que dificulten la comprensió de l'objecte de la frase.

09 PAUTA

Respecta el català

Sigues curós amb l'ortografia i evita les errates tipogràfiques. Confirma que has fet servir la paraula adequada. Revisa els accents, dona una ullada a l'ús de les majúscules i, sobretot, a la puntuació.

no sempre una pausa en la lectura equival a una coma en l'escriptura.

10 PAUTA

Llegeix-lo

Quan ja tinguis el text redactat:

- **Deixa que algú altre llegeixi el teu esborrany.** Quatre ulls hi veuen més que dos, i els d'una altra persona aportaran frescor i una necessària visió crítica per tal de millorar la redacció final.

- **Torna al text després que reposi** i fes-ne una nova lectura. La teva pròpia mirada, passat un temps, revelarà les mancances que hi hagin pogut quedar pendents.

- **Llegeix-lo en veu alta.** Escoltar els continguts que has completat afegirà un nou punt de vista. I posa atenció a llegir el que has escrit, no el que creus que has escrit, veuràs que no sempre coincideixen.

5.3 Edita

Els destacats tipogràfics (cursiva, majúscula, negreta i subratllats) són eines útils sempre que no n'abusem. Permeten una lectura ràpida per sobre de les principals frases destacades i ens donen una idea general de les qüestions cabdals del document.

Ara bé:

- **Evita l'abús de negretes** perquè crea una sensació de caos i confusió. Ressalta com a màxim una frase de cada paràgraf.
- **Reserva els subratllats per als enllaços**, si és un producte digital.
- **Fes servir correctament les cursives** (per a títols de llibres, paraules en un altre idioma...) o converteix-les en cometes.
- **Segueix sempre les normes per a l'ús de majúscules**. I recorda que a les xarxes socials són sinònim de cridar.

A internet

els cercadors solen identificar els regruixos com els conceptes fonamentals del document.

5.4 Complementa

Els textos complementaris ajuden a fer-lo més entenedor i en fan més dinàmica la lectura. Són especialment rellevants en documents extensos.

Ara bé:

- **Crea una taula de continguts o índex**, i fes-lo navegable, si és possible.
- **Enllaça els epígrafs** més destacats.
- **Cerca les paraules clau**, les més complexes o especialitzades i intenta explicar-les (almenys la primera vegada que apareixen).
- **Construeix un glossari** amb els termes que et sembli que cal explicar perquè el lector o lectora entengui bé el document.
- **Ofereix resums** al principi (què hi trobaràs) o al final (recull de conclusions).
- **Utilitza notes de peu** per identificar les fonts o ampliar la informació.

els conceptes clau es poden convertir en etiquetes per facilitar la cerca.

5.5 Afegeix recursos

De la mateixa manera que les paraules, les imatges serveixen per comunicar. Abans que llegir fos comú, les històries s'explicaven amb dibuixos. I és que les persones verbalitzen el seu pensament mitjançant paraules (llenguatge oral i escrit) i també amb imatges (llenguatge visual).

Icones, gràfiques, infografies, fotografies, esquemes i mapes ens permeten explicar de manera senzilla conceptes complexos. Tingues en compte que:

- **La combinació de paraules i imatges reforça el missatge que es transmet i el seu record.** Un estudi d'MDG Advertising assegura que les persones només emmagatzemem un 10% de la informació que escoltem, però que aquest percentatge pot pujar fins a un 65% si hi afegim una foto o una il·lustració.

- **Ara bé, si els dos llenguatges no dialoguen pot ser confús.**

- **No empris recursos gràfics sense sentit** perquè distrauran a qui llegeix.

A continuació trobaràs consells sobre l'ús dels principals recursos gràfics: les icones, els gràfics i infografies, i les fotografies.

Sabies que

el llenguatge visual trenca moltes de les barreres de l'idioma?

Icones

- **Són algunes de les eines de comunicació més universals** disponibles, travessant fronteres lingüístiques i culturals.

