

## TIPOLOGIA TEXTUAL

### 1. INTRODUCCIÓ

A l'hora de llegir un text, de comentar-lo, de sotmetre'l a debat, i també a l'hora de crear els nostres textos, hem de valorar i aplicar sempre les propietats textuais que ha de reunir qualsevol text (oral o escrit): la coherència, la cohesió, l'adequació al context i la correcció.

Tractarem els textos escrits tenint present que molts dels que ens arriben a les mans cada dia (una breu notícia d'un diari, els prospecte que acompanya un medicament...) no tenen cap veu literària. En canvi, n'hi ha alguns (una descripció, una narració curta, una novel·la, una carta al director d'un diari ben escrita...) que tenen com a objectiu prioritari crear bellesa, arribar als lectors per tal de commoure. En aquest darrer cas, parlem ja del fenomen literari.

Val a dir, que els textos no sempre es presenten en estat pur (fragments descriptius en una narració). Així, en qualsevol text hi ha una funció comunicativa predominant, un context establert (espai, temps, interlocutors) i un tema determinat.

### 2. TIPUS DE TEXT

#### 2.1 El text descriptiu

El text descriptiu és aquell que representa amb paraules escrites alguna cosa que podem observar amb la mirada (un paisatge, un ocell, una persona...) o que podem percebre en el nostre interior (un estat d'ànim, el caràcter d'algú...).

Per redactar un text descriptiu de qualitat s'ha de posar un especial interès en la tria de l'adjectivació, així com també és important saber fer un bon ús de recursos com la comparació i la metàfora.

Gèneres textuais: guia turística, inventari, retrat, avisos sobre persones desaparegudes, etc.

#### 2.2 El text narratiu

Narrar significa explicar, contar ordenadament algun fet (real o imaginari, viscut o intuït). Anomenem text narratiu aquell que ens explica ordenadament alguna cosa.

El narrador que emprava la tercera persona s'anomena *narrador omniscient* (perquè ho sap tot, ho observa tot). Aquest narrador situat fora de la història narrada, mai no participa en els fets (objectivitat). En canvi, el narrador que explica en *primera persona* és un personatge implicat en la història narrada que, per tant, ens donarà sempre el seu punt de vista particular sobre els fets per mitjà d'aquesta tècnica (subjectivitat).

Molts autors empren una tècnica mixta, consistent a narrar la història des d'una tercera persona narrativa i incorporar la veu en primera persona d'un personatge. És l'estil anomenat *estil indirecte lliure*.

Gèneres textuais: conte, novel·la, rondalla, còmic, notícia, biografia, crònica, etc.

#### 2.3 El text expositiu (o explicatiu)

Els textos expositius són textos informatius que tenen com a finalitat difondre coneixements. Un

text expositiu té com a funció principal transmetre informació però, a més, hi afegeix explicacions i les completa amb exemples i analogies.

En general, un text expositiu ha de ser comprensible per a qualsevol tipus de lector; encara que, depenent dels seus destinataris i segons el grau de complexitat que presenti, podem distingir-ne dues modalitats bàsiques:

- La modalitat divulgadora : s'adreça a lectors de tota mena.
- La modalitat especialitzada: s'adreça a un públic lector entès en el tema tractat i que domina els tecnicismes emprats en aquella exposició escrita.

En ambdós casos, però, el text ha de ser molt clar i ha de presentar una estructura ben ordenada, perquè l'objectiu principal és que el lector copsi ràpidament i sense dificultats la informació que se li dóna.

Una característica important del text expositiu és que mai no ofereix les opinions de l'autor sobre el tema que s'explica, en tant que l'única pretensió d'un text d'aquest tipus és exposar, informar, explicar.

Gèneres textuais: fullet explicatiu, article de diccionari o d'enciclopèdia, llibre de text, examen, apunts, exposició, conferència, article científic, etc.

## 2.4 El text argumentatiu

El text argumentatiu és aquell text que intenta decantar el nostre parer a favor de les opinions de l'autor, així, la finalitat n'és persuadir, convèncer el lector.

En un text argumentatiu distingim tres elements: el *tema* de què tracta, la *tesi* que defensa l'autor i els *arguments* que hi donen suport.

