Aspectes formals del treball acadèmic

El treball acadèmic ha de seguir una estructura i unes convencions formals de presentació. De manera general, el treball escrit ha d'estar organitzat d'acord amb les parts següents: la *portada*; l'*índex*; la *introducció*; el *cos del treball*; la *conclusió*; la *bibliografia*, i l'*apèndix* o els *annexos*.

La portada

La portada conté els elements textuals següents:

a) El **títol** (element imprescindible), que té la funció de donar una idea clara del contingut del treball.
b) El **subtítol** (element opcional), que té la funció de concretar més el contingut del treball.

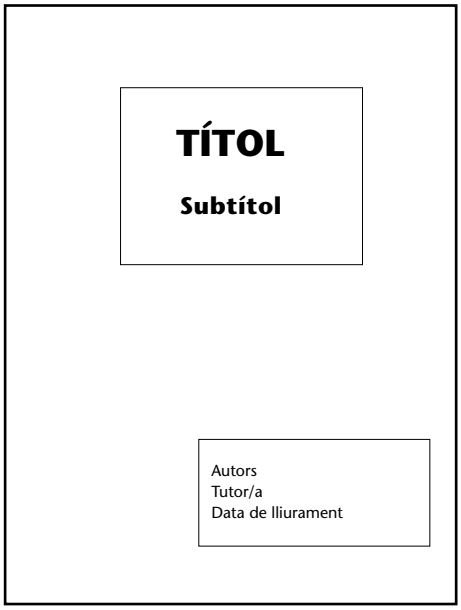
> El títol s'escriu amb lletra més grossa, mentre que el subtítol es fa amb lletra més petita, i tots dos ocupen l'espai central de la portada.

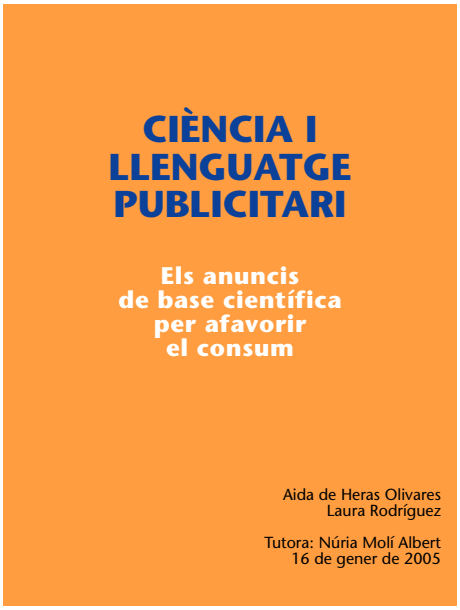
c) El **nom** i els **cognoms** de l'**autor/s** o **autora/es**.
d) En un treball de recerca, el **nom** i els **cognoms** del **tutor** o **tutora**.
e) La **data de presentació**.
f) En altres treballs acadèmics, el **nom de l'assignatura** i el **nom del Centre**.

> Tots aquests elements s'escriuen en una lletra més petita que la del títol i el subtítol i es col·loquen en columna a la part inferior dreta de la portada.

També es pot dissenyar la portada amb imatges suggeridores per fer-la més atractiva, a condició que siguin representatives del contingut del treball i que estiguin en un segon pla i amb un traç tènue.

Exemple de portada





Quan el títol o el subtítol són llargs i no caben en una sola ratlla, les paraules accessòries (articles, preposicions i conjuncions) no poden quedar al final de ratlla, sinó que han de passar al principi de la ratlla següent. Per exemple:

Separació inadequada	*Separació adequada*
Els anuncis de base científica per afavorir el consum	Els anuncis de base científica per afavorir el consum

L'índex

A l'**índex** hi ha de constar la relació de totes les parts de la memòria del treball (la introducció, els títols dels capítols, els apartats i els subapartats del cos de la memòria, la conclusió, la bibliografia i els títols dels annexos), per mitjà de la numeració decimal, en l'ordre i la jerarquia en què apareixen en el treball.

➤ Els títols i els subtítols han d'aparèixer alineats a l'esquerra i poden anar seguits d'una línia de punts conductors que faciliten la localització del número de la **primera pàgina** de cada capítol, apartat i subapartat. La paginació de l'índex va alineada a la dreta i es prescindeix de l'abreviatura (*pàg.* o *p.*).