- **Fes-ho simple.** Utilitza-les per representar conceptes senzills i fàcils de reconèixer.

Exemple d'icona confusa

Exemple d'icona senzilla i clara

- **Evita l'ambigüitat i els estereotips.**

Exemple d'icona que crea estereotips

Exemple d'icona neutra de gènere

Gràfics i infografies

- **Les formes bàsiques** són el punt, la línia, la fletxa i el cercle.

- **Il·lustren un conjunt de dades relacionades entre si**, i fan que sigui més senzill comprendre-les, analitzar-les i comparar-les.

- **Usa el gràfic adequat** (figura 6).

- **A l'hora de crear-los:** 1. Tria sempre el disseny més senzill, 2. Utilitza una mateixa gamma de color i marca només el que és rellevant, 3. Vigila l'escala, i 4. La llegenda i la font han de ser visibles.

Figura 6

Tipologies de gràfics

Si vols	Utilitza un gràfic de	Per exemple
Comunicar l'evolució en el temps o una tendència	Línia	Les etapes d'un projecte
Mostrar una comparativa o un patró	Barres	L'ús de les bicicletes a la ciutat els darrers 10 anys
Veure les parts d'un conjunt (percentatges)	Pastís	El repartiment de les ajudes per sexes
Visualitzar les dades de manera jeràrquica	Diagrames i mapes d'arbre	L'organigrama d'una institució

Fotografies

- **Informa't de la mida i resolució** adients per a cada suport. La fotografia que et pot servir per fer una piulada a les xarxes socials no té prou qualitat per publicar-la en un llibre.

- **Respecta les proporcions de la imatge** i no la deformis.

- **Comprova que el text es llegeix** si hi escrius a sobre.

- **Evita els estereotips** en fer la cerca de les fotografies.

- **Cita'n sempre l'autoria** i respecta els drets d'ús, especialment si són imatges d'internet. Pots utilitzar un peu de foto per fer-ho.

A més dels recursos visuals de caràcter gràfic que hem vist anteriorment, si escrivim per a les pantalles, cal afegir la integració d'àudio i vídeo i tenir en compte la interactivitat. Troba el detall al capítol "Escriure per a les pantalles".

5.6 Dissenya

Aquest és un pas clau en l'elaboració de productes de comunicació clara. La primera impressió que produeix un text ha de ser transmetre una sensació de net i ordenat per convidar la persona lectora a llegir-lo.

Tanmateix, l'aspecte és el primer indicador de confiança. La tipografia, el color, les imatges, les formes, la mida de la font, la composició o la navegació són alguns dels aspectes crucials per generar confiança. Per exemple, en el banc si la lletra d'un contracte és molt petita, qui llegeix no sentirà confiança i probablement no el voldrà signar.

Les claus de l'edició visual són:

- **Cuidar la composició**
- **Triar la lletra**
- **Fer servir el color**

Cuidar la composició

Una bona composició mostrarà de manera neta i ordenada els elements. Per aconseguir-ho, cal fer el següent:

- **Tenir en compte la direcció de la lectura.** A occident, llegim de dalt a baix i d'esquerra a dreta. És per això, per exemple, que el títol el posarem al capdamunt de la pàgina.
- **Utilitzar els blocs que ajuden a endreçar la lectura.** Paràgrafs, llistes, peces amb informació addicional...
- **Respectar la jerarquia** amb els pesos dels elements.
- **Aprofitar els espais en blanc per dirigir l'atenció.** Evita sempre els textos bigarrats i sobrecarregats de recursos.

Aquests són alguns consells pràctics que t'ajudaran:

- Estableix marges suficients i aplica'ls a tot el document.
- Evita trencar els paràgrafs entre columnes deixant-hi només 1 o 2 línies.
- Tanca les pàgines amb la darrera línia del paràgraf, pots deixar un espai en blanc si escau.
- Si hi ha diverses pàgines o documents, manté un mateix format i característiques similars. Per exemple, en una presentació les diapositives han de tenir un mateix patró.
- Només justifica els textos amples (més de 50 caràcters i mai més de 80 caràcters).