Sempre que analitzem textos argumentatius hem de tenir en compte la intenció de l'autor i el mètode que utilitza per fer-nos compartir el seu parer. Una cosa és incidir en la nostra capacitat de raonar i una altra cosa molt diferent és incidir en la nostra emotivitat, jugar amb arguments persuasius, però de base lògica dubtosa, per menar-nos a unes conclusions que no tenen un suport racional sòlid: això és manipular.

Des de la retòrica clàssica, es consideren dos grans mecanismes per a influir en el destinatari: els arguments racionals i els procediments emotius. Entre els arguments racionals, destacarem els següents:

- el de l'analogia: es basa a comparar amb altres casos.
- El d'autoritat: hom addueix una obra, una persona amb criteri reconegut o experta, un testimoni fidedigne per corroborar el que s'afirma. També es fan servir com a arguments d'autoritat els refranys o proverbis.
- El de quantitat: com més hi ha d'una cosa, més raonable pot semblar.
- El de la qualitat: va en el sentit contrari de l'anterior, el que és decisiu és la qualitat d'una cosa.
- El de la utilitat, el de bellesa, el del plaer: segons els casos, es pot preferir allò que és útil, bell o agradable.

Val a dir, però, que sovint s'utilitzen arguments il·legítims amb aparença de racionals: les fal·làcies (pseudoarguments). Heus-ne ací algunes:

- Fer generalitzacions: extreure conclusions a partir d'una mostra massa petita, de manera que s'afirma més enllà del que es pot provar. Exemple: "En aquest accident d'avió han mort més de 150 persones. L'avió és, sens dubte, molt més perillós que el cotxe".
- Dir que una afirmació és veritable perquè no s'ha demostrat que sigui falsa. Exemple: "Existeix vida a d'altres galàxies: ningú no ha demostrat el contrari".
- Afirmitar que un argument és bo pel fet que molts l'adopten. Exemple: "Els gats negres porten mala sort: tothom ho diu".

### L'EMPREMTA DE L'EMISSOR

En un text argumentatiu se sol manifestar obertament la presència de l'emissor per mitjà de certes paraules, expressions o construccions. Ens trobem davant aquesta subjectivitat quan l'emissor assigna a allò que ens diu...

#### 1. un determinat **grau de certesa**:

a) evidència: *com tothom sap...; és absolutament obvi que...*

b) seguretat: *estic en condicions de demostrar de manera fefaent que...; estic convençuda que...*

c) probabilitat: *Tenim molts indicis que apunten cap a...; totes aquestes proves ens porten a afirmar que...*

d) dubte: *No és prou clar que...; caldria més recerca per a esbrinar si realment...*

e) desconeixement: *No tenim dades per a afirmar o negar que...; ignorem totalment...*

f) falsedat: *s'enganya qui afirma que...; no és pas cert que...*

2. un determinat **grau de necessitat o obligació**: *Cal educar per a la pau.*

3. una determinada **valoració quantitativa**, com quan s'utilitza un quantitatiu i no un numeral: *A l'acte hi van assistir poques persones* (enfrent de... hi van assistir trenta persones, que és una avaluació objectiva).

4. una determinada **valoració qualitativa** (positiva o negativa), que es pot expressar per mitjà de:

a) mots amb càrrega positiva (afectius) o negativa (pejoratiu, denigradors): *és important/és irrellevant; va actuar amb audàcia/covardament.*

b) afixos: *Ho té en estudiadet, té una veuarra...*

Gèneres textuais: comentari crític, debat, text oratori (míting, sermó...), crítica cinematogràfica.

## 2.5 El text instructiu

Anomenem text instructiu aquell que ens dóna coneixements i instruccions que podem aplicar de manera metòdica per fer alguna cosa (una recepta de cuina, instruccions d'un aparell electrònic, d'un moble...).

Els textos instructius acostumen a presentar una notòria acumulació d'accions que cal dur a terme, una al darrere de l'altra, per aconseguir un objectiu: guiar. També s'hi pot observar, amb força freqüència, una juxtaposició de frases (accions).

A l'hora de confeccionar aquest tipus de text cal posar en marxa els següents recursos: *la tècnica del distanciament* i emprar els *connectors* que expressen ordre (en primer lloc, en segon lloc, primerament, segonament).

