

La proposta de projecte

Autoria: Rubén Ávila Rodríguez, Pedro Gras Manzano

1. La proposta de projecte

2. Planificació

2.1. L'estructura de la proposta de projecte

2.2. Les seqüències textuais

3. Redacció

3.1. Títol del projecte

3.2. Resum executiu

3.3. Introducció. Propòsit del projecte

3.4. Descripció i abast inicial del projecte

3.4.1. Objectius

3.4.2. Resultats esperats

3.4.3. Anàlisi de riscos

4. Revisió

1. La proposta de projecte

Un dels gèneres textuais més importants per als professionals de les TIC és la proposta de projecte, ja que és el document de referència de cara a l'aprovació d'un projecte i la seva posterior planificació, i a més és el full de ruta per desenvolupar-lo. En l'àmbit professional, aquest gènere pot tenir noms diferents: acta de constitució de projecte, preprojecte, document d'inici de projecte o proposta de projecte, entre d'altres.

Les propostes de projecte poden ser sol·licitades i no sol·licitades, en funció de si el destinatari del text ha requerit o no la proposta:

- **Sol·licitada.** És la proposta de projecte que ha sol·licitat directament un client o potencial client. En una proposta de projecte sol·licitada no cal justificar la necessitat de dur a terme el projecte, ja que és el mateix client qui l'ha demanat, però sí que s'ha de convèncer el destinatari (el client) que l'emissor (l'empresa o el professional que presta el servei) és l'idoni per dur-lo a terme.
- **No sol·licitada.** Alguns professionals o empreses redacten propostes de projecte sense cap sol·licitud formal prèvia del client o potencial client. Per exemple, quan detecten una necessitat específica i la consegüent oportunitat per desenvolupar un projecte. Si la proposta és no sol·licitada, qui la redacta, a més de justificar la idoneïtat del projecte per satisfer la necessitat detectada, ha de convèncer el destinatari de la importància de dur-lo a terme.

També es poden dividir entre internes i externes en funció del context en què es produeixen:

- **Interna.** Si el destinatari de la proposta és algú de la mateixa organització o empresa en la qual treballa l'emissor, el format i els continguts de la proposta canviaran significativament. En aquests casos, n'hi ha prou amb redactar una nota interna i, per això, solen ser prescindibles apartats com el context o la justificació de l'equip.
- **Externa.** Si el destinatari de la proposta és un client extern, l'emissor haurà d'explicar quin és l'equip de treball i, probablement, presentar exemples de projectes similars que el puguin convèncer (especialment, si la proposta de projecte és no sol·licitada).

2. Planificació

2.1. L'estructura de la proposta de projecte

En termes generals, la proposta de projecte és un text dirigit a la direcció d'una empresa, departament o grup que ha de prendre una decisió. L'emissor del text, com a tècnic en la matèria, pretén explicar les causes, els antecedents i els objectius d'un pla d'acció determinat, alhora que dona consells sobre les mesures que s'han d'adoptar perquè l'empresa pugui prendre la decisió més adequada. Encara que algunes empreses tenen definida l'estructura general dels documents que redacten, sovint les propostes segueixen aquesta estructura prototípica:

1. Resum executiu

2. Introducció. Propòsit del projecte: situació actual i raó i oportunitat del projecte

3. Descripció i abast inicial del projecte: què inclou i què no inclou

3.1. Objectius del projecte

3.2. Resultats esperats

3.3. Anàlisi de riscos

4. Pla de treball. Metes principals del projecte i calendari de treball (també es pot presentar en un cronograma tipus diagrama de Gantt).

5. Equip. Participants en el projecte, rols i responsabilitats, a més de mecanismes de control.

6. Qualificacions i referències. Sovint les propostes de projecte externes inclouen una llista de les qualificacions de l'empresa, i també referències de projectes anteriors.

7. Valoració econòmica (o pressupost). Estimació inicial dels recursos que requerirà el projecte.

En aquesta assignatura treballarem els tres primers apartats, que són els que demanen més esforç de redacció (la resta d'apartats són majoritàriament esquemàtics).

