

Prova d'assoliment

**Nivell superior (C2)**

**QUADERN D'ACTIVITATS**

Prova d'assoliment nivell superior (C2)		
BLOC	Descripció	Puntuació màxima possible
I	LE – LLEGIR PER ESCRIURE	25
II	EE – ESCOLTAR PER ESCRIURE	25
III	CL – COMPETÈNCIES LINGÜÍSTIQUES	12
IV	LP – LLEGIR PER PARLAR	18
	<b>PROVA FINAL AVALUACIÓ DE CURS</b>	<b>80 20</b>
	<b>AVALUACIÓ FINAL</b>	<b>100 (Criteri d'èxit 70)</b>

#### Recomanacions:

1. La prova té una durada màxima de 4 hores i 30 minuts. Tindràs 4 hores i 20 minuts per fer-la (10 minuts són per a les explicacions del professor). Organitza't el temps per fer totes les activitats. El professor t'avisarà un quart d'hora abans que s'acabi el temps.

**Llegir per escriure** Lectura de la documentació i redacció: **105 minuts**

**Escoltar per escriure** Àudio i redacció: **90 minuts**

**Competències lingüístiques** Precisió lèxica i gramàtica: **30 minuts**

**Llegir per parlar** Lectura de la documentació i preparació: **30 minuts**  
Intervenció oral: **4 minuts**

2. Llegeix bé els enunciats abans de respondre.

3. Tota la prova s'ha de resoldre al **Quadern de respostes**, que és l'únic que es tindrà en compte per a la correcció.

4. Abans d'escoltar l'àudio del bloc Escoltar per escriure, llegeix atentament les instruccions de l'activitat. Sentiràs l'àudio dues vegades. En el cas que hi hagi dificultats tècniques no previstes per escoltar l'àudio, l'examinador llegirà dues vegades el text.

5. Per a la intervenció oral, pots preparar-te un guió i seguir-lo, però no el pots llegir.

6. Si vols fer algun esborrany, el pots fer a les pàgines en blanc que et facilitaran. Després es recolliran i no es corregiran.

**Activitat 1**

Dirigeixes el Departament d'Ús Eficient de l'Aigua, allotjat dins de l'Institut de Recerca i Tecnologia dels Aliments (IRTA). La revista *Catalunya Rural i Agrària*, referent en matèria agrària i mediambiental a Catalunya, t'ha demanat un article sobre el canvi climàtic.

En aquest article, que ha de tenir entre 300 i 320 paraules, cal que exposis el concepte d'aquest fenomen i en valoris l'abast real des d'un punt de vista experimentat com el teu.

A continuació trobaràs dos textos i tres gràfics que t'ajudaran a documentar-te.

Escriu el text a l'espai corresponent del **Quadern de respostes**.

**DOCUMENT 1****El canvi climàtic interactua amb la política, l'economia i la societat  
Entrevista a Maxwell Boykoff**

ANNA MATEU  
Vilaweb.cat 08/04/2014

El canvi climàtic és un dels reptes científics més importants de la nostra societat en l'actualitat, i un dels que més pàgines i portades de diari ha ocupat. [...] El professor Maxwell Boykoff és un dels investigadors més reconeguts en aquest àmbit. Actualment és professor del Centre d'Investigació en Política Científica i Tecnològica de la Universitat de Colorado-Boulder, als EUA. Autor de nombrosos estudis sobre la percepció i comunicació del canvi climàtic, el 2011 va publicar el llibre *Who Speaks for the Climate? Making Sense of Media Reporting on Climate Change*, on recull més de deu anys de treball.

