

Treball de Fi de Grau

Títol

Elements de la ficció en la comunicació mediàtica: com els arquetips clàssics continuen presents en la narració fictícia i factícia

Autoria

Lucas Martorell Riu

Professorat tutor

Albert Chillón Asensio

Grau

Comunicació Audiovisual	<input type="checkbox"/>
Periodisme	<input checked="" type="checkbox"/>
Publicitat i Relacions Públiques	<input type="checkbox"/>
Comunicació Interactiva	<input type="checkbox"/>
Comunicació de les Organitzacions	<input type="checkbox"/>

Tipus de TFG

Projecte	<input type="checkbox"/>
Recerca	<input checked="" type="checkbox"/>

Data

Del 3 al 7 de juny de 2024	<input checked="" type="checkbox"/>
26 de juliol de 2024	<input type="checkbox"/>

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	Elements de la ficció en la comunicació mediàtica: com els arquetips clàssics continuen presents en la narració fictícia i factícia			
Castellà:	Elementos de la ficción en la comunicación mediática: como los arquetipos clásicos continúan presentes en la narración ficticia y facticia			
Anglès:	Elements of fiction in media communication: how the classic archetypes are still present in fiction and factual narrative			
Autoria:	Lucas Martorell Riu			
Professorat tutor:	Albert Chillón Asensio			
Curs:	2023/24	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	
			Comunicació Interactiva	
			Comunicació de les Organitzacions	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Arquetip, imaginari col·lectiu, comunicació mediàtica, periodisme
Castellà:	Arquetipo, imaginario colectivo, comunicación mediática, periodismo
Anglès:	Archetype, social imaginary, media communication, journalism

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	El treball analitza la presència d'arquetips típics de les narracions en notícies periodístiques per demostrar que encara avui dia mantenim aquest llegat històric dels tòpics fins i tot en la informació que pretén ser factual.
Castellà:	El trabajo analiza la presencia de arquetipos típicos de las narraciones en noticias periodísticas para demostrar que en la actualidad sigue manteniéndose este legado histórico de los tópicos incluso en la información que pretende ser factual.
Anglès:	This essay analyses the presence of typical narrative archetypes in journalistic news to prove that even currently we keep making use of the historical legacy of the topics even in what is supposed to be factual information.

Índex

Introducció	4
Hipòtesi	5
Objectius	5
Per què he escollit aquest tema?	6
Metodologia	7
Marc teòric	9
Conceptes elementals per la comprensió del treball	9
Arquetips comuns i la seva representació en l'àmbit de la ficció	15
Marc Aplicat	25
Aplicació dels arquetips en l'àmbit periodístic	25
Conclusions	37
Bibliografia	39

Introducció

Des dels seus inicis, la comunicació entre éssers humans ha estat directament vinculada amb la narració. La humanitat sempre ha emprat els relats per transmetre aquells missatges que consideraven importants. Existeix un lligam entre l'art de contar i la transmissió d'informació que ha estat vigent al llarg de la nostra història com a espècie i que s'ha transformat en un aspecte inherent de la nostra forma de relacionar-nos en societat. Aquesta qualitat ha estat present en totes les civilitzacions existents, ignorant tota mena de frontera cronològica i geogràfica.

La necessitat de comunicar-nos i de despertar l'interès dels receptors implica haver d'embellir el missatge per tal de fer-lo atractiu i captar l'atenció d'aquells a qui va dirigit. Amb l'objectiu d'assolir aquesta fita, l'ésser humà va desenvolupar ràpidament l'habilitat de contar. A través de narracions, es podia transmetre fàcilment una sèrie de conceptes de forma dinàmica. Dins aquesta dinàmica hi ha dos elements principals, el *logos* i el *mythos*. El primer fa referència al concepte, el contingut, l'argumentació i el missatge en si; mentre que el darrer s'utilitza per descriure l'estètica, la interpretació, la imatge que evoquem. *Mythos*, etimològicament prové de parlar, d'emetre sons; el que s'acaba transformant en narrar i explicar històries. Carl Jung defineix aquest concepte¹ com un forma de pensar més simbòlica, no estrictament realista, que s'enfoca principalment en les experiències humanes universals i els matisos culturals de les històries. D'altra banda, l'autor entenia el *Logos* com el pensament lògic, analític, associat a la raó i l'objectivitat. Aquests dos elements són el punt de partida de la mitologia. Sovint s'ha considerat aquests dos conceptes com a oposats, però realment s'acompanyen mútuament; el *mythos* serveix de context per desenvolupar el *logos*. S'emmarca una lògica en una interpretació particular, se la situa en escena.

¹ Jung, C. G. (Carl G., & Fernández de Maruri, R. (2013). Tipos psicológicos / C. G. Jung ; traducción de Rafael Fernández de Maruri. Trotta.

Hipòtesi

La hipòtesi d'aquest text doncs és la convicció que, encara que els temps canviïn i la humanitat vagi desenvolupant-se i mutant, les nostres arrels continuen presents i tenen un pes considerable en la nostra vida quotidiana. La idea que fonamenta aquesta indagació és, doncs, que tot i disposar d'uns sistemes de comunicació molt diferents dels de l'antiguitat, amb televisions, radiofreqüències i dispositius electrònics, la transmissió cultural no ha variat massa en contingut atès que la societat actual continua compartint un imaginari col·lectiu i parteix dels mateixos desitjos i aspiracions que aquelles generacions que ja hem deixat enrere.

Objectius

L'objectiu d'aquest treball de recerca és precisament estudiar com aquestes narracions, així com els tòpics, *logos* i *mythos* que les envolten, influeixen en la comunicació mediàtica encara avui dia en els continguts de ficció, com obres cinematogràfiques o novel·les, entre d'altres; i en continguts definits generalment com a no-ficció, com és el cas dels articles periodístics.

Aquesta influència testimonial que impregna les narracions des de fa mil·lennis es pot detectar a través dels arquetips clàssics, patrons determinats en els quals es basen diversos continguts. Al llarg d'aquest text, es portarà a terme una anàlisi d'alguns d'aquests arquetips, tot aportant exemples contemporanis del seu ús i vinculant-los amb d'altres d'atemporals per reflectir, justament, la idea que aquests han estat heretats al llarg de generacions. D'aquesta forma s'evidenciarà que la comunicació mediàtica actual es troba intrínsecament influenciada per segles de comunicació humana i narratives.

Aquest treball, doncs, és un estudi de les bases de la comunicació mediàtica actual i dels orígens i evolució dels tòpics que l'influencien, i pretén demostrar com la comunicació suposadament objectiva presenta elements propis de la ficció.

Per què he escollit aquest tema?

He escollit aquest tema per elaborar el Treball de Fi de Grau perquè considero que entendre que la nostra forma de comunicar-se està profundament influenciada per un gran bagatge històric, social i cultural és fonamental per fer una bona feina en l'àmbit professional.

Durant aquests quatre anys de carrera, se'ns ha insistit molt amb un concepte força discutible: que el periodisme és una disciplina objectiva. Se'ns ha repetit que, amb l'excepció dels gèneres pròpiament d'opinió, com la columna o l'editorial, els textos periodístics que elaborem han de ser tan objectius com sigui possible; que hem d'intentar que no es reflecteixin valors, ideals o opinions pròpies. El problema d'aquest enunciat és que els textos periodístics no són dades inconnexes, sinó narracions i argumentacions. Tinguin un sol punt de vista o més, incloguin dades numèriques o no, no deixen de ser narracions, i tota narrativa comporta inevitablement un punt de vista, una opinió implícita. És per això que considero important estudiar els orígens i l'evolució d'aquestes, com s'han desenvolupat al llarg del temps i com han mutat juntament amb la societat. Per entendre el periodisme i la comunicació mediàtica actual, hem de comprendre les seves arrels.

D'altra banda, és important tenir en compte altres sectors de l'àmbit cultural, com el cinema o la literatura. Si, al cap i a la fi, tota comunicació es basa en la narració, hi ha una relació entre aquell contingut fictici i el que es vol fer passar per objectiu o de no-ficció. El periodisme adopta moltes referències i influències d'altres productes mediàtics, els quals tenen, de la mateixa manera, les seves pròpies inspiracions. Així doncs, entendre els orígens dels mites, històries i narracions; així com les seves evolucions, permet entendre les influències sota les quals ens trobem subjectes i ser conscients dels arquetips en els quals ens basem de forma instintiva.

Un altre motiu per justificar l'elecció personal d'aquest tema és perquè, tot i no tenir un coneixement massa ampli en l'àmbit cinematogràfic, tinc interès per la branca més literària de la qüestió, i aquest TFG em serveix simultàniament d'excusa tant per llegir algunes obres clàssiques com per a veure l'impacte que aquestes han tingut en el marc de la meva futura professió.

Metodologia

La metodologia d'aquest estudi és força simple, ja que l'objectiu, com ja s'ha mencionat prèviament, és la constatació que els arquetips han perdurat tot aquest temps, continuen fent-ho i s'incrusten de forma inseparable a la nostra forma de narrar esdeveniments i històries, tant fictícies com factícies; concepte que, com exposa Chillón (2014), fa referència aquesta relació entre el periodisme i la literatura de ficció que reflecteix que "els fets no són entitats alienes al discurs, sinó trames de dicció que aquest discurs fa possibles"². Una notícia té per objectiu plasmar la realitat, però aquesta està sovint formada per suposicions i interpretacions. Així doncs, el terme factici es refereix a "la construcció de realitats a través del llenguatge i els mitjans de comunicació, on els fets es presenten no com a reflexos objectius de la realitat, sinó com a construccions elaborades que barregen elements de ficció i realitat"³. Qualsevol relat es veu influenciat per l'autor, suggestionant de forma conscient o inconscient al receptor.

Per tal, doncs, de mostrar la presència d'aquests elements narratius integrats als productes noticiaris, he considerat òptim dividir en treball en tres parts principals que engloben subgrups o especificacions que s'aniran veient al llarg del text. Els tres blocs principals són:

- 1) Una introducció als conceptes més essencials de l'estudi, com és el cas dels arquetips i l'imaginari col·lectiu. Considero important, abans d'entrar en matèria, explicar detalladament el significat dels elements primordials del text per assegurar que s'entenen les qüestions més bàsiques per poder continuar endavant tenint ben assolides les bases.
- 2) Una exploració d'alguns arquetips en específic i la seva aplicació en l'àmbit literari i cinematogràfic per constatar que, efectivament, són elements que

² Chillón, A. (2014). *La palabra facticia : literatura, periodismo y comunicación / Albert Chillón ; prólogos de Jordi Llovet y Manuel Vázquez Montalbán*. (Edición electrónica.). Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions. p.22

³ Chillón, op. cit., p.23

s'originen en l'antiguitat, però que encara avui dia perduren i estan completament integrats a la nostra cultura, producció i fins i tot el dia a dia.

- 3) Una anàlisi d'articles periodístics on es poden trobar arquetips i tòpics prèviament desglossats que confirmen la teoria que fins i tot la comunicació "objectiva" i factícia posseeix rastres d'elements totalment ficticis i creatius a causa de la influència que han causat, de forma permanent, en la nostra comunicació, esdevenint elements inherents del nostre diàleg habitual i quotidià.