Les diferents metodologies de gestió de projectes ofereixen plantilles específiques que no deixen de ser variacions d'aquesta estructura prototípica. Això és especialment cert en les anomenades *metodologies àgils* de gestió de projectes (*Agile*), en les quals preval la simplicitat. A més, les diferents metodologies són cada vegada més flexibles pel que fa a l'estructura d'una proposta de projecte. Amb independència de com s'organitzi la informació, la majoria de les propostes de projecte inclouen aquesta informació rellevant.

2. Planificació

2.2. Les seqüències textuais

La proposta de projecte és un document compost per diversos apartats en els quals predominen diferents seqüències textuais. Com veurem amb més detall en el punt següent, en els apartats que treballarem en aquest curs s'utilitzen, fonamentalment, seqüències argumentatives i descriptives. És el cas, per exemple, de la part de la introducció en què s'explica la raó i oportunitat del projecte, mentre que en l'apartat dedicat a la descripció del projecte i l'establiment del seu abast hi predomina, lògicament, la seqüència descriptiva.

3. Redacció

3.1. Títol del projecte

Abans de començar a treballar en la proposta, el projecte ha de tenir un títol, un nom. El nom de la proposta de projecte ha de ser descriptiu, clar i comprensible per al destinatari. A més, ha de captar la seva atenció i alhora respectar les consideracions sobre l'objectivitat dels textos professionals que s'han treballat al llarg de l'assignatura.

3. Redacció

3.2. Resum executiu

El resum executiu és un text breu (d'una mitja pàgina, aproximadament) en el qual s'ofereix una síntesi de tots els apartats de la proposta de projecte. La informació que dona el resum executiu ha de ser breu, i el seu objectiu és proporcionar al lector una visió de conjunt del projecte que li presentem. Generalment, aquest apartat és l'últim que es redacta, perquè primer ens caldrà tenir molt clar tot el que diem a la proposta.

Exemple

El text següent és el resum executiu d'una proposta de projecte externa sol·licitada:

1. Resum executiu

DiversDesign és un estudi de disseny establert a Barcelona i especialitzat en disseny social. Té un portal web, anomenat DiversPortfolio, on els usuaris –dissenyadors gràfics– pugen i comparteixen els seus treballs en l'àmbit dels projectes socials col·laboratius. L'auge de les noves tecnologies, amb la generalització dels dispositius mòbils, ha propiciat que s'utilitzin aplicacions en mobilitat per a aquest propòsit. L'estudi, per tant, planteja millorar el projecte i crear una aplicació per a iPhone i iPad que permeti als usuaris disposar de totes les funcionalitats de la web, amb una solució específica per a dispositius Apple. El nou projecte es dirà DiversMobile, i tindrà com a objectiu diferencial posicionar globalment DiversDesign pel que fa a mobilitat.

L'aplicació resultant gaudirà de tots els avantatges que ofereixen actualment els dispositius mòbils, facilitarà la interacció de l'usuari amb el seu terminal i el seu espai virtual, i estarà vinculat amb el programari i el maquinari referencial d'ús freqüent. L'estil serà senzill, seguint la identitat corporativa de la marca, i tindrà una estructura similar al portal actual amb la finalitat d'afavorir la transició dels usuaris ja registrats. Alhora, propiciarà un nou canal de comunicació amb el qual mantenir un contacte directe amb el desenvolupador.

El termini estimat per desenvolupar el projecte i disposar d'una solució tècnica que reuneixi tots els requisits especificats és de quatre mesos. El desplegament de l'aplicació servirà com a referent en el sector del disseny social, fidelitzarà els usuaris actuals i permetrà ampliar la massa crítica d'usuaris potencials. D'altra banda, oferirà a l'empresa una plataforma sòlida sobre la qual consolidar el seu model de negoci i l'exploració de nous mercats.

