

**LA REPRESENTACIÓ DELS ADOLESCENTS
EN LES TELENOVEL·LES DE PRODUCCIÓ PRÒPIA DE TV3**

Marta Vives Masdeu

Treball de Recerca

Universitat Pompeu Fabra

Direcció: Dr. Joan Ferrés i Prats

Departament de Periodisme i de Comunicació Audiovisual
2007

*Als ulls dels altres
tots som pelegrins
que per viaranyes diferents
acuden afanyats a la mateixa cita.*

Antoine de Saint-Exupéry

AGRAÏMENTS

En aquest llarg recorregut arribar a la meta no suposa per si mateix el fi, sinó un punt i a part. Endavant hi ha projectes, nous neguits, il·lusions, idees, infinitat d'hipòtesis i més arguments. En el camí fet hi ha somnis complets, hores, molt d'esforç i treball dur, aprenentatge, descobertes i algun projecte truncat.

L'arribada en aquest punt ha estat possible no només per l'esforç propi sinó per l'empenta que m'hi han donat totes aquelles persones que han volgut compartir caminada amb mi. A en Joan Ferrés, tota la meva gratitud per la seva saviesa, la seva perseverança, la seva paciència i sobretot per creure en mi.

A la Universitat Pompeu Fabra, per donar-me l'oportunitat de fer-ho possible.

Als experts i amics que m'han aconsellat i ajudat a posar una mica de llum a aquesta investigació: la Mònica Figueras, en Jaume Funes, l'Oliver Pérez, en Xavier Ruiz Collantes i la Lorena Gómez. I a tots aquells que hi han col·laborat aportant la perspectiva del seu ofici: en Xavi Romero, en Xavi Guàrdia, en Jordi Roure, en Julián Altuna, la Carme Morells i en Pere Arcas.

Als companys de viatge: Marcel Mauri, Anna Petrus, Toni Tortajada, pel seu suport incondicional, i a la Montse Masip per mirar amb mi *Ventdelplà*.

Sobretot als meus pares, per la seva constància i recolzament.

I molt especialment a en Maties, per tot i sempre.

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	8
2. MARC DE REFERÈNCIA	14
3. OBJECTIUS DE LA RECERCA	17
4. ESTRUCTURA I METODOLOGIA	19
5. ADOLESCENTS I IDENTITAT	24
5.1. L'adolescent: sentit i significats d'una etapa complexa	29
5.2. La formació de la identitat	33
5.3. La importància del 'grup d'iguals'	35
5.4. L'adolescent: un descobridor en potència	39
5.5. L'adolescent en la mirada adulta	41
5.6. Problemàtiques i contextos adolescents	43
5.7. L'adolescent mediàtic, un prototipus real?	46
6. LA TV O LA REPRESENTACIÓ DE LA REALITAT	49
6.1. La televisió, un element quotidià a les nostres vides	49
6.2. Representació o significació: de la pantalla a la vida real	52
6.3. La ficció: seducció i emocions	55
6.4. La telenovel·la: el relat interminable de la família	60
7. DIMENSIÓ EMPÍRICA: ANÀLISI FORMAL	65

7.1. Mostra analitzada	66
7.1.1. El cor de la ciutat.....	70
7.1.2. Mar de Fons	71
7.1.3. Ventdelplà.....	74
7.2. Els adolescents com a protagonistes	77
7.3. Els conflictes propis d'una generació sense perfil	82
7.4. L'entorn i el context social dels personatges adolescents	90
7.4.1. Els entorns com a protagonistes.....	90
7.4.2. Les classes socials.....	93
7.5. Caràcter	97
8. NOMBRE TOTAL DE TRAMES TEMPORADA 2006-2007	99
Ventdelplà	100
Mar de fons.....	102
El Cor de la Ciutat	105
8.1. Rols narratius dels adolescents i estructures narratives prototípiques.....	110
9. ANÀLISI SEMIÒTICA NARRATIVA.....	112
9.1. Justificació de la tria de les trames	114
9.2. Trames argumentals	115
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-1. Ventdelplà	115
1. Resum trama	115
2. Esquema rols narratius	115
3. Identificació paraules claus	116
Marcs narratius	116
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-2. Ventdelplà	124
1. Resum trama	124

2. Esquema rols narratius	124
3. Identificació paraules claus	125
Marc narratiu	125
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-3. El Cor de la Ciutat.....	130
1. Resum trama	130
2. Esquema rols narratius	130
3. Identificació paraules claus	131
Marc narratiu	131
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-4. El Cor de la Ciutat.....	138
1. Resum trama	138
2. Esquema rols narratius	138
3. Identificació paraules claus	138
Marc narratiu	139
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-5. Mar de Fons	144
1. Resum trama	144
2. Esquema rols narratius	144
3. Identificació paraules claus	145
Marc narratiu	145
I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-6. Mar de Fons	148
1. Resum trama	148
2. Esquema rols narratius	148
3. Identificació paraules claus	149
Marc narratiu	149
9.2. Consideracions arran de l'anàlisi semiòtica	155
10. CONCLUSIONS	157
11. BIBLIOGRAFIA.....	162

12. ANNEXOS	170
12.1. Entrevistes	170
12.1.1. XAVIER ROMERO, cap de l'àrea d'Infantil i Juvenil del Departament d'Entreteniment.....	171
12.1.2. PERE ARCAS, cap de programes educatius de TV3	177
12.1.3. JORDI ROURE, cap de dramàtics de TV3	185
12.1.4. XAVIER GUÀRDIA, guionista "El cor de la Ciutat"	191
12.1.6. JULIÁN ALTUNA, cap de producció de Ventdelplà i Mar de Fons	197
12.1.7. NOTES SOBRE ADOLESCÈNCIES I SERIES TELEVISIVES. Jaume Funes, psicòleg. 28/05/2007	203
12.2. Audiències	207

1. INTRODUCCIÓ

El poder socialitzador de la televisió és, avui en dia, indiscutible. Els efectes que produeixen els seus continguts sobre els espectadors; el seu paper mediador entre l'esfera pública i la privada o la seva influència a l'hora de construir i mantenir les identitats han estat al llarg d'aquestes últimes dècades objecte d'estudi i anàlisi; de discussions polaritzades sobre els seus efectes nocius o fascinants; subversius o imprescindibles per entendre el món o simplement per accedir a experiències vicàries i viure-les com a reals, i en definitiva una condició necessària per afrontar el repte de futur.

Evidentment aquests efectes sobre el receptor han merescut un capítol a part i per això una cura especial- en el cas de l'espectador infantil i juvenil. Davant d'un consum mediàtic creixent i abusiu, generalment sense control familiar, els agents socials que envolten l'univers dels més joves han pres consciència de la necessitat de posar fil a l'agulla en una qüestió que exigeix una responsabilitat compartida i ineludible de tots els sectors implicats. D'aquesta manera, des de les polítiques educatives a Catalunya, en els darrers anys, s'ha realitzat un important esforç per fomentar i implicar les escoles en els continguts audiovisuals, i en convertir els mitjans de comunicació, i en concret la televisió, en una possible assignatura curricular dels alumnes d'ESO, sobretot des d'una perspectiva tecnològica, tot i que només prèvia a una imperant i necessària alfabetització audiovisual, actualment encara a les beceroles. Els pares i mares, en plena etapa de perplexitat i immersos en la crisi del sistema educatiu sense fórmules màgiques per resoldre-ho, han començat a prendre consciència dels efectes que els continguts audiovisuals poden exercir en la formació dels seus fills. Però, en aquest sentit, cal fer un pas més:

“L'educació de la mirada televisiva és una educació, sobretot, del mateix entelevisament, i no de la descodificació dels missatges televisius. De les causes de l'entelevisament, de la soledat, l'avorriment, la sentimentalitat

reprimida o de les dificultats de comunicació, la televisió no n'és culpable, sinó, en tot cas, catasplasma, bàlsam, remei o consol" (CARDÚS, 2000: 246).

És cert que des d'instàncies jurídiques i normatives han sorgit mecanismes de regulació i fórmules de negociació i mediació en defensa dels drets i dels interessos dels menors en relació amb els mitjans de comunicació¹. I també des dels mateixos mitjans de comunicació s'ha començat a veure l'espectador infantil i juvenil com un públic diferenciat de l'adult i alhora com un consumidor independent i per tant digne de convertir-se en un *target* important pel que fa al cultiu primerenc d'actituds propublicitàries i proconsumistes, i també d'uns determinats continguts, adreçats específicament per a ells.

Tot i així, i malgrat els avenços, les graelles de programació segueixen sense tenir una oferta significativa pel que fa a programes infantils i juvenils, limitada a espais contenidors i molta producció internacional²; els horaris protegits són laxos i els continguts audiovisuals tenen com a objectiu una audiència massiva amb major poder adquisitiu, és a dir, adult. La crisi de les televisions públiques i la manca d'incentius comercials i la poca rendibilitat d'aquest tipus de programes han fet disminuir la producció de programes per a nens i joves i educatius en general, fet que, sumat a la situació que ocupen aquests espais en les franges de la graella, força marginals i sovint incompatibles amb els hàbits del públic a qui van destinats, perjudiquen tant la societat general com el sector industrialitzat especialitzat, que cada vegada es concentra més en els canals de pagament, tret de casos puntuals com La 2 o el K3³. Significatives

¹ Referenciades al *Llibre Blanc: L'educació en l'entorn audiovisual*, publicat pel CAC, el novembre del 2003

² Interessant en aquest sentit és l'article "La febre del 'made in USA', publicat al *Periódico* (11.09.2006) que explica el triomf de les sèries internacionals tant per l'oferta abundant d'aquestes produccions com per la seva qualitat. Alguns d'aquests programes més seguits pels espectadors adolescents de l'àmbit espanyol són *House*, *Perdidos*, *CSI* o *Herois*.

³ El K3 és el canal que la televisió autonòmica de Catalunya va posar en marxa el 2001 i que centra la seva emissió en programes per nens i joves a més d'incloure alguns documentals. Va començar emetent per la mateixa freqüència que el Canal 33 i ocupant franges de la graella, tots els matins i les tardes només dels dies feiners amb dos programes

són les declaracions en aquest sentit de Pere Arcas, cap de programes educatius de TV3:

“Falten programes per a adolescents perquè no ens atrevim a fer-los. Els que hem produït no han funcionat especialment. Però donant una ullada a les graelles dels altres canals ens adonem que TVC té, ara mateix, les mateixes mancances en matèria d'adolescència que la resta de canals”
(PERE ARCAS, cap de programes educatius de TV3- entrevista annex: 12.1.2, pàg. 179).

Malgrat tot, els estudis empírics basats en la percepció que els adolescents tenen dels mitjans audiovisuals ens diuen clarament que, a més d'entretenir, la televisió és una font d'informació molt important pels més joves⁴.