Un cop dut a terme l'estudi en si, es finalitzarà la tesi amb un apartat de conclusions extretes d'aquesta anàlisi prèvia per organitzar les dades proporcionades i trobar-ne el significat.

Marc teòric

Conceptes elementals per la comprensió del treball

Per entendre el contingut d'aquest text és imprescindible comprendre a què es fa referència quan es parla d'arquetips, temàtiques i temes, així com entendre què és i què compon l'imaginari col·lectiu. D'aquesta manera, aquest apartat serveix en certa manera per esclarir i especificar aquests conceptes i per facilitar la comprensió del treball i dels temes que s'hi tracten.

En primer lloc, parlem dels arquetips. Segons el Diccionari de la Llengua Catalana, un arquetip és un "patró o model original del qual totes les coses del mateix tipus són representacions o còpies". Vist així, el concepte d'arquetip recorda la definició que atorgava Plató a la idea, fent referència a una entitat eterna, perfecta i immutable en què es basen tots els objectes terrenals, que representaven tan sols una ombra del terme original. De la mateixa manera, un arquetip vindria a ser la idea original, el concepte essencial i consolidat que serveix de patró a seguir per les narracions futures; "patrons universals de comportament i experiència humana", com els defineix Campbell⁴. Els arquetips plantegen la idea de determinades situacions, elements o personatges que han servit de referent per les narracions que han sorgit més endavant. Això no implica, però, que els arquetips estiguin tots creats des de fa mil·lennis o que no en puguin sorgir de nous, sempre pot aparèixer una idea original que esdevingui una referència per obres futures. Per facilitar la comprensió del concepte, que pot presentar certa complexitat, més endavant es tractaran i s'analitzaran arquetips específics, així com la seva adaptació i aplicació a l'entorn mediàtic a través de la literatura, el cinema, els videojocs i, finalment, com a objectiu principal del treball, el periodisme; d'aquesta manera confio que s'esclairiran possibles dubtes pel que fa a aquest terme.

⁴ Campbell, J. (1991). *Las Máscaras de Dios / Joseph Campbell ; versión española de Belén Urrutia, Isabel Cardona*. Alianza.

Daniel H. Kim i Virginia Anderson (1998)⁵ defineixen el concepte com un personatge, símbol, estructura o narració recurrents i genèrics que, generalment, serveixen per educar i allisonar sobre certes accions, actituds o perills, com per exemple la importància d'esforçar-se i treballar, de ser amable amb la gent o de no parlar amb desconeguts. Els arquetips, originàriament, eren elements inconscients, però amb el pas del temps van esdevenir fórmules conscients transmises a través de la tradició, generalment, segons Jung, en forma de doctrina. L'autor afegeix que "en fer-se conscients i ser percebuts, els arquetips experimenten una transformació adaptada a la consciència individual a què apareix".⁶

Continuant amb la definició del mot, Chillón (2000)⁷ parafraseja la postulació de Carl Jung, qui defineix el concepte com d'un element amb "facultats preformadores", és a dir, no és un element plenament format, acabat i perfectament definit, sinó que el defineix com la matriu, l'organisme bàsic a través del qual es formen els altres elements. És el que permet donar forma a les altres narracions. Jung explica que a la psique hi ha determinades formes que hi són sempre presents⁸, ell els anomena "motius". Són termes dels quals també han parlat altres autors; Lévy-Bruh els definia com "representacions col·lectives", mentre que Hubert Mauss utilitzava el mot "categories de la imaginació". Els arquetips, en combinar-se amb els estímuls que rebem els éssers humans, formen les idees, mites i símbols que reflectim a les narracions, i, de la mateixa manera que aquests conceptes sorgeixen dels arquetips, també ho fa la cultura i la tradició, establint així un vincle simbiòtic entre ambdós conceptes que reforça la idea d'aquest treball, que la cultura, i, per tant, la seva transmissió, va directament vinculada amb aquests elements propis de la narrativa. A partir d'aquesta base, el context social i històric de les diverses civilitzacions van formant un imaginari col·lectiu, a vegades conscient i d'altres inconscient, que

⁵ Kim, D. H., & Anderson, V. (1998). *Systems archetype basics*. Waltham, Mass, Pegasus Communications Inc, p.1

⁶ Jung, C. G. (Carl G. (2010). *Obra completa. Los arquetipos y lo inconsciente colectivo / C.G.Jung*. (Segunda edición.). Trotta. p.15

⁷ Chillón, Lluís Albert. "La urdimbre mitopoética de la cultura mediática." *Análisi* (Bellaterra, Espanya) 24 Mite i cultura mediàtica (2000), p. 147

⁸ Jung, C. G. (Carl G. (2010). *Obra completa. Los arquetipos y lo inconsciente colectivo / C.G.Jung*. (Segunda edición.). Trotta. p.52

desemboca en l'adaptació i transmissió d'aquests conceptes.

De la mateixa manera, la *Real Academia Española* posa èmfasi en l'àmbit literari i, a part de definir el terme com a model original, també el determina com un "punt de partida de la transmissió textual", desvinculant-lo de la transmissió oral i atorgant-li al mot una visió més literària. En una altra entrada, descriu el concepte com "imatges o esquemes congènits amb valor simbòlic que formen part de l'inconscient col·lectiu", introduint-nos així a un altre dels elements principals a l'hora d'entendre aquest escrit.

L'imaginari col·lectiu o inconscient col·lectiu fa referència a precisament a tot aquest conjunt de símbols, mites, idees, històries i narracions que formen la cultura popular, és a dir, que comparteixen els membres d'un grup o una societat. A vegades poden ser multiculturals, és a dir, elements presents en més d'una cultura, o a vegades limitar-se a una d'única. L'imaginari inclou d'aquesta manera les narratives culturals, tradicions i arquetips de la comunitat. Pichel (2010)⁹ argumenta que l'imaginari col·lectiu és aquell "espai" on s'ajunten la realitat i la ficció, on s'empren figuracions i elements ficticis per destacar i assenyalar conceptes verídics o, si més no, aplicables a la realitat. Segons Pichel, l'imaginari col·lectiu és on conflueixen els camins de la raó i la imaginació, el que es coneix també com el *logos* i el *mythos*.

L'imaginari col·lectiu, doncs, empra aquests elements amb l'objectiu d'alliçonar i de transmetre les tradicions, creences i valors de la comunitat d'una forma implícita, no directa. Així doncs, com ja s'ha mencionat, s'utilitza el *mythos* per formar una història fictícia on apareixen elements del *logos*, que són els que nodreixen de valor analític la narració. D'aquesta manera es transmet un seguit d'idees de forma aparentment innocent perquè calí millor. És més fàcil per un nen entendre que no s'ha de parlar amb desconeguts si se li narren històries en què parlar amb desconeguts sempre acaba malament que si simplement se li transmet el concepte sense un context. En definitiva, l'imaginari col·lectiu defineix la construcció social i cultural que creen els símbols i significats en una societat. Jung, qui considerava aquests

⁹ Pichel, S. F. (2010). Mitos e imaginarios colectivos. *Frame: Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, 6, p.266

coneixements no estaven a la consciència sinó que existien exclusivament degut a l'herència, ho entenia de la següent manera:

La meua tesi, doncs, és la següent: a diferència de la naturalesa personal de la psique conscient, hi ha un segon sistema psíquic de caràcter col·lectiu, no personal, a més de la nostra consciència immediata, que és de naturalesa perfectament personal i que nosaltres —encara que li posem com addició el que és inconscient personal— considerem com l'única psique empírica. Aquest inconscient col·lectiu no es desenvolupa individualment sinó que és hereditari. Consta de formes preexistents, els arquetips, que poden arribar a ser conscients només de manera secundària i que donen formes definides a certs continguts psíquics.¹⁰

Seguint amb les definicions, una diferenciació important a destacar és l'existent entre temàtiques i temes, dos conceptes bastant similars, però que presenten algunes diferències fonamentals. Recuperant l'article de Chillón¹¹, aquest defineix les temàtiques com conjunts o constel·lacions de temes. Segons l'autor, les temàtiques aborden conceptes tan amplis que esdevenen poc específics. Engloben elements genèrics com l'amor, la mort o el destí. Els temes, en canvi, són acotacions més concretes de les temàtiques, figuracions ja quallades d'aquestes temàtiques que tant abasten. Per exemplificar-ho, es podria considerar el trajecte, destí o viatge com una temàtica i la partida, el retorn a casa o l'establiment d'una nova llar com temes.

Aquests són els elements més amplis i abstractes que s'empren en la constitució d'arquetips i d'un imaginari col·lectiu, però no es pot ni s'hauria d'ignorar la rellevància d'altres conceptes més simples i directes en la creació d'aquests fenòmens. De la mateixa manera que es generen temàtiques i temes que abasten grans dimensions, és igualment important crear elements més acotats per transmetre els valors col·lectius generacionals, i això es fa a través de tres elements més.

En primer lloc, es troben els personatges. No és gens estrany trobar els

¹⁰ Jung, C. G. (2010). O.C. Jung 09/1: Los arquetipos y lo inconsciente colectivo: (2 ed.). Madrid, Editorial Trotta, S.A. p.42

¹¹ Chillón, Lluís Albert. "La urdimbre mitopoética de la cultura mediática." Análisi (Bellaterra, Espanya) 24 Mite i cultura mediàtica (2000).

mateixos prototips de persones en moltíssimes obres diferents. Encara que aquestes estiguin representades per individus diferents, poden tenir moltes qualitats en comú. Dels personatges se'n fa una anàlisi més profunda en el següent apartat, tractant els arquetips més famosos i comuns, però per fer-ne cinc cèntims, parlem de figures com la de l'heroi bondadós, una persona – generalment home – valenta i decidida, que actua seguint el bé absolut i no pren mai decisions moralment qüestionables. Tot allò que fa, ho fa com un acte de generositat i bondat. Un altre exemple és el seu antònim, el malvat, una criatura menyspreable amb l'únic objectiu de fer el mal i causar tant dolor i caos com sigui possible, a vegades, actua d'aquesta manera de forma justificada, i d'altres simplement és malvat per naturalesa, el que ens porta a parlar del següent element, els motius.

Torno a remarcar que aquests exemples més específics compten amb una descripció més detallada al següent punt d'aquest treball, per tant, en aquests paràgrafs introductoris simplement se'ls presenta per tal que el lector pugui fer-se una idea de què s'està parlant. Dit això, les narracions no només transmeten accions i actituds, sinó que també acostumen a incloure els motius pels quals els personatges actuen de determinada manera. Alguns d'ells són moguts per causes nobles, com l'altruisme, el sacrifici o la bona fe, mentre que d'altres són més pràctics i pragmàtics i els mou la necessitat, l'instint de supervivència o els diners. Sigui com sigui, els personatges no acostumen a actuar perquè sí, no els mou la inèrcia, sinó que tenen raons – de més o menys pes – per fer el que fan. Per Carl Jung els motius són les expressions de l'inconscient que formen els arquetips i ajuden a la gent a donar context a les seves experiències¹², definició que Joseph Campbell complementa definint-los com els elements que connecten l'experiència individual amb l'experiència humana universal¹³.