**Per què pensa que el canvi climàtic és un dels temes ambientals més tractats als mitjans de comunicació?**

Realment, en les dues últimes dècades el canvi climàtic ha estat una qüestió cada vegada més reconeguda per l'opinió pública. Ho podem atribuir al fet que el canvi climàtic, i la presa de decisions polítiques que s'hi relacionen, afecta directament la nostra forma de vida. Així doncs, podem dir que els reptes quotidians i els reptes climàtics estan directament relacionats. Des dels anys vuitanta, en què va començar a haver-hi una cobertura mediàtica consistent sobre el canvi climàtic, aquesta percepció ha anat creixent, i sembla haver-se convertit en un tema essencial que els mitjans han sabut relacionar amb altres temes. Però hi ha molts aspectes que converteixen el canvi climàtic en una qüestió difícil de cobrir per als mitjans de comunicació, i el fet que es tracte de manera independent no es pot considerar com un èxit per crear consciència sobre el problema ambiental que constitueix. És un tema molt complex amb multitud de dimensions diferents i quan un periodista o mitjà decideix informar-ne això és només el principi d'un repte comunicatiu.

**Així doncs, que el canvi climàtic estiga molt present en els mitjans no significa necessàriament que tinguen un interès creixent en el medi ambient.**

Pense que alguns sí que poden estar conduïts per una preocupació ambiental, però hi ha molts més elements en joc. Un és la percepció dels directors dels mitjans, que depèn en gran mesura dels interessos de l'audiència. Aquesta podria ser una de les qüestions més importants i urgents del nostre temps. Un altre punt podria ser la forma com el canvi climàtic i els reptes que planteja interactuen amb la política, l'economia i la societat, que conformen històries irresistibles per als mitjans.

**Podríem dir que hi ha cert sensacionalisme en el tractament del canvi climàtic?**

Pot haver-hi sensacionalisme, certament. Les meues investigacions mostren que en l'última dècada alguns mitjans n'han fet un tractament correcte i responsable, tot i que en altres casos podem trobar un cert sensacionalisme. Però ara es dona l'efecte contrari, i trobem molts més mitjans on es parla del canvi climàtic de manera sensacionalista en funció de l'aspecte que s'aborda o les modes que sorgeixen. Precisament, el que jo analitze són els patrons i tendències que emergeixen si estudiem la cobertura de llargs períodes de temps. I això pot ser útil perquè si analitzes una peça de manera independent pot resultar sensacionalista, però si te la mires en el context pot ser una mera anècdota.

**Considera que hi ha diferències importants en la cobertura del canvi climàtic a Europa i als EUA?**

De nou ens trobem amb diferents maneres d'entendre el canvi climàtic. Prenguem, per exemple, la cobertura sobre les causes humanes del fenomen. Als EUA hi ha certs espais on es qüestiona el paper de l'ésser humà, i s'ha donat cabuda al negacionisme climàtic en les pàgines d'opinió del *Wall Street Journal* o en canals de televisió com Fox News. I, per contra, al Regne Unit veiem en general una imatge molt diferent, amb una gran quantitat d'informació precisa i rigorosa basada en l'acord de la comunitat científica.

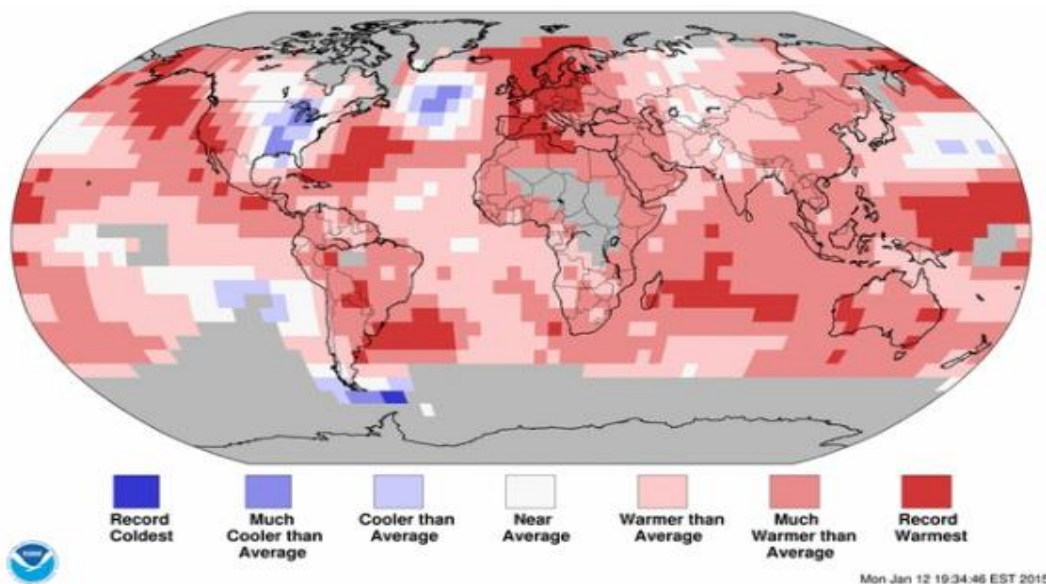
**I a què són degudes aquestes diferències?**