L'adolescència, a mig camí entre l'etapa infantil i l'adulta, és el moment on es forma i es potencia la identitat de l'individu; la fase de l'experimentació i de la crisi i, en el cas que ens ocupa, un període fonamental en la formació del consumidor. Des de la psicologia evolutiva, i en paraules d'un dels psicòlegs del desenvolupament més rellevants, l'alemany Eric Erickson, es traca *“de una fase de moratoria en la que el adolescente experimenta con varios papeles e ideologías mientras se esfuerza en descubrir quién es él o ella i a dónde pertenece en el mundo con las demás personas. El resultado puede ser un periodo de confusión o difusión que conduce a un síndrome de conducta representativa central de la adolescencia”* (ERIKSON, 1981: 235). I en aquesta experimentació- exploració, els mitjans hi juguen un paper clau, no només perquè condicionen la seva manera de relacionar-se amb el món i d'intentar desxifrar-lo, de conèixer, de veure i també, d'intentar canviar-lo; sinó, a més, la possibilitat d'accedir-hi a través d'entorns virtuals o reals molt diferents alhora i

contenidors fortament marcats: el Club Súper3 (per un públic més infantil i el 3xl.net (enfocat a l'espectador adolescent). El dia 3 de desembre del 2006 el K3 i el C33 es van separar en el format digital. Coincidint amb aquest fet el K3 va canviar d'imatge.

⁴ Informe publicat per l'auditoria KPMG Internacional sota el títol *The impact of Digitalization-a generation apart* (12 d'abril del 2007). Es pot consultar a: www.kpmg.es/noticia77.html

de fer-ho, sovint, de manera ràpida i directe sense intermediaris, econòmicament viable i des de la intimitat de la casa o fins i tot de l'habitació. En aquest sentit, l'esfera privada també ha experimentat canvis, condicionada per l'esfera pública que li arriba mediatitzada a través dels mitjans de comunicació. Pel sociòleg Joshua Meyrowitz: *“La televisión ahora lleva a los niños a recorrer el mundo, aun antes de que éstos tengan permiso para cruzar la calzada”* (MEYROWITZ, 1985: 238).

En els darrers anys, l'aparició de noves tecnologies de la informació i la comunicació (les TIC), sobretot internet, ha trencat amb l'hegemonia de la televisió com a instrument d'entreteniment o com a font d'informació. Estudis quantitatius i qualitatius sobre el consum de la televisió confirmen una reducció lleugera en el cas del públic adolescent. D'altra banda, la falta d'aquest tipus de programes destinats específicament per a ells, els ha convertit automàticament en espectadors potencials de programes pensats i destinats per un públic adult; sobretot de sèries i ficció en general⁵.

“Tot i això crec que s'ha donat un fenomen pel qual, al temps que els programadors buscaven un públic familiar, el públic de les franges més joves també s'ha anat interessant pels dramàtics.

Considerem la hipòtesi que en la preadolescència comença a haver-hi un cert rebuig cap a l'animació en tant que s'interpreta com un gènere propi de la infància i les seves preferències s'inclinen cap a la ficció. Ens sembla percebre que, en general, els nens s'interessen, més que abans, per continguts superiors als que consideràriem propis de la seva franja natural” (XAVI ROMERO, cap de l'àrea d'Infantil i Juvenil del departament d'entreteniment de TV3- entrevista annex: 12.1.1, pàg. 171).

La recerca que existeix sobre aquest tema s'ha centrat principalment en els adolescents com a consumidors, i alhora com a públic objectiu dels rols i estereotips que marquen els mitjans especialitzats: sobretot la publicitat, però

⁵ ALBERO, M. (2006) *Violència, sexe i TV: la mirada adolescent*. Barcelona, Octaedro; Taules i evolució del consum de TV del Llibre Blanc de l'Educació del CAC (annex 1)

també les revistes juvenils i fins i tot la ficció televisiva (que és el que aquí ens ocupa), però en tot cas, ficció pensada, dissenyada i protagonitzada per adolescents (és el cas de la sèrie *Compañeros* d'A3.)⁶.

En trets generals (més endavant desenvoluparem aquestes dades) el rànkung dels 40 programes més vistos pel públic jove (13-24 anys) de la televisió catalana està encapçalat pràcticament tots els mesos de setembre a juny d'aquest curs 2006-2007, per ficció internacional (*CSI*, *House*), estatal (*Cámara Café*) i autonòmica: *El Cor de la Ciutat*; *Ventdelplà*, *Mar de fons*; *Porca Misèria* *Lo Cartanyà*)⁷. Això en el cas que aquell mes no hi hagi hagut un partit de futbol rellevant- normalment del Barça-, que llavors lidera el rànkung.

Són, doncs, les sèries de ficció les que segueixen acaparant l'atenció del públic adolescent, i en aquest cas concret del jove català. Així ho demostra l'estudi *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya* realitzat per l'Institut de Recerca sobre la Qualitat de Vida, de la Universitat de Girona, a través del seu grup de recerca ERIDIQV (Equip de Recerca sobre els Drets dels Infants i la seva Qualitat de Vida) dirigit pel professor Ferran Casas⁸ i publicat pel Consell Audiovisual de Catalunya. En la pregunta "*El què més agrada de la televisió?*", tenint en compte cada curs, la resposta ha estat unànime en tots els cursos: "*les telesèries amb actors*" (taula 68).

Unes ficcions que no ignoren en cap dels seus arguments el component adolescent, com a part integrant de la trama familiar que- com veurem- forma part de la mecànica del gènere, però també com a projecció d'uns determinats estereotips i marcs de referència destinats, intencionadament, a influenciar a un espectador molt concret: l'adolescent. I és que, segons Francesc Escribano,

⁶ Aquesta sèrie va ser l'objecte d'estudi de la tesi doctoral *La contribución de las series juveniles de TV a la formación de la identidad de los adolescentes* de Maria Elisa França (UAB, 2000)

⁷ Font: TNS (Taylor Nelson Sofres). Dades extretes dels informes mensuals d'audiència de TV3.

⁸ El treball ha consistit en una enquesta entre 5.104 adolescents, entre 12 i 16 anys, matriculats a centres d'ESO públics i concertats de Catalunya. Després, es van organitzar 24 grups de discussió entre els investigadors i els adolescents i finalment es van processar les dades. Es pot consultar a: www.cac.cat

director de TV3, *“la televisió de Catalunya té l’obligació de presentar la societat que l’envolta, de representar-la i construir universos de ficció amb què la gent es pugui identificar. Aquest tipus de produccions permeten la capacitat d’evasió i identificació que no ofereix la realitat”*⁹.

La investigació d’aquest treball se centra, doncs, a analitzar les característiques dels adolescents representats en les sèries de ficció catalana, i en concret en tres d’elles: *El Cor de la Ciutat* (la sisena temporada va començar el 18 de setembre del 2006), *Ventdelplà* (la tercera temporada es va reprendre el 5 de febrer); i *Mar de Fons* en antena des del 18 setembre del 2006 fins al 30 de gener del 2007). Les trames que protagonitzen, els rols que exerceixen en cada una d’elles, els contextos i les seves característiques particulars conformen el marc de referència per poder analitzar quina representació d’aquest univers fa el canal autonòmic a través de la seva ficció i quina és la seva relació amb la realitat. Amb aquest objectiu, les tres telenovel·les escollides són les úniques en la temporada 2006-2007 del canal autonòmic català on els adolescents apareixen representats com a part d’un univers ampli i familiar; on la seva presència es converteix, sovint, en generadora de trames importants pel desenvolupament de la història i on ells mateixos compleixen el rol protagonista (subjecte d’acció)¹⁰. Per tant, el mateix discurs audiovisual es converteix en el punt de partida d’aquesta investigació per entendre a través de quins mecanismes, de quina manera i amb quina correlació amb la realitat, la televisió projecta aquest col·lectiu dels adolescents.

Amb aquesta intenció aquest treball de recerca s’ha afrontat des d’una perspectiva pluridisciplinar. Des de l’eix troncal que suposa l’estudi dels mitjans de comunicació, amb un especial èmfasi a la semiòtica narrativa, passant per la sociologia, la psicologia evolutiva i la pedagogia. Instruments imprescindibles en el binomi comunicació i educació, l’objectiu que ha marcat la línia

⁹ Tesi doctoral *La Fàbrica de somnis de TV3* (2006); una investigació d’Enric Castelló (URV) on es pretén demostrar que les sèries de la cadena autonòmica ajuden a forjar la identitat catalana. (pàg. 209)

¹⁰ Segons l’esquema actancial de rols narratius establert per J.A. Greimas.

d'investigació i de profund interès i curiositat al llarg de la meua carrera acadèmica.

2. MARC DE REFERÈNCIA

En els últims anys s'ha posat de manifest un desencoratjament creixent en el sistema educatiu. Pel sociòleg americà Cornelius Riordan, especialista en l'educació diferenciada, la crisi de l'educació respon a una crisi social: *“Per un costat els professors estan infravalorats, i per l'altre vivim en una societat de famílies disfuncionals”*¹¹. En el cas del sistema educatiu espanyol l'aplicació de la ESO ha evidenciat una manca de polítiques educatives prou sòlides per fer front als problemes de motivació per part de l'alumnat, però també dels professors. En un informe publicat per l'OCDE¹² (l'Organització de Cooperació per al desenvolupament econòmic), el setembre del 2006, sobre el sistema educatiu al continent europeu, podem veure que Espanya forma part dels països, juntament amb Grècia, Portugal i Itàlia, que estan a la cua pel que fa al seu ensenyament. El mateix estudi posa de manifest que els grans reptes del model educatiu espanyol són la integració dels immigrants, el reforç dels estudis de Formació Professional i la lluita contra el fracàs i l'abandonament escolar, que en el cas espanyol duplica gairebé la meitat de la mitjana de la Unió Europea.

La franja escolar que coincideix a ser la més conflictiva és precisament la d'Educació Secundària (que va dels 12 als 16 anys) i la que correspon a l'etapa de la primera adolescència¹³.

¹¹ Entrevista al doctor en sociologia Cornelius Riordan, autor de l'obra *Girls and boys in school: together or separate?*, New York; Columbia University, teachers College (1990), sobre l'eficàcia de les escoles públiques diferenciades i separades per sexes. Riordan, va ser entrevistat a la contraportada de *La Vanguardia*, dijous 24 de maig del 2007 per la periodista Ima Sanchís.