El resum executiu de l'exemple exposa, en el primer paràgraf, alguns aspectes bàsics de la proposta: **qui** durà a terme el projecte, **què** es vol aconseguir, **per què** es vol dur a terme i **per a qui** està pensat. En el segon paràgraf la informació que s'ofereix té a veure amb els objectius, els resultats esperats, l'abast del projecte i l'anàlisi de riscos. El tercer paràgraf, finalment, conté tota la informació relacionada amb el pla i la temporització del projecte.

3. Redacció

3.3. Introducció. Propòsit del projecte

Tot i que l'objectiu d'aquest apartat és captar l'interès del lector, l'estil ha de ser objectiu i s'han d'evitar les formulacions publicitàries. La introducció ha de ser un text atractiu i alhora clar, comprensible, professional i convincent.

En primer lloc, en un o dos paràgrafs, cal explicar en què consisteix exactament el projecte i a qui va dirigit. El text ha de ser molt breu, però ens hem d'assegurar que, més enllà del resum, el lector pugui identificar clarament en què consisteix la proposta.

Exemple

2. Introducció. Propòsit del projecte

El projecte consisteix en la creació d'una aplicació per a dispositius mòbils que permeti interactuar als dissenyadors gràfics que comparteixen els seus treballs a DiversPortfolio, una de les principals iniciatives de l'empresa DiversDesign, especialitzada en la creació d'imatges per a projectes socials.

Posteriorment, és important explicar el perquè del projecte (especialment en les propostes externes no sol·licitades), tenint en compte els antecedents (per exemple, altres projectes similars que s'han posat en marxa en altres empreses i han funcionat) i també la problemàtica i les necessitats específiques de l'empresa a la qual va dirigit el document.

El text ha de respondre a les preguntes «Per què es vol dur a terme el projecte?», «Quina és la situació actual de l'empresa?» i «Què s'ha fet abans en relació amb el problema que planteja el projecte?»

A més, cal explicar quin interès té el projecte per a l'empresa a la qual va dirigida la proposta en aquest moment determinat.

Exemple

En aquest exemple veureu com es construeix aquest epígraf de la introducció del projecte:

DiversDesign és un dels estudis especialitzats en disseny social més actius de l'Estat espanyol. En concret, el seu projecte de portafolis en línia, DiversPortfolio, té actualment al voltant de 25.000 usuaris. El portal permet als usuaris registrats donar a conèixer els seus treballs mitjançant la incorporació de diferents tipus de materials audiovisuals (fotografies, imatges, vídeos, etc.). Amb tot, en els últims mesos s'ha constatat un descens en el nombre d'accessos a DiversPortfolio, i molts dels professionals gràfics registrats al portal s'han donat de baixa. Per aquest motiu DiversDesign ha manifestat el seu interès per desenvolupar una aplicació mòbil que complementi el servei prestat des del web i estengui les seves capacitats al sector de la mobilitat.

Actualment, DiversDesign només disposa d'una versió web del seu portafolis que no està adaptada per a dispositius mòbils. DiversPortfolio cobreix els requisits funcionals habituals de qualsevol dissenyador que necessiti publicar un treball, però presenta alguns inconvenients en el context actual. El principal és que, per visualitzar correctament l'aplicació i poder-hi treballar, el professional es veu obligat a utilitzar o bé un ordinador de sobretaula o bé un portàtil. Es limiten, doncs, les possibilitats d'expansió de l'estudi de disseny, ja que cada vegada més dissenyadors gràfics treballen des de dispositius mòbils, com ara telèfons intel·ligents o tauletes.

L'auge d'aquests dispositius en el disseny gràfic, doncs, fa que el projecte que es presenta en aquesta proposta sigui del tot necessari. A més, nombrosos estudis demostren l'èxit que tenen actualment les aplicacions mòbils aplicades al disseny, sobretot els programes que permeten a l'usuari final editar continguts audiovisuals. De fet, diverses aplicacions similars de portafolis en línia d'àmbit internacional han ajudat empreses com Behance a mantenir-se en el camí de l'èxit. El desenvolupament d'aquestes aplicacions, d'una banda, assegura el manteniment dels usuaris actuals i, d'una altra, permet que nous dissenyadors gràfics coneguin el projecte des de les mateixes botigues d'aplicacions.