Podem destacar-ne diversos aspectes. Un és que els principals agents econòmics involucrats en el canvi climàtic es troben molt arrelats en la societat nord-americana, en particular la indústria basada en el carbó. En la política nord-americana els 'lobbies' fan un gran esforç per influir en la presa de decisions polítiques. Però a més, trobem un segon element més enllà de la política econòmica, i és el cultural. Hi ha una percepció col·lectiva als EUA que provoca certa resistència a les regulacions econòmiques i polítiques. A l'empara d'aquesta percepció cultural s'han desenvolupat totes les posicions antiregulatòries i pro privatitzadores, moviments que han enarborat posicions antiambientalistes. Així doncs, trobem una combinació d'elements culturals, polítics i econòmics que produeixen aquesta barreja un tant tòxica, amplificada pels mitjans de comunicació.

**DOCUMENT 2****El 2014 ha estat un dels anys més càlids de la història a Catalunya**

*El 2014 ha estat l'any més calorós des que van començar els registres el 1880. La temperatura de la superfície del planeta va ser 0,69 graus superior a la mitjana del segle XX*

*El País 16/01/2015*



Rècords de calor (vermell) i de fred (blau) el 2014. / NOAA

El 2014 ha estat l'any més càlid des que van començar els registres històrics el 1880, segons dues anàlisis independents de la NASA i l'Administració Nacional Oceànica i Atmosfèrica dels EUA publicades aquest divendres. La temperatura mitjana de la superfície del planeta va ser 0,69 graus superior a la mitjana del segle XX, quatre centèsimes de grau més que els anteriors rècords observats el 2005 i el 2010.

“Aquest és l'últim d'una sèrie d'anys calorosos, d'una sèrie de dècades caloroses. Mentre que un any per separat es pot veure afectat per patrons meteorològics caòtics, les tendències a llarg termini es poden atribuir a causants del canvi climàtic, dominats, ara mateix, per les emissions humanes de gasos d'efecte hivernacle”, ha recalcat en un comunicat Gavin Schmidt, director de l'Institut Goddard d'Estudis Espacials de la NASA, amb seu a Nova York.

La temperatura mitjana de la superfície del planeta ha pujat 0,8 graus des del 1880, “en gran part impulsada per l'augment del CO<sub>2</sub> i altres emissions humanes a l'atmosfera”, destaca de manera inequívoca la NASA. La major part de l'escalfament s'ha produït durant les tres últimes dècades i, amb l'excepció del 1998, els 10 anys més calorosos s'han viscut des del 2000.

**Els 10 anys més calorosos s'han viscut des del 2000, amb l'excepció del 1998**

Les noves dades confirmen les prediccions de l'Organització Meteorològica Mundial que, al començament del desembre passat, va advertir que el 2014 batria el rècord de temperatura.

La NASA assenyala que els seus científics esperen veure fluctuacions de temperatura en els propers anys, causades pels fenòmens el Niño i la Niña, que escalfen o refreden la regió tropical de l'oceà Pacífic. Presumptament, tots dos són parcialment responsables que la pujada de la temperatura s'hagi alentit durant els últims 15 anys.