- Aplica un interlineat senzill, que facilita la lectura, i conserva'l a tot el document. Pots fer que l'interlineat sigui una mica més ample entre paràgrafs, així destacaràs visualment els blocs.

Triar la lletra

Abans comprova si a l'organització hi ha cap normativa sobre la lletra que t'indiqui quina has d'utilitzar.

Sabies que

l'Akkurat és la tipografia corporativa de l'Ajuntament de Barcelona.

Si no la tens, usa l'Arial.

I, si l'has d'escollir:

- **Garanteix que és adequada per a la naturalesa del document.** T'imagines un contracte amb una lletra lligada d'infants?
- **Evita els tipus de lletra de difícil comprensió.** Les fonts sense rematada (com la Sans Serif) són les més llegibles i les que es recomanen, sobretot, en entorns digitals.

- **Empra famílies de fonts que tinguin tots els pesos:** rodona, cursiva i negreta.

- **Combina dues fonts a tot estirar** (una per als titulars i l'altra per al cos del text); les barreges compliquen la lectura.

I quan l'apliquis:

- **Fes-ho amb una mida suficient**
(les pautes d'accessibilitat recomanen cossos d'entre 12 i 14 punts, i mai inferior a 10 punts).

- **Respecta els nivells de la jerarquia** i no barregis cossos diferents que entorpeixen la lectura.

I això serà el darrer que llegiràs

Abans de res llegiràs això

Després llegiràs això

I, després, això

Fer servir el color

Els colors també transmeten i comuniquen, aprofita'ls. Igual que amb el tipus de lletra, abans comprova si hi ha cap normativa sobre aquest tema a l'organització. Així, a l'Ajuntament de Barcelona, els colors corporatius són el vermell Pantone 186 i el negre. Els pots utilitzar en els teus documents i presentacions escollint la següent combinació de color RGB (de l'anglès vermell, verd i blau).

Vegeu la web per conèixer la normativa gràfica de l'Ajuntament de Barcelona.

R: 198 G: 12 B: 48

R: 0 G: 0 B: 0

I, si l'has d'escollir:

- **Tingues en compte el que representen.** Hi ha colors que associem a una sensació (el blanc és net i el verd és fresc), a una temàtica (el lila és feminisme), a una marca (el vermell és la Coca-cola) i, fins i tot, n'hi ha que representen estereotips (el blau és per als nens i el rosa és per a les nenes).

- **Fes servir una gamma cromàtica harmoniosa.**

- **Garanteix el contrast.** Un text blanc a sobre d'un fons negre es llegirà, però un text blanc amb un fons gris claret serà difícil de veure i es perdrà.

Així ho llegeixes Això ho veus?

Finalment revisa la llegibilitat i pregunta't si:

- Hi ha marges suficients.
- Has deixat espais blancs entre els elements.
- No hi ha línies penjades o paràgrafs tallats.
- L'interlineat permet una lectura còmoda.
- Les línies curtes estan justificades a l'esquerra.
- La lletra es llegeix bé.
- Els colors faciliten la lectura i tenen prou contrast.

5.7 Revisa i fes proves

Abans de donar el text per tancat, torna a revisar aquests aspectes:

- El text conté la informació necessària per complir el seu propòsit i no inclou detalls irrellevants.
- El llenguatge és clar i senzill i el to és l'adequat.
- L'escrit està ben estructurat, de manera visible i comprensible.
- La longitud dels paràgrafs, les oracions i les paraules és l'adequada.
- No conté gaires gerundis, veus passives, construccions negatives o incisos.
- L'ortografia i la puntuació segueixen les normes.
- Es respecten les concordances de gènere i nombre entre els elements de les frases.
- Conté llenguatge visual i llenguatge inclusiu.