Exemple d'índex d'un treball de recerca

ÍNDEX

Introducció

CAPÍTOL

1. Apartat
2. Apartat
   2.1. Subapartat
   2.2. Subapartat
   2.3. Subapartat

CAPÍTOL

3. Apartat
   3.1. Subapartat
   3.2. Subapartat
   3.3. Subapartat
4. Apartat
   4.1. Subapartat
   4.2. Subapartat
   4.3. Subapartat

CAPÍTOL

5. Apartat
   5.1. Subapartat
   5.2. Subapartat

6. Conclusions

Bibliografia

Apèndix o annexos

ÍNDEX

Introducció 2

Fonaments teòrics

1. Història de la publicitat 4
2. Característiques de la publicitat 8
   2.1. Anàlisi del missatge 9
   2.2. Formats publicitaris 13
   2.3. Arguments persuasius 17

Recerca experimental

3. Productes objecte d'estudi 18
   3.1. *Kalia Vanish Oxiaction* 19
   3.2. *Pascual Calcio* 27
   3.3. *Mistol pH Neutro* 5.5. 31

4. Experiments al laboratori 35
   4.1. Valoració de l'oxigen actiu 36
   4.2. Concentració del calci en la llet 45
   4.3. Determinació del pH en el rentavaixella 52

Treball de camp

5. L'opinió de professionals i consumidors 56
   5.1. Valoració de les entrevistes 58
   5.2. Resultats de les enquestes 60

6. Conclusions 63

Bibliografia 66

Annexos 68

La introducció

En la introducció s'exposen la **justificació del tema** triat, els **objectius** del treball, l'**estructura** del treball, les **circumstàncies** acadèmiques o històriques que l'han propiciat i la **metodologia** emprada. Però no ha de donar detalls sobre la investigació realitzada, els resultats, les conclusions ni les recomanacions.

En el cas d'un **treball de recerca**, s'afegeixen les informacions següents: els **motius** de l'elecció del tema, l'**anunci de la hipòtesi** de treball i/o els **objectius** que volem aconseguir, l'**estructura** del treball, la **metodologia** emprada, les **dificultats** sorgides durant l'execució i les ajudes rebudes.

➤ Generalment, la introducció no es numera perquè no es tracta d'un capítol del cos del treball; en tot cas, es pot numerar a l'índex com a capítol 0.

El cos del treball

El cos del treball recull el nucli de la memòria: la informació obtinguda, l'explicació de les investigacions i dels experiments, l'argumentació de les idees o de les opinions, els exemples aportats i les il·lustracions (taules, gràfics, fotografies…) quan el contingut les exigeixi.

➤ El cos del treball es distribueix en **capítols**, **apartats** i **subapartats**, cadascun amb el **títol** corresponent.

La confecció dels epígrafs

Per *epígraf* s'entén els títols d'un capítol, d'un apartat o d'un subapartat del treball que ajuden a tenir una idea clara del contingut del fragment que encapçalen. Els epígrafs, doncs, han de ser comprensibles, curts i significatius.

– Els epígrafs van alineats a l'esquerra i no porten punt final. Com que s'escriuen amb negreta, no s'han de subratllar.
– Si un epígraf consta de dues parts, les haurem de separar amb un punt. Per exemple:

Els elements de la comunicació. El text informatiu

– Cada apartat ha de començar en una pàgina nova i, si és possible, ha de ser la pàgina dreta, que duu la numeració senar.
– Entre l'acabament del text i el nou epígraf s'ha de deixar un blanc superior al que es deixa entre un epígraf i el començament de text.

La numeració decimal dels epígrafs

Una manera de presentar el nucli de la memòria de forma clara i ben estructurada és fent servir la numeració decimal. Es tracta d'assignar números de nivell als epígrafs dels apartats i dels subapartats, segons l'ordre en què apareixien i la jerarquia que mantenen entre si.

Els aparats i els subapartats s'organitzen amb números de nivell, que consisteix a numerar aquestes unitats informatives de manera jerarquitzada. Per exemple:

1. La publicitat

1.1. Recorregut històric
1.1.1. Origen de la publicitat
1.1.2. El món antic i medieval
1.1.3. El Renaixement i l'època moderna
1.1.4. L'època contemporània

1.2. El missatge publicitari
1.2.1. El *briefing* creatiu
1.2.2. L'anàlisi del missatge
1.2.3. L'expressió creativa
…

– Cal anar amb compte de no abusar dels números de nivell. Per exemple, hauríem d'evitar fer subapartats de nivell molt baix, com 1.2.1.3.

La compaginació

Abans d'editar el treball s'ha de predefinir la compaginació dels fulls, això és, l'organització de l'espai (marges, interlineat, justificació del text, separació de paràgrafs), la tipografia (família, tipus i cos de lletra) i la inserció de les il·lustracions.

➤ Els treballs s'han de presentar en paper de mida DIN A4 (21 x 29,7 cm), que és la mida més estàndard i el format predeterminat de la majoria de processadors de textos i impressores.