L'anàlisi de l'agència espacial nord-americana inclou dades preses per 6.300 estacions meteorològiques a terra, en vaixells i en boies, a més de registres a l'Antàrtida. El seu algorisme, detallen, té en compte la distribució geogràfica de les estacions i l'efecte de l'escalfament propi de les ciutats.

Els 6.300 termòmetres han detectat altes temperatures sense precedents a la superfície del mar, 0,57 graus per sobre de la mitjana del segle XX. A la superfície terrestre, l'escalfament ha estat d'un grau, el quart més alt des del 1880.

La NASA subratlla les grans diferències regionals observades el 2014. Als EUA, algunes parts de la costa est van patir temperatures anormalment fredes, mentre que Alaska, Califòrnia, Arizona i Nevada van registrar el seu any més càlid.

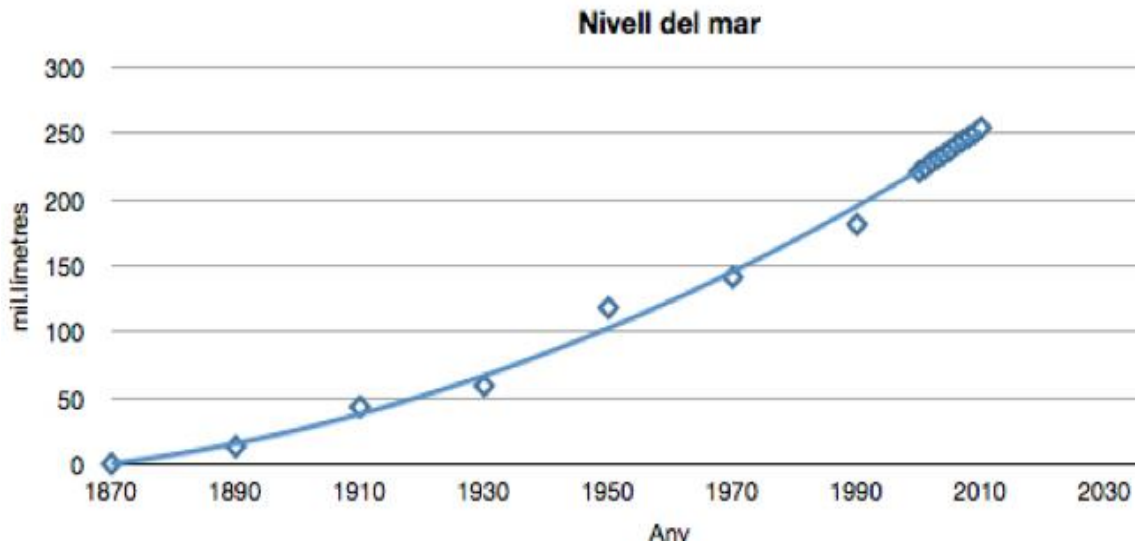
**A l'hemisferi nord, la cobertura de neu va ser la meitat de l'habitual en el registre històric**

A l'hemisferi nord, la cobertura de neu va ser de gairebé 65 milions de quilòmetres quadrats, aproximadament la meitat de l'habitual en el registre històric. A l'Àrtic, la capa de gel, amb 28 milions de quilòmetres quadrats de mitjana, va ser la sisena més petita dels últims 36 anys, quan van començar els registres.

A l'Antàrtida, per contra, l'extensió del gel marí va superar el rècord per segon any consecutiu i es va apropar als 34 milions de quilòmetres quadrats. Des de fa anys, els científics intenten comprendre per què l'Antàrtida es comporta de manera diferent de les tendències globals, encara que insisteixen que la ràpida pèrdua de gel marí a l'Àrtic triplica la magnitud dels guanys a l'Antàrtida.