Gèneres textuais: una recepta culinària, guia d'ús d'un aparell electrònic, un medicament, etc.

## 2.6 El text predictiu

Podem considerar text predictiu qualsevol text que anunciï allò que passarà en un futur immediat o més llunyà.

La característica més important d'aquests textos predictius és la seva brevetat i l'acumulació de verbs en temps futur i/o condicional.

Actualment, atorguem aquest caràcter predictiu a textos que surten en diaris i revistes i que volen preveure el futur de les persones segons els seu signe zodiacal, per exemple, els horòscops. D'altres textos predictius prenen com a punt de partida la lectura científica que es pot fer d'algunes dades que permeten preveure alguns esdeveniments. Així, una previsió meteorològica és un text predictiu, com també un text que avisi d'un futur moviment sísmic o de com estaran les carreteres en el moment d'iniciar-se un cap de setmana llarg (operació sortida).

Gèneres textuais: previsió (meteorològica, econòmica, etc.); horòscop, etc.

## 2.7 El text conversacional

En una conversa es construeix el text entre els diferents interlocutors amb la intenció de preguntar, agrair, prometre, excusar-se, amenaçar, etc. Atès que primàriament la conversa és oral, l'estructura és la del diàleg (inici, torns de paraula i cloenda).

Pel que fa als elements lingüístics, s'usen verbs en tots els modes, ja que hi apareixen totes les modalitats (declarativa, interrogativa, imperativa, etc).

Gèneres textuais: conversa (cara a cara, telefònica, webcam); diàleg (teatral o novel·lístic); tertúlia; entrevista; interrogatori, etc.

## 2.8 El text jurídic

Els textos jurídics són tots els documents que s'utilitzen dins l'àmbit del dret, que és el conjunt de normes que regula les relacions humanes en una societat per garantir la convivència i determina els drets i els deures de les persones.

Són textos jurídics els *textos legals* (lleis, decrets...) i els *textos processals* (recursos, demandes, sentències...) que sorgeixen com a conseqüència de l'aplicació de la justícia, i també els contractes que subscriuen els ciutadans per adquirir i transmetre béns i serveis de tot tipus (compravenda, arrendament, prestació de serveis...).

El llenguatge tècnic que es fa servir en aquest tipus de documents és el que anomenem *llenguatge jurídic* que sol ser una adaptació de les fórmules castellanques. A més, la voluntat de ser molt exactes i de no oblidar cap detall perquè res no es pugui considerar ambigu provoca tota una sèrie de trets sintàctics que, juntament amb la utilització d'un vocabulari específic allunyat de la parla col·loquial, en dificulten la comprensió.

En general, el que s'observa en el llenguatge jurídic són els trets següents:

- a) L'ús molt extensiu i allargassat de la subordinació.
- b) Repetició de mots o lligams en una mateixa frase.
- c) Frases impersonals o en veu passiva: "*Hom entén el document...*", "*no es farà la distinció...*".
- d) L'absència o economia d'articles definits i indefinits.
- e) Llargues enumeracions.

- f) Ús abusiu del relatiu (el qual) en comptes de fer la separació de frases amb un punt i seguit.
- g) L'ús de locucions i aforismes llatins procedents del dret romà: *in articulo mortis* 'poc abans de morir', *de facto* 'de fet', *de iure* 'de dret', *in dubio pro reo* 'en cas de dubte, es dictarà la sentència a favor de l'acusat'.
- h) Com a característica molt recent, és molt freqüent l'ús de termes i locucions anglosaxones, per la gran influència de les noves figures jurídiques (*merchandising*).

## 2.9 El text administratiu

Els textos administratius són tots els que es fan servir en l'àmbit de l'Administració, tant els que s'adrecen als ciutadans (oficis, certificats...) com aquells que els ciutadans adrecen a l'Administració (instàncies, sol·licituds, currículums...).