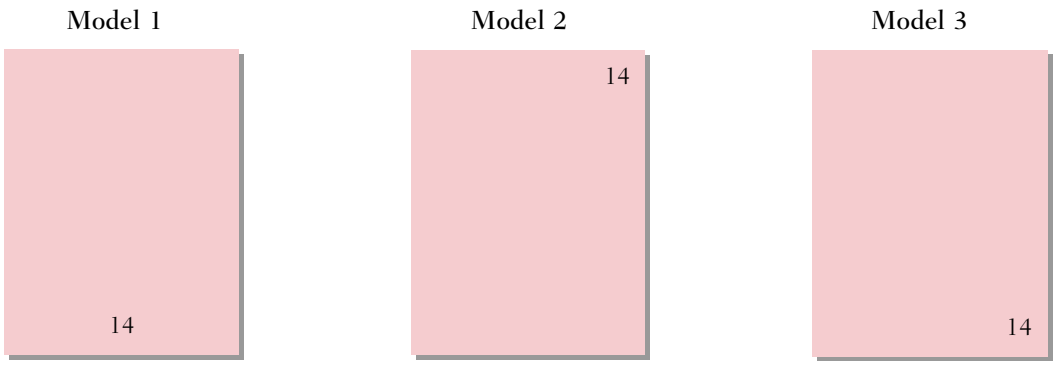
Els marges

Els marges recomanables per a un treball en DIN A4 són els següents:

– Marge superior: 3 cm
– Marge inferior: 3 cm
– Marge esquerre: 3 cm
– Marge dret: 3 cm (2,5 si imprimim els fulls per una sola cara)

La numeració de pàgines

A l'hora de col·locar el número de pàgina, tenim diverses opcions. L'opció tradicional és col·locar la numeració a peu de pàgina, centrada i amb la mateixa tipografia que la resta del text.



Opció tradicional **Altres opcions possibles**

Recorda que és important numerar totes les pàgines correlativament per evitar cap mena de confusió.

L'interlineat

Normalment, en els treballs acadèmics (monogràfics, de recerca), es recomana que la distància entre línies del text (interlineat) sigui a **doble espai** (1,5 del processador de textos). En Word l'interlineat s'estableix dins la fitxa **Sagnat i espai** (barra de menú **Format**, botó d'ordre **Paràgraf**). Per exemple:

1.2. El missatge publicitari

El missatge publicitari es mou a cavall de la informació i la persuasió, i les fórmules utilitzades criden constantment la nostra atenció: ens desvetllen els instints i les emocions. Per aconseguir aquests efectes, els publicistes empren un seguit d'estratègies i mètodes en el moment de dissenyar una campanya publicitària.

doble espai

La justificació del text

Totes les ratlles del text han de quedar justificades al marge esquerre del full. Pel que fa al **marge dret**, hi ha dos tipus de composicions: la **composició justificada** (totes les ratlles acaben alineades) i la **composició en bandera** (les ratlles no acaben alineades). Per exemple:

Composició justificada

El missatge publicitari es mou a cavall de la informació i la persuasió, i les fórmules utilitzades criden constantment la nostra atenció: ens desvetllen els instints i les emocions. Per aconseguir aquests efectes, els publicistes empren un seguit d'estratègies i mètodes en el moment de dissenyar una campanya publicitària.

Composició en bandera

El missatge publicitari es mou a cavall de la informació i la persuasió, i les fórmules utilitzades criden constantment la nostra atenció: ens desvetllen els instints i les emocions. Per aconseguir aquests efectes, els publicistes empren un seguit d'estratègies i mètodes en el moment de dissenyar una campanya publicitària.

En els treballs acadèmics, però, es recomana la composició justificada perquè fa més bona impressió. En aquest cas, cal mirar de no deixar amplis espais de blanc entre mot i mot; per evitar-ho, és necessari partir els mots a final de ratlla.

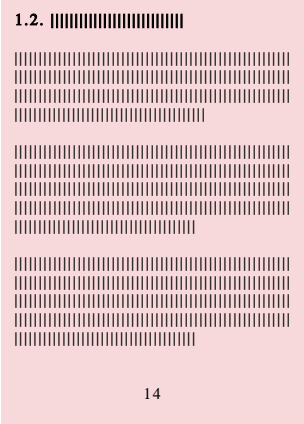
Normes de partició de mots a fi de ratlla

– No parteixis paraules que tinguin menys de sis caràcters.
– No deixis menys de tres caràcters en una ratlla.
– Utilitza el lloc de separació correcte:
  • Parteix els mots compostos al final del primer mot (***cel**-obert*).
  • Separa els mots pel prefix (***trans**-oceànic*).
– No separis els grups inseparables: els diftongs i els triftongs, els dígrafs *-gu-*, *-qu-*, *-ll-*, *-ny-*, les abreviacions, etc.
– Parteix per la meitat els dígrafs *-rr-* (*car-rer*), *-ss-* (*gos-sos*), *-sc-* (*pis-cina*), *-ix-* (*cai-xes*), *-tj-* (*plat-ja*), *-tg-* (*plat-ges*), *-tz-* (*horit-zontal*), *-l·l-* (*pel-lícula*).