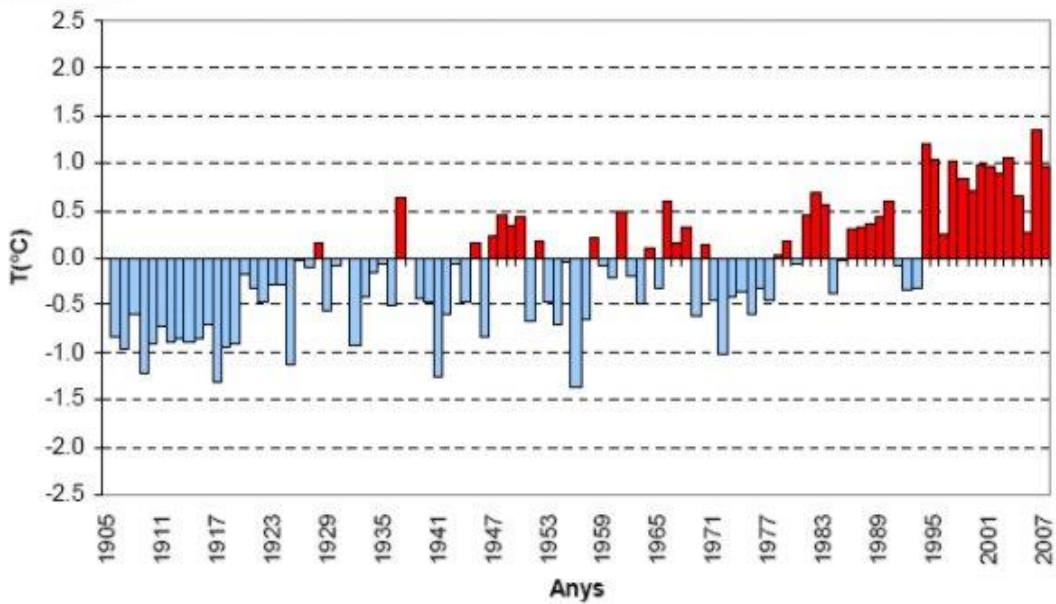
**DOCUMENT 3**

**GRÀFICS**



Servei Meteorològic  
de Catalunya

**Anomalia de la temperatura mitjana anual  
 Obs. de l'Ebre**



**Activitat 2**

Al centre educatiu on treballes editen una publicació digital bimensual que tracta sobre temes relacionats amb el centre. Per a aquesta edició, el director t'ha encomanat que redactis un article que reivindiqui la importància dels valors positius de l'esport en l'educació dels infants i els joves.

Redacta, a partir de l'àudio que sentiràs a continuació, un article d'opinió d'entre 300 i 320 paraules en què donis el teu punt de vista argumentat sobre si creus que els adults podem transmetre aquests valors positius a través del nostre comportament.

*Enllaç al text de suport: <https://youtu.be/pTGPfWeAE2o> (editorial d'Antoni Bassas al diari Ara). Si cliques l'enllaç accediràs a l'editorial en format vídeo. Tanmateix, a la prova real sentiràs un àudio.*

Escriu el text a l'espai corresponent del **Quadern de respostes**.



### Activitat 3

Llegeix aquest text i escriu, al **Quadern de respostes**, la paraula o paraules adequades al context per completar els espais buits. Si no hi cal cap paraula, indica-ho amb el símbol Ø. En alguns casos, hi pot haver més d'una opció de resposta: només n'has de donar una.

#### Comprant per Europa

*Chicplace reuneix mig miler de petites botigues singulars d'Espanya, França i Itàlia*

En una època \_\_\_\_\_<sup>(1)</sup> els carrers principals de les ciutats turístiques s'assemblen cada vegada més \_\_\_\_\_<sup>(2)</sup> oferta comercial, trobar una botiga singular és una troballa per al passejant. Totes les ciutats tenen comerços amb encant, però accedir-hi no és fàcil, \_\_\_\_\_<sup>(3)</sup> és que s'hi viu o s'hi està de viatge. «Són botigues amb dificultats per vendre per Internet», explica Sergi Pastor, que després de 10 anys treballant en el sector del màrqueting en línia va decidir crear Chicplace, un web que serveix de plataforma a locals curiosos d'Espanya, França i Itàlia. Chicplace es va llançar l'abril del 2013 amb 40 botigues de Barcelona i París i ara dona cabuda a mig miler de comerços, també de Madrid, Milà i altres localitats.