Finalment, per concloure aquest apartat explicatiu, és interessant analitzar la importància dels *loci*, els llocs o ubicacions. Encara que sovint no es tingui en consideració, els espais també presenten constantment les seves pròpies

¹² Jung, C. G. (1971). *Psychological Types* (R. F. C. Hull, Trans.). Princeton University Press.

¹³ Campbell, J., & Moyers, B. D. (1991). *El Poder del mito / Joseph Campbell en diálogo con Bill Moyers* ; [traducción: César Aira]. Emecé.

característiques, i la ubicació on es desenvolupa l'acció, sigui completament o de forma parcial, és un element que determina i adverteix sobre com es desenvoluparà l'acció. Per exemple, els westerns venen vinculats o bé a petites ciutats que presenten sempre un gran carrer lineal, que ja convida a participar en un duel, envoltat pels edificis des d'on surt la gent a contemplar l'espectacle. També tenen sempre un *saloon* amb dues petites portes de fusta i una planxa al terra que sempre sona quan la trepitja el personatge principal o l'antagonista. Un *saloon* amb un pianista on acaben havent-hi trets o baralles per qualsevol malentès, relacionat amb el protagonista. El fet que l'escena es desenvolupi en aquest local ja determina que acabarà havent-hi alguna revelació d'un o més personatges, una recerca d'informació o un conflicte violent.

De forma similar, trobem les pel·lícules típiques de Nadal on es mostra una persona que viu a la gran ciutat i viatge a un poblet petit per passar les vacances. En aquests films la gran ciutat representa el capitalisme, l'èxit econòmic, l'acumulació de riquesa i, sovint, el somni americà. Viure a la gran ciutat és sinònim d'adquirir grans xifres mensualment, d'escalar posicions a l'empresa, acompanyades d'un increment en el salari i de buscar sempre més i més diners, és pura avarícia. D'altra banda, el poblet representa els valors humans, la connexió interpersonal, l'abandonament de l'avarícia, la pèrdua de l'alienació capitalista fins a arribar a la conclusió que, l'important, és trobar l'amor.

D'aquesta manera, l'espai on succeeix l'acció ja delimita i, fins i tot, determina la necessitat que passi dita acció. L'aparició de dues formes de civilització, una enorme i impersonal i l'altra reduïda i propera ja implica un canvi personal, una evolució de personatge en passar d'un escenari a l'altre. L'actitud dels personatges no pot ser la mateixa si se'ls situa en espais tan diferents. Així doncs, l'espai és un element sovint ignorat però indispensable a l'hora d'entendre el desenvolupament de l'acció, i, de la mateixa manera que amb els personatges o motius, l'espai també és víctima d'una "arquetipació" que al llarg del temps ha anat formant escenaris predeterminats que ja tenen una història mitjanament designada pel simple fet d'on i quan s'emmarca, ja que l'escenari no representa només el lloc, sinó el temps i l'entorn social. Si l'espai succeeix al Londres burgès del segle XIX, els personatges ja estan forçats a ser de determinada manera i actuar de certa forma. Pots tenir un personatge que se surti de

l'establert justament per donar lloc a una història, però la gran majoria es mantindrà fidel al què l'entorn estableix.

Arquetips comuns i la seva representació en l'àmbit de la ficció

Resultaria pràcticament impossible recopilar i analitzar tots els arquetips mai emprats, ja que constitueixen un nombre massa elevat per dur a terme un estudi exhaustiu de la seva constitució, especialment en un treball que no té com a objectiu la seva anàlisi, sinó que pretén estudiar la seva influència en l'àmbit mediàtic i periodístic. Així i tot, considero important realitzar una recollida selectiva d'alguns dels tòpics més importants i recurrents per facilitar la comprensió del concepte en general i proporcionar exemples específics. D'aquesta manera es pot veure de forma acurada i precisa com aquests elements apareixen doncs en l'àmbit d'interès i com compleixen la mateixa funció que tenen en la literatura i el cinema, és a dir, els àmbits més vinculats a la ficció que no pas a la representació suposadament objectiva de la realitat. De la mateixa manera, la presentació d'aquests termes serveix també com a llançadora per veure també dita representació en els sectors de l'oci i l'entreteniment abans de fer el salt a l'àmbit informatiu.

La presència d'arquetips és constant en tots els sectors del camp narratiu, des de l'àmbit literari fins a l'audiovisual. Sent la narració literària la forma de transmissió i representació d'històries immediatament posterior a l'oral (basades en llenguatge, per la qual cosa no es tindria en consideració elements com l'art rupestre) i, sovint, sent una simple plasmació del que es transmetia abans verbalment, no hi ha dubte que els arquetips d'aquelles narracions s'han adaptat a l'escriptura i transmès a través de la mateixa. De fet, molts arquetips han sorgit directament durant l'etapa de l'escriptura i s'han consolidat així mateix en aquest mètode de transmissió cultural.

De la mateixa manera que la transmissió oral va ser plasmada en l'escripta, l'audiovisual prové d'aquesta darrera i, per tant, ha adoptat també els seus arquetips. Així doncs, el patró s'ha mantingut i la producció audiovisual ha heretat els elements primordials de l'escriptura i la narrativa oral, permetent que aquests arquetips al voltant dels quals pivota aquest estudi perdurin encara avui dia i siguin presents de forma general al nostre imaginari col·lectiu.

Com es comenta a la introducció del treball, la influència de les tradicions culturals sobre la cultura mediàtica és un tema que s'ha tractat amb anterioritat, però ha rebut un enfocament principalment dirigit a l'àmbit cinematogràfic, mentre que l'afectació d'aquest imaginari al periodisme no s'ha estudiat massa a fons. Pel que fa al primer d'aquests dos, s'han dut a terme anàlisis que demostren com moltes pel·lícules de culte i, també, de no tan conegudes, es basen en els mateixos tòpics que altres formes d'expressió.

L'heroi

Un bon punt de partida és l'arquetip de l'heroi, un dels més comuns i primordials. Prèviament mencionat, aquest tòpic representa un protagonista noble, que busca el bé i posseeix un codi moral a envejar. Totes les accions que porta a terme i les decisions que pren són per millorar la situació. Les seves intencions són sempre benignes, en cas que causi algun mal es deu al fet que, o bé s'ha equivocat, o bé l'han enganyat per tal que ho fes, i en aquests casos acostuma a penedir-se de les seves accions. Per Jung, el de l'heroi és un dels arquetips més fonamentals de l'inconscient col·lectiu, ja que reflecteix aspiracions comunes de la humanitat el que ajuda a enfrontar i resoldre conflictes interns¹⁴. Així mateix, Campbell considera que l'heroi ha esdevingut un arquetip universal perquè mostra la capacitat humana de creixement i superació personal a través del seu viatge.¹⁵

L'heroi és algú que porta a terme grans gestes pel bé de la seva gent o el seu poble. En les narracions més antigues, sovint representa un servidor del rei o alguna figura d'autoritat. Pel que fa als seus orígens, són molt diversos. Alguns com el rei Artús o Harry Potter provenen de llinatges importants, mentre que d'altres com Frodo o Bilbo Saquet tenen orígens humils i es veuen involucrats en l'aventura sense que aquesta vagi vinculada al determinisme biològic. Hi ha un tercer possible cas, una mena d'híbrid dels altres dos on l'heroi pot formar part o no d'alguna dinastia especial,

¹⁴ Jung, C. G. (Carl G., & Fernández de Maruri, R. (2013). *Tipos psicológicos / C. G. Jung ; traducción de Rafael Fernández de Maruri*. Trotta.

¹⁵ Campbell, J. (2008). *The hero with a thousand faces* (Vol. 17). New World Library.

però està predestinat a viure el viatge, sovint determinat per una profecia, com seria el cas d'Èdip. Rosa de Diego (2000) afegeix que l'heroi:

Reflecteix l'imaginari d'un autor o d'una època, i permet així observar quines característiques essencials enlluernen el desig fonamental de l'home en un moment determinat. L'heroi literari va a ser en aquest sentit l'exemple personalitzat d'un segle, la representació i l'arquetip d'una norma. D'altra banda, cal assenyalar que aquest heroi, tot i morir a la ficció, roman viu a través de la història literària, en la lectura i, en aquest sentit, s'acosta al concepte de mite perquè l'eternitat de la literatura el fa immortal¹⁶.

L'autora, doncs, afegeix el concepte que, tot i que l'heroi d'una història en específic mori, el que representa es manté vigent, absorbit per l'arquetip per ser emprat en altres relats. També destaca el fet que el personatge de l'heroi no només representa tot allò que és bo, sinó que s'emmarca en la cultura i els valors de qui el crea i de l'època i el context en què es troba. Per tant, tot i que la seva figura sigui constant en les narracions, pateix diverses variacions depenent del moment, espai i context social.

La mentalitat de l'autor i l'entorn del moment és un element important, ja que, el que es considera un heroi en cert context, pot no ser-ho en un altre ambient o, fins i tot, arribar a representar tot el contrari i esdevenir un malvat. Un clar exemple d'aquest fenomen seria Odisseu. A la *Ilíada*, Tersites critica Agamèmnon, rei d'Argos. Tersites acusa el seu monarca d'egoisme per conduir les seves tropes a una guerra per motius personals i, sobretot, per quedar-se la major part del botí guanyat pels seus soldats. En un context actual, Tersites podria ser considerat un heroi, per atrevir-se a fer front a un líder despietat, un tirà, des de la seva posició clarament inferior. En el cas del clàssic grec, però, Tersites és tot el contrari; contradir un monarca escollit per Zeus no és un senyal de pensament crític, sinó una greu ofensa. Per aquest motiu, Odisseu, qui, per Homer, és un dels herois, fa justícia pel seu compte i agrideix de forma tant física com verbal Tersites per atrevir-se a difamar a Agamèmnon. Així mateix, un cop Tersites no és tan sols víctima del càstig que li imposa Odisseu, sinó

¹⁶ De Diego, Rosa (2000). Sobre el héroe decadente. *Thélème*. Revista complutense de Estudios Franceses, 15, 57-68.

que també pateix burles per part dels seus compatriotes, qui són víctimes de l'egoisme del monarca. Per reforçar la idea que és Odisseu qui actua bé i no Tersites, Homer afegeix¹⁷:

Oh déus! Moltes coses bones ha fet Ulisses, ja sigui donant consells, ja sigui preparant la guerra; però això és el millor que ha executat entre els aqueus: fer callar l'insolent bocamoll, l'ànim agosarat del qual no l'impulsarà en endavant a ferir amb paraules injurioses als reis.

D'aquesta manera Homer transmet la idea que aquest rebuig al qüestionament de l'autoritat és una facultat lloable i compartida per tots; per tant, que Odisseu sigui qui s'atreveix a alçar la veu en contra Tersites reflecteix la seva condició d'heroi.