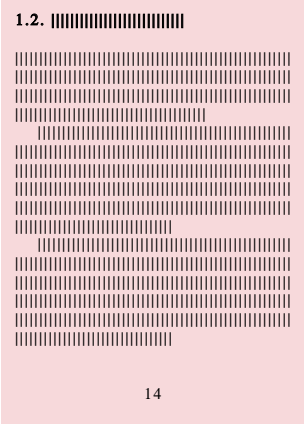
La separació de paràgrafs

Després d'un punt i a part, cal marcar l'inici d'un nou paràgraf. Hi ha dos procediments per fer-ho: a) deixar una ratlla en blanc entre paràgraf i paràgraf, i b) deixar un queixal blanc de tres o quatre espais en començar un nou paràgraf. Fixa't en aquests models:

Model a



Model b



Ara bé, un cop decidit el model que seguirem (model a, paràgraf modern; model b, paràgraf tradicional), s'ha d'anar amb compte a aplicar-lo de manera sistemàtica en la redacció del treball.

La lletra

Els caràcters tipogràfics (lletres i signes) es poden escriure de moltes maneres, cadascuna de les quals determina un disseny particular. El conjunt de caràcters d'un mateix disseny s'anomena **família de caràcters tipogràfics** i cada família duu un nom: Arial, Century, Times New Roman, Verdana, etc.

La tendència actual és utilitzar una sola família de caràcters, en lloc d'alternar diverses famílies. Per tant, convé triar la família de caràcters en què la lletra rodona presenti un disseny ben clar.

D'altra banda, tot el redactat del treball ha de seguir un sistema lògic i homogeni en relació amb la tipografia (família, tipus i cos de lletra).

Les famílies de caràcters més recomanades són l'Arial (opció 1) i la Times New Roman (opció 2).

Opció 1

Elements del treball	*Família de lletra*	*Tipus de lletra*	*Cos o grandària*
Títol del treball	Arial	negreta	20 punts
Títols dels capítols	Arial	negreta	18 punts
Títols dels apartats	Arial	negreta	16 punts
Títols dels subapartats	Arial	cursiva negreta	14 punts
Redactat del treball	Arial	rodona	12 punts
Nota a peu de pàgina	Arial	rodona	8 punts

Opció 2

Elements del treball	*Família de lletra*	*Tipus de lletra*	*Cos o grandària*
Títol del treball	Times	negreta	20 punts
Títols dels capítols	Times	negreta	18 punts
Títols dels apartats	Times	negreta	16 punts
Títols dels subapartats	Times	cursiva negreta	14 punts
Redactat del treball	Times	rodona	12 punts
Nota a peu de pàgina	Times	rodona	8 punts

a) **Lletra majúscula**

Escriure la lletra inicial d'un mot en lletra majúscula pot tenir dues finalitats: denotar que comença una frase en uns contextos determinats (*funció demarcativa*) i identificar els termes i les expressions als quals volem atribuir la categoria de nom propi (*funció distintiva*). Per tant, no convé utilitzar majúscules en els títols. Així:

Opció no recomanable	*Opció recomanable*
1.2. EL MISSATGE PUBLICITARI	**1.2. El missatge publicitari**

b) **Lletra rodona**

La lletra rodona (o, simplement, rodona), de forma circular i dreta, és la que s'empra generalment com a base de la composició de textos. Per tant, el text general del treball sempre ha d'anar escrit en rodona, com també els textos inclosos dins un quadre, excepte els encapçalaments, que s'acostumen a escriure en cursiva. Per exemple:

lletra cursiva

Trets bàsics dels textos científics i tècnics
– Exposició objectiva dels coneixements. – Disposició lògica i coherent dels conceptes i les idees que s'exposen. – Ús d'un llenguatge denotatiu amb predomini de la funció referencial. – Predomini de seqüències expositives i argumentatives (en els textos tècnics també hi podem trobar seqüències directives o instructives). – Abundància de termes específics de sentit unívoc o monosèmic (amb un sol sentit).

lletra rodona

Altres usos de la lletra rodona

– En els noms d'empreses o entitats i marques registrades, encara que siguin en una llengua diferent del català. Per exemple: El sistema operatiu Windows va ser creat per l'empresa Microsoft.
– En les citacions d'altres textos que marquem amb cometes. Per exemple:

> La frase «és evident que tots els éssers humans han estat creats iguals i que han estat dotats pel creador d'uns drets inalienables, entre els quals el dret a la vida, a la llibertat i a la consecució de la felicitat» parla per si sola sobre la importància i els orígens de la llibertat política dels individus.

– En les citacions extenses es forma un paràgraf a part amb un cos de lletra més petit. Per exemple:

> És a dir, Jefferson entenia perfectament que les idees no eren un bé normal o clàssic, sinó que eren un bé públic: quan una persona utilitza una idea no impedeix que altres persones també la puguin utilitzar al mateix temps. Jefferson continua dient:
>
> > La societat ha de donar el dret exclusiu de tenir beneficis a l'home que genera les invencions que, per la seva mateixa naturalesa, no poden ser subjectes a propietat; i això s'ha de fer amb l'objectiu d'incentivar la creació d'idees que acabaran generant felicitat.