Les característiques principals del llenguatge administratiu són l'elevat grau de formalitat i el caràcter neutre, impersonal i fred, ja que els temes han d'exposar-se amb objectivitat i precisió. Així doncs, aquest tipus de llenguatge té en compte la seva tradició secular, però també les noves normes que imperen arreu del món. Per tant, s'adequa al tractament de respecte del ciutadà (sol·licito vs. prego), i s'utilitzen expressions no sexistes (l'alumne/l'alumna, l'interessat/la interessada...).

D'altra banda, el tractament personal depèn de la persona o entitat a la qual hom s'adreça:

- Tractament genèric (*Senyor/Senyora*).
- Tractament protocol·lari (*Molt Honorable Senyor/ Senyora*).
- Tractament amb l'Administració (primera persona del singular o de la primera del plural, *voldria que o voldríem que, ...*).

Els documents administratius més freqüents són: la carta formal, la instància o sol·licitud i el currículum (llibre 2n de Batxillerat, Ed. Teide).

## 2.10 El text periodístic

Anomenem textos periodístics tots aquells que ens donen informació sobre l'actualitat i, també, una opinió sobre determinats fets. Aquests textos els trobem tant en la llengua oral (ràdio, televisió) com en la llengua escrita (premsa).

- Els gèneres informatius

### 2.10.1 La notícia

La notícia ben elaborada ha de poder respondre clarament aquestes preguntes, que ja s'han fet clàssiques dins del món del periodisme: *Què, qui, on, quan, com, per què*.

### 2.10.2 La crònica

Una crònica és una narració ordenada d'uns fets que s'han esdevingut al llarg d'un període de temps. A més, inclou valoracions subjectives, és freqüent la presència de la primera persona, i també de recursos típics del llenguatge literari.

La crònica pot tractar des del que ha passat al llarg d'unes quantes hores (visita d'un polític a un centre educatiu), al que ha passat durant dies (les manifestacions dels indignats a Barcelona) o durant anys (el conflicte de l'Orient Mitjà).

Pel seu caràcter, ja es pot deduir que la crònica sempre està *més desenvolupada* que la notícia pròpiament dita.

### 2.10.3 El reportatge

El reportatge és també una altra manera de donar una notícia. Tant si es tracta d'un *reportatge televisiu* com si es tracta de *premsa escrita*, hi tenen molta importància les imatges, la qual cosa el converteix en un gènere periodístic amè i fàcil de digerir pel gran públic. El *reportatge televisiu* sempre ens presenta imatges amb una *veu en off* que ens narra els fets. A la *premsa*, el reportatge va acompanyat de moltes fotografies, fins al punt que a vegades podem parlar d'un reportatge exclusivament fotogràfic, perquè hi ha imatges que no necessiten paraules.

### b) Els gèneres d'opinió

#### 2.10.4 L'editorial

L'editorial d'un diari és un article de fons *no signat* que dóna l'opinió del diari i expressa l'enfocament que preval en la seva informació.

#### 2.10.5 L'article d'opinió

L'article d'opinió, sempre *signat per l'autor o autora*, és un text argumentatiu com l'editorial que sosté una tesi i que busca convèncer el lector amb arguments sòlids sobre el fet analitzat o comentat.

Aquest tipus d'article té un gran pes en la premsa perquè moltes persones escullen un diari determinat per llegir els textos dels seus col·laboradors habituals, dels quals volen conèixer l'opinió.

#### 2.10.6 L'entrevista

L'entrevista consisteix en una reunió entre un/a periodista i la persona entrevistada, en què aquesta parla d'un tema determinat conduïda per les preguntes de l'entrevistador/a, i en la publicació posterior d'aquesta conversa.

#### 2.10.7 L'acudit

L'acudit, encara que no ho sembli, també marca la línia d'opinió d'un diari, fins al punt que determinades publicacions l'imprimeixen a la primera pàgina. La *combinació de dibuix i text*, en un espai breu i amb to d'humor, ens fa somriure, però ens aporta matisos sovint importants sobre la realitat del moment.

Sens dubte, en un acudit es dóna una opinió perquè s'incideix de manera humorística i de vegades mordaç en allò que està passant en el nostre món.



### 2.10.8 Les cartes al director

A tots els diaris trobem l'apartat *Cartes al Director*, en el qual es publiquen manifestacions, preguntes i opinions que fan arribar els lectors; es tracta de textos que *no han estat elaborats per professionals* del món de la informació.