¹² Ref. www.ocde.org

¹³ Segons el psicòleg Robert L. Selman, aquests anys de l'adolescència configurarien el nivell 4 o l'“Adopció generalitzada o convencional de les perspectives”, segons la qual l'adolescent pot passar de pensar en relacions persona- persona a pensar en relacions

Els adolescents d'avui en dia s'han trobat amb una societat complexa en plena transformació i sobretot en plena evolució dels seus valors. Una societat que ha passat de la necessitat al desig; entès no com obligació, sinó com a elecció o opció. Segons Mats Lindgren, analista de tendències i fundador de Kairós Future, *“El futuro es el triunfo del ego. El truco no es saber cumplir, sino saber escoger y, si te equivocas, saber cambiar”*¹⁴. En aquest context on predomina una tendència generalitzada a la delegació de responsabilitats i a l'assumpció de l'Estat del Benestar com un dret adquirit, els adolescents i els joves han rebut una socialització contradictòria, sense instruments per fer front a la societat que els ha tocat viure, amb moltes facilitats i poca reflexió i amb una crisi creixent en l'educació dels seus valors, que exigeix una revisió amb urgència.

Estudiar els adolescents vol dir estudiar els seus contextos. Conèixer quins són els seus objectius vitals, els seus valors, quines són les seves pors; quines les seves referències i preferències; com s'adapten al món i com hi contribueix en tot plegat aquesta societat. L'escola, els pares, el món laboral, la indústria del consum, el lleure i l'oci i també els mitjans de comunicació en general i, en particular la TV, estan analitzats, sempre, des de la perspectiva adulta. La relació amb els adolescents, la recerca de fórmules per trobar solucions als seus problemes, l'estudi dels seus comportaments i hàbits és sempre des de fora; des de la mirada adulta. Subscrivim l'afirmació que el psicòleg Jaume Funes fa al respecte: *“Podríem dir que no existeix el problema adolescent sinó els problemes dels adults amb els seus adolescents. O simplement caldria destacar que les relacions dels adolescents amb els adults que els envolten,*

persona- societat en termes de perspectiva general de la societat. D'aquesta manera l'adolescent és capaç de tenir present que, davant de cert problema, la societat en general manté un determinat punt de vista i relacionar aquestes perspectives generalitzades amb la seva pròpia o amb la perspectiva de grup. (cit. Triadó, et alt. *Psicologia del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectud*, pg. 65)

¹⁴ Entrevista a Mats Lindgren, publicada a la contra de *La Vanguardia*, el divendres, 4 de maig del 2007

les vivències derivades de la relació, són bona part del que són com a adolescents”¹⁵.

La família i els amics segueixen sent els agents socialitzadors on- segons els joves- es troben les coses més importants quant a les idees i les interpretacions del món (taula nº 4 de *La educación del futuro y los valores* del sociòleg Javier Elzo ¹⁶) i després, i en tercer lloc, ja hi ha els mitjans de comunicació, sobretot la televisió i internet. Uns mitjans que alhora, i aquí hi ha la contradicció, no responen a les expectatives per part d'aquest tipus de públic, i la mostra està en què cada vegada disminueix més el consum televisiu en aquesta franja d'edat.

“Veuen les series bàsicament com a entreteniment en temps morts. És bastant estrany un adolescent que abandoni una altra tasca del seu interès per veure la tele (llevat de l'atrapiament per la trama)” (JAUME FUNES, psicòleg- entrevista annex: 12.1.6, pàg. 203).

Tot i així, estudiar què és el que els crida l'atenció encara sobre els continguts televisius ens pot donar pistes (altre cop des d'una perspectiva adulta) de quins són els seus interessos; què els crea curiositat, què és el que busquen, i evidentment què és el que hi troben i com això contribueix a la formació de la seva identitat i al seu creixement moral. El nostre punt d'atenció, per tant, se centra en la ficció de producció pròpia (que permet endinsar-nos en uns arguments que prenen com a referència la realitat catalana i per tant el grau d'identificació amb els personatges pot ser més alt per proximitat) i en especial en els universos adolescents que s'hi representen. És per això que de les sèries que podem trobar a les graelles de TV3 (s'ha exclòs de l'estudi el “K3” per tractar-se precisament d'un canal especialitzat dirigit específicament a un

¹⁵ FUNES, J. et alt. (2004) *Argumentes adolescents. El món dels adolescents explicat per ells mateixos*, un projecte de la Fundació Jaume Bofill amb la col·laboració de la Secretaria General de Joventut i la Secretaria de Família (pàg. 11)

¹⁶ ELZO, J. (2004) *La educación del futuro y los valores*. Barcelona, Fundació Jaume Bofill i Fundació UOC

públic infantil i juvenil) i que consten com de les més vistes pel públic jove en els estudis d'audiència de SOFRES, n'hem exclòs les sèries *Porca Misèria* o *Lo Cartanyà*, on no hi apareixen personatges adolescents (tot i que podríem considerar com a “conductes adolescents” certs comportaments o una tendència a la infantilització dels seus personatges), per centrar-nos en aquelles sèries on els personatges adolescents són protagonistes de bona part de les seves trames (*El Cor de la Ciutat*, *Mar de Fons* o *Ventdelplà*). Tenint en compte la influència que aquests programes poden tenir sobre l'espectador juvenil, creiem que es necessari des dels mitjans de comunicació una gestió adequada dels seus continguts i una presa de consciència per part tant dels responsables d'aquests productes audiovisuals com dels programadors de la televisió dels valors que transmeten.

3. OBJECTIUS DE LA RECERCA

Dit això, l'objectiu general de la recerca pren com a punt de partida l'estudi de la TV com a representació social, i consisteix a analitzar de quina manera es materialitza la presència dels adolescents a la ficció catalana; com la TV representa els adolescents i els seus condicionants i quina relació hi ha entre aquesta representació i la realitat.

És per això que ens hem centrat en els següents objectius:

1. Estudiar quines són les problemàtiques reals dels adolescents de la nostra societat i els seus contextos des d'un punt de vista pròxim pel que fa a l'àmbit geogràfic.

I, per tant, analitzar el fenomen des d'una vessant tant psicològica com sociològica. Hem cregut imprescindible contextualitzar el marc teòric de l'univers adolescent per poder entendre'n alguns dels mecanismes que

el configuren així com per poder establir la base teòrica de la nostra investigació. Per una anàlisi qualitativa d'aquest factor hem comptat amb la col·laboració d'un dels psicòlegs més prestigiosos en la vessant de l'adolescència del nostre país, el doctor Jaume Funes.

2. Analitzar la imatge que les telenovel·les catalanes donen dels adolescents del nostre país.

Per això ha estat necessari estudiar el mitjà televisiu des d'una perspectiva de discurs i, per tant, com a element textual (basant-nos en la semiòtica narrativa). Hem afrontat aquesta qüestió des d'un punt de vista quantitatiu (enumeració de totes les trames de les tres telenovel·les escollides amb algun personatge adolescent implicat en qualsevol de les funcions narratives possibles) però també des d'un punt de vista qualitatiu, a partir d'una mostra més petita (6 trames) sobre les quals hem aplicat el sistema metodològic del grup UNICA de la UPF, que permet analitzar a fons les característiques dels personatges, així com el desenvolupament de determinats rols narratius en una trama concreta.

3. Detectar quines problemàtiques i quins contextos propis de l'univers adolescent es traslladen a les pantalles a través de la ficció i concretament, a través de les telenovel·les catalanes.

Entendre la televisió des d'un punt de vista de representació de la realitat ens permet aquesta connexió entre el món real i el mediatitzat. Una de les funcions que realitzen els mitjans respecte a la realitat és la de la selecció, fragmentació i representació d'aquesta. En aquest sentit hem centrat el nostre interès en observar quins dels contextos propis del món adolescent s'han traslladat a la televisió i si l'adequació d'aquests es basa, en gran mesura, en estereotips o no.

4. ESTRUCTURA I METODOLOGIA

Aquest treball de recerca està estructurat en dos blocs diferenciats però que es complementen. La primera part, teòrica, proposa un marc de referència, d'una banda al voltant del corpus estudiat: l'adolescència, i de l'altra centra el seu interès en la televisió, com a mitjà i com a contingut i, per tant, com a representació social i com a mitjà socialitzador, però també com a element textual i, en conseqüència, com a discurs.

En aquest primer nivell, doncs, hem contextualitzat el marc teòric i hem plantejat el fenomen d'estudi des de múltiples dimensions. Hem pres com a base alguns estudis de recepció recents¹⁷ per detectar la quantitat i la qualitat del consum televisiu per part dels adolescents; què és el que els agrada més i perquè i què és el que n'esperen. També ens hem fixat en l'oferta que actualment hi ha per a aquest tipus d'espectador en les graelles de programació actuals. Aquestes dades ens faciliten informació respecte la recepció per part d'aquest tipus d'espectador i ens permeten plantejar-nos algunes preguntes prèvies i, per tant, punts de partida diversos a la nostra recerca. A través d'una investigació exploratòria del fenomen, segons el concepte establert pels teòrics de la comunicació Wimmer i Dominick¹⁸, hem recopilat informació preliminar a partir de la qual es poden elaborar noves preguntes d'investigació. Aquest replantejament constant i el sorgiment de noves preguntes no significa una falta de rumb. Com indica el sociòleg Herbert Blumer, el propòsit de l'exploració és "*caminar cap a una comprensió més clara*".

¹⁷ El més recent en aquest sentit i que ens ha servit de base és: CASAS, F. (2007): *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*. Barcelona-Girona, CAC i Institut de Recerca sobre la Qualitat de vida dels infants de la Universitat de Girona

¹⁸ WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. (1996): *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Comunicación (pàg. 238)

"La finalidad de la investigación exploratoria consiste en desarrollar y confeccionar un cuadro del área en estudio tan completo y preciso como lo permitan las condiciones vigentes. (...) Proporciona al estudioso la certeza de que las preguntas que plantea sobre el área empírica son significativas y pertinentes, que los problemas abordados no son artificiales, que los tipos de datos que busca son significativos por lo que se refiere al mundo empírico, y que los caminos que sigue se ajustan a la naturaleza de éste" (BLUMER, 1982: 31)

Tota aquesta informació prèvia, per tant ens ha permès centrar el nostre objectiu. Una investigació que, en el nostre cas, s'ha centrat sobretot en missatge i, per tant, en el discurs.

En primer lloc es presenta el panorama de la recerca sobre l'adolescència i la seva relació amb els mitjans de comunicació.

A continuació hem fet una primera aproximació al món adolescent des d'una perspectiva tant psicològica com sociològica. L'àmbit psicològic ens ha donat la possibilitat d'entendre els canvis evolutius que es produeixen en aquesta etapa complexa, així com l'adopció de diferents actituds i comportaments. L'àmbit sociològic ens ha permès emmarcar aquesta etapa en un moment concret (l'actual) i una societat com és la nostra. Aquest marc de referència l'hem completat amb les consideracions d'uns dels psicòlegs del nostre país amb més prestigi en l'àmbit de l'adolescència, en Jaume Funes, a través d'una entrevista en profunditat. La transcripció de l'entrevista s'ha adjuntat a l'annex (pàg. 203).