Quan un text és escrit en cursiva, les funcions pròpies d'aquest tipus de lletra són assignades a la rodona (per exemple: *Aquesta setmana el suplement* Presència *conté un reportatge molt interessant*).

c) **Lletra cursiva**

La lletra cursiva (dita també *lletra itàlica* o *itàlica*, o simplement *cursiva*), inclinada cap a la dreta, s'empra com a recurs per destacar determinades paraules dins del text. En els originals manuscrits i en els mecanoscrits en què no es disposa de lletra cursiva el *subratllat* (__) fa aquesta funció.

Altres usos de la lletra cursiva

– Citacions de títols de llibres, obres literàries, pel·lícules, programes televisius, obres musicals, quadres i escultures, i en general, títols de les publicacions periòdiques. Per exemple: En el llibre *Economia liberal per a no economistes no liberals* de Xavier Sala i Martín…
– Paraules o expressions estrangeres que no han estat adaptades al català. Per exemple: el *software* informàtic.
– Peus d'il·lustració, que també es poden escriure en rodona i amb una lletra més petita amb relació a la del text general del treball.
– Mots clau que volem destacar o bé expressions objecte de consideracions metalingüístiques. Per exemple: Com es tradueix *ciutat* a l'anglès?
– Els subapartats de nivell inferior. Per exemple: 1.2.3. *L'expressió creativa*.
– Les lletres d'ordre *a*, *b*, *c*, en minúscules, emprades per dividir i enumerar diferents parts.

d) **Lletra negreta**

La lletra negreta (o, simplement, negreta), de traç més gruixut que les altres de la mateixa família, s'empra per destacar i facilitar la localització d'una determinada paraula, expressió, signe o xifra dins del text, sense haver-la de llegir.

→ En el treball acadèmic és molt convenient escriure el títol de la portada en negreta, com també els epígrafs, és a dir, els títols dels apartats i subapartats dels cos del treball.

e) **Lletra versaleta**

La lletra versaleta (o simplement, versaleta) té la forma de majúscula però d'una alçària una mica inferior. En el processador de textos Word, s'estableix dins la fitxa **Fonts** (barra de menú **Format**, botó d'ordre **Versals**).

Usos de la lletra versaleta

La lletra **versaleta** s'empra en molts pocs casos. Principalment, s'escriuen en versaleta:

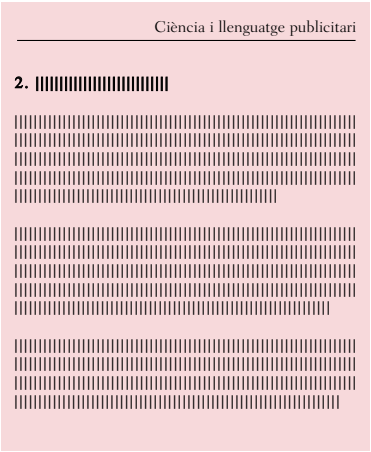
– El cognom dels autors en les notes a peu de pàgina (per exemple: Jesús TUSON. *Una imatge no val més que mil paraules*, p. 83) i en les referències bibliogràfiques (per exemple: TUSON, Jesús. *Una imatge no val més que mil paraules*. 12a edició. Barcelona: Ed. Empúries, 2001).

– Les xifres romanes que acompanyen una paraula escrita amb minúscula. Per exemple: El gran canvi es va produir al segle XVIII.

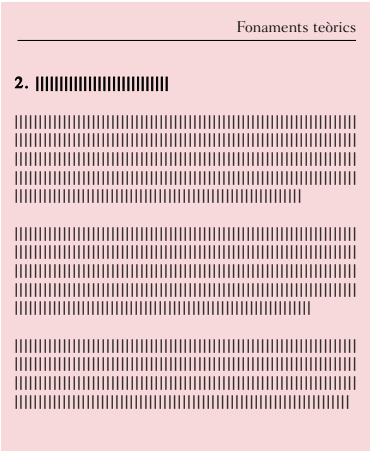
L'encapçalament

Opcionalment, cadascuna de les pàgines de la memòria del treball pot anar encapçalat amb el títol del treball o bé amb el del capítol corresponent. Per exemple:

Opció 1 (títol del treball)



Opció 2 (títol del capítol)



Les notes

Les notes són **crides de citació** que es col·loquen dins el text amb la intenció d'avisar el lector perquè consulti l'anotació corresponent que trobarà a peu de pàgina, al final del capítol o bé al final del treball. Així, quan parlem de notes ens referim a dos elements alhora: a les **crides** i a les **notes** pròpiament dites. Però convé no abusar-ne per a una millor comprensió del text principal: si la informació corresponent a les notes és prou important, l'hem d'incorporar en el cos del text.

Les notes serveixen per donar una informació útil (encara que secundària) d'algun aspecte tractat en el cos del text, per citar les fonts documentals d'una informació o per remetre a altres parts de la memòria del treball.