I recuperant el que es comentava anteriorment, una novel·la actual en què l'heroi agredís algú per dur-li la contraria al representant del poder i l'autoritat causaria que sorgissin dubtes sobre la puresa moral del personatge o si realment se'l podria considerar heroi. Per posar un exemple, ningú considera que O'Brien, fidel adoctrinador del règim a *1984* sigui un heroi pel fet de defensar la doctrina imposada del governador suprem, ans al contrari, el fet de perpetuar la ideologia del tirà el converteix en un malvat.

En definitiva, doncs, es remarca aquesta idea que presentava Rosa del Diego que l'heroi reflecteix l'imaginari social de l'autor, que ve definit pel context social en què viu i per les idees que se li han inculcat. Concepte que demostra que encara que els arquetips perdurin en el temps poden mutar; de fet, és la seva capacitat d'adaptar-se el que causa que continuen sent vigents al llarg dels segles. La seva mutabilitat, doncs, no és casualitat, sinó causalitat.

Un altre gran element definitori dels herois és la seva aparença. Excepte en casos comptats, com *El geperut de Notre-Dame*, la gran majoria de narracions que presenten un heroi coincideixen que l'aparença d'aquest és majestuosa. Quan es tracta d'un home, com és la majoria dels casos, acostuma a ser un exemplar magnífic d'ésser humà, sent alt, fort, musculós i atractiu, amb espatlles amples i una mandíbula

¹⁷ Homer, *La Íliada*. S.VIII a.c, Cant II versicle 278

afilada. En cas de ser una heroïna, acostuma doncs a ser igualment atractiva, prima i esvelta; en altres paraules, una *femme fatale*, arquetip del qual també es parlarà més endavant. Recuperant l'exemple anterior, Odisseu, Agamèmnon, Aquil·les, Hèctor i la resta dels herois són persones no només fortes i valentes, sinó també summament atractives, fins a arribar al punt on se'ls defineix com deïformes. D'altra banda, no pas fruit de la casualitat, Tersites, qui també és un soldat i, per tant, hauria de tenir una aparença robusta i forta, és descrit com un home lleig, guenyo i parcialment calb que camina encorbat.

Principalment en les narracions més antigues, es representen els personatges heroics com físicament atractius i agradables per transmetre la idea que els valors morals i l'aparença captivadora van plegats. De la mateixa manera, aquells personatges que presenten alguna mena de corrupció espiritual o simplement una llunyania dels valors dignes de l'heroi acostumen a ser poc atractius per evitar que el lector senti cap mena d'empatia o atracció cap aquest. La idea és que ningú es vulgui sentir representat pel malvat: per aquest motiu, se'l fa repulsiu en tots els aspectes. El contrari passa amb l'heroi, se'l fa físicament agraciat per impulsar subconscientment un desig de ser com ell.

L'arquetip de l'heroi sovint ve acompanyat d'un altre aspecte fonamental a part de la seva inherent bondat, els seus valors incorruptibles i la seva aparença; el personatge sovint ha de dur a terme un viatge. Campbell (1949)¹⁸ expressa el concepte del "*monomite*", la idea d'una mitològica universal aplicable a totes les societats i grups d'individus. Un dels exemples que posa és precisament aquest viatge o travessia de l'heroi. Tot i que pot tenir algunes alteracions, generalment segueix aquest patró: En primer lloc, es presenta l'heroi en el seu entorn habitual, es mostra abans no hi hagi res fora l'ordinari. Tot seguit se li presenta una crida a l'aventura, sigui degut a un problema o una oportunitat. A vegades, l'heroi rebutja inicialment l'aventura, però eventualment acaba acceptant, sovint per causes de necessitat imperiosa com la protecció o salvació d'aquells a qui més s'estima. Més endavant es trobarà amb qui esdevindrà el seu mentor, un personatge – sovint d'edat avançada – que l'ajudarà a créixer i formar-se com heroi; la figura del vell savi constitueix un arquetip en si mateix

¹⁸ Campbell, J. (2008). *The hero with a thousand faces* (Vol. 17). New World Library.

el qual es tractarà més endavant. A mesura que avança, anirà trobant-se amb perills i enemics que superarà, sovint amb l'ajut de companys o interessos amorosos, fins a arribar a la seva tasca final, que superarà després d'una catarsi que el portarà a un renaixement – literal o metafòric – que reflecteix la seva evolució personal. Un cop superada la seva odissea personal, torna exitós a casa amb alguna recompensa, sigui material o una nova companyia.

Són moltes les obres literàries que segueixen aquest patró, tant de relativament actuals com *Harry Potter*, *El senyor dels anells* o *Dune* com de més antigues; com la prèviament mencionada *Ilíada*, *l'Odissea* o *La Divina Comèdia*. De la mateixa manera, l'arquetip també ha arribat al cinema a través de les adaptacions dels textos prèviament mencionats i de projectes directament pensats per la gran pantalla sense ser prèviament extrets d'un llibre com és el cas de les pel·lícules d'*Indiana Jones*, *Star Wars* o, de forma menys convencional però, així i tot aplicable, *Forrest Gump*.

Per concloure amb la figura de l'heroi, cal mencionar que, pot acabar exercint una funció de messies, esdevenint un líder religiós i un símbol de canvi i esperança pel seu poble o els seus seguidors. Aquest fanatisme, però, pot acabar desencadenant un moviment extremista contrari a les idees que pretén transmetre l'heroi, com és el cas de *Dune*, de Frank Herbert, en què s'adopta l'heroi protagonista com un ídol de masses fins a arribar a tractar-lo com una divinitat, el que porta a un desenvolupament radical per part d'alguns dels fidels. Així mateix, a vegades l'heroi no té l'oportunitat de tornar a la llar sa i estalvi, sinó que esdevé un màrtir per una causa major com protegir als indefensos, com passa amb Kelsier, qui és un dels herois de *l'Imperi final*. Kelsier s'enfronta al principal malvat per salvar uns innocents i mor en l'acte. El personatge acaba sent adoptat com un símbol d'esperança, i el seu sacrifici el converteix en l'ídol d'una nova creença religiosa que es forma al voltant de la seva actuació.

El malvat

Canviant completament de paradigma, es troba l'altra cara de la moneda, el malvat. En ser el rival directe de l'heroi, també és el seu contrari. On l'heroi és bondadós i just, el malvat és malèfic i corrupte. Tot i que en ocasions aquest

personatge és simplement malvat *per se*, sense cap justificació aparent més enllà de la voluntat de causar patiment, sovint és l'heroi de la seva pròpia història; algú que comet actes que es poden catalogar d'immorals per assolir un objectiu que blanqueja les seves accions. Són la personificació de la mítica cita "el fi justifica els mitjans".

L'objectiu del malvat i el de l'heroi són oposats i mútuament excloents, perquè un guanyi l'altre ha de perdre. Així doncs, per assolir la seva fita desitjada, és un requisit superar al rival. Tot i que l'heroi acostuma a ser el protagonista, la figura del malvat és de vital importància per la narració; no només és un dels personatges principals sinó que sovint es considera, com indica Indick (2004)¹⁹ que el nivell d'entreteniment no es basa en la benevolència de l'heroi, sinó en la maldat del seu rival.

La seva representació en l'àmbit de la narrativa i el cinema no és difícil de trobar; com ja s'ha comentat, allà on hi hagi un heroi hi ha un malvat. Un dels més reconeguts a nivell mundial actualment és el Joker, l'antítesi de Batman. Si l'heroi vol acabar amb la delinqüència i portar l'ordre i la pau a la ciutat, el malvat pretén desencadenar el caos. Aquest cas en particular exemplifica la forma més simple i pura del malvat, aquell que no té una fita específica que requereixi els seus mètodes, sinó que simplement gaudeix de la destrucció i el dolor. El mateix Batman té altres rivals que trenquen la llei i la moralitat per motius més justificats, com Mr. Freeze, qui roba i assalta per finançar experiments que l'ajudaran a curar la seva dona o Poison Ivy, qui ataca aquells que contaminen i amenacen el medi ambient.

Hi ha casos on un heroi acaba esdevenint un malvat a causa de l'experimentació d'un xoc entre la realitat i el seu imaginari, com és el cas de Darth Vader a *Star Wars*, qui originàriament forma part del bàndol que lluita per la llibertat fins que veu que els seus dirigents són egoistes i corruptes, el que el fa perdre la fe i donar l'esquena als protectors de la república i esdevenir un *sith*, un malvat. Finalment, però, complint amb el viatge de l'heroi i el tòpic del sacrifici desinteressat, acaba experimentant una catarsi i s'enfronta al malvat principal, donant la seva vida per salvar al seu fill.

Un altre exemple d'aquest procés es pot veure a la pel·lícula d'animació

¹⁹ INDICK, W. (2004) *Psychology for Screenwriters*. California: Michael Wiese Productions.

Megamind, on el protagonista, tot i tenir bones intencions, comet errors constantment que el fan ser discriminat i apartat de la societat; en part degut també a la seva aparença diferent. Aquest rebuig constant fa que accepti el rol que els altres li han atribuït i esdevé un malvat. Eventualment, amb l'ajut de l'interès amorós, escapa del determinisme social i es converteix en heroi per tal de salvar la ciutat d'un mal major de la seva creació, esmenant així els seus errors i consolidant-se com heroi en obtenir l'apreciació dels conciutadans.

Un cas similar sense aquesta redempció que dona pas a un final feliç és el de *Frankenstein*. La creació del doctor no té males intencions, és una criatura innocent, però després de ser rebutjat, discriminat i agredit quan intenta comunicar-se o ajudar a causa del seu aspecte aterridor, permet que el ressentiment el domini i es converteix en un monstre que cerca venjança. La diferència amb l'obra anterior, com es comentava, és que la creació del doctor Frankenstein no abandona la seva set de sang, sinó que culmina la seva revenja assassinant al seu creador i a la seva família per finalment suïcidar-se un cop ha assolit el seu objectiu.

En resum, l'arquetip original del malvat el planteja com un personatge capaç de qualsevol atrocitat per obtenir el que vol, una exageració dels defectes humans per tal de marcar clarament qui és l'heroi. És cert que al llarg del temps han aparegut tan malvats com herois moralment grisos, que fan qüestionar-se qui és qui o si el rol està tan clarament definit, però la figura de l'antagonista acostuma a ser una sense cap mena d'escrúpols ni decència. El malvat forma part de la narració per oposar-se a l'heroi i ser derrotat en una gran batalla final per reflectir que el bé sempre guanya.

La femme fatale

S'ha parlat de l'heroi i la seva antítesi, però qui també tenen rols establerts són els companys d'aquesta figura central. Hi ha una sèrie de personatges a les narracions que es troben en algun punt de la història amb el protagonista, entre ells, el que es coneix com la *femme fatale*. Julie Grossman²⁰ (2020) la defineix com una dona intel·ligent, astuta i enganyosa; una figura frustrada i furiosa que sovint actua de mercenària. És seductora, extremadament atractiva i excessivament sexual, aspectes

²⁰ Grossman, J. (2020). *The femme fatale*. Rutgers University Press, p.1

en els quals es basa la seva funció en la narrativa. Una dona preciosa que utilitza el seu encant i una falsa pretensió d'innocència per manipular els actes de l'heroi. Eventualment, però, la seva devoció pel protagonista la fa abandonar el seu estil de vida i sacrificar-ho tot per l'heroi.