## 2.11 El text publicitari

Actualment, a la nostra societat, els missatges publicitaris ens arriben cada dia a grapats des de la televisió, el cinema, la premsa escrita, la ràdio, el correu electrònic i l'anomenat "correu comercial".

És molt important que siguem conscients de les maniobres subtils que s'amaguen darrere del llenguatge de la publicitat; si no, serem molt fàcilment manipulables. Recorda que, dins els textos argumentatius, cal distingir entre els que pretenen convèncer i els que volen persuadir. La persuasió no s'adreça a la nostra ment, sinó als nostres sentiments.

El llenguatge publicitari no s'adreça mai al nostre seny (que raona), sinó a la nostra *emotivitat* (que és fràgil), i el que vol és aconseguir que necessitem ser més atractius, més seductors, més competitiu... Es tracta d'un llenguatge sàviament elaborat per crear-nos unes necessitats que no tindriem si la publicitat no existís.

El llenguatge publicitari acostuma a fer servir dos recursos: la *imatge* i la *paraula*, que sovint combina per crear missatges tan convincents i persuasius com sigui possible. En els espots televisius i en la publicitat impresa, la paraula hi sol aparèixer d'una manera breu. Se sol tractar d'un eslògan, missatge que, per la seva sonoritat, pel joc de paraules que inclou, etc. Pretén que es quedi fixat en el cervell del receptor.

- El públic potencial i els factors culturals

Abans d'emprendre la seva feina, tots els publicistes fan el que s'anomena un "estudi del públic potencial" a qui s'adreçarà l'espot publicitari.

Els factors d'edat i de sexe també condicionen un determinat llenguatge. I un factor determinant, també, són les referències històriques, culturals i religioses que té el públic receptor.

- Els recursos semàntics

Una bona part del llenguatge publicitari es basa en la semàntica, és a dir, en el significat de les paraules o, millor dit, en el significat que nosaltres ja els hem donat per endavant, amb una càrrega positiva o negativa, depenent de com se'ns han transmès.

D'aquí deriven tots els jocs de paraules que es poden donar en publicitat, els contrastos de paraula i imatge, metàfores i metonímies, recursos múltiples que estableixen una complexa teranyina de relacions en el nostre cervell; complexa però que es du a terme en dècimes de segon.

Així, la paraula "estraný" sempre ens produeix un recel. No obstant això, si un anunci diu "L'únic estrany que entrarà a casa teva, per Nadal, és el Pare Noel", podem estar ben tranquils.

- Els recursos fonètics i morfosintàctics

Són recursos molt utilitzats en publicitat. La repetició de sons, la repetició de mots, etc., produeix un efecte rapidíssim de fixació en el nostre cervell, de tal manera que només sentint la paraula que fa referència al producte, de seguida recordem l'eslògan sencer:

*Fotos perfectes per un món imperfecte.*



*Schweppes Spirit. El plaer pel plaer.  
No t'adaptis a la carretera, sigues la carretera.  
Et falta Tefal? (al·literació)  
Amb bus, cap embús (homofonia).*

És també molt freqüent, en publicitat, l'ús de la forma imperativa dels verbs, tenint en compte l'efecte d'ordre que representa per a nosaltres:

*Millora la teva vida amb Calgon.  
Sent l'efecte Axe.*

- L'ús del llenguatge publicitari en la parla col·loquial

Es tracta d'un fenomen lingüístic que està tenint lloc els darrers anys i que afecta totes les llengües: parlem de la filtració del llenguatge publicitari en la nostra parla col·loquial.

Si la publicitat parteix del llenguatge per fer els seus jocs de paraules, també és cert que les nostres referències lingüístiques s'estan ampliant a partir dels missatges publicitaris. Tots sabem què era un cos alt, un cos esvelt, un cos atlètic, un cos proporcionat... Des de fa pocs anys tots sabem també què és un cos "Danone", un adjectiu que no trobarem a cap diccionari, però que tots entenem sense cap explicació.

El mateix ens passa amb el concepte de descans, de repòs, de necessitat de fer un parèntesi en la nostra feina quotidiana: "Fem un Kit-Kat?", diem. I també ens entenem.