– En els textos ordinaris, la crida és un **número volat** que es col·loca al final de la paraula corresponent o de la frase que fa referència a la font. La crida no es col·loca mai abans d'un signe de puntuació, i, si acompanya un text entre cometes, es col·loca fora de les cometes. Per exemple: La publicitat pot utilitzar qualsevol dels mots disponibles en el diccionari o bé inventar-se'n de nous, si ho considera necessari.[1]
– En textos amb xifres i fórmules, i dins les taules o els quadres, també es fan servir **lletres minúscules volades** o **asteriscos***, a fi d'evitar confusions amb les crides generals del text. Per exemple: La cort, que no tornà a ésser convocada fins el 1632, es proposà de prosseguir la inacabada del 1626*, però constituí un nou fracàs.
– Les notes a peu de pàgina se separen amb un **filet** que ocupa una tercera part de la línia o bé amb uns quants **espais en blanc**, després de l'última ratlla del cos del text. A sota s'apunta el número de crida i, tot seguit, la informació o la citació de la font documental. Per exemple:

La publicitat pot utilitzar qualsevol dels mots disponibles en el diccionari o bé inventar-se'n de nous, si ho considera necessari.[1] La selecció del lèxic depèn del tipus de producte anunciat, però també de la relació que es vol establir entre aquest producte i determinats valors.

Com observa Cross,[2] la publicitat selecciona les paraules que ens provoquen emocions i ens dissuadeixen de raonar i, en aquesta pràctica, relaciona significants (mots) amb significats (objectes anunciats) que tradicionalment no tenen cap mena de connexió. Això crea una nova realitat lingüística i comunicativa, en la qual aquests significants «eteris» obtenen els seus efectes precisament per la recontextualització en l'anunci.[3]

1. Per això és un joc retòric gens convincent l'eslògan referit a un model de cotxe: «Tan enginyós que encara no existeix la paraula per definir-lo» (Renault).
2. Mary CROSS. «Reading Television Texts: The Postmodern Language of Avertising», p. 6.
3. M. POSTER. *The Mode of information: Poststructuralism and Social Context*. Citat per CROSS, p. 4.

– Els processadors de textos tenen una funció que permet utilitzar fàcilment el sistema de crides i notes.**

* En el cas de les taules o els quadres, les notes han d'anar just a sota d'aquests.

** En el processador de textos Word s'estableix dins la fitxa **Nota a peu**… (barra de menú **Inserir**).

Una altra opció és fer servir el mateix sistema de crides i notes, però agrupant les notes en un apèndix al final de cada capítol o al final del treball.

Les referències dins del text

Hi ha una altra manera de referir-se a les fonts sense haver de fer servir el sistema de crides i notes. Consisteix a citar el cognom de l'autor, la data d'edició del document i, segons el sistema emprat, el número de pàgina. Per exemple:

Seguint Castellà (1992), distingirem dos grans tipus de relacions cohesives: la referència i la connexió.

Distingirem dos grans tipus de relacions cohesives: la referència i la connexió (Castellà, 1992).

Distingirem, segons Castellà (1992: 157), dos grans tipus de relacions cohesives: la referència i la connexió.

Distingirem dos grans tipus de relacions cohesives: la referència i la connexió. (CASTELLÀ, 1992: 157)

Aquest sistema de referència a les fonts requereix fer un petit canvi a l'apartat de bibliografia. En el cas dels exemples anteriors, en les referències bibliogràfiques hi ha de figurar la data d'edició després del nom de l'autor:

CASTELLÀ, Josep M. (1992): *De la frase al text*. Barcelona: Empúries.

L'exemple següent resumeix les indicacions fetes fins aquí sobre la compaginació.

Marge superior (3 cm)

Fonaments teòrics

Encapçalament (títol del capítol)

Epígraf de l'apartat

3. Altres llengües

La selecció d'una llengua diferent del català i del castellà té com a objectiu afegir al producte els valors socials i culturals que aquesta llengua li transmet. Com que normalment la llengua triada és la de la comunitat productora de l'objecte anunciat, aquests valors gairebé sempre es resumeixen en una paraula: *autenticitat*. I l'autenticitat apareix com a garant de la qualitat. Se'ns vol donar entenent que el producte és fabricat en el lloc d'origen, per gent experta, sovint seguint processos o tècniques que tenen una llarga tradició, i amb un reconeixement unànime i universal. Tot això és el que ens evoquen les paraules estrangeres, fins i tot quan no som capaços d'entendre-les. Peninou[26] parla de «transgressió del codi esperat», mitjançant el qual l'ús de la llengua estrangera revesteix valor de signe i serveix, doncs, a finalitats retòriques.

En aquest sentit, convé remarcar que el català no forma part del grup de llengües que presten elements a la publicitat d'altres països: mentre que els anuncis catalans se serveixen d'elements estrangers amb relativa freqüència, els espots anglosaxons, francesos o italians no usen mai elements catalans.[27] Aquesta asimetria mostra l'absència de paper referencial i simbòlic de la llengua i la cultura catalanes en el mercat publicitari internacional.