Finalment, prova que funciona fent un test d'ús, ja sigui deixant-lo llegir a algú per primer cop o fent un test A/B en el qual valores amb uns criteris establerts dues propostes del mateix document per saber quina és la més ben acollida.

06 Escriure per a les pantalles

Els webs, les aplicacions i les xarxes socials tenen un llenguatge i unes característiques pròpies que cal tenir present quan escrivim per a les pantalles.

Ens permeten incloure recursos que enriqueixen el contingut (com l'àudio i el vídeo); però també suposen un repte perquè canvien la lògica de la lectura lineal (en un web els enllaços que criden l'atenció marquen l'ordre de la lectura).

- **Integra l'àudio i el vídeo**
- **Sigues interactiu/iva**
- **Garanteix l'accessibilitat**
- **Adaptat al suport**

6.1 Integra l'àudio i el vídeo

- **Aprofita la narrativa audiovisual.** Un vídeo pot substituir textos llargs i relats extensos. A més, criden l'atenció de la persona usuària que tendirà a veure un vídeo de YouTube abans que descarregar i llegir un PDF.

- Ara bé, s'ha de tenir en compte que **el vídeo i l'àudio** són arxius pesants que poden alentir la càrrega de les pàgines, per la qual cosa cal utilitzar-los amb cura.

6.2 Sigues interactiu/iva

Escriure per a suports digitals comporta establir una conversa i permetre que les persones qui llegeixen interactuïn amb el contingut (demanin coses, acceptin opcions o saltin a altres llocs).

- **Adaptat als fluxos d'ús i lectura.** Les persones que llegeixen interactuen amb el contingut i creen la seva ruta. Aplicant tècniques de la psicologia del comportament has de guiar-les perquè la lectura tingui sentit. Per exemple, els noms del menú han de ser els mateixos que els de les pàgines dels apartats.

- **Afegeix-hi interaccions i simuladors per millorar la comprensió del contingut del document**. A l'hora d'escriure els textos breus dels botons tingues en compte:

  - **L'opció més curta sempre és la més adient.** Evita informació innecessària.

✗ Per autenticar-se, cal identificar-se amb l'adreça electrònica completa i la contrasenya unificada.

✓ Identifica't amb la teva adreça electrònica i la teva contrasenya.

  - **Fes servir sempre verbs d'acció en els botons.**

✗ Inscripció en línia

✓ Inscriu-t'hi

✓ Comença la inscripció

- **Comença pel perquè i després el com.** Si expliques un procediment, abans cal indicar quina és la meta

✓ Aquí trobaràs totes les ofertes culturals dels centres cívics. Fes clic en la que t'interessi per obtenir-ne tots els detalls.

- **Si hi ha un error, deixa molt clar en què consisteix i com es pot resoldre.** Fes-ho amb un to amistós, evita les exclamacions perquè no sembli més greu del que realment és.

✗

```
Error en petició realitzada
Error
ERROR: Error buscant l'usuari o
aquest usuari no existeix. Intenteu
fer aquesta operació més tard i, si
l'error persisteix, consulteu amb el
servei d'atenció a l'usuari.
```

✓

```
Usuari incorrecte
Intenteu-ho més tard i, si el
problema continua, consulteu
amb el servei d'atenció a
l'usuari.
```

6.3 Garanteix l’accessibilitat

L’entorn digital pot ser un motiu d’exclusió per a moltes persones, perquè els és molt complicat o necessiten ajuda.

Per pal·liar els efectes de la bretxa digital és fonamental seguir les pautes d’accessibilitat, com ara:

- incloure la descripció de les imatges en un text alternatiu.
- posar subtítols en els vídeos.
- donar alternatives a l’ús del ratolí i el teclat.
- utilitzar sistemes de locució de textos que, de manera automàtica, llegeixin el document.
- garantir el contrast del text amb el fons i que el cos sigui prou gran per permetre una lectura còmoda.