## EXERCICIS

### 1. Identifica la tipologia textual de cadascun d'aquests fragments. Pensa que n'hi pot haver algun que sigui de dos tipus:

a. Marineu les gambes pelades i tallades per la meitat, juntament amb el salmó...

b. Fa uns anys, ser culturalment correcte equivalia a no veure mai la televisió (sinònim de pèrdua de temps, de manca de valors intel·ligents davant un invent diabòlic.

Sergi Pàmies, El País, 16-X-97

c. la mar llançà un peix mular o estufador davant lo puig delà Llops lo qual havia noranta peus de llarg i tenia tan gran boca que...

Melcior Miralles, capellà d'Alfons el Magnànim.

d. El Beatus de Girona és un dels més interessants, per la qualitat i quantitat de les seves il·lustracions, per la riquesa de fonts d'algunes de les seves imatges...

Avui diumenge, 23-XI-97

e. Com un ocell a les mans d'un infant,  
tan insegura  
com un ocell de niu a les mans d'un infant,  
la meva veu a les vostres mans.

"Com un ocell a les mans", Miquel Martí i Pol

f. La depressió s'allunyarà cap a l'Alguer, on produirà ruixats i xàfecs forts.



g. Falcons (Falcó mostatxut, xoriguer, falcó pelegrí)  
-mida mitjana

-ales llargues i punxegudes

-cua llarga

-vol ràpid

CDRE Parc de Collserola

h.-Com heu concebut la narració en 1a persona? És un monòleg interior?

-No, és una escriptura parlada. Ho explica a algú. El monòleg interior seria pensament en veu alta.

Lluís Bonada. El Temps, 5-5-97

## 2. Digues a quina tipologia textual pertanyen les següents hipotètiques situacions comunicatives:

- Un debat a classe sobre l'hàbit de fumar.
- Les previsions d'una vident sobre el que passarà al món l'any 2012.
- Un anunci televisiu sobre l'ús del preservatiu entre els joves, que té l'eslògan "Posa-tel, posa-l'hi".
- La cançó "Sol, solet"
- Una reportatge del diari sobre la clonació a partir d'un sol òvul.
- Una redacció sobre la importància cultural de l'obra de Dalí.
- El prospecte del *Gelocatil*.
- Una entrevista televisiva a Pedro Almodóvar.
- Un acudit sense diàleg.
- Una fitxa científica sobre el ficus.
- Una conferència sobre el punt de vista narratiu de la novel·la *Ullisses*, de James Joyce.
- Un míting polític
- Un missatge al contestador automàtic
- El formulari de la Declaració de la Renda

## 3. Comenta les característiques pròpies del text expositiu que observis en el següent text:

### La localització industrial: les colònies tèxtils

Les fàbriques catalanes es van ubicar, segons l'energia emprada, a la ciutat o al costat dels rius. A les immerses en el teixit urbà —que van utilitzar essencialment l'energia del vapor—, les relacions que van establir els obrers i els empresaris no van anar més enllà de les d'una senzilla relació laboral; mentre que les segones —anomenades colònies—, consumidores d'energia hidràulica, van vertebrar un complex entrellat de dependència entre l'industrial i els treballadors que les van fer comparables a l'estructura feudal.

Les colònies, situades en un curs fluvial per aprofitar l'energia, comprenien un conjunt d'instal·lacions industrials que estaven aïllades dels nuclis de població. Aquestes

instal·lacions estaven formades, a més de la fàbrica pròpiament dita, per l'escola, la botiga, l'església, els habitatges per als obrers i les infraestructures bàsiques que feien possible la utilització de l'energia, com la resclosa i el canal.

### **La condició obrera**

Les condicions socials i de treball eren força carregoses: el propietari representava el paper de "pater familias"; a més de donar feina donava habitatge, subministrava aliments a través de la seva botiga, llogava els horts pertanyents a la colònia als obrers que volien treballar la terra en acabar la jornada laboral, educava els fills dels treballadors i ofería activitats d'esbarjo. L'amo controlava totalment els empleats de la colònia i aquests tenien l'obligació de treballar exclusivament per a l'empresa i hi havien de romandre indefinidament davant la impossibilitat de canviar de feina. Les dificultats per associar-se i per anar a la vaga i el control religiós i moral que es feia a través del capellà de la colònia han fet que molts historiadors les comparessin amb les relacions feudals medievals.