En definitiva, tot i que una aplicació mòbil de portafolis en línia no pot constituir una plataforma de treball per si mateixa, per als usuaris de DiversPortfolio esdevindrà un element de suport clau tan útil com necessari, a més de millorar la visibilitat i continuïtat de DiversDesign. En aquest context, i després de la petició explícita per part de l'equip directiu de DiversDesign, sorgeix la necessitat de presentar la següent proposta de projecte.

Com podem veure en l'exemple, el primer paràgraf situa el context en el qual neix el projecte: qui és el client i, per tant, a qui va dirigit el document. En el segon i el tercer paràgraf es justifica el tema: les causes per les quals és necessari posar-lo en marxa. L'últim exposa breument els avantatges que el projecte suposarà per al client ajudant-se argumentalment d'altres casos d'èxit.

Cal tenir en compte que la informació d'aquest apartat dependrà de qui són l'emissor i el destinatari de la proposta de projecte, i de la forma en la qual s'ha iniciat. Així, per exemple, no serà el mateix redactar la proposta per a un client extern que encara no ha decidit si vol acceptar-la o no que redactar-la per a un departament de la mateixa empresa que ha demanat iniciar una acció concreta.

3. Redacció

3.4. Descripció i abast inicial del projecte

3.4.1. Objectius

Aquest apartat ha de parlar de què inclou i què no inclou el projecte. Així, en aquests subapartats, s'oferirà informació sobre els objectius, els resultats esperats i l'anàlisi dels riscos que poden sorgir al llarg del desenvolupament del projecte.

Els objectius són les metes que es volen aconseguir amb el projecte. Han de concordar amb la raó i oportunitat i la situació actual de l'empresa de què acabem de parlar a la introducció, i també amb els resultats esperats de què parlarem tot seguit. És important, doncs, que els objectius estiguin en línia amb el que se'ns ha demanat (si la proposta de projecte és sol·licitada) o amb el que oferim (si és no sol·licitada), i que siguin realistes i avaluables.

En el subapartat dedicat als objectius se sol definir, en primer lloc, un objectiu general i després s'enumeren diversos objectius específics. L'objectiu general és allò que pretenem aconseguir, i els específics són una fragmentació de l'objectiu general amb intencions operatives; és a dir, les metes a curt termini que han de complir-se per poder donar resposta a l'objectiu general. En la majoria de les propostes de projecte, tant els objectius generals com els específics se solen redactar seguint l'estructura verb en infinitiu + complement directe + complements circumstancials (per exemple, *Fidelitzar els usuaris registrats*) o bé l'estructura iniciada per un sintagma nominal o un sintagma preposicional (*Fidelització dels usuaris registrats*). Sigui quina sigui l'opció triada, cal no barrejar tots dos sistemes i que tots els objectius segueixin la mateixa estructura.

Exemple

Sense deixar l'exemple que ens ocupa, a continuació podem veure un model de redacció d'objectius.

3. Descripció del projecte

A continuació, s'especifiquen els objectius del projecte, s'identifica el que s'ha d'aconseguir i s'indiquen els resultats esperats. D'altra banda, es du a terme una anàlisi de riscos, en la qual s'exposen alguns problemes potencials, així com els mecanismes necessaris per solucionar-los i assegurar l'èxit del projecte.

3.1. Objectius del projecte

3.1.1. Objectiu general

Crear una aplicació per a dispositius mòbils diferencial que ofereixi als usuaris de DiversDesign totes les funcionalitats en mobilitat que requereix un dissenyador gràfic.