Un dels exemples més comuns i famosos actuals és el de les pel·lícules de *James Bond*, protagonitzades pel gran espia homònim, qui és fort, intel·ligent, valent i atractiu i té l'objectiu de salvar el món, un altre gran exemple d'heroi. Per enaltir la figura de l'agent 007, és omnipresent a totes les pel·lícules una *femme fatale*. Bond sempre s'acaba trobant amb una noia extremadament atractiva que li va al darrere, incapaç de resistir-s'hi.

Un altre exemple, vinculant-ho altre cop amb Batman, heroi prèviament mencionat, és el de Catwoman. Un personatge que és originàriament una lladre, vestida de làtex per ressaltar la seva figura atractiva, que flirteja i intenta seduir l'heroi cada vegada que se'l creua. En alguns còmics s'acaba enamorant d'ell i abandona la seva vida com a delinqüent gràcies a la influència positiva que el protector de Gotham exerceix en ella.

L'arquetip de la *femme fatale* denota una visió clarament masculista de la figura de la dona. En ser una idea tan antiga, reflecteix una representació de la dona igualment arcaica, reduint-la a una mera assistent de l'home, qui porta a terme l'acció principal i qui s'enduu el mèrit de la victòria. Així mateix, es presenta la dona com una persona propensa a la manipulació i la traïció, que només és capaç de trobar la redempció i seguir el camí correcte gràcies a la intervenció de l'heroi. La conversió del personatge originàriament corromput o fins i tot malvat en una persona decent i cívica serveix per enaltir l'heroi i mostrar com la seva bondat, voluntat i poder de convicció el fan ser capaç de canviar el seu entorn, fins i tot en causes aparentment perdudes.

El vell savi

Deixant de banda l'atractiu físic i passant a l'àmbit del creixement personal i l'intel·lecte, se'ns presenta un nou arquetip; el del vell savi. L'arquetip del vell savi, com ja defineix el nom, fa referència a un personatge d'edat avançada que posseeix

grans i profunds coneixements. Aquest acostuma a actuar com a mentor de l'heroi, guiant-lo durant el seu trajecte i transmetent-li el seu coneixement quan el valerós protagonista dubta. Segons Jung, el vell savi és una manifestació de la saviesa interna.

La tasca del vell savi, doncs, és una d'assistencial. No és el protagonista i, sovint, no es troba present durant gran part de la narració, però és vital pel desenvolupament de l'heroi i de la trama. Aquest arquetip és representat per personatges com Gandalf a *El senyor dels anells*, Dumbledore a *Harry Potter* o, si se'n busca un amb menys misticisme i màgia, es podria parlar d'Alfred, majordom de Bruce Wayne a *Batman*. Tots ells són personatges de certa edat, el que els concedeix una saviesa particular, ben armats de paciència i consells, i sovint són l'àncora de l'heroi quan necessiten recordar per què val la pena lluitar i fer sacrificis. També és present aquesta tipologia de personatge amb personatges com l'oncle Iroh a les sèries animades d'Avatar o les pel·lícules d'*Astèrix i Obèlix* amb el druida Panoràmix.

Marc Aplicat

Aplicació dels arquetips en l'àmbit periodístic

Aquests són tan sols alguns dels arquetips que han arribat fins al dia d'avui, de la mateixa manera que es podrien haver posat centenars d'exemples que mostrin la seva vigència en l'actualitat; però l'objectiu d'aquest treball no és mostrar tots els arquetips existents, sinó veure com aquests s'infilten en la comunicació periodística suposadament objectiva i factual. Així doncs, havent definit aquests elements i mostrat alguns exemples, aquest apartat tracta la manera en què els mitjans de comunicació plasmen aquestes figures literàries en els seus productes, sent víctimes de la influència del passat i evidenciant que el periodisme no deixa de ser una forma de transmetre històries i, per tant, aprofita elements propis de la narrativa, sigui fictícia o factícia.

L'heroi

Com s'ha fet a l'apartat anterior, es pren com a punt de partida la figura de l'heroi, sovint el personatge protagonista de la narració i el malvat, el seu contrari o, com el definiria Jung, la seva ombra. És cert que moltes notícies del dia a dia no tracten sobre una persona en concret, sinó sobre un col·lectiu o directament de dades, i quan ho fan és difícil atribuir-li les funcions de l'heroi o del malvat als seus participants. Així i tot, hi ha certes situacions que faciliten l'ús d'aquesta narrativa, com és el cas de conflictes bèl·lics. Actualment hi ha dues grans confrontacions amb ressò constant a escala internacional, el conflicte entre Israel i Palestina i la guerra entre Rússia i Ucraïna; aquesta situació en què dos poders amb idees oposades s'enfronten entre ells, sovint per obtenir la llibertat o recuperar el que es considera propi permet revestir els seus participants dels valors clàssics de l'heroi i el malvat i, per tant, de forma conscient o inconscient, atribuir-los aquestes personalitats.

Observant, doncs, les notícies sobre el conflicte que pateix l'Europa oriental, es pot veure com els mitjans espanyols situen Volodímir Zelenski, president d'Ucraïna, com un abanderat de la llibertat del seu territori i la defensa dels drets humans que lluita contra la crueltat i voluntat russa de doblegar als civils, personificada per Vladímir

Putin, qui representa el malvat. Aquesta atribució de rols es pot constatar en diversos exemples. El mitjà *El Independiente*, per exemple, publicava fa dos anys un article titulat “ *Volodimir Zelenski, el héroe que encarna el coraje de un pueblo*”²¹, un títol que no dona peu a la interpretació, sinó que planteja de forma explícita aquesta atribució del rol de l'heroi en el president ucraïnès. L'article comença reiterant el que transmet el titular, iniciant el text afirmant que Zelenski és un heroi dels nostres temps. Defineix el líder ucraïnès com una encarnació del coratge, algú que inspira i anima als seus soldats en desplaçar-se al front i plantar cara al “president de la nació més poderosa del món”. Segons l'article, els homes estan disposats a seguir-lo, el què mostra la seva consolidació en el lideratge, afegint que, com Winston Churchill, qui també va ser tractat com un heroi durant la Segona Guerra Mundial, “carrega el poble a les seves espatlles”. Fins i tot mencionen com “representa una llum que fa front a la foscor”. També destaquen la seva presència, el seu magnetisme a l'hora de proclamar aquesta lluita, amb la seva veu ferma i potent que reflecteix la seva determinació. No obstant la seva força, és humil, agraeix l'ajuda que se li proporciona des de l'exterior i afirma que és gràcies a aquesta que la causa pot continuar. Recorden que el president és un ucraïnès més, que va amb samarreta no per comoditat ni obligació, sinó perquè així és com vesteixen els seus compatriotes. Aquells que han parlat amb ell el defineixen d'una forma curiosa: proper i bromista, tot el contrari a Putin. Es fa referència també amb com va rebre el suport d'un oligarca durant la seva campanya, però un cop va assolir el poder, no es va doblegar davant les exigències d'aquest.

S'emfatitza també en els seus orígens, sobre com prové d'una família humil part de la qual va ser víctima de repressió nazi. De la mateixa manera, se li concedeix el rol de màrtir, transmeten el seu missatge que la seva generació s'ha de sacrificar pels seus fills, projectant aquesta imatge de desinterès per la seva pròpia seguretat davant la idea de protegir als vulnerables (“la guerra els ha robat la infància als nostres nens, ens hem de sacrificar per a ells”). Altres articles del mateix mitjà²² segueixen la mateixa estructura, considerant-lo una persona intel·ligent, molt propera al poble i

²¹ Alonso, A. (2022, 31 de desembre). Volodimir Zelenski, el héroe que encarna el coraje de un pueblo. *El Independiente*.

²² Alonso, A. (2022, 13 de juny). Los diferentes Zelenski: historia del hombre que se enfrentó a Putin. *El Independiente*

Padula, E. (2022, 31 de desembre). Zelenski, un líder de raza. *El Independiente*.

propensa al sacrifici. S'afirma que Zelenski compta amb el suport de tota la població ucraïnesa, sense tenir en consideració les diverses ideologies ("En el seu ascens va rebre el suport no només de l'oligarca Ihor Kolomoiskyi, els recursos mediàtics del qual van contribuir molt a la seva victòria a les eleccions. També hi va haver petits empresaris que volien una revolució electoral. A més, la gent corrent va participar activament a la campanya electoral").

De nou, es vincula la idea de l'heroi amb la del Messies a causa de la capacitat del president ucraïnès d'unir la població del país sota el seu lideratge. Es lloa la seva visió, la seva voluntat fèrria i la seva exemplaritat en la defensa dels seus, així com la seva oratòria i capacitat de comunicació.

No només *El Independiente* aprofita l'arquetip de l'heroi per definir Zelenski. Altres mitjans com *El Mundo* o *El Periódico* segueixen la mateixa directiva. En les seves notícies, es pot veure clarament l'adopció d'aquest tòpic en definir la guerra com un "drama heroic fundacional" en què el president ucraïnès assumeix la tasca d'enfrontar-se al jou que imposa Moscou²³. El defineixen com un verdader líder que ha emergit de la necessitat de supervivència del poble. Aquest mitjà també el relaciona amb Churchill i el plasma al relat com un heroi²⁴, amb una gran destresa en l'oratòria i un caràcter fort i ferm ("Zelenski, la destresa mediàtica i caràcter fort del qual ha contribuït favorablement en la seva opinió internacional"). També es fa referència al seu agraïment cap als soldats i tots aquells que participen en la defensa del territori²⁵, a qui visita personalment per donar ànims i mostrar la seva veneració, ja que com heroi, representa una persona respectuosa i agraïda. Puntualitzen també que Putin destrossa ciutats i edificis perquè les seves tropes no són capaces de vèncer les ucraïneses²⁶, les del valerós heroi, pel que es veu obligat a jugar brut com el malvat que és.

²³ Rojas, A. (2022, 29 de desembre). Zelenski, un personaje empujado por su pueblo al papel de héroe. *El Mundo*

Rojas, A. (2022, 29 de desembre). Zelenski: en las distancias cortas del hombre más perseguido del mundo. *El Mundo*

²⁴ Agencia. (2022, 22 de desembre). Las grandes frases de Zelenski en el Capitolio: "Ucrania nunca se rendirá". *El Mundo*

²⁵ AFP. (2022, 20 de desembre). Zelenski visita Bajmut, punto crítico en el frente oriental de Ucrania. *El Mundo*

²⁶ EFE. (2022, 16 de desembre). Zelenski acusa a Rusia de destruir los edificios civiles en el Donbás para que las tropas de Ucrania no encuentren refugio. *El Mundo*

El Periódico posa èmfasi en l'aspecte del viatge²⁷, narrant els seus anys com a còmic, com va arribar posteriorment al poder i la crisi a la qual ha hagut de fer front amb la guerra. Parla del desencant de veure la corrupció que assolava el país, la pressió que exercia l'oligarquia i de com ha evolucionat fins a esdevenir l'heroi del país, liderant una guerra per la seva gent. Tal com fan els altres mitjans, *El Periódico* també defineix el líder ucraïnès com un gran orador amb fermes conviccions i "vehement locució"²⁸.