Pastor viatjava molt \_\_\_\_\_<sup>(4)</sup> la seva feina a Splendia.com, un web d'hotels de luxe. El seu gust per comprar va fer que s'adonés que a Barcelona, \_\_\_\_\_<sup>(5)</sup> viu, no trobava productes que hi havia en altres ciutats. D'aquí va sorgir la idea de Chicplace. «Les boutiques petites veuen el comerç electrònic com l'enemic», explica, perquè és difícil competir amb les grans marques a escala global. «Nosaltres complim dues funcions: donem l'oportunitat a la botiga d'expandir-se internacionalment, i als consumidors, d'accedir a una oferta diferent», afegeix. A diferència de Rakuten —un dels mercats web, o webs que agrupen diferents negocis, més populars—, que és generalista, Chicplace té la veta de mercat, centrada en moda, joieria, llar i nens.

La plataforma dona feina a una quinzena de persones, la majoria a la seu de Barcelona, i tres més a París. Té un equip del que en diuen chic-hunters, que es dediquen a identificar comerços que s'ajusten als seus interessos. Busquen botigues preferiblement úniques (amb un sol local), amb productes que s'allunyen del gran consum. Chicplace s'endú una comissió sobre les vendes.

El web —amb versions en espanyol, francès, anglès i italià— té més de 5.000 clients, la majoria d'Espanya i França. \_\_\_\_\_<sup>(6)</sup> seu perfil de consumidor, ofereixen continguts de tendències en un blog i a través de les xarxes socials, on sumen uns 25.000 seguidors.

La logística, un dels departaments més complexos de les companyies de venda en línia, s'ha simplificat al màxim. No tenen cap magatzem des d'on es gestiona l'estoc, \_\_\_\_\_<sup>(7)</sup> que cada botiga s'encarrega d'enviar directament al client la comanda. Si es fan tres encàrrecs a tres botigues, el client rep tres paquets (amb les corresponents despeses d'enviament, llevat que hi hagi una oferta).

Per al 2015, tenen l'objectiu de consolidar-se a Europa, augmentar la base de botigues (sobretot d'Itàlia) i atendre \_\_\_\_\_<sup>(8)</sup> clients d'altres països europeus. També llançaran una aplicació per a telèfons intel·ligents.

## Activitat 4

Llegeix aquest text i, de les quatre opcions que hi ha entre parèntesis, tria la que sigui més adequada tenint en compte el context. Les quatre formes són correctes tant ortogràficament com morfosintàcticament, però només una té el significat adequat. Escriu l'opció correcta al **Quadern de respostes**.

### La Universitat de Cervera, la joia de la Corona

El curs acadèmic que va començar el (**sortós / fatídic / fat / fastiguejat**) <sup>(1)</sup> setembre del 1714 no va ser com els altres. Felip V va tancar les universitats catalanes que hi havia en el segle XVIII i va decidir crear-ne una de nova a Cervera. El gener del 1715 ja s'hi farien les primeres classes, tot i que el trasllat definitiu de tots els estudis no es faria efectiu fins al 1717. Mil universitaris d'arreu de Catalunya van fer cap al que aleshores era un poble de tot just 4.000 habitants.