3.1.2. Objectius específics

- Millorar l'experiència d'usuari, aprofitant al màxim les característiques tècniques dels productes d'Apple: identificació per empremta dactilar i detecció facial, pantalla *multitouch*, botons i controls externs, gestió avançada de fotografia i vídeo, etc.
- Posicionar l'aplicació mòbil com a referent en el sector del disseny social i els projectes gràfics.
- Fidelitzar i ampliar el volum d'usuaris registrats oferint-los un espai col·laboratiu propi d'avantguarda.
- Difondre i promoure els treballs consolidats i els creatius més ben valorats, amb mesuradors d'abast i quantificadors d'impacte.

Com podem veure en l'exemple, els objectius s'han redactat seguint l'estructura verb en infinitiu + complement directe + complements circumstancials.

3. Redacció

3.4. Descripció i abast inicial del projecte

3.4.2. Resultats esperats

En aquest apartat de la proposta de projecte s'especifiquen les metes que s'espera que s'hagin assolit una vegada finalitzat el projecte.

Exemple

3.2. Resultats esperats

Una vegada finalitzat el projecte, es disposarà d'**una aplicació funcional per a dispositius mòbils Apple que permeti desenvolupar totes i cadascuna de les funcionalitats disponibles actualment** –i de manera exclusiva, fins ara– al portal web DiversPortfolio.

Amb un estil senzill i d'acord amb la imatge corporativa de DiversDesign, l'aplicació tindrà una estructura principal dividida en dues seccions: «Descobrir» i «Compartir». **La primera secció, «Descobrir»,** contindrà els apartats «Activitat», «Buscar i conèixer», «Galeries promocionades» i «Creatius als quals seguir». Mitjançant aquestes opcions **es podrà tenir accés a treballs i projectes d'altres usuaris, amb la possibilitat de fer-hi valoracions i suggeriments personalitzats.**

La segona secció, «Compartir», en la línia del portal web, contindrà l'accés a «Afegir projecte», «Portafolis», «Col·leccions», «Estadístiques» i «Connexions». D'aquesta manera **permetrà desenvolupar totes les operacions i activitats que necessita el dissenyador gràfic en la seva faceta col·laborativa,** amb addició de nou material i informació sobre les visites i les visualitzacions aconseguides. Els apartats «Creatius als quals seguir» i «Col·leccions» seran, de fet, noves funcionalitats no disponibles actualment al portal web i, per tant, de valor afegit en la solució mòbil.

Per facilitar i fomentar la transició cap al nou entorn, l'aplicació **es podrà vincular directament amb els serveis de disseny per a dispositius mòbils d'Adobe,** la qual cosa permetrà pujar de manera automàtica els treballs fets amb el programari d'aquesta empresa. Tindrà també una **funcionalitat per traslladar els continguts a un ordinador, reproduir-los des d'un projector i crear-los –directament, fins i tot– mitjançant tecnologia pròpia d'Apple.**

Seguint la línia de personalització i adequació màxima a l'usuari final, **hi haurà opcions de configuració individualitzada, modificació de notificacions, informes d'errors i optimització per a descàrrega i emmagatzematge en telèfons intel·ligents i tauletes digitals.** D'altra banda, incorporarà les **mesures de seguretat** necessàries en entorns d'aquest tipus, amb **desconnexió de perfil** i la pertinent **política de privacitat.**

Com podem veure, aquest apartat conté, de manera succinta, quines són les metes que s'esperen assolir amb el projecte. Cal tenir en compte que no només parlem de les accions concretes que es duran a terme amb el projecte, sinó que també s'especifiquen aquells aspectes que s'espera que el projecte millori. L'últim paràgraf, per exemple, explicita de manera clara què es vol aconseguir amb el projecte i exposa com s'avaluarà. No es tracta, per tant, de proposar un llistat de les tasques de la proposta de projecte, sinó d'exposar què volem aconseguir.

3. Redacció

3.4. Descripció i abast inicial del projecte

3.4.3. Anàlisi de riscos

L'últim apartat de la descripció del projecte és una anàlisi dels riscos potencials. En aquest epígraf es plantegen els problemes que es poden derivar de la posada en marxa del projecte i, en conseqüència, es presenten alternatives o accions de suport per pal·liar els efectes adversos que se'n puguin derivar.