La televisió com a representació social, ha estat també un important punt d'interès en aquesta primera part de la recerca. En primera instància com a element quotidià, integrat en l'àmbit privat i conseqüentment pròxim. Però també des d'una altre nivell comunicatiu: a partir de la categoria de discurs, on

la imatge esdevé llenguatge i per tant representació. Una representació que molt sovint té com a referència directa el món real.

La segona part d'aquest treball de recerca ha estat analítica. S'ha basat, d'entrada, en una anàlisi del contingut d'aquestes sèries. Aquest tipus d'anàlisi és molt habitual en els estudis sobre els mitjans de comunicació. El sistema ens permet d'una manera objectiva, sistemàtica i quantitativa els continguts. A partir de determinades dades aconseguides es poden fer inferències reproduïbles i vàlides. Hem volgut, en una primera fase, i des de la semiòtica narrativa, descriure d'una manera objectiva, sistemàtica i quantitativa les característiques dels joves que protagonitzen aquestes ficcions; els rols narratius que hi desenvolupen, quins són els seus condicionants i també les problemàtiques que hi viuen. Per això, hem enumerat totes les trames de les tres sèries que compten amb un adolescent com a personatge, cosa que ens ha permès extreure determinades dades quantitatives.

La investigació ha pres com a punt de partida el sistema metodològic creat pel grup UNICA de la Universitat Pompeu Fabra de Catalunya sota la direcció del doctor Xavier Ruiz Collantes. Es tracta d'un mètode basat en la semiòtica narrativa i que pren com a punt de partida l'esquema actancial del semiòleg J.A.Greimas, que ens permet identificar els trets més destacats i significatius de les estructures narratives d'un determinat corpus textual. El mètode, implementat amb un aplicatiu informàtic específic que permet organitzar i creuar la informació, va ser dissenyat per estudiar la imatge pública de la immigració a les sèries de televisió de l'àmbit estatal en contraposició amb el cas de la televisió catalana. Els objectius, la metodologia i les conclusions d'aquest interessant estudi estan publicats a Quaderns del Consell Audiovisual de Catalunya, número 23-24 en el monogràfic titulat *Televisió i immigració* i en el capítol que porta per títol: *La imatge pública de la immigració a les sèries de televisió* (pàgines 103-126). Hem aplicat aquesta metodologia a 6 trames (2 de

cada sèrie) per, d'una banda, adequar-la als continguts de la nostra investigació i de l'altra per extreure'n dades tant quantitatives com qualitatives. Per completar l'estudi i, de cara a un futur, creiem que seria molt interessant aplicar la metodologia a la totalitat de les trames de les sèries.

Des d'un punt de vista qualitatiu, aquesta investigació també ha suposat un primer acostament a la comprensió dels criteris de representació de l'adolescent per part dels creadors de les sèries i quina és la seva correlació amb la realitat. Hem volgut posar èmfasi en el sistema de valors i representacions socials dels missatges, tenint en compte que aquests responen a una determinada intenció per part dels emissors. Amb aquest objectiu hem volgut fer una aproximació a través d'entrevistes a diferents responsables del contingut d'aquestes sèries, des de la part més creativa i, per tant, des de la vessant del guió i la producció d'aquestes sèries fins als responsables finals de l'emissió d'aquests continguts en un canal autonòmic i públic, com és TV3. El punt de vista d'aquests experts, pel que fa a la representació dels adolescents, ens ha permès fer una aproximació al discurs audiovisual entès com a missatge i, per tant, des d'una perspectiva que posa especial èmfasi en la intenció de l'enunciatari.

Tota investigació necessita establir uns límits que la defineixin. Es tracta d'uns paràmetres intencionals per part de l'investigador que donen rigor i precisió al plantejament de l'objecte d'estudi. En aquest cas els límits són els següents:

1. Àmbit geogràfic: Catalunya
2. Edat dels adolescents: dels 12 als 22 anys
3. Temps d'estudi fixat: temporada televisiva 2006-2007 (des del setembre fins al juny) de les telenovel·les de TV3, *Ventdelplà*, *El Cor de la Ciutat* i *Mar de Fons*.

La ficció televisiva construeix els seus arguments narratius al voltant de la realitat. A llarg dels més de vint anys de la seva existència, les telenovel·les catalanes s'han consolidat en el canal autonòmic com un referent, així com un dels formats de la graella televisiva que, actualment, compta amb més prestigi i audiència.

Per poder analitzar la representació que la televisió catalana fa dels adolescents en aquests programes és necessari endinsar-nos, en primer lloc, en el món real d'aquests adolescents des d'un punt de vista psicològic i sociològic; contextualitzar-los en un moment com és l'actual i fer una aproximació a les seves característiques, problemàtiques i condicionants. Aquesta primera part de l'anàlisi ens donarà la base teòrica sobre la qual se sustenten els marcs de referència que la ficció utilitza per construir i crear imaginaris sobre un col·lectiu tan específic com és el món adolescent.

5. ADOLESCENTS I IDENTITAT

Les societats occidentals estan evolucionant d'una manera molt ràpida. Els canvis socials i els avenços tecnològics han creat un context molt diferent i desigual pels joves d'avui en dia en relació amb fa unes dècades. Sovint s'ha parlat de la capacitat democratitzadora dels mitjans de comunicació, el fenomen pel qual tothom és igual i tothom hi té la mateixa facilitat d'accés. Tot i així, la realitat és una altra, sobretot en el sector de la població de l'adolescència en què s'actua com a consumidor de dret en la presa de decisions, els impulsos i fins i tot la compra o el consum del producte en qüestió però sense autonomia econòmica per poder-hi fer front si no és amb la intermediació paterna. Un estudi recent publicat per l'obra social de Caja Madrid posava de manifest que l'ús de les noves tecnologies crea bretxes entre els joves; particularment negatives per als qui *“se'n mantenen al marge que passen a engrandir la llista dels que perden oportunitats tant laborals com de relacions socials”*¹⁹. D'aquesta manera, les noves tecnologies (l'estudi posa especial èmfasi en el mòbil i internet) no són utilitzades per formar-se sinó, en primera instància per a l'oci i sobretot per relacionar-se. En el cas de la televisió les respostes dels nois i noies a per què la miren, a l'estudi *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*, són prou eloqüents²⁰:

1. Perquè és el recurs que tenen més a l'abast
2. Perquè la televisió és un discurs per distreure's i /o desconnectar
3. Perquè hi ha un programa que els agrada
4. Per poder-ne parlar amb els amics i no quedar enrere en la conversa o senzillament per la pressió grupal o per estar integrat al

¹⁹ D'aquest estudi elaborat per la Fundació d'Ajuda a la Drogadicció se'n va fer ressò El Periódico, el 5 de juliol del 2006

²⁰ CASAS, F. (2007): *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*. Barcelona-Girona, CAC i Institut de Recerca sobre la Qualitat de vida dels infants de la Universitat de Girona (pàgs. 133-136)

grup d'amics, així com per la curiositat que desperta un programa que no s'ha vist anteriorment.

Un altre estudi, en aquest cas encarregat per la Generalitat²¹, revela que els fills adolescents catalans que tenen entre 12 i 16 anys presenten unes característiques pròpies condicionades pel seu origen social. Segons l'estudi, en les famílies amb ingressos baixos, es veu més la televisió i es practiquen menys activitats acadèmiques. Els adolescents nascuts aquí practiquen més amb les noves tecnologies i participen més en associacions, mentre que els estrangers veuen més la televisió, van més de compres i a la discoteca. La forma de prendre decisions en la família també genera desigualtats. Els adolescents de famílies amb ingressos baixos i els estrangers tenen més llibertat per decidir què mengen, quant de temps miren la televisió o a quina hora se'n van a dormir.

Això ens porta a pensar que no podem parlar d'una única adolescència, sinó que hem d'entendre que, més enllà de certs aspectes evolutius que són transversals en tots els adolescents, cal estudiar el fenomen des de l'òptica de la diversitat i per tant des de l'estudi dels seus diversos entorns immediats.

L'estudi de l'adolescència no és possible sense un anàlisi del context en què s'inclou i per tant des de la complexitat de la societat. Aquests entorns seran els que en bona mesura determinaran la manera de ser dels adolescents. No podem obviar que els adolescents són producte d'uns temps molt concrets. De fet, i segons com, sembla que els adolescents de cada generació tinguin la missió de posar la societat davant del mirall. Definir l'adolescència com una etapa homogènia amb unes determinades característiques evolutives de caràcter físic i intel·lectual és caure en el parany d'una generalització i homogeneïtzació que ens podria fer perdre una visió polièdrica i potser més

²¹ Informe: *Jornada de presentació del Panel de Famílies i Infància*, realitzat per CIIMU (Institut d'Infància i Món Urbà) amb la col·laboració del Departament d'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat. (abril 2007)

acurada del tipus d'individus que la conformen (una suma d'individualitats amb els seus contextos particulars i realitats diferents; el món de la pluriformitat).

“Els i les adolescents són d'una manera o altra en funció de les possibilitats que tenen de ser-ho, de les dinàmiques, interaccions i pràctiques adolescents que es produïen en aquests anys de la seva vida i, finalment, en funció de les respostes que reben de les institucions adultes que els envolten” (FUNES, 2004: 37).

Aquest estudi, doncs, només pot ser una aproximació a alguns dels factors que formen part de la condició adolescent. Intentar descobrir quins són els seus interessos a través d'allò que veuen i a la vegada quins són els conflictes que la societat té amb els seus adolescents i com els representa a través dels mitjans de comunicació és l'objectiu d'aquest treball de recerca. Hi ha certa unanimitat en definir alguns conflictes com a claus i propis d'aquesta edat que en grans trets podrien ser els següents: les primeres relacions sexuals; el culte al cos (com a causa de patologies que se'n poden derivar: l'anorèxia i la bulímia); la relació complicada amb els pares; les drogues; la violència-assetjament escolar (el *bullying*); la independència familiar o l'homosexualitat. L'adolescència és una etapa en la qual es produeixen importants canvis psicològics. Segons Erikson, l'època de la vida on té lloc la construcció de la personalitat. Per tant, com afirmen alguns psicòlegs, l'adolescència (situada enmig de la dependència de la infantesa i l'autonomia del món adult) és *una època en la qual s'han d'assentar les bases del que serà la persona adulta en una doble faceta: interna (valors, actituds, sentiments) i externa (professió, relacions interpersonals, paternitat)*²².