Una de les moltes (**històries / contes / lectures / llegendes**) <sup>(2)</sup> negres que han circulat sobre la Universitat de Cervera afirma que a la seva façana hi havia escrita una frase (**més bé / més aviat / preferentment / àdhuc**) <sup>(3)</sup> impròpia per a una universitat: "Lejos de nosotros la funesta manía de pensar". En realitat, l'origen d'aquesta llegenda té a veure amb l'article d'adhesió al rei Ferran VII que van publicar el 3 de maig del 1827 un grup de professors de la Universitat a la Gaceta de Madrid i en el qual afirmaven: "Lejos de nosotros la peligrosa novedad de discurrir" referint-se a posar en qüestió el règim absolutista. L'anècdota demostra el tarannà reaccionari del (**claustre / col·lectiu / junta / consell**) <sup>(4)</sup> de professors del centre, una característica que també es fa palesa quan s'observa la ideologia del seu canceller (el que ara en diríem rector) Ramon Llätzer Dou, un (**fred / fervent / atípic / freturós**) <sup>(5)</sup> defensor del manteniment de la Inquisició durant les discussions per elaborar la Constitució de Cadis.

En qualsevol cas, no sembla que fos una d'aquelles universitats que marquen profundament els seus alumnes, (**sobre tot / a l'ensem / sobretot / en primer lloc**) <sup>(6)</sup> perquè aquests preferien marxar-ne al cap d'un o dos anys per anar a estudiar a altres universitats més prestigioses, com les de Madrid o Salamanca, atès que a Catalunya no n'hi havia cap altra. Felip V havia decidit tancar-les totes (Lleida, la més antiga de la Corona d'Aragó, Barcelona, Tarragona, Girona i Vic) per crear-ne una de nova a Cervera i premiar aquesta "fidelíssima ciudad", segons va escriure el rei mateix. El tràmit es va (**realitzar / establir / fer / administrar**) <sup>(7)</sup> amb tanta celeritat que el 7 de gener del 1715 mig centenar d'estudiants ja van iniciar el curs al convent de Sant Francesc de Paula de la capital de la Segarra. Era només el principi. L'11 de maig del 1717 el rei va (**aprovar / assolir / refusar / abrogar**) <sup>(8)</sup> el trasllat de tots els estudis universitaris. A Cervera, que llavors només tenia 4.000 habitants, res no va ser com abans: un miler d'estudiants procedents de tot Catalunya van passar a formar part del seu paisatge urbà.

## Activitat 5

Ets la persona responsable de la Regidoria de Joventut de l'Ajuntament. Estàs preparant una taula participativa amb les associacions juvenils del municipi per conèixer-ne les característiques i dissenyar actuacions futures. Com que participes mensualment en un programa de ràdio local, et demanen que hi expliquis aquesta acció.

Fes una presentació a la ràdio en què exposis les característiques principals de les associacions juvenils de Catalunya i valoris la importància d'iniciatives com la taula participativa que organitza la regidoria.

Per preparar la intervenció, ajuda't dels textos de suport. Disposes de **30 minuts** per a la preparació. La durada de la intervenció ha de ser d'uns **4 minuts**. Pots tenir un petit guió al davant per resseguir la intervenció oral però en cap cas pots llegir un text escrit.

### **El moviment associatiu juvenil a Catalunya** **Informe del Consell Nacional de la Joventut de Catalunya**

#### **Introducció**

El moviment associatiu és una eina cabdal per a la construcció d'una ciutadania compromesa amb l'entorn. Les associacions juvenils ajuden a vertebrar la població jove i a sumar forces per defensar els seus drets i lluitar per aconseguir una societat justa i igualitària. Per tant, és essencial poder descriure'l amb precisió i amb dades que ens ajudin a explicar amb claredat quants som, on som, com treballem i què perseguim com a conjunt. El fet de voler saber forma part de la necessitat d'augmentar el reconeixement, suport i foment de l'associacionisme com a model de construcció d'una societat civil organitzada i compromesa socialment amb l'entorn.

L'estudi de les entitats que formen part del Consell Nacional de la Joventut de Catalunya (CNJC) mostra un equilibri en la participació de dones i homes, amb un 50,4 % i 49,6 % respectivament, i una presència majoritària de joves de 16 a 20 anys, amb un 28 % de la participació total. La paritat entre sexes es manté en l'estructura per edats dels membres.