Pel que fa a l'aparició dels estrangerismes, molts estan relacionats amb determinats productes. Són els productes símbol/estendard d'una comunitat: així, el francès per als perfums i els cosmètics; l'italià per a la pasta, el cafè o els gelats.[28] L'especialització de les llengües en determinats productes i valors és un fenomen publicitari molt estès, del qual caldria comprovar el grau de coincidència o de discrepància en la publicitat de cada país.[29]

Epígraf del subapartat

3.1. Francès i italià

Com ja hem dit, l'ús d'una llengua estrangera actua com a assegurança del «pedigrí» del producte, una garantia de la seva qualitat i puresa. Francès i italià estan especialitzats en determinats productes, que hem estudiat fa poc.

Marge esquerre (3 cm)

Crida

Interlineat (1,5 cm)

Marge dret (3 cm)

Composició justificada

Nota a peu de pàgina

26. Peninou, G. (1976, p. 70)

27. Coromina, E. (1995), loc. cit. nota 22 d'aquest capítol.

28. Vegeu Barthes, R. (1964)

29. En els estudis de Haarman (1984, 1986) sobre la presència de llengües altres que el japonès en la publicitat televisiva japonesa, s'assenyala que més d'un 40 % d'espots contenen alguna forma estrangera i els productes més predisposats a incloure'n són els cotxes, els articles de moda, les begudes i els cosmètics. Pel que fa als valors evocats en la publicitat dels cotxes, l'anglès s'associa amb qualitat, seguretat i factibilitat; el francès, amb elegància, gust i sofisticació; l'italià, amb velocitat (citat per Bell, A. (1991, p. 136).

59

Número de pàgina

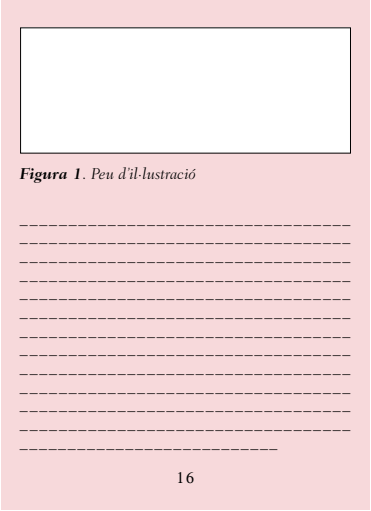
Marge inferior (3 cm)

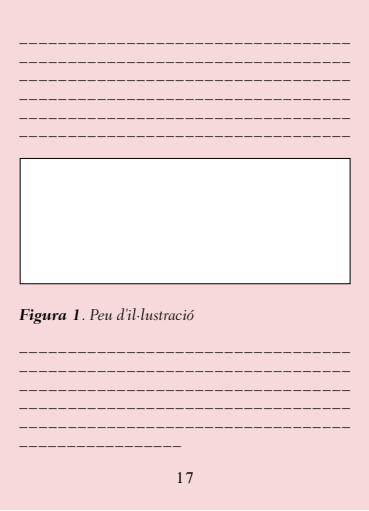
Les il·lustracions

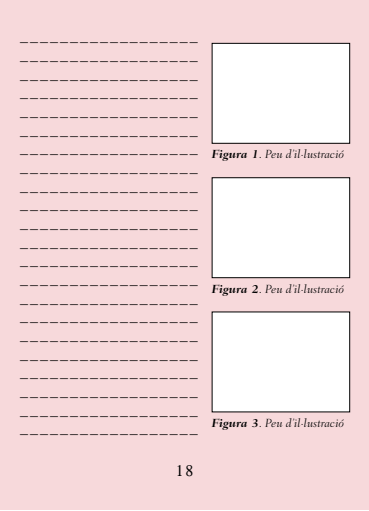
La inserció d'il·lustracions en la memòria escrita pot ser molt útil per complementar la informació. Es tracta de combinar imatges i text de manera harmoniosa. Per aconseguir-ho, cal que aquesta combinació quedi ben definida i sobretot que sigui molt il·lustrativa, és a dir, que ajudi a comprendre millor el contingut.

– Cada il·lustració ha de dur un **peu explicatiu** a sota amb un cos de lletra de mida més petita que la del text. Al peu hi ha de constar el tipus d'il·lustració (*fotografia*, *figura*, *gràfic*, *taula*, *mapa*…), el número de referència i l'explicació corresponent.
– Si el nombre d'il·lustracions és molt elevat, es pot afegir al treball un índex d'il·lustracions, que haurà d'assenyalar el número d'ordre de cada il·lustració, un títol i el número de pàgina on es troba.

Pel que fa a la distribució de les il·lustracions respecte del text, podem triar diverses opcions:







En qualsevol cas, hem d'evitar les compaginacions següents:
– Col·locar una sola il·lustració en un dels angles de la pàgina.
– Col·locar cap enfora les fotografies o els dibuixos de figures en què les imatges estan orientades cap a un costat.