Troba més informació sobre els criteris d’accessibilitat a l’apartat de “Documentació annexa / Recursos”.

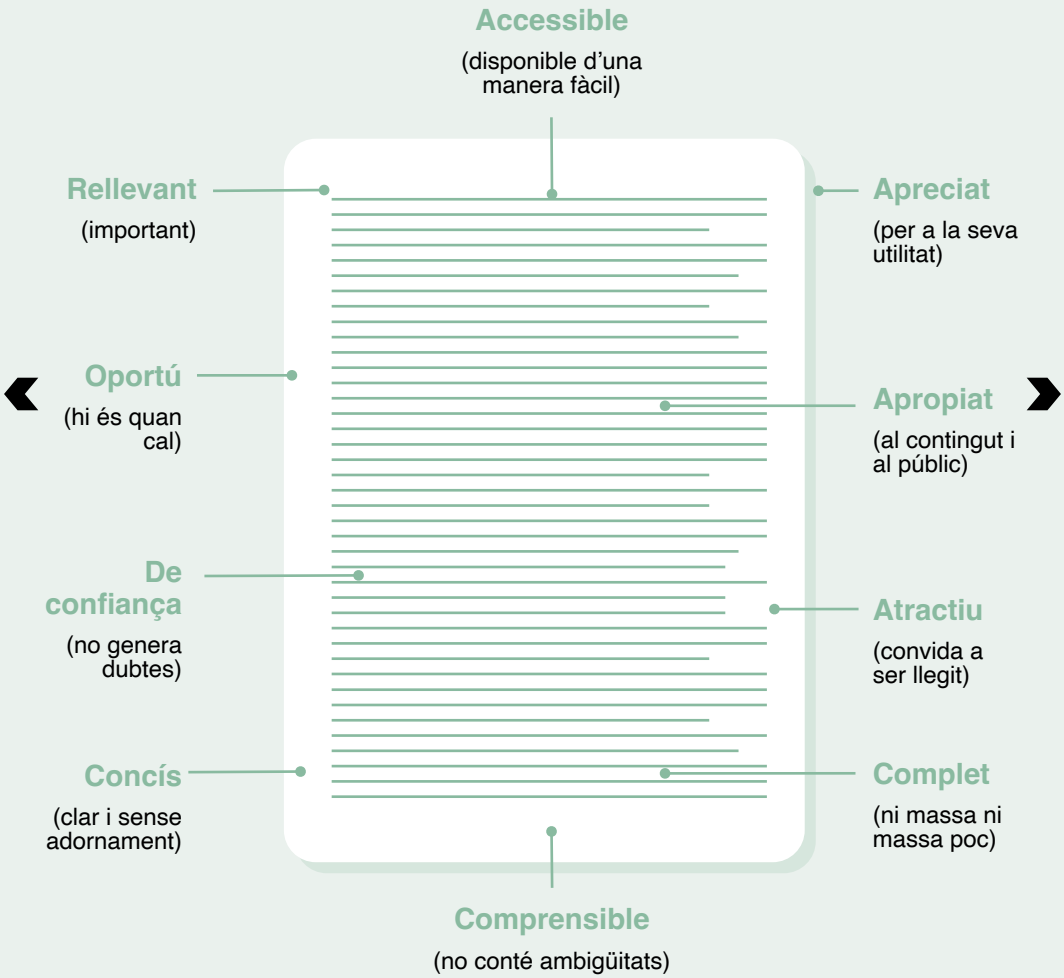
6.4 Adaptat al suport

Tanmateix, és important pensar en el suport en el qual es visualitza el contingut (com ara la tauleta, l'ordinador, el telèfon mòbil...).

Tècnicament, la tecnologia adaptativa *(responsive)* canvia l'aparença de les pàgines web al dispositiu que s'estigui emprant per visitar-les. Sempre cal garantir que el contingut es llegeix correctament en totes les mides de pantalla.