Els joves d'avui han assumit plenament els valors de la democràcia, que entenen bàsicament com una cultura de la participació, de la solidaritat i la

²² TRIADÓ, C. et alt. (2000) *Psicologia del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectud*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona (pàg.88.)

defensa de les llibertats individuals. Inverteixen en valors finals com el pacifisme, la tolerància i sobretot l'ecologisme (els instituts s'han bolcat amb activitats i presa de consciència sobre els efectes del canvi climàtic i segons diversos estudis una de les qüestions que més preocupa als joves és el medi ambient), però es perden en l'aplicació d'aquests ideals en el seu dia a dia. El 20 de març del 2007 es va publicar una enquesta realitzada per l'empresa sueca i d'investigació Kairós Future que sota el títol *Joventut Global. Emprenedors o hedonistes?*. Concloïa, a grans trets, que els joves cada vegada donen més importància als diners, que els agrada gastar, que sobretot volen passar-s'ho bé i que, tot i que reconeixen que el món va malament, no estan disposats a actuar per corregir la situació. Segons la mateixa enquesta, els joves no confien ni en els polítics ni en les multinacionals ni tampoc en els mitjans de comunicació (els quals utilitzen bàsicament com a entreteniment). L'estudi estava fet sobre una mostra de 22.500 persones de 17 països de tot el món. En el cas espanyol (un dels països investigats), l'enquesta era sobre 1.000 persones d'entre 16 i 29 anys. Una de les conclusions respecte aquest percentatge és que els joves espanyols *“són èticament responsables” i que “en aquest sentit un 96% dels enquestats destaquen els valors de la honestat, la tolerància i la responsabilitat”*²³.

Són diversos els estudis que subscriuen que dos dels eixos més importants dels joves són la família i el benestar, entès com a qualitat de vida. Els amics ocupen, a la vegada, un lloc privilegiat i creixent en l'univers adolescent com a font d'aprenentatge informal, de participació d'experiències comunes, de proximitat, d'identificació i de compartiment de coneixements. La família, en continu procés de transformació, ha esdevingut l'agent de socialització més important per als joves. S'ha convertit en un context de referència i un espai de dependència tant econòmic com moral. L'estudi *Valors i pautes de la interacció familiar en l'adolescència (13-18 anys)*, realitzat per les professores de la Universitat de València Petra María Pérez i Paz Cánovas així ho indica: *“Els*

²³ Enquesta *Joventut Global*, a càrrec de la Consultoria sueca Kairós Future. Les conclusions de la qual es van presentar al Palau Robert de Barcelona el 20 de març del 2007.

*fills es troben a gust a casa, tenen de tot (el 50% té accés a un ordinador i a Internet; un de cada tres té TV a la seva habitació) i una bona relació amb els seus pares*²⁴. Una bona relació que, en realitat, podria ser conseqüència d'una major permissibilitat per part dels progenitors en l'educació dels seus fills, on els límits cada vegada estan més difuminats i on s'observa una falta d'autoritat latent. En aquest sentit, el "Panel de Famílies i Infància" realitzat per l'Institut d'Infància i Món Urbà (Ciimu) sobre una mostra de 3.000 adolescents entre 12 i 16 anys, assenyala que la permissibilitat dels pares i del grup d'amics influeix en les conductes de risc²⁵. Els canvis que s'han produït en la construcció de les famílies és un dels altres factors que hi influeix. I és que la nova família, més reduïda, ha assimilat el funcionament no tradicional d'una nova generació de pares i mares que exerceixen una important funció de protecció social i que fan possible un espai de bona convivència i, sovint, de mútua dependència entre els seus membres. En aquest sentit, la titular de Psicologia Evolutiva de la Universitat Autònoma de Madrid, Amparo Moreno declara que *"mai com ara els pares s'han preocupat tant pels seus fills. Però estem ficats de dalt a baix en un determinat model de consum que ens ho condiciona tot. El que jo veig són pares molt cansats"*²⁶.

L'accés a les universitats, l'ampliació dels estudis i la precarietat laboral són factors claus, d'altra banda, de la nova condició juvenil. La separació radical entre les etapes d'estudi i el treball estan desapareixent de manera ràpida. La formació pluridisciplinar i la necessitat d'estudis es combinen amb petits treballs que permeten tenir uns ingressos mínims (fer classes de repàs o fer de cangurs en són dos bons exemples). En el mercat laboral actual difícilment existeixen treballs ben remunerats per als joves que- malgrat estar molt ben preparats- es troben amb una forta competència i amb feines molt per sota de les seves possibilitats. En aquesta direcció, d'una de les conclusions de

²⁴ Informació extreta de la notícia titulada "El 42% dels pares confessa que no sap educar als seus fills en edat adolescent", publicada a La Vanguardia, el 5 de juliol del 2002.

²⁵ D'aquest estudi se'n va fer ressò La Vanguardia, diumenge 20 de maig del 2007 (pàg. 35).

²⁶ Article "Espanya a la cua de la conciliació entre família i treball", VVAA. Magazine de La Vanguardia publicat l'11 de setembre del 2005.

l'informe de Kairós "Joventut Global" es desprèn que *"els joves volen qualitat de vida i la majoria escull un bon entorn en el seu treball per sobre de les bones oportunitats laborals. Tot i així, la tendència és buscar, amb el temps, treballs amb estatus alt i bones oportunitats de carrera"*. Els joves, per tant, són conscients d'aquesta situació, de l'escassetat d'oportunitats, que debilita qualsevol expectativa d'inserció a la vida adulta. D'aquesta manera i, dins el si familiar, els joves prefereixen seguir estudiant i formant-se sense renunciar a l'apreciada qualitat de vida. Segons el mateix informe de Kairós, *"els joves espanyols presenten una tendència hedonista i destaquen aspectes com sentir-se necessitat (en un 94%), tenir bona salut (un 92%), poder realitzar les pròpies idees (un 88%), viure i menjar bé (un 87%) i tenir temps per compartir amb els amics (un 87%)"*. D'aquesta manera el temps lliure i l'oci ocupen una posició gairebé prioritària en els interessos i preocupacions dels joves. És per això que, per una banda, han construït espais propis (la nit o el cotxe) per poder disposar d'intimitat (individual) o de privacitat (en col·lectiu) i de l'altra s'han convertit en els principals consumidors de dos dels grans àmbits del temps lliure: la cultura i l'esport.

5.1. L'adolescent: sentit i significats d'una etapa complexa

El primer problema que ens trobem quan s'intenta definir el concepte de l'adolescència és quan n'hem d'acotar-ne els seus límits. Hi ha disparitat d'opinions respecte en quin edat es deixa de ser nen o infant per entrar a l'adolescència i en quin moment s'arriba a l'etapa adulta. Com a definició estadística podríem acceptar que els adolescents són aquells individus que estan entre els 12-13 anys i els 17-18 i que tenen un conjunt de característiques socials i psicològiques similars. Serien edats, d'altra banda, que en termes escolars correspondrien des de l'inici de la ESO fins a les acaballes del batxillerat. L'adolescència, per tant, és una etapa essencial pel que fa a la construcció de la personalitat de l'individu, ja que en aquest període culminen diferents processos evolutius tant de caràcter físic com intel·lectual.

Des d'una perspectiva adulta (cal tenir en compte el factor de qui és l'observador) és difícil delimitar l'etapa adolescent, sobretot pel que fa a la seva fi. El fet encara pren més rellevància en les societats occidentals actuals. La incertesa, la manca de fites, la indefinició són propis d'èpoques en què hi ha falta de treball i que és difícil independitzar-se dels pares per constituir la pròpia família.

“La prolongación social de la etapa de la adolescencia parece responder tanto a la reducción de la niñez como al retraso en el logro de la autonomía” (AGUINAGA, 1991: 208).

Suggestiva en aquest sentit resulta la investigació de J. Aguinaga *Infancia y adolescencia: la mirada de los adultos*, mitjançant la qual l'autora defineix el concepte adolescent a través de diferents preguntes a adults (la mostra formaven 1.119 entrevistes a adults d'Oviedo, Madrid o Barcelona). L'autora posa especial èmfasi en estudiar “l'observador” i, per tant l'adult en relació amb l'adolescent. Així, quan l'adult preguntat en qüestió era el pare/mare es tendia a definir el fill/filla de 22-23 anys encara d'adolescent o fins i tot “de molt jove”. També hi havia força acord en considerar l'etapa adolescent com una “etapa conflictiva” i es repetia sovint el concepte d'adolescent 'difícil' o les paraules 'immaduresa' o 'rebel·lia' per descriure'ls. És des d'aquest punt de vista adult on hi ha un nombre elevat de tòpics i prejudicis respecte l'edat en qüestió, sent habitual que es recorri a la denúncia del passotisme, la crisi de valors, el consumisme o als vicis com a culpables de la situació que viuen aquests nois i noies.

Aquesta falta de rumb per encarar el futur va ser tractada amb humor pel dibuixant, Jordi Labanda (autor referent entre el sector més jove)²⁷:



El límit superior de l'edat adolescent és, per tant, una qüestió complexa, perquè més enllà de la lògica objectiva i mesurable, com és la maduració biològica, el concepte va lligat a una maduració psicològica i social.

En aquesta concurrència entre el que la societat demana i el que les persones necessiten per desenvolupar-se, el teòric Havinghurst va desenvolupar un llistat del que ell va anomenar tasques psicosocials en l'adolescència i que inclourien els coneixements, actituds, funcions i habilitats que els individus han d'adquirir en determinats moments de la seva vida mitjançant la maduració física, l'esforç personal i les expectatives socials. Segons l'autor es tractaria dels següents vuit punts en el cas adolescent²⁸:

²⁷ Acudit gràfic de Jordi Labanda publicat a l'espai 'Si te he visto no me acuerdo' del Magazine de *La Vanguardia* (15 d'abril del 2007)

²⁸ HAVINGHURST, R.J. (1972) *Developmental tasks and education*, New York, Mc Kay

1. *Acceptar el físic propi i usar el cos de manera efectiva.*
2. *Aconseguir la independència emocional dels pares i altres adults.*
3. *Aconseguir un rol social i sexual masculí o femení.*
4. *Formar relacions noves i més madures amb companys de la mateixa edat i d'ambdós sexes.*
5. *Desitjar i abastar una conducta socialment responsable.*
6. *Adquirir un conjunt de valors i un sentit ètic que guiï la conducta.*
7. *Preparar-se professionalment.*
8. *Preparar-se per al matrimoni i la vida familiar.*

Precisament, el domini de les tasques en cada etapa dona un ajustament i una preparació per abordar tasques posteriors de més dificultat i que requereixen una major maduresa. D'aquesta manera l'adolescència es converteix en el primer estadi de la vida en el qual es troben tots els ingredients per a la realització personal. A més, aquest és el moment en què desenvolupa el pensament formal, comença a elaborar teories i és capaç de concebre el que és real com una possibilitat d'entre moltes altres que són possibles. Segons la psicologia evolutiva, l'adolescent ja és capaç d'imaginar-se com podria ser el seu futur i quines conseqüències poden tenir el seu comportament i les seves eleccions presents. L'adolescent té una visió més flexible i crítica del món, cosa que el pot conduir a tenir una visió idealista de com hauria de ser el món que enfronta amb el real i, per tant, a reconèixer que no hi ha 'una veritat' i 'un món' sinó moltes alternatives possibles. Ho explica el psicòleg Jean Piaget:

“Ce caractère de la pensée concrète est particulièrement clair dans les présents recherches, où l'on peut comparer sur chaque point la pensée concrète de l'enfant à la pensée formelle du préadolescent ou de l'adolescent: tandis que ces derniers commencent d'emblée par construire un ensemble d'hypothèses entre lesquelles il leur faudra choisir expérimentalement la bonne, pour résoudre le problème qui leur est posé l'enfant u niveau concret ne fait pas, à proprement parler, d'hypothèses (...). Si l'on convient d'admettre qu'il s'agit là d'hypothèses, il faut alors

préciser que celles-ci consistent sans plus à esquisser des projets d'actions possibles, et non pas, comme chez l'adolescent, à imaginer ce que devrait être le réel si telle ou telle condition hypothétique était remplie” (PIAGET, 1970: 219-220).