La conclusió

Aquest capítol té un caràcter de **síntesi reflexiva** i **crítica**, ja que és on s'expliquen, de forma breu, precisa i clara, les idees principals exposades en el desenvolupament i on es valoren els resultats obtinguts (allò que s'ha aconseguit en relació amb els objectius inicials o bé, en el cas d'un treball de recerca, si es confirma o cal refutar la hipòtesi inicial, a partir dels resultats de la investigació).

Es pot acabar aquest capítol fent alguns suggeriments per aprofundir més en la recerca o apuntant noves vies d'investigació.

La bibliografia

La bibliografia (dita també *fonts documentals*, *informació de suport* o *fonts referencials*) és una relació en format de llista de les **referències** de totes les fonts citades o consultades per elaborar el treball: llibres, articles, enciclopèdies, documents consultats per Internet, materials audiovisuals, etc.

En realitat, es tracta d'un apartat que recull, al final del treball, diferents fonts d'informació.

Aquesta relació s'ha de confeccionar seguint unes **normes de presentació** i unes **convencions tipogràfiques** determinades.

Normes de presentació
– Les referències han d'estar ordenades alfabèticament pel cognom del primer autor. – Si hi ha més de tres autors, s'esmenta el primer autor seguit de l'expressió llatina [et al.] ('i altres'). – Si hi ha més d'un autor, fins a tres, se separen amb el signe de punt i coma (;). – Si no hi figura l'autor o autors del document, s'ordena pel títol de l'obra. – Quan s'ha de referenciar més d'un document del mateix autor, el nom d'aquest només ha de figurar en la primera referència, i a la resta se substitueix per un guió. En aquest cas, els documents referenciats s'ordenen per ordre cronològic

Convencions tipogràfiques
– El cognom de l'autor s'escriu en lletra versaleta; el nom, en lletra rodona. – Els títols de llibres s'escriuen en lletra cursiva. – Els títols dels articles s'escriuen en lletra rodona i entre cometes. – Les dades de la publicació s'escriuen en lletra rodona seguint aquest ordre: ciutat de publicació, editorial i any de publicació. – Totes les referències acaben amb un punt. – Les segones línies s'alineen entre tres i cinc caràcters cap endins – En les referències de documents consultats per Internet cal escriure la data de la consulta.

Exemples de referències bibliogràfiques

Referència d'un llibre
AMADES, Joan. *Les millors llegendes populars*. 3a ed. Barcelona: Ed. Selecta, 1996.

Referència a un dels volums d'una obra
SOLÀ, Joan., dir. [et al.]. *Gramàtica del català contemporani*. Vol. 3. Barcelona: Empúries, 2002.

Referència d'un article extret d'una revista
ARASA, Ferran. «Les vies romanes al País Valencià». *Serra d'Or*, núm. 571 (novembre 2002), p. 25-35.

Programes de ràdio i televisió
Autògrafs. Dir. Jordi Turtós. Canal 33, Televisió de Catalunya, emès el 13 de gener de 1997.

Referència d'un document consultat per Internet
TERMCAT. *Neoloteca*. http://www.termcat.es/neoloteca/index.html [consulta: 20.2.2009].

Referència d'un material audiovisual
LLACH, Lluís. *Poetes* [DVD + CD]. Barcelona: BMG Music Spain / Ariola / BTV Barcelona Televisió, 2004.

Per obtenir més informació sobre les normes per referenciar les fonts, consulta els criteris de citacions bibliogràfiques del Centre de Terminologia TERMCAT (http://www.termcat.cat/productes/documents/citaciobiblio.pdf).

Convé dividir la llista bibliogràfica en apartats segons la diferent tipologia de les fonts. Per exemple:

Bibliografia

Llibres consultats

Llibres i monografies recomanats

Publicacions periòdiques

Documents audiovisuals

Documents en suport electrònic

L'apèndix o els annexos

L'apèndix o els annexos s'utilitzen per presentar documentació addicional (plànols, dibuixos, mapes), material complementari (detalls complets de procediments aplicats, demostracions matemàtiques, il·lustracions i taules) o documentació d'interès per al lector del treball (glossaris) que no es poden integrar en la redacció de la memòria.

– Els annexos han d'anar numerats i relacionats en l'índex del treball
– Cada annex es referencia dins el text entre parèntesis (v., vg. o vegeu annex 1) al final de la frase amb la qual es relaciona o bé mitjançat el sistema de crides i notes al peu de pàgina.

Bibliografia recomanada

COROMINA, Eusebi; CASACUBERTA, Xavier; QUINTANA, Dolors. *El treball de recerca: procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos. Guia de l'estudiant*. Vic: Eumo Editorial, 2000.

PUIGDEVALL, Fàtima [et al.]. *Com fer un treball acadèmic*. 1a ed. Vic: Edicions de l'Alber, 2005.

RÍOS, Joaquín [et al.]. *El treball de recerca: metodologia, recursos i propostes pràctiques per elaborar i presentar pas a pas una recerca. Quadern per a l'alumne*. Barcelona: Rosa Sensat, 2008 (Dossiers; 65).