07 El document perfecte

A manera de resum mirem com són els documents fets segons les pautes de la comunicació clara.



Font: *¿Qué es el diseño de información?*, Jorge Frascara

08 Documentació annexa

Glossari

Comunicació clara
És transmetre la informació rellevant de manera fàcil, directa, transparent, simple i eficaç.

Llenguatge planer
Segons l'*International Plain Language Working Group*, "una comunicació és clara si el llenguatge, l'estructura i el disseny són tan diàfans que el públic al qual s'adreça pot ràpidament:

- trobar el que necessita,
- comprendre el que troba i
- utilitzar aquesta informació.

A diferència de la lectura fàcil, el destinatari o la destinatària del llenguatge clar pot ser qualsevol persona.

Lectura fàcil
Són documents que s'adrecen en especial a persones amb dificultats lectores transitòries (immigració, incorporació tardana a la lectura, escolarització deficient...) o permanents (trastorns de l'aprenentatge, diversitat funcional, senilitat...); però poden facilitar la lectura de tothom.

El llenguatge, el contingut i la forma dels documents segueixen les directrius d'organismes internacionals, com la *International Federation of Library Associations and Institutions* i *Inclusion Europe*.

El dret a accedir a una informació en format Lectura Fàcil està reconegut per la *Llei d'accessibilitat* (Parlament de Catalunya, 2014).

L'Associació Lectura Fàcil ofereix formació, serveis d'edició i una àmplia biblioteca en català.

Llenguatge visual

És un sistema de comunicació que es basa en els signes (o imatges) i engloba la percepció, comprensió i producció d'aquests. Segons la teoria del codi dual (Allan Urho Pivio, 1991), la combinació d'informació verbal i visual s'emmagatzema en parts diferents del cervell i permet millorar el record i la comprensió.

L'abc del llenguatge visual són els punts, les línies i les formes als quals es dona color i s'ubiquen en un espai determinat. Infografies, diagrames i esquemes, mapes, fotografies, icones... en són el resultat.

Llenguatge inclusiu

Les societats no són heterogènies, hi interactuen moltes realitats i per això és important visibilitzar en el llenguatge la pluralitat.

El llenguatge inclusiu és un llenguatge respectuós sense haver de recórrer a paraules, expressions o imatges que poden marginar, fer mal i alimentar els prejudicis existents envers moltes persones i col·lectius.
És important tenir present la manera com les persones volem ser anomenades i escoltar-nos. Reflectir aquesta diversitat també en el llenguatge ens ajudarà a construir un món més just i igualitari.

L'Ajuntament de Barcelona ha editat tres guies senzilles i pràctiques amb consells que t'ajudaran a incloure la mirada inclusiva en els documents. Aquestes guies són:

- Guia de comunicació inclusiva
- Guia d'ús no sexista del llenguatge
- Guia de comunicació amb perspectiva intercultural.

Recursos

Trobareu tots aquest recursos disponibles al Repositori Obert de Coneixement de l'Ajuntament de Barcelona (barcelona.cat/bcnroc).

Normativa gràfica de l'Ajuntament de Barcelona

Guies i recursos del llenguatge

- Manual d'estil lingüístic de textos per al web barcelona.cat i en altres suports
- Guia de comunicació inclusiva
- Guia d'ús no sexista del llenguatge
- Guia de comunicació amb perspectiva intercultural.

Guies i recursos sobre accessibilitat

- Guia per elaborar PDF accessibles des d'Adobe InDesign
- Guia per garantir l'accessibilitat als webs de l'Ajuntament de Barcelona
- Guia d'accessibilitat de documents PDF
- Guia de creació de PDF accessibles a partir de Word
- Guia per a la creació de butlletins digitals accessibles

Siguem clars.
Guia de comunicació clara per a administracions

Guia
2022

Gerència Municipal de l'Ajuntament de Barcelona