5.2. La formació de la identitat

En aquest procés de crisi i transformació de l'adolescència és quan s'aconsegueix la identitat o primera identificació com a individu amb les pròpies particularitats. És el que psicòleg alemany Erik Erikson denomina “l'etapa de la identitat versus la difusió de la identitat” i que Sigmund Freud anteriorment havia definit com “l'etapa genital”. En aquest sentit, Erickson evoca una certa imatge narcisista dels adolescents respecte a ells mateixos:

“La principal atenció dels adolescents són ells mateixos i l'interès per com poden ser. La identitat del ‘jo’ representa una integració que es desenvolupa a partir de l'experiència social i de l'acceptació de rols socials. El ‘jo’ adolescent encara és boirós i per tant hi ha una confusió de rols i una tendència a identificar-se amb els de la seva mateixa edat o figures ideals. El concepte de ‘jo’ es desenvolupa com una sèrie seqüencial de nivells de percepció del ‘jo’ que sorgeix mitjançant la interacció amb altres persones. Si en aquestes interaccions socials l'individu descobreix que les seves comprovacions de la realitat confirmen les percepcions que té d'ell mateix, el seu concepte de ‘jo’ tendeix a restar estable. L'oposat de la identitat és la difusió de la identitat, que vol dir la incapacitat de molts adolescents de comprometre's amb algunes posicions ideològiques a ni tan sols assumir un estat identificable a la vida”²⁹.

Precisament aquesta mirada narcisista és la constitueix el primer esglaó entre l'ego i la realitat exterior. Amb aquestes paraules ho exposa el pensador alemany, teòric de l'Escola de Frankfurt, Herbert Marcuse:

²⁹ ERICKSON, E. H. (1971). *Sociedad y adolescencia*. Mèxic: Siglo XI

“Originally the ego includes everething, later it detaches from itself the external world. The ego-feeling we are aware of now is thus only a shrunken vestige of a far more extensive feeling- a feeling wich embraced the universe and expressed and inseparable connection of the ego with the external world” (MARCUSE, 1987: 168).

D'aquesta manera, i a través de la identitat, l'adolescent es defineix, s'autoreconeix, però també aprèn a diferenciar-se de la resta. És per això que en aquesta etapa té una paper fonamental el desenvolupament de la personalitat. I serà a través de la personalitat- i per tant, d'una certa individuació- que es crearà la diferenciació amb els altres³⁰. I per fer-ho, utilitzarà els elements que té al seu abast: per imitació, comparació, identificació o per afirmació contraposada respecte a l'entorn. Il·lustratives en aquest sentit són les declaracions del premi Nobel (1999) l'alemany Günter Grass, que en la roda de premsa per presentar la seva biografia a l'estat espanyol *Tot pelant la ceba* (Edicions 62, 2007) va explicar que es va sentir fascinat pel nazisme (un dels episodis vitals de l'autor que ha sortit a la llum recentment provocant un gran escàndol), precisament en l'adolescència, quan tenia 17 anys i descrit textualment com “una bogeria de joventut”, en plena recerca de la seva personalitat : *“Vaig viure la ideologia nacionalsocialista, que va exercir sobre mi una fascinació. Ens va seduir a molts i molts ens vam deixar seduir”*. Durant, només uns mesos Grass va fer de voluntari i fins al procés de Nüremberg, explica en el llibre, no va prendre consciència dels crims nazis³¹.

³⁰ “Cerquen entre els altres adolescents, entre les altres formes de ser adolescent, els enemics a negar. Ser adolescent també és una forma de reaccionar al tracte rebut, una forma de ser en negatiu quan no es pot ser en positiu, una necessitat de diferenciar-se d'algú que és pitjor o que 'té la culpa' de les pròpies dificultats”, extret de Resum “El món dels adolescents explicat per ells mateixos”, de Jaume Funes (pàg 89).

³¹ El 22 de maig del 2007 Günter Grass va presentar les seves memòries en roda de premsa a Madrid. La versió catalana d'aquestes memòries es presenta sota el títol “Tot pelant al ceba”, editat per edicions 62 dins la seva col·lecció “El balanç”.

Resulta força evident, i aquest n'és un bon exemple, que el marc social és un referent indispensable per diferenciar-se i constituir-se, per tant, com a personalitat única.

Erikson, doncs, concep l'adolescència com una etapa de conflicte (crisi) entre l'aconseguit de la identitat i la identitat difusa (no aconseguida). La identitat és un concepte que fa referència a un significat individual, tot i que això no significa que no tingui un caràcter col·lectiu, ja que l'ésser humà és fonamentalment social.

5.3. La importància del 'grup d'iguals'

En el que es considera l'època més delicada de la construcció de la identitat personal, l'adolescència, el grup d'iguals adquireix una importància cabdal i la tendència a l'agregació per part dels adolescents suposa el marc principal de la seva identificació:

“L'edat és un element que iguala les persones i facilita el procés de comparació. El fet de compartir una edat (ser adolescent) permet comparar-se sense considerar d'altres elements importants de la vida de les persones (oportunitats derivades de la classe social, per exemple)”³².

El grup és un bon mitjà per definir-se i conèixer-se a un mateix. El grup no és només font de diversió sinó que esdevé un element de creixement personal i social (*“en el si del grup s'aconsegueix seguretat, afecte i valoració que compensa les frustracions”³³*). També es converteix en una de les principals fonts d'informació sobre el món exterior i d'accés al coneixement per part dels seus membres. Els adolescents pregunten als seus semblants i se senten identificats amb els problemes d'aquells amb qui comparteixen edat i un context

³² TRIADÓ, C. et alt. (2000) *Psicologia del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectud*, Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona (pàg. 94)

³³ FIGUERAS, M. (2004) *Prensa juvenil femenina i identitat corporal* ; tesi doctoral Universitat Pompeu Fabra (pàg.159)

similar. Una identificació que es produeix també amb els personatges televisius amb qui comparteixen punts en comú.

“L’ empatia és molt més gran cap els seus iguals justament en aquesta etapa vital. Els atrau molt trobar personatges que manegen els mateixos conflictes que ells i que es manifesten com ells.

Crec que es un moment molt contundent d’afirmació per la negació de la infància i del món adult. Te unes característiques molt singulars, molt específiques” (XAVI ROMERO, cap de l'àrea d'Infantil i Juvenil del departament d'entreteniment de TV3- entrevista annex: 12.1.1, pàg. 171).

Constitueix d'aquesta manera tant un ajut en la recerca de la independència per part de la família com un suport en les actituds i comportaments que s'enfronten a l'autoritat i el consell dels pares. En aquest sentit, els pares deixen de ser el referent únic:

“La salida del adolescente de la órbita paterna coincide con su ingreso en otra órbita de influencia, la del grupo y de los compañeros. Hay autores (Ausubel, 1952; Bronfenbrenner, 1970) que entienden, por lo demás, que no hay algo así como un intrínseco atractivo del grupo que sea la razón del desvío respecto a la familia sino más bien al revés; el deterioro de los vínculos familiares estaría en el principio del proceso, dejando al adolescente en un vacío que trata de colmar en el grupo de iguales” (FIERRO, 1993: 125).

Segons els psicòlegs, el fet de pertinença a un grup ajuda a l'adolescent a crear el seu autoconcepte d'acord amb l'observació de si mateix i del comportament dels altres respecte al subjecte. D'aquesta manera la interacció de l'adolescent amb la resta esdevé clau per definir-se i per identificar-se, però també per interactuar (ser observat i permetre relacions). Des de la perspectiva psicosocial, la identitat consistiria a assumir una sèrie de rols que desenvolupen les persones. I en l'adscripció d'aquests rols apareixen també

determinades “etiquetes” que faciliten la identificació per contraposició i per tant, de diferenciació (com més diferent sigui de la resta més 'autèntic' serà i més personalitat tindrà). Pel psicòleg John C. Coleman l'adopció de determinats papers-rols, és més problemàtica durant l'adolescència que en cap altra etapa de la vida:

“Los años comprendidos entre la infancia y la edad adulta, como periodo de la aparición de la identidad, son considerados como particularmente importantes para la construcción de este repertorio de papeles”
(COLEMAN, 1985: 24).

Com a elements identificadors, condicionats pel context, se'n deriven d'altres mecanismes com l'assumpció d'una determinada estètica (moda) o l'ús d'un llenguatge que esdevé propi i que té les seves particularitats (un dels exemples més evidents el trobem en el llenguatge dels 'sms' o dels xats, convertit en un nou argot ple d'abreviacions propis dels adolescents que el món adult ha acabat adoptant). El 1978, el sociòleg americà Christopher Lasch, ja advertia sobre els efectes nocius de la socialització mediatitzada d'infants i joves a través d'un llenguatge sense el qual és impossible adreçar qualsevol missatge a aquest tipus d'espectadors:

“Another such influence is the mechanical reproduction of culture, the proliferation of visual and audial images in the “society of the spectacle”. We live in a swirl of images and echoes that arrest experience and play it back in slow motion. Cameras and recording machines not only transcribe experience but alter its quality, giving to much of modern life the character of an enormous echo chamber, a hall of mirrors. Life presents itself as a suction of images and electronic signals, of impressions recorded and reproduced by means of photography, motion pictures, television, and sophisticated recording devices. Modern life is so thoroughly mediated by electronic images that we cannot help responding to others as if their actions – and our own- were being recorded and simultaneously

transmitted to an unseen audience or stored up for close security at some later time” (LASCH, 1978: 47-48).

Uns elements identificadors que prenen més força en l'àmbit del lleure i, per tant- de la no obligació; on els nois i noies es mostren amb la imatge que més els agrada i on el grup d'iguals pren més força. Interessant en aquest sentit va ser el reportatge *Debutants a la pista* emès en el programa de TV3, *Entre línies*, sobre els rituals iniciàtics d'aquells nois i noies impacients per complir l'edat reglamentària (els 14 o 16 anys, en funció del local) i per poder accedir per primera vegada a una discoteca de tarda. Un debut que es tradueix en estrenar roba i sabates, anar a la perruqueria, posar-se colònia i sobretot maquillar-se³⁴.