### **Localització de les colònies**

Aquestes colònies fabrils que s'instal·laren a Catalunya al llarg dels rius Llobregat, Ter, Cardener, Fluvià i Freser, presentaren avantatges respecte a les fàbriques urbanes, com la gratuïtat de l'energia, mà d'obra més econòmica i dòcil, exempcions fiscals, etc.; però, malgrat aquests incentius, no pogueren competir amb les fàbriques estrangeres del mateix sector i els seus propietaris es veieren obligats a fer causa comuna amb els industrials del vapor a fi de demanar una política aranzelària de tipus proteccionista.

Del 1880 al 1928 van assolir milers de llocs de treball i un potencial energètic considerable, però els abusos derivats d'aquest sistema van provocar, en moltes d'aquestes colònies, un allunyament dels obrers i un transvàs cap a altres llocs de treball.

### **4. Comenta les característiques pròpies del text descriptiu que observis en aquests textos:**

Vista des de dalt, la Plaça Reial ofereix un aspecte endreçat i racional: una gran esplanada rectangular tancada per una renglera de façanes uniformes, amb una elegant successió de porxos, un parell de fanals antics dissenyats per Gaudí de jove, una font dedicada a Les Tres Gràcies i vint-i-tantes palmeres escampades a l'atzar. A primer cop d'ull, qualsevol diria que és una plaça tranquil·la, una mena de museu a l'aire lliure on no passa mai res d'especial. Enganya.

La plaça —a tocar de la Rambla, del Xino i del port— té els seus moments de calma, però és, entre altres coses, el centre d'un barri que sempre ha tingut tendència a flirtejar amb la vida marginal: un laberint de locals foscos on es trafica amb sexe i droga, de baralles que sorgeixen del no-res, de navalles a mitjanit, de bronques de borratxos, d'estrebades i corredisses. De mala vida, en definitiva.

Però també seria un error creure que és només això.

L'encant de la plaça és que es tracta d'un aquests escassos llocs on conflueix tota mena de gent. No hi ha una única plaça Reial, sinó moltes places Reials i les faunes més diverses s'hi relleven buscant protagonisme: filatèlics, traficants, famílies endiumenjades, noctàmbuls, aficionats al jazz, taxidermistes, bevedors de cervesa, estudiants, borratxos de tetrabrik, lletraferits, artistes, gitanos, expresidiaris, macarrons, enllustradors, pispes, bojós, maricones, indocumentats, ionquis, putes, turistes, jubilats, policies...

La meua espècie preferida, d'entre totes les que pul·lulen per la plaça, és la dels funcionaris. Els trobo tan ridículs... Caminen sempre de pressa, cofois de la seva importància, en direcció a la plaça de Sant Jaume —maletí, corbata i telèfon mòbil enganxat a l'orella—, sense ni molestar-se a mirar al seu voltant. Com si els fes por d'entrar en contacte amb un món que no té res a veure amb l'avorrida oficialitat dels balanços i els pressupostos.

El que més em fascina dels turistes, quan els veig des de la finestra, és la seva immensa fe enciclopèdica. Vaguen amb la mirada clavada en gruixudes guies i només l'aixequen un instant molt de tant en tant per comprovar que el que llegeixen existeix de debò. Quan tenen la lliçó ben apresada, acostumen a fer-se una foto de record. Perquè en quedi constància. Tots agrupats davant la font, amb pantalons curts, la pell de color vermell gamba i samarretes del Barça. De vegades, fins i tot culminen la pantomima amb un barret mexicà. Patètic.