Exemple

Com podem veure, en l'exemple següent s'avaluen dos tipus de riscos: els que tenen a veure amb el servei que es vol posar en marxa i els que tenen a veure amb els usuaris d'aquest servei. A més, no només s'exposen els problemes potencials, sinó que també s'especifiquen les accions que es duran a terme per intentar resoldre'ls si es dona el cas.

3.3. Anàlisi de riscos

Com queda palès en els subapartats «Objectius» i «Resultats esperats» el projecte DiversPortfolio és ambiciós i involucra tota l'organització i els seus usuaris actuals i futurs. **Hi ha el risc evident que la seva consecució s'allargui excessivament en el temps** en intentar incloure en una única solució totes les funcionalitats disponibles actualment al portal web. Per evitar aquesta desviació temporal, cal especificar clarament l'abast de cadascuna de les opcions, ajustar-les a un cronograma realista i identificar els responsables i els recursos necessaris per a cada cas.

En aquest sentit, una correcta planificació de temps i recursos evitarà que **el projecte tingui un cost excessiu**, inconvenient notable en tot model de negoci, però més encara quan es tracta de descàrregues d'aplicacions per a dispositius mòbils, un mercat de fàcil entrada i gran competència. Al mateix temps, el desenvolupament per a un únic sistema operatiu redueix els marges d'explotació i limita els percentatges de contingència. Per tant, caldrà desenvolupar una correcta i rigorosa gestió de canvis, amb detecció àgil, avaluació global i autorització, si cal, per part del comitè de direcció del projecte.

També caldrà estar atent de forma especial a **la qualitat del producte final, que haurà de respondre als nivells d'exigència** d'un estudi professional per a dissenyadors gràfics compromesos. Hi ha el risc que la solució sigui inestable, en haver de funcionar en múltiples dispositius Apple, algun dels quals poden ser de llançament recent i amb poca experiència funcional en el mercat. A fi de mitigar els errors potencials, s'establirà una bateria de proves exhaustiva per a cada model de terminal, que haurà de ser superada de forma irrenunciable abans de donar per acabat el disseny de l'aplicació.

Les solucions noves acostumen a generar **inseguretat en els usuaris**, especialment si ja estaven acostumats a interactuar diàriament amb el portal DiversPortfolio. Per evitar un canvi excessivament disruptiu, es dissenyarà una plantilla d'aplicació intuïtiva que, en el primer nivell d'accés, mantingui els elements principals del portal de referència. D'altra banda, s'habilitarà un canal a YouTube amb continguts multimèdia en els quals s'explicarà com es duu a terme cada una de les activitats freqüents en la nova solució.

Finalment, cal considerar les **barreres d'entrada i les reticències amb les quals puguin trobar-se els usuaris habituats als productes de la competència** que tenen un cert bagatge en el mercat i unes solucions consolidades. Per trencar aquestes barreres i donar a conèixer els avantatges de la nova aplicació, es faran jornades de presentació, començant pel mateix llançament, en les quals es convidarà tot el col·lectiu de dissenyadors gràfics a plantejar les seves inquietuds, dubtes i suggeriments. Paral·lelament, aquestes jornades serviran de reclam publicitari i ajudaran a desplegar una sòlida plataforma sobre la qual ampliar quota d'usuaris i fomentar la cerca de nous mercats.

Finalment, i per molt que en la fase següent el revisarem, quan redactem el text ja hem d'ajustar-lo a la correcció normativa (*). Sobretot, cal que parem atenció especial a les qüestions que el corrector automàtic del processador de textos no detecta, com ara quins mots porten accent diacrític, l'ús pronominal de *mateix* i dels demostratius *aquest*, *aquell* i derivats, l'ortografia de les paraules que presenten diferents possibilitats d'escriptura (*per què* / *perquè* / *per a què*, *sinó* / *si no*), l'ús incorrecte del gerundi de posterioritat o copulatiu (*estudiarem l'espai i hi instal·larem els nostres equips un cop finalitzat l'estudi* en lloc de l'incorrecte *estudiarem l'espai instal·lant-hi els nostres equips un cop finalitzat l'estudi*).