D'aquesta manera, aquests articles tracten Zelenski com un referent, un heroi sense por que s'enfronta a un enemic molt més poderós perquè és el que s'ha de fer. Una persona que lluita per la llibertat i que planta cara a la seva ombra, l'encarnació del mal, la foscor que representa Putin. El líder d'aquest moviment de resistència és definit com algú que planta cara a l'enemic fins i tot quan se li concedeix l'oportunitat de fugir i refugiar-se, que no demana mètodes per escapar, sinó armes per lluitar. Se'l mostra com algú propens al sacrifici, que es preocupa molt més pels altres que per ell mateix. El poble ucraïnès i el seu president són una sola entitat. No només és digne d'elogi, sinó que el rep; posseeix tot el respecte i admiració de les seves tropes, qui el segueixen no per obligació, sinó per devoció, és tot un messiès. Així mateix, se'l defineix explícitament com "tot el contrari a Putin", remarcant aquesta oposició entre l'heroi i el malvat no només en l'objectiu a assolir, sinó en la seva forma de ser i actuar, destacant que estan als antípodes l'un de l'altre. Els articles mostrats i citats designen clarament Zelenski com un heroi típic de la narració, concedint-li les mateixes qualitats que Odisseu o Hèracles, elevant-lo a una categoria superior a la de l'ésser humà estàndard i transformant-lo en poc menys que una divinitat perfecta totes les qualitats que pot tenir una persona.

Per canviar l'objectiu i mostrar la presència de l'arquetip en un altre cas, es pot parlar del cas de l'incendi que es va patir a València el vint-i-dos de febrer d'aquest any. Un complex residencial de luxe de catorze plantes va incendiar-se, causant la mort de diverses persones i més d'una desena de ferits. La tragèdia, però, podia haver estat molt més greu si no hagués aparegut en Julián, conserge de l'edifici, qui va

²⁷ Marginedas, M. (2023, 23 d'abril). Volodímir Zelenski: De humorista a héroe de la nación. *El Periódico*

²⁸ Núñez, J. (2023, 21 de setembre) Zelenski en la ONU, entre reprimendas y peticiones. *El Periódico*

desobeir l'ordre de desallotjar i va anar trucant porta per porta, endinsant-se en l'edifici per assegurar-se que els veïns marxaven. Un cop es va fer públic aquest fet, Julián no va trigar a ser considerat un heroi.

El Español ja planteja l'atribució de característiques al titular de la notícia dedicada a aquesta persona: "*Julián, el conserje y héroe del incendio de Valencia: 'Corrí peligro, pero solo pensé en ayudar hasta última hora'*"²⁹. El text afirma que no va haver-hi més morts durant l'incendi per la labor que va dur a terme en Julián, qui va entrar a l'edifici en flames "sense dubtar-ho ni un segon", el que posa en relleu la seva valentia i el seu sentit de la responsabilitat. Plasma com el conserge era conscient del perill que patia, però que, així i tot, se sentia obligat a ajudar, impulsat per un codi moral i una mena de necessitat imperiosa de salvar al vulnerable. Menciona també que, tot i la tasca que va dur a terme, el protagonista de la història "sent remordiments i té problemes per agafar el son", reflectint que, tot i haver fet el que podia, es penedeix de no haver fet més; com li passa a Oskar Schindler a la pel·lícula *La llista de Schindler*, qui, en rebre l'anell, es planteja si no podria haver salvat una altra vida amb el valor d'aquesta joia. RTVE coincideix amb aquesta visió³⁰, defensant que la participació del conserge va ser "crucial per salvar vides", i que l'home va quedar-se fins al final ajudant a tothom qui podia.

D'aquesta manera, tot i que en ser un cas esporàdic rep un tractament menys profund que el de Zelenski, Julián es veu reflectit en la narrativa com un heroi, una persona valenta que ignora la por i el perill i es juga la vida per salvar els altres, arriscant la seva pròpia integritat física.

El malvat

Com s'ha mencionat prèviament, el malvat és l'antònim de l'heroi, la seva ombra, el seu contrari; per tant, en ser l'altra cara de la mateixa moneda, es pot trobar exemples d'aquest arquetip en els mateixos àmbits que l'heroi. Així doncs, els àmbits bèl·lics proporcionen un context en què sovint trobem aquestes dues personificacions

²⁹ Miralles, R. (2024, 21 de març). Julián, el conserje y héroe del incendio de Valencia: "Corrí peligro, pero solo pensé en ayudar hasta última hora", *El Español*

³⁰ Redacció. (2024, 23 de febrer). Julián, el conserje del edificio quemado en Valencia que alertó puerta por puerta: "Vi humo y empecé a avisar". *RTVE*

del bé i el mal; si en l'exemple anterior Zelenski era representat com l'heroi, podem constatar que Putin personifica el malvat, si més no, en el context europeu.

Per començar, a Putin se'l considera l'únic responsable d'aquest conflicte³¹, atribuint-li la culpa de tota la mort, destrucció i desgràcia que està causant el conflicte bèl·lic. L'home catalogat com a dictador és considerat un xantatgista que pren avantatge de la seva superioritat per extorsionar als ucraïnesos i que ignora l'opinió internacional, qui l'insta a posar fi a aquesta massacre, per tal d'aconseguir uns territoris que no li pertanyen. Seguint l'estereotip del malvat, aquest "pare de la invasió" està disposat a utilitzar qualsevol mètode que consideri necessari, fins i tot armament que ha estat prohibit per la Convenció de Gènova.

Putin afirma que només hi haurà pau si aquesta l'estipula Rússia, però també es contradiu en declarar que "el Kremlin no es rendirà fins a haver complert tots els seus objectius", mostrant la deshonestedat que caracteritza el rol de l'ombra en contrast a la claredat i gran capacitat oratòria de l'heroi, qui manté un sol missatge, el de resistència. En aquest àmbit, també es comenta com el seu és un "discurs mutant fàcilment desmuntable", que a vegades afirma que no és cap conflicte greu i en altres adverteix d'una possible escalada nuclear; i s'adverteix de la seva "nazificació", relacionant-lo amb idees extremistes i autoritàries de la "supremacia russa sobre la resta de pobles eslaus" i de somnis imperials.

L'heroi sempre venç al malvat, clixé que també es troba present en aquest cas. Els articles parlen d'una resistència ucraïnesa molt consolidada que causa grans estralls a un exèrcit suposadament molt superior com és el rus, al·legant que els generals russos no són honestos amb el seu líder i el fan creure que els resultats que transmeten són molt més optimistes que la realitat; qualitat que reflecteix el poc valor que dona el bàndol malvat a la veritat i que reflecteix la por que causa l'ombra fins i tot en els seus aliats. L'article "*Vladimir Putin: una paz para una guerra que no existe*" ofereix una explicació pròpia de l'arquetip, al·legant que els soldats russos es troben desmotivats i lluny de l'ànima i l'ego que caracteritza el dictador que els governa, qui està cegat per la seva devoció delirosa d'obtenir més terreny per governar.

³¹ Rojas, A. (2022, 25 de desembre). Vladimir Putin: una paz para una guerra que no existe. *El Mundo*

Putin, com a representació del malvat, tampoc és capaç d'acceptar la seva responsabilitat, i culpabilitza la presència estrangera i la manca de reconeixement de les seves victòries per justificar que la guerra segueixi en peu³², ja que es nega a acceptar que ell pugui estar errat.

El “carnisser”, com se'l descriu sovint, intenta desinformar i enganyar al públic internacional, vinculant Zelenski amb el nazisme³³ o afirmant que les matances en territori ucraïnès són obra de l'antic còmic i no seves. La manipulació de l'ombra ha causat que el govern nord-americà emeti un comunicat oficial contradient les invencions russes³⁴, com que va ser Ucraïna qui va causar el conflicte militar, i declarant que Rússia vulnera el dret sobirà ucraïnès.

Així doncs, la representació mediàtica de Putin el plasma com un dictador, un carnisser violent i estafador que vol conquerir Ucraïna i ho farà a través dels mitjans que consideri necessaris, sense considerar la seva legalitat o moralitat. Se'l transmet com una persona sense escrúpols, que no respecta la voluntat dels altres i imposa la pròpia perquè considera que té el dret a fer-ho i que porta la destrucció i la corrupció allà on va. Sens dubte, els mitjans el transmeten com un malvat de narrativa de ficció encara que sigui una persona real.

Un altre exemple similar és el de Benjamin Netanyahu, president d'Israel. El conflicte actual entre Israel i Palestina és similar al de Rússia i Ucraïna, però no exactament el mateix. El gegant eurasiàtic pretén conquerir el territori ucraïnès per governar a la seva població, mentre que el govern israelita vol liquidar la població autòctona de Palestina per tenir el territori per als seus ciutadans. Tot i els elements que diferencien tots dos casos, la situació en l'àmbit general és molt similar; una guerra amb l'objectiu d'expandir les fronteres d'un estat. D'aquesta manera, doncs, és comprensible que, si Putin es veu reflectit en l'opinió pública com un malvat, Netanyahu sigui víctima del mateix destí.

Els mitjans descriuen Netanyahu com un tirà i un dictador, responsabilitzant-lo

³² Colás, X. (2022, 2 de desembre). Putin llama a Scholz y le pide que revise su postura sobre Ucrania. *El Mundo*

³³ Alonso, A. (2022, 31 de desembre). Volodimir Zelenski, el héroe que encarna el coraje de un pueblo. *El Independiente*.

³⁴ Ruleta de desinformación: El año de mentiras del Kremlin para justificar una guerra injustificable. *US Department of State*. 2023

directament a ell del genocidi de Gaza; com plasma *La Opinión A Coruña*: “De la mateixa manera que el terrorisme no el practica la població palestina, sinó Hamàs i altres grups amb interessos concrets, el que és important saber és que aquí el dolent no és Israel, ni de bon tros. El malvat és Benjamin Netanyahu i el seu govern fortament deslegitimats internament, que practica una política bèl·lica i bel·licista, un discurs d'odi sense precedents i que afronta un conflicte enquistat com cap altre”³⁵. El mitjà remarca la manca absoluta d'ètica per part del governador israelià i com aquest ignora l'oposició tan internacional com la que provenen del seu país. L'article citat defineix Netanyahu com una persona que atempta contra els drets fonamentals de la població i que genera una espiral de violència extrema que causa una inestabilitat global.

El Español narra una mena de versió oposada del viatge de l'heroi; com Netanyahu, originalment la víctima d'un conflicte iniciat per un grup terrorista, s'ha acabat convertint en el malvat. Segons el mitjà, el president israelià va respondre a l'atac de forma “immediata i brutal” transformant Gaza en “runes i morts”³⁶. Es parla sobre com Netanyahu ha anat perdent progressivament la condició de víctima i defensor fins a arribar a ser vist com un botxí que ignora els crits a la moderació tant interns com externs per executar la seva venjança personal. El mitjà plasma Netanyahu com una persona rancorosa, i infantil que no permet que se'l contradigui. Quan Joe Biden va permetre que l'ONU aprovés un alto el foc, Netanyahu va mossegar la mà que l'alimentava i va començar a mostrar obertament suport a Donald Trump, rival directe de Biden.