M'agrada acostar-me a la finestra i observar la plaça. És un dels meus vicis. Enganxo el front al vidre i m'hi puc passar hores, contemplant l'anar i venir de la gent, els canvis de llum, el bellugueig de les cerveseries, el vol mesquí dels coloms o el planejar elegant de les gavines. M'entretinc tafanejant amb els prismàtics i jugant a endevinar què s'amaga més enllà d'uns finestrans i d'unes cortines que intenten preservar una difícil intimitat. El millor moment per fer-ho és de nit, quan s'encenen els llums i els jocs d'ombres permet intuir vagament què hi passa. Pensions de passavolants amb motxilla, pisos de jubilats que no fan altra cosa que mirar la televisió, nius d'artistes, d'estudiants, de gent de tota la vida... Em fa la impressió, de vegades, que són com personatges a l'espera d'un càsting que els permeti abandonar l'anonimat i fer el salt a la fama, pendents que algú es decideixi a prémer el botó que els traurà al centre de la plaça: a l'escenari.

Amb l'arribada del bon temps, sempre hi ha músics que assagen al capvespre amb el balcó obert de bat a bat. Resulta la mar d'agradable sentir com s'escampa la música per la plaça. Tanques els ulls i tens la impressió que és com un tel que cau lentament i ho recobreix tot d'aquest esperit bohemí que semblava que ja s'havia perdut. El que predomina és el jazz, blues tristos sortits d'un saxo emboscat que miren d'interpretar el sentiment d'un barri carregat d'història, d'encant i de llegendes.

Els terrats de la plaça són un món a part, un espai desaprofitat que viu els seus comptats dies de glòria pels volts de Sant Joan, quan un grup de veïns voluntariosos els guarneixen amb serpentina, banderes i fanals per poder-hi ballar al ritme de les velles cançons del Gato Pérez o del Sisa o de les músiques càlides del Carib. Quan passa la revetlla, però, els terrats tornen a ser el que eren: un lloc que rarament es té en compte, amb restes de confeti brut per terra i quatre ferros rovellats en un racó. Amb la roba estesa onejant com una bandera fantasmal.

*Contraban, Josep Pla.*

**5. Busca un article d'opinió que t'hagi interessat especialment. Després explica als teus companys de classe el perquè de la teua tria i resumeix-ne el contingut.**

- Diari:
- Secció:
- Títol de l'article:
- Resum:

**6. Recull dos acudits gràfics de dos diaris diferents, enganxa'ls i explica quina**

**opinió manifesten. Penses que els acudits són una mostra de la manera de pensar de la societat on sorgeixen. Elabora'n un per parelles.**

ACUDIT 1

ACUDIT 2

Reflexió personal:

**7. Aporta algun exemple en què es vegi clarament la filtració del llenguatge de la publicitat en la parla col·loquial.**

**8. Comprova si aquesta notícia respon a les preguntes *Què? Qui? On? Quan? Com? Per què?***

### **El líder de la JNC, sorprès conduint sense cap punt**

Barcelona.- Setmana d'emocions fortes per a Gerard Figueras, diputat de CiU al Parlament i president de la Joventut Nacionalista de Catalunya (JNC). Dimecres, Figueras va ser un dels diputats a qui els "indignats" van increpar i assetjar quan intentava accedir al parc de la Ciutadella, i diumenge va ser sorprès conduint amb el carnet suspès, sense cap dels 12 punts.

El polític va ser interceptat circulant a 165 km/h i, en examinar-li la documentació, els mossos van comprovar que conduïa fora de la llei. Figueras va explicar als policies que no havia rebut cap notificació en què se l'avisés de la seva situació administrativa.

Quan va ser enxampat, el president de la JNC es dirigia a l'Ametlla de Mar per assistir a un acte del conseller Recoder, com ell mateix va explicar al Twitter. De l'incident amb la policia no en va dir res.

Els titulars de permisos de conduir amb una antiguitat inferior als tres anys disposen de 8 punts. En cas d'infraccions greus, com ara l'excés de velocitat, es resten punts. Per als conductors que no hagin comès cap irregularitat, el Servei Català del Trànsit eleva a 12 el nombre de punts quan s'assoleix els tres primers anys de carnet. Les successives addicions de punts poden arribar als 15, en cas que no es notifiqui cap infracció.

<http://www.absurddiari.com>

21/06/2011

QUÈ?	
QUI?	
QUAN?	
COM?	
ON?	
PER QUÈ	

**9. Fes una crònica d'un dilluns qualsevol a la teva vida.**

**10. Per grups, feu un reportatge sobre algun aspecte del vostre centre escolar.**