Un bon exemple que posa en evidència el poder socialitzador que ha adquirit el temps d'oci (en el qual s'hi inclou l'ús dels *mass media*) enfront les tasques “obligatòries” (escola, activitats extraescolars, etc) del dia a dia de nois i noies.

“Fins fa no pas massa la pregunta 'i tu què ets?' es responia amb un ofici. Avui els processos identitaris no són tan senzills. La identitat ja no es construeix únicament en funció de la feina o dels estudis sinó que, com es veia, en la mesura que el temps lliure esdevé cada cop més significant per als joves, l'oci esdevé més socialitzador que abans” (FIGUERAS, 2005: 158).

D'aquesta manera l'oci acaba convertint-se en un element que defineix i que ens explica. Actualment l'ocupació del temps lliure ha acabat convertint-se en un dels elements més importants per presentar-nos en societat.

Exemplificadors, en aquest sentit, són els resultats de l'enquesta de l'institut de la Infància i el Món Urbà (Ciimu) on cada vegada adquireixen més importància

³⁴ *Debutants a la pista* és un reportatge de Bibiana Bertran i Míriam Pina per al programa *Entre Línies* de TV3, emès el 12 de març del 2007.

les activitats de caràcter informal, amb els amics, com sortir de compres així com el temps dedicat a internet, a la consola o al mòbil.

Així, les despeses dels adolescents es converteixen en el baròmetre dels seus interessos. Els productes de vestir, com la roba i les sabates, ocupen el primer lloc. Hi inverteixen una mitja de 28 euros al mes. El mòbil seria el segon motiu de despesa; una quarta part dels joves diu gastar-s'hi uns 10 euros al mes. En tercer lloc de les factures és per les colònies, les cremes i els cosmètics (un 14% gasta entre 11 i 50 euros al mes), sent més elevada entre les noies però cada vegada amb més incidència entre els nois. A un nivell similar se situen els videojocs i jocs per ordinador, amb una minoria del 4% que gasta més de 50 euros al mes. L'enquesta reflecteix un joves integrats en la societat del consum que ja tenen l'objectiu de guanyar diners (89%), conduir un cotxe (86%) i tenir casa (76%)³⁵.

5.4. L'adolescent: un descobridor en potència

Des del punt de vista adolescent, es defineixen a si mateixos com a exploradors que ho volen provar i experimentar tot; amb ganes de viure i sobretot de descobrir³⁶. Es tracta, per tant, d'explorar, però sempre per acabar trobant i descobrint alguna cosa.

L'adolescència, per defecte, viu la intensitat vital de manera urgent, fruit d'aquesta tendència de la vida actual basada en l'immediatisme i el presentisme. Avui en dia es valora més el 'fer experiències' en detriment de 'tenir experiències':

"S'ha passat d'una societat que valorava 'l'experiència' acumulada per la pràctica reiterada d'una activitat i per una tradició que l'orientava, a una

³⁵ D'aquesta enquesta i de les seves conclusions se'n va fer ressò *La Vanguardia* del 17 de maig del 2007 (pàg.35).

³⁶ En la pregunta de "com definiries una adolescent?" feta a estudiants de 4art de ESO de diferents instituts catalans, segons podem observar a l'estudi: FUNES, J. (2004) *Els adolescents explicats per ells mateixos*; la paraula que es repeteix més en les seves explicacions és la de 'descobrir'.

societat on el valor és l'acumulació de petites 'experiències', totes diferents, totes noves, potser totes trepidants, però totes superficials"
(CARDÚS, 2000: 177).

L'adolescència significa experimentació, la necessitat de viure amb intensitat (la importància de l'aquí i l'ara'), d'intentar entendre la complexitat de la seva condició evolutiva i, sobretot de viure-ho tot "en primera persona". Bettelheim subratlla aquesta necessitat de viure les experiències en pròpia pell: "*el conocimiento real de los hechos sólo beneficia a la personalidad total cuando se convierte en un conocimiento personal*"³⁷. En aquest provar-ho tot s'hi inclouen aquells camps prohibits, els que suposen transgredir les normes, aquelles zones que podrien formar part de l'edat adulta i per tant on s'hi entra d'amagat, només amb la complicitat dels amics i fora de la mirada dels grans: el sexe, les drogues³⁸, l'alcohol, el tabac o la velocitat... Elements que sovint formen part integrant d'aquell temps dedicat a la diversió dels adolescents, del seu espai d'oci. Segons el professor de la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona, Àngel Martínez, "*L'actitud dels iguals és una de la variables més destacades per entendre les actituds incíviques i els comportaments de risc*"³⁹. I és que la definició de l'adolescència en clau de diversió vital, sembla força universal. Els mateixos publicistes ho han entès així i fins i tot utilitzen aquest recurs argumentatiu per alguns dels seus anuncis⁴⁰. Un dels exemples que trobem en l'actualitat és la campanya per televisió de la xocolata de la marca

³⁷ BETTELHEIM, B (1995): *Psicoanàlisis de los cuentos de hadas*. Barcelona, Crítica (pàg. 77).

³⁸ El 5 de febrer del 2007 el diari *AVUI* es feia ressò de la següent notícia "El 4% d'adolescents consumeix cocaïna" segons un estudi sobre drogadicció del departament de Salut on s'assenyalava que havia crescut un 25% els tractaments per consum de cocaïna a Catalunya en 15 anys.

³⁹ El professor Àngel Martínez és un dels autors de l'estudi de la Generalitat "Panel de Famílies i Infància" realitzat per l'Institut d'Infància i Món Urbà: es pot consultar l'informe a : www.ciimu.org.

⁴⁰ En aquest sentit *El Periódico* publicava el 9 de febrer del 2007 una article titulat "Un terç de la publicitat d'alcohol es dirigeix als joves" basat en un estudi encarregat pel Ministeri de Sanitat que denunciava que "el 28% dels anuncis televisius de begudes alcohòliques i el 50% dels radiofònics estan dirigits explícitament als adolescents i als joves. La resta d'aquesta publicitat, encara que no ho faci tan directament, també s'insereix en programes que habitualment són seguits per aquest públic".

*Valor*⁴¹ on l'eslògan és “*placer adulto*” i l'anunci mostra com dues adolescents compren xocolata al súper d'amagat i avergonyides per si les descobreixen i se la mengen a l'habitació d'una d'elles amb un plaer gairebé similar al d'un orgasme. La xocolata, en aquest cas, té unes clares connotacions sexuals.

L'entrada a aquests camps ‘perillosos’ als quals fèiem referència poden derivar en comportaments que a la llarga poden ser un risc per la salut i benestar psicològic futur de l'adolescent. Sovint els nois i noies coneixen el perill (pel seu entorn immediat, a través dels mitjans de comunicació, de les campanyes informatives per eradicar certs comportaments considerats de risc; però també perquè han desenvolupat la capacitat moral i cognitiva per avaluar el perill), saben com evitar-lo i, malgrat tot, s'impliquen en aquest tipus d'actituds. Al per què ho fan, els psicòlegs en donen diferents motius: perquè l'adolescent se sent especial i invulnerable i es creu que hi pot posar aturador quan vulgui; per la recompensa a curt termini que comporten certs comportaments de risc, per les normes imperants en el grup on es pertany; per la càrrega emocional que comporta o per l'atractiu que suposa saltar-se les normes i experimentar⁴².

En qualsevol d'aquestes causes, el grup d'iguals- com veiem- adquireix una importància cabdal pel que fa a la influència i al reafirmament de certes actituds. Per tant es requereix conèixer quins són els arguments vitals que hi ha darrere dels seus comportaments per poder entendre'ls, conèixer-los i, potser, canviar la perspectiva que els adults tenim dels nostres adolescents i revisar-ne algunes concepcions.

5.5. L'adolescent en la mirada adulta

Si bé l'adopció de certes perspectives implica posar-se a la pell de l'altre i intentar inferir i comprendre els continguts dels seu món psicològic interior,

⁴¹ El 15 de març del 2006, l'empresa de xocolata Valor amb motiu del seu 125è aniversari renova continguts així com el disseny de la seva pàgina web www.valor.es i llança la seva nova campanya “*placer adulto*”, on l'objectiu és el públic adult i per això es presenta la xocolata com una “temptació”

⁴² TRIADÓ, C. et alt. (2000): *Psicologia del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectud*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona (pàg. 72)

quan la persona entra en el terreny moral no només intenta comprendre, sinó que passa a valorar les accions. En el cas adolescent, la tendència és analitzar l'etapa des d'una mirada, en certa manera, angoixada, i normalment des del conflicte. I és que la nostra societat no sap què fer dels seus adolescents⁴³. D'aquí a què es tendeixi a considerar l'adolescència com l'etapa més conflictiva; que es parli de crisis i de desconcert sobre com fer-hi front i que s'associï d'una manera immediata adolescent amb problema i contradicció. Les mirades adultes sobre el món adolescent obliguen a reubicar els adults, canviar de punt de vista per, alhora incorporar la dels adolescents. En aquest sentit i segons Jaume Funes les persones adultes tenen dues tasques urgents a fer⁴⁴:

a) Acceptar socialment l'adolescència com a un nou cicle vital universal i, per tant, definir i acceptar col·lectivament quin és el seu sentit, perquè ha de servir i quins són els seus objectius.

b) Considerar l'adolescència una nova etapa educativa i conèixer i compartir les claus per a poder influir positivament en les seves vides.

D'aquí la importància en primer lloc de comprendre que una part important de la realitat per conèixer és en les mirades de les persones adultes. D'aquesta manera és important tenir en compte que quan analitzem, investiguem o representem els nostres adolescents ho fem des d'una perspectiva que no els hi és pròpia i que, fins i tot, a vegades els hi és llunyana (“és que no m'entens...”; “els meus problemes són importants i tu no m'escoltes” o “sempre em dónes llargues”). Es tracta com afirma el sociòleg Salvador Cardús, “d'una mirada unidireccional que invisibilitza l'adult com a possible portador de problemes en relació a la seva condició d'edat [...]. I aquesta mirada unidimensional i miop ha impedit que l'adult pogués adonar-se de quines

⁴³ Especial interès té en aquest sentit el capítol “A qui fan nosa els adolescents?” del llibre *El desconcert de l'educació* de Salvador Cardús. pg. 162

⁴⁴ FUNES, J (2005). Arguments adolescents: el món dels adolescents explicat per ells mateixos. Barcelona: Fundació Jaume Bofill; Secretaria General de Juventut (pàg.96)

*dificultats aportava, per ell mateix, al debat educatiu*⁴⁵. Fins i tot, sovint, determinades maneres de descriure públicament l'adolescència faciliten a alguns nois i noies la justificació en la seva inacció, dels seus comportaments i actituds (sóc així perquè sóc adolescent).