Un altre article del mitjà afirma que “si la labor del primer ministre és protegir el seu poble, Netanyahu ha fallat completament”³⁷ i que el líder actua esperonat per l'instint de venjança i no per raonament. Se l'acusa d'haver fracassat i de no ser capaç de complir cap dels seus objectius. Al·leguen que les seves accions impedeixen que Gaza tingui cap alternativa a Hamàs, però que a Netanyahu no li importa perquè mai ha pensat en una alternativa; només busca la destrucció.

D'aquesta manera, doncs, es perfila un Netanyahu sol, un líder que ha seguit

³⁵ Quintela, J. (2024, 29 de maig). No es Israel, es Netanyahu. *La Opinión A Coruña*.

³⁶ Raya, J. (2024, 28 de març). Lo primero fue dar la espalda a Netanyahu, ¿lo siguiente será cortar el envío de armas a Israel?. *El Español*

³⁷ Ortiz, G. (2024, 9 d'abril). Netanyahu planea atacar Rafah mientras se retira de Gaza sin haber cumplido sus objetivos. *El Español*.

el camí més radical i immoral i a causa d'això l'han abandonat fins i tot els seus aliats. S'atribueix la culpa de tots els mals a una sola persona, carregant-li el pes de les decisions institucionals i, sobretot, els actes bèl·lics que s'han dut a terme i es defineix a Netanyahu com un perill per la pau i una amenaça a escala internacional, algú que només vol la mort, el caos i la destrucció, demonitzant-lo i forçant la representació que és ell sol qui està causant el conflicte i l'únic responsable de tots els mals, marcant-lo, sens dubte, com un malvat de pel·lícula.

La Femme Fatale

La societat ha anat evolucionant al llarg del temps, el que ha causat variacions en el comportament i la comprensió dels éssers humans envers diversos tòpics i conceptes. L'arquetip de la *femme fatale* és un clar exemple d'aquesta evolució; actualment, el relat de la dona hipersexualitzada que destaca pel seu cos genera escàndol, controvèrsia i denúncia, però no es pot dir que el tipus hagi desaparegut, sinó que ha mutat parcialment. Pel que fa al periodisme, els articles que objectifiquen la figura de la dona tenen tendència a ser repudiats en un temps on es porta la igualtat per bandera, però encara hi ha romanents d'aquesta visió més misògina, encara que potser no de forma tan descarada.

Un exemple d'aquest fenomen és el de la reina d'Espanya. Les notícies que fan referència al rei tenen un perfil més seriós, parlant de decisions polítiques (*Felipe VI exige a Putin "la retirada completa, inmediata e incondicional" de Ucrania durante la visita de Zelenski*) o del seu rol en actes públics (*El Rey Felipe VI presidirá la Corrida de la Prensa el 5 de junio*); d'altra banda, les que se centren en la reina tracten temes més superficials, sobretot de l'aspecte físic i el vestuari. En realitzar una cerca emprant el terme "Letizia" el primer resultat ja és un article sobre la seva indumentària (*La Reina Letizia arriesga con una blusa en tres dimensiones para estrenar el verano*)³⁸. El text menciona actes polítics rellevants com el del Dia de les Forces Armades, la rebuda de Zelenski o un concurs de monòlegs científics; però no es destaca res d'aquests esdeveniments, sinó que simplement es mencionen per dir en quin context anava la reina vestida de determinada forma. El que més es destaca de la membre de la família

³⁸ Loarce, L. (2024, 28 de maig) La Reina Letizia arriesga con una blusa en tres dimensiones para estrenar el verano. *Yo Dona, El Mundo*

reial és l'estil de les peces de roba que vesteix i si aquestes són noves o ja havien estat prèviament mostrades al públic.

La majoria dels articles que mencionen a Letizia Ortiz són o bé d'aquest estil, parlant de la seva roba (*Letizia, con su top más vanguardista y zapatillas 'minimal', en la final del concurso de monólogos científicos*)³⁹, els complements (*La colección de bolsos originales de Letizia: de su nuevo bolso de Inditex a un precioso capazo*)⁴⁰ o, canviant el paradigma, algunes accions que ha dut a terme. Així i tot, els articles que parlen d'ella i les seves gestes no escapen tampoc del tòpic de la *femme fatale*, ja que fan referència a coses que ha dit o fet envers el rei o altres membres de la família, amb articles com "*El exjefe de la Casa Real da detalles de la abdicación de Juan Carlos: del papel de Letizia a cómo se gestó*"⁴¹ o "*Spottorno: 'La princesa Letizia participó en el grupo de trabajo' de la abdicación*"⁴². Ambdós articles parlen sobre l'acte d'abdicació del rei emèrit i comenten de passada la presència de l'actual reina (en aquell moment princesa) Letizia, qui no té un rol de pes, sinó que simplement fa acte de presència.

Les publicacions, doncs, atorguen un rol d'acompanyant a la reina. No és mai protagonista pel que fa a actes o accions, sinó que en aquests casos és simplement una acompanyant, convidada o algú de relativa rellevància que fa acte de presència. En canvi, quan és la protagonista, ni tan sols es parla d'ella, sinó de com vesteix, quines peces de roba llueix i quins complements porta. Així doncs, la figura de Letizia queda sempre relegada a un segon pla, a vegades és una acompanyant del protagonista i d'altres una mena de maniquí humà que serveix exclusivament per lluir indumentària.

Com és lògic, hi ha moltíssimes notícies protagonitzades per dones que realitzen accions importants o transmeten paraules interessants, no és que el paper de la dona quedi relegat a portar vestits; però encara és present l'arquetip de la dona

³⁹ Redacció. (2024, 28 de maig). Letizia, con su top más vanguardista y zapatillas 'minimal', en la final del concurso de monólogos científicos, *Vanity Fair*

⁴⁰ Cadenas, L. (2024, 29 de maig). La colección de bolsos originales de Letizia: de su nuevo bolso de Inditex a un precioso capazo. *Telva*

⁴¹ Pinilla, E. (2024, 30 de maig) El exjefe de la Casa Real da detalles de la abdicación de Juan Carlos: del papel de Letizia a cómo se gestó. *Telecinco*

⁴² Chávarri, P. (2024, 29 de maig). Spottorno: "La princesa Letizia participó en el grupo de trabajo" de la abdicación. *El Confidencial*

que és tan sols una acompanyant i no té cap rellevància per ella mateixa; i el fet que una personalitat com la reina d'Espanya sigui víctima d'aquest tractament, demostra que és una pràctica molt estesa.

El vell savi

Com s'ha explicat a l'apartat teòric d'aquest treball, l'arquetip del vell savi representa un mentor, un guia que comparteix els seus coneixements per treure de dubtes a aquells qui l'escolten. Són discursos que sovint revelen el que l'oient, en el fons, ja sabia, però no havia acabat d'assimilar. Pel que fa a l'àmbit pràctic, aquest rol es troba sovint representat per persones que en el seu moment havien presidit o liderat alguna entitat, com és el cas dels expresidents del govern. Són persones que, en el seu moment, van passar per una etapa que els va nodrir de coneixement, i anys més tard, havent-se separat d'aquella posició, continua fent un servei compartint el que van aprendre.

Als mítings polítics del país és habitual veure-hi a Zapatero, Aznar o Felipe González, qui són, sense contar Mariano Rajoy, els últims presidents del govern espanyol. Per posar algun exemple específic, José Luis Rodríguez Zapatero va ser present a un acte polític per promoure el vot a favor del PSOE a les futures eleccions europees⁴³. Zapatero no s'hi presenta, no cerca el vot per ell, sinó que, en la seva posició experimentada, transmet la idea que és el que s'ha de votar per tal que hi hagi progrés. El coneixement que promou aquests "vells savis", però, no és tan indiscutiblement cert com el de les obres de ficció. Encara que adoptin aquesta funció, els de la realitat no posseeixen el coneixement pràcticament absolut dels ficticis, que han estat explícitament dissenyats per això, sinó que en el cas real cadascú expressa una opinió personal. Felipe González, per exemple, contradeia Zapatero i carregava contra Pedro Sánchez⁴⁴ durant un míting.

D'aquesta manera, doncs, aquests antics dirigents adopten el rol del mentor, d'aquell que té més experiència i sap com funcionen les coses per explicar-ho als qui

⁴³ EFE. (2024, 29 de mayo). Zapatero defiende una Europa social frente a tentaciones de Feijóo con la extrema derecha. *ABC*

⁴⁴ Riverola, E. (2024, 29 de maig). Felipe González, aupado al pedestal de la soberbia. *El Periódico de España*

no posseeixen aquest coneixement per indicar-los que passarà i com han d'actuar per tal d'assolir el seu objectiu. L'exemplificació, però, evidencia el problema d'aquesta atribució d'arquetips en persones de carn i ossos. El vell savi narratiu concedeix un coneixement cert i universal, allò que l'heroi ha de conèixer i assimilar per dur a terme la seva tasca; però els representants polítics tenen la seva pròpia opinió, i no comparteixen saviesa, sinó opinions, motiu pel qual no se'ls hauria d'atribuir aquest misticisme que carreguen aquells qui ho saben tot i guien als altres, ja que ells mai perden el rumb. Atorgar aquest rol, amb les connotacions que comporta, plasma una manca absoluta d'objectivitat en el producte periodístic.

Conclusions

Per concloure aquest treball, considero important analitzar la feina feta, així com tornar a l'inici de la qüestió per veure com s'han assolit els objectius, si s'ha complert o no la hipòtesi i altres elements importants.

En primer lloc, recordo que la hipòtesi principal d'aquesta indagació era que el contingut periodístic que es produeix actualment no és purament original, sinó que, tot i tractar temes d'actualitat, sovint s'empren arquetips i diversos elements que formen part de l'imaginari col·lectiu des de fa segles, aprofitant, sigui de forma conscient o inconscient, conceptes intrínsecament arrelats a les diverses formes de narració i comunicació que involucren elements propis de la ficció i, per tant, causen que aquests nous productes no puguin ser catalogats com a objectius, ja que presenten evidents interpretacions personals i opinions implícites. Considero que després de l'estudi fet i l'anàlisi que s'ha dut a terme es pot constatar que aquesta és sens dubte la situació i que els articles periodístics que clamen ser purament objectius no poden ser-ho, atès que tota forma de redacció comporta una opinió.

Així mateix, s'ha assolit l'objectiu del treball, detectant en articles periodístics la presència d'elements que evidencien aquesta prestació de components propis de la ficció i la seva aplicació en la comunicació mediàtica, el què s'ha palesat a través de l'explicació inicial dels conceptes, l'exemplificació en productes narratius ficticis i, finalment, la comparació amb articles periodístics. Els resultats obtinguts de l'anàlisi mostren clarament aquesta relació intrínseca entre les diverses formes de narració, que tot i ser variades, formen part de la mateixa disciplina.