Les entitats tenen un moviment econòmic de gairebé 11 milions d'euros. Moltes vegades s'ha sentit parlar de la dependència econòmica dels fons públics que té el moviment associatiu juvenil, però les dades també mostren una tendència a l'equilibri en aquest sentit. Els fons públics representen un 56,5 % dels ingressos i els fons privats, un 43,5 %. Aquesta serà una dada que caldrà anar seguint amb cura per veure'n l'evolució.

Les entitats del CNJC desenvolupen la seva activitat associativa en el territori català, el 72 % de forma exclusiva, però en alguns casos, aquesta activitat també té lloc en altres indrets. Aquest és el cas de les entitats d'intercanvi i d'algunes entitats socials, que desenvolupen la seva activitat amb caràcter internacional, en el marc de la cooperació. En paral·lel, hi ha entitats educatives presents en

més d'una comunitat autònoma i una part de les d'entitats polítiques tenen un caràcter estatal.

**Problemes actuals**

La principal preocupació de les entitats juvenils és, a hores d'ara, el finançament. En un segon pla, es valoren qüestions al voltant de la participació que es concreten en el relleu als càrrecs executius i a les bases. Aquests dos eixos, finançament i participació, han estat preocupacions tradicionals en les associacions juvenils.

En preguntar a les entitats juvenils sobre la confiança de la societat catalana en les seves accions, han valorat majoritàriament (un 62 %) que aquesta confiança és poca. Es planteja, doncs, la necessitat de cercar noves vies d'apropament al conjunt de la societat, per tal de promoure la coneixença i el reconeixement de les accions de les organitzacions juvenils.

**Avenç i consolidació**

La situació econòmica que s'arrossega des de fa prop de 4 anys ha començat a revertir negativament sobre les expectatives de futur de les entitats. La crisi, a més d'afectar l'economia, repercuteix en els estats d'ànim i en la motivació de les persones. Potser s'hauran de replantejar les activitats per adequar-les als recursos materials disponibles, cercar xarxes de col·laboració a fi d'optimitzar els béns, etc. És a dir, s'hauran de dissenyar noves estratègies per fer front al nou escenari. Les organitzacions juvenils albiren un futur complex, tant per al conjunt del moviment associatiu com per a les mateixes entitats.

**Reptes de futur per a les entitats**

Els principals reptes que es presenten per a les associacions juvenils estan relacionats amb el creixement qualitatiu, l'augment de la participació i el finançament. Aquests reptes no es troben aïllats, ben al contrari, la relació que els uneix posa de manifest la voluntat de les entitats de consolidar-se i aporta una oferta de qualitat i viable, que afavoreixi la participació. El reconeixement social, el creixement quantitatiu i la cerca d'aliances també han estat qüestions valorades per les entitats. En conjunt, es poden dibuixar dues línies de treball, una orientada a l'augment de la base social i l'altra encaminada a les millores internes organitzatives.

**Reptes de futur per a l'associacionisme juvenil**

Les entitats juvenils han valorat que la participació, el reconeixement social i el finançament són els tres temes clau per a l'avenç de l'associacionisme juvenil a Catalunya. L'augment de la participació, en els seus diferents graus, es valora com una eina per a la implicació i el compromís del jovent en l'associacionisme, que alhora permetria un increment en la representativitat de les associacions. El disseny d'eines per apropar-se al jovent i reduir el grau de desafecció existent es planteja com una idea d'acció. En aquesta mateixa línia, la visibilitat de les entitats juvenils es fa necessària per augmentar el reconeixement social i per millorar-ne la incidència.

Finalment, el repte que es presenta en temes econòmics fa referència a la diversificació de les fonts de finançament com a garantia de continuïtat. El canvi de model, que redueixi la dependència econòmica de les administracions públiques, es presenta com una idea d'acció a curt termini per fer front a les expectatives de reducció en els fons d'origen públic.