4. Revisió

Abans de donar-lo per acabat, **haurem de revisar a fons el text per verificar que compleix les tres propietats textuais: adequació, coherència i cohesió**. Aquests són els aspectes que haurem de tenir en compte a l'hora de revisar una proposta de projecte:

Adequació al registre i adequació normativa

- Pel que fa al registre, no hi ha paraules de significat massa general o poc precises (com *fer* o *cosa*) ni expressions massa col·loquials.
- Es fan servir construccions impersonals per evitar marques de primera persona.
- La terminologia tècnica és la pròpia del camp professional, però és fàcilment comprensible pel destinatari.
- Quant a la normativa, ens assegurarem que no hi ha errors ortotipogràfics (accents sobrers, que falten o mal posats, amb especial atenció als accents diacrítics; faltes d'ortografia ni de picatge; estrangerismes sense marcar amb cursiva; noms propis marcats amb cursiva en lloc de rodona, etc.) ni gramaticals (*mateix* i *aquest* en funció pronominal, gerundis de conseqüència o copulatiu, complements directes amb preposició, confusió en l'ús de les preposicions *per* i *per a*, etc.).

Coherència

- Pel que fa al contingut, la selecció de la informació és òptima (no hi ha informació indispensable faltant, no hi ha informació prescindible ni informació repetida).
- S'ha planificat el contingut del text; per exemple, elaborant un esquema abans de començar la redacció per identificar i enumerar els aspectes que es volen desenvolupar.
- El tema es formula amb un discurs propi i, quan cal, s'hi incorporen citacions breus que reforcin els plantejaments.
- En relació amb la presentació de la informació, tots els paràgrafs tenen una extensió semblant i no n'hi ha cap de menys de dues línies o dues línies i mitja, i responen als diversos temes i subtemes del text.
- La separació entre apartats és homogènia (usualment es deixen una o dues línies en blanc entre apartat i apartat), i també entre paràgrafs (els paràgrafs estan separats entre si per una línia en blanc, o bé sense cap línia en blanc, però cada paràgraf comença amb un sagnat; en tot cas s'evita la coexistència dels dos sistemes en un mateix text).
- Els paràgrafs estan alineats a banda esquerra o bé justificats a banda i banda; en tot cas, s'evita la coexistència en un mateix text de tots dos tipus de paràgraf.

Cohesió

- Les oracions presenten un ordre lògic (subjecte-verb-complements) i són d'una extensió mitjana per facilitar-ne la lectura. No hi ha fragments massa enreversats, sovint producte d'una voluntat de formalitat excessiva (en llenguatge professional, més simple sol ser equivalent a millor). Si hi ha algun incís, està ben puntuat (els incisos explicatius porten dues comes, una abans i l'altra després).
- Els connectors que lliguen les diferents parts del text estan ben utilitzats, cadascun amb el seu sentit (*tot i que*, *perquè*, *però*, *en conseqüència*, *pel que fa a*, etc.), i de forma variada.
- No hi ha repetició de paraules pròximes perquè els mecanismes de referència que eviten repeticions (expressions sinònimes, elisions i pronoms) estan ben utilitzats. Amb tot, cal assegurar-se que cada un d'aquests mecanismes fa referència clarament a l'element adequat i que no hi ha confusió possible.
- Quant a la puntuació, no hi ha coma entre subjecte i verb, ni entre verb i complements. Els incisos estan introduïts amb una coma a banda i banda, i les oracions estan separades amb puntuació forta (punt i seguit, punt i coma o dos punts). Les oracions que deixen una idea en suspens acaben en punts suspensius –sempre tres punts– (...) o amb l'abreviatura d'etcètera (etc.); en tot cas, en una mateixa frase no trobem tots dos recursos alhora.

(*) Contingut disponible només en web.