No obstant els resultats obtinguts, la indagació està subjecta a algunes limitacions, com és el tractament de quatre arquetips que s'han escollit com a mostra, ja que resultaria impossible estudiar-los tots; així com la selecció acotada de casos pràctics per no fer innecessàriament repetitiu el document amb un tractament redundat de casos diferents, però que comparteixen els conceptes bàsics i essencials. L'anàlisi s'ha efectuat amb articles actuals, el que suscita la pregunta de si la forma actual de fer periodisme té relació amb la perpetuació dels arquetips o si aquests són presents en qualsevol branca i etapa d'aquesta disciplina.

Així doncs, i com es comenta a l'apartat introductori d'aquest text, aquest treball és principalment propedèutic, pensat per donar pas a investigacions futures que puguin aprofitar aquesta recerca per resoldre els seus dubtes o plantejar-ne de nous.

En una valoració més subjectiva, estic content amb el treball fet no tant pel resultat, el qual, sigui dit, em plau, com per l'aprenentatge que comporta, tenint en consideració que era un tòpic completament desconegut per mi el qual, amb l'excepció de ser conscient de l'existència dels arquetips tractats, he après pràcticament de zero. Un aprenentatge que té el seu punt agredolç, ja que, d'una banda, ha despertat el meu interès i m'ha obert les portes a tot un món, del qual he gaudit adquirint i assimilant els nous conceptes; però, d'altra banda, he après suficient per ser conscient de la immensa quantitat de recerca i informació sobre l'àmbit que desconec. La part positiva és que tinc l'oportunitat de continuar llegint i estudiant el coneixement ja existent i, encara que sigui de forma ínfima, aportar-hi el meu gra de sorra.

En un aspecte menys subjectiu, considero que la tasca feta s'ha fet a consciència i correctament, però és certament acotada, el que té avantatges i desavantatges. Confio, però, en poder ampliar-la en un futur.

Bibliografía

AFP. (2022, 20 de diciembre) Zelenski visita Bajmut, punto crítico en el frente oriental de Ucrania. *El Mundo*
<https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/20/63a20e0c21efa007638b45a5.html>

Alonso, A. (2022, 13 de junio). Los diferentes Zelenski: historia del hombre que se enfrentó a Putin. *El independiente*
<https://www.elindependiente.com/internacional/2022/06/13/los-diferentes-zelenski-historia-del-hombre-que-se-enfrento-a-putin/>

Alonso, A. (2022, 31 de diciembre). Volodimir Zelenski, el héroe que encarna el coraje de un pueblo. *El Independiente*.
<https://www.elindependiente.com/internacional/2022/12/31/volodimir-zelenski-el-heroe-que-encarna-el-coraje-de-un-pueblo/>

Balló, Jordi., and Xavier. Pérez. *La Llabor immortal: els arguments universals en el cinema / Jordi Balló i Xavier Pérez*. Barcelona: Empúries, 1995.

Cadenas, L. (2024, 29 de mayo). La colección de bolsos originales de Letizia: de su nuevo bolso de Inditex a un precioso capazo. *Telva*
<https://www.telva.com/moda/accesorios/2024/05/29/665710c302136e9d0c8b458a.html>

Calleja, M. N. (2019). EL VIAJE DEL HÉROE. José Manuel Rivero Martín Josefa Jaramillo Romero Fernando Alfonso Cervel Josefa Montero García M^a Elena Montejo González, 17.

Campbell, J., & Moyers, B. D. (1991). *El Poder del mito / Joseph Campbell en diálogo con Bill Moyers ; [traducción: César Aira]*. Emecé.

Campbell, J. (1991). *Las Máscaras de Dios / Joseph Campbell ; versión española de Belén Urrutia, Isabel Cardona*. Alianza.

Campbell, J. (2008). *The hero with a thousand faces* (Vol. 17). New World Library.

Chávarri, P. (2024, 29 de maig). Spottorno: "La princesa Letizia participó en el grupo de trabajo" de la abdicación. *El Confidencial*

https://www.elconfidencial.com/espana/2024-05-29/spottorno-princesa-asturias-abdicacion_3892964/

Chillón, A. (2014). *La palabra facticia : literatura, periodismo y comunicación / Albert*

Chillón ; prólogos de Jordi Llovet y Manuel Vázquez Montalbán. (Edición electrónica.). Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions.

Chillón, Lluís Albert. "La urdimbre mitopoética de la cultura mediática." *Análisi (Bellaterra, Espanya)* 24 Mite i cultura mediàtica (2000).

Colás, X. (2022, 2 de desembre). Putin llama a Scholz y le pide que revise su postura sobre Ucrania. *El Mundo*

https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/02/638a0531fdddff58a48b4605.html?intcmp=MNOT23801&s_kw=2

De Diego, Rosa (2000). Sobre el héroe decadente. Thélème. Revista complutense de Estudios Franceses, 15, 57-68.

Desvaux, A. P. (1989). La figura del héroe. El Retorno de Hermes: hermenéutica y ciencias humanas, 4, 118.

Diez Campuzano, S. (2022). Tres acercamientos a la figura del héroe en la literatura: evolución y comparación.

EFE. (2022, 16 de diciembre) Zelenski acusa a Rusia de destruir los edificios civiles en el Donbás para que las tropas de Ucrania no encuentren refugio. *El Mundo* <https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/16/639cc08d21efa03c5f8b45a2.html>

EFE. (2024, 29 de mayo). Zapatero defiende una Europa social frente a tentaciones de Feijóo con la extrema derecha. *ABC* <https://www.abc.es/espana/zapatero-defiende-europa-social-frente-tentaciones-feijoo-20240529231206-vi.html>

Grossman, J. (2020). *The femme fatale*. Rutgers University Press.

Gubern, Román. *Espejo de fantasmas : de John Travolta a Indiana Jones / Roman Gubern*. Madrid: Espasa Calpe, 1993.

Homer. (2012). *La Ilíada* (L. Segalá y Estalella, Trans.). Editorial Gredos. (Obra original publicada el siglo VIII a.C.).

INDICK, W. (2004) *Psychology for Screenwriters*. California: Michael Wiese Productions

Jung, C. G. (Carl G., & Fernández de Maruri, R. (2013). *Tipos psicológicos / C. G. Jung ; traducción de Rafael Fernández de Maruri*. Trotta.

Jung, C. G. (Carl G. (2010). *Obra completa. Los arquetipos y lo inconsciente colectivo / C.G.Jung*. (Segunda edición.). Trotta.

Kim, D. H., & Anderson, V. (1998). *Systems archetype basics*. Waltham, Mass, Pegasus Communications Inc.

Loarce, L. (2024, 28 de maig) La Reina Letizia arriesga con una blusa en tres dimensiones para estrenar el verano. *Yo Dona, El Mundo*

<https://www.elmundo.es/yodona/moda/reina-letizia/2024/05/28/6655e15ee9cf4a29368b45b2.html>

Marginedas, M. (2023, 23 d'abril). Volodímir Zelenski: De humorista a héroe de la nación. *El Periódico*

<https://www.elperiodico.com/es/internacional/20230423/volodimir-zelenski-humorista-heroe-nacion-86317199>

Miralles, R. (2024, 21 de març). Julián, el conserje y héroe del incendio de Valencia: "Corrí peligro, pero solo pensé en ayudar hasta última hora", *El Español*

https://www.elespanol.com/valencia/20240321/julian-conserje-heroe-incendio-valencia-corri-peligro-solo-pense-ayudar-ultima-hora/841666109_0.html

Núñez, J. (2023, 21 de setembre) Zelenski en la ONU, entre reprimendas y

peticiones. *El Periódico* <https://www.elperiodico.com/es/opinion/20230921/zelenski-onu-reprimendas-peticiones-articulo-jesus-nunez-villaverde-92375834>

Ortiz, G. (2024, 9 d'abril). Netanyahu planea atacar Rafah mientras se retira de Gaza sin haber cumplido sus objetivos. *El Español*.

https://www.elespanol.com/mundo/oriente-proximo/20240409/netanyahu-planea-atacar-rafa-retira-gaza-sin-cumplido-objetivos/846165880_0.html

Padula, E. (2022, 31 de desembre) Zelenski, un líder de raza. *El Independiente*

<https://www.elindependiente.com/opinion/2022/12/31/zelenski-un-lider-de-raza/>

Pichel, S. F. (2010). Mitos e imaginarios colectivos. *Frame: Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, 6, 265-284.

Pinilla, E. (2024, 30 de maig) El exjefe de la Casa Real da detalles de la abdicación de Juan Carlos: del papel de Letizia a cómo se gestó. *Telecinco*

https://www.telecinco.es/noticias/gente/20240530/casa-real-juan-carlos-letizia_18_012627397.html

Quintela, J. (2024, 29 de maig). No es Israel, es Netanyahu. *La Opinión A Coruña*.
<https://www.laopinioncoruna.es/opinion/2024/05/29/israel-netanyahu-103044331.html>

Raya, J. (2024, 28 de març). Lo primero fue dar la espalda a Netanyahu, ¿lo siguiente será cortar el envío de armas a Israel? *El Español*
https://www.elespanol.com/mundo/20240328/primer-dar-espaldas-netanyahu-siguiente-cortar-envio-armas-israel/842915826_0.html

Redacció. (2024, 23 de febrer). Julián, el conserje del edificio quemado en Valencia que alertó puerta por puerta: "Vi humo y empecé a avisar". *RTVE*
<https://www.rtve.es/noticias/20240223/julian-conserje-pequeno-gran-heroe-incendio-valencia/15983041.shtml>

Redacció. (2024, 28 de maig). Letizia, con su top más vanguardista y zapatillas 'minimal', en la final del concurso de monólogos científicos, *Vanity Fair*.
<https://www.revistavanitayfair.es/articulos/reina-letizia-concurso-monologos-cientificos-look-top-adolfo-dominguez>

Riverola, E. (2024, 29 de maig). Felipe González, aupado al pedestal de la soberbia. *El Periódico de España* <https://www.epe.es/es/opinion/20240529/felipe-gonzalez-aupado-pedestal-soberbia-opinion-emma-riverola-103039738>

Rojas, A. (2022, 25 de desembre). Vladimir Putin: una paz para una guerra que no existe. *El Mundo*
<https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/25/63a84fab21efa04f268b459e.html>

Rojas, A. (2022, 29 de desembre). Zelenski: en las distancias cortas del hombre más perseguido del mundo. *El Mundo*
<https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/28/63ac579f21efa067328b45a2.html>

Rojas, A. (2022, 29 de diciembre). Zelenski, un personaje empujado por su pueblo al papel de héroe. *El Mundo*

<https://www.elmundo.es/internacional/2022/12/29/63ac61f3e4d4d8b95d8b458f.html>

US Department of State. Ruleta de desinformación: El año de mentiras del Kremlin para justificar una guerra injustificable. 2023. <https://www.state.gov/disarming-disinformation/ruleta-de-desinformacion-el-ano-de-mentiras-del-kremlin-para-justificar-una-guerra-injustificable/>