L'adolescència acaba convertint-se en una malaltia que cal passar i contra la qual no hi ha vacuna possible més enllà del temps. Un raonament que serveix a banda i banda per justificar uns determinats comportaments propis d'un període determinat que tard o d'hora arribarà a la seva fi. D'aquesta manera la condició adolescent acaba portant implícits una sèrie de trets i rols que no fan més que multiplicar els prejudicis i els tòpics sobre la realitat adolescent.

“Els mitjans de comunicació sovint viuen del tòpic i dels prejudicis. La imatge de l'adolescent irresponsable, superficial, frívol i consumista es un clixé bastant habitual. Es curiós perquè així com no tots els adults han pogut viure l'experiència de ser d'una altra ètnia, o de ser dona o avi, sí que necessàriament han viscut la de ser adolescent. Per això sembla que s'hauria de tenir una comprensió més subtil i precisa d'aquesta circumstància. Fent, simplement, un exercici de memòria” (XAVI ROMERO, cap de l'àrea d'Infantil i Juvenil del departament d'entreteniment de TV3- entrevista annex: 12.1.1, pàg.171).

5.6. Problemàtiques i contextos adolescents

Les principals problemàtiques que tenen els adolescents depenen bàsicament dels seus contextos i de les relacions que estableixen amb els adults. Resulta indubtable pensar que tot adult abans ha estat adolescent, i que per tant, no és aliè als canvis que es produeixen en l'adolescent tenint tota la informació vivencial i d'experiència al respecte (sobretot pel que fa als canvis biològics). Tot i així, la societat evoluciona, els accessos a la informació s'amplien i els

⁴⁵ CARDÚS, S. (2000): El desconcert de l'educació: les claus per entendre el paper de la família, l'escola, els adolescents, els valors, la televisió i la incertesa del futur. Barcelona, La Campana (pàg. 194)

contextos canvien. L'adolescent és un cúmul de circumstàncies: el formen el seu entorn (des de l'institut on va, fins al municipi on viu, i evidentment el nucli familiar), les interaccions que estableix amb les altres persones, però també les seves actituds estan determinades en funció de la resposta que rep de les institucions adultes que l'envolten. Les relacions amb el grup familiar condicionaran, en bona mesura, la base de seguretat amb la qual gestionaran les crisis que els tocarà viure. En aquest sentit, el psicòleg James Marcia determina que l'adolescent assoleix la seva identitat quan es compromet amb els models del rol adult i amb les possibilitats de comportament que li ofereix la seva societat. Uns compromisos que afecten diferents aspectes: educació, professió, religió, política, relacions interpersonals i relacions íntimes. La manera d'assolir aquesta identitat dependrà de cada adolescent: alguns passen per un període de crisi en el qual exploren tots els compromisos possibles i assagen de trobar el que els convé més; i d'altres manifesten fermes compromisos sense posar-los mai en qüestió, responent al que els pares han disposat per a ells i no han hagut d'escollir per ells mateixos⁴⁶.

Hi ha una certa unanimitat en definir determinats problemes com els propis, tot i que no necessàriament inherents⁴⁷, de la condició adolescent. Per Salvador Cardús, és un error, en tractar de l'adolescència, centrar-se exclusivament en les patologies més habituals d'aquesta edat. Ell ho atribueix, en bona mesura, a *“la insistència dels mitjans de comunicació de presentar la cara més desagraïda del món juvenil associant-la als aspectes més conflictius a aquest grup d'edat, i amagant una majoria d'adolescents normals, és a dir, en procés de formació, però plens d'idealisme i ganes de viure”* (CARDÚS, 2000: 166).

⁴⁶ MARCIA, J.E. (1966) Development and validation of ego-identity status. Nova York, Wiley (pàgs. 557-558)

⁴⁷ Que es considerin habituals del període adolescent no implica que tots els adolescents hagin de passar per ells o fins i tot que els acabin derivant cap a comportaments de risc. Alguns d'aquests problemes vénen determinats pel seu caràcter biològic- certament l'adolescència suposa una descoberta del propi cos-, per exemple el sexe però això no determina que tots els adolescents visquin els canvis de la mateixa manera.

D'aquesta manera, la descoberta de la pròpia sexualitat (precocitat, ambigüitat, embarassos no desitjats⁴⁸), les relacions amb els pares, el consum de drogues i/o alcohol (addiccions), el culte al cos (desordres alimentaris com la bulímia o l'anorèxia⁴⁹), l'ús de la violència o assetjament escolar (*bullying*⁵⁰), o el fracàs escolar⁵¹ acaben convertint-se en aquestes patologies habituals en els mitjans de comunicació en els quals se'n fan ressò via enquestes; quaderns de sociologia, d'educació o psicologia o trames argumentals per les seves sèries de ficció on hi apareixen personatges adolescents.

“El món dels adolescents és tan ple de tòpics que a vegades és difícil no caure-hi en algun moment a l'hora de construir determinats personatges”
(XAVIER GUÀRDIA, guionista d'*El Cor de la Ciutat*- entrevista annex: 12.1.4, pàg. 191).

⁴⁸ El 7 de març del 2007 el diari *AVUI* publicava la notícia “Les menors de 19 anys, les que més usen la píndola post-coital” i afegia “Salut calcula que des del 2004 s'han administrat més de 160.000 tractaments”.

⁴⁹ Els resultats d'una enquesta realitzada per la Conselleria de Salut a 19 instituts de Girona són força desoladors al respecte. Algunes dades: el 12% de les adolescents de Girona diuen provocar-se vòmits; el 58% de les noies enquestades estan preocupades per l'augment de pes i l'estudi revela que un alt percentatge de nois corren el risc de patir anorèxia. (*El Periódico*, 25 d'abril del 2007).

El dia 11 de març del 2007, TV3 va emetre un reportatge al seu programa “30 minuts” produït per Channel 4 i titulat “El club de les primes”. En ell es feia un seguiment de tres noies malaltes d'anorèxia (alguna d'elles en estat molt crític), on les noies feien una defensa als fòrums i xats pro-anorèxia que hi ha a Internet.

⁵⁰ Arran del cas del nen basc Jokin que es va suïcidar el 2004 perquè no podia aguantar més l'assetjament a què era sotmès per part dels seus companys d'escola. La qüestió de l'assetjament escolar o *bullying* va saltar a la palestra mediàtica. L'abril del 2006 el departament d'Educació de La Generalitat havia detectat deu casos de “*bullying*” des del setembre. (*AVUI*, 4 abril del 2006). El 23 de maig del 2007, un nou cas de “*bullying*” va arribar a l'opinió pública pels mitjans de comunicació. Aquesta vegada, a Marbella, una noia de 14 anys havia estat apallissada per unes companyes de classe que van gravar l'agressió amb mòbil i posteriorment van penjar les imatges a internet. Les imatges van ser transmeses per diferents mitjans de comunicació, cosa que va provocar la indignació dels pares de la noia. (*La Vanguardia*, 23.05.07-pàg. 41 i ídem, 24.05.07- pàg. 33) .

⁵¹ Els 13 experts que van formar part de la comissió Congrés-Senat per participar en una comissió parlamentària sobre la possessió de drogues als col·legis, van determinar que “l'elevat consum de cànnabis, cocaïna i drogues de disseny entre els adolescents té un pes decisiu en el fracàs escolar i explica que el 39% no acabi amb èxit l'ESO, davant una mitjana europea del 17%” (*El Periódico*, 6 de març del 2007).

Els adolescents que plantegen les ficcions televisades acaben limitant-se, sovint a estereotips. El model simbòlic dels estereotips a la televisió, no només en el cas dels adolescents sinó en el seu sentit més ampli, pot arribar a crear concepcions errònies sobre rols socials, determinats grups socials (com el cas que ens ocupa), professions, etc⁵².

5.7. L'adolescent mediàtic, un prototipus real?

En un dels àmbits on la mirada adulta- segons hem vist, força esbiaixada- es fa més palesa és precisament en la que els mitjans de comunicació fan dels adolescents. El sociòleg i crític dels mitjans Neil Postman, en la seva obra *Divertim-nos fins a morir* (Llibres de l'Índex; Barcelona, 1991) posa en evidència que la cultura mediàtica (aquella que transmeten els mitjans de comunicació de massa i les indústries de la cultura) és una cultura produïda fora de context de la pròpia experiència del qui la consumeix⁵³. I d'altra banda pretén ser un mirall de la realitat o simplement ser un món, que en realitat, no existeix.

“En la televisión, el mundo parece común y corriente, accesible, cognoscible, familiar, reconocible, inteligible, compartible y comunicable a poblaciones enteras. Cualquiera puede hablar de él. Este mundo no existe en ninguna otra parte. No es un reflejo, un espejo, de una realidad que estuviese allí afuera y más lejos. Es un componente constitutivo fundamental, que se ve pero que pasa inadvertido, de la realidad contemporánea compartida por todos” (SCANNELL, 1989: 152).

En aquest punt es produeix una disfunció entre la realitat que representa la televisió; el context de l'espectador (enunciatari) respecte allò que veu i la interpretació que aquest fa del missatge (i que implica, per tant, una experiència del reconeixement). I és que darrere del missatge audiovisual hi ha

⁵² BANDURA, A. (1982) Teoría del aprendizaje social. Desarrollo de la personalidad, Madrid, Espasa-Calpe.

⁵³ POSTMAN, N. (1991) *Divertirse hasta morir*. Barcelona, Editorial La Tempestad.

un enunciator i, per tant una intenció. En paraules de Maria Elisa França: *“el imaginario está ligado a la subjetividad del discurso y a la subjetividad del sujeto que recibe el discurso”*⁵⁴. Probablement no n'hi ha prou en representar els adolescents fent que els personatges que surten en la ficció passin per tots els problemes típics de l'edat (i és que alguns dels personatges de les sèries acaben passant-hi per tots) perquè, d'una banda, aquests conflictes no són representatius d'una majoria i, de l'altra, el gust per la imitació de models reals o ficticis farà a la gent d'aquesta edat més sensible a les recomanacions o pautes de conducta manifestades per aquests personatges. Perquè, com afirma Mario Wolf, *“l'efecte de la realitat que la comunicació aconsegueix no resideix només en els seus continguts, sinó també i en major pes, en la manera com es practica”* (WOLF, 1982: 71).

En general, els personatges de les sèries estudiades en aquest treball de recerca tenen força punts en comú. Des d'un punt de partida basat en l'estereotip, pel que fa als conflictes que els personatges viuen, les sèries estudiades mostren, en general, un nois i noies, força assenyats, madurs (sovint donen lliçons als pares i als altres adults); honestos i solidaris, amb suficient maduresa per fer front als problemes, sovint greus o portats al límit, treballadors i- en el seu defecte-, bons estudiants; amb ganes de passar-s'ho bé però mai oblidant les seves responsabilitats.

“Els programes de ficció, en el seu conjunt, no deixen de ser la representació d'una part relativament plural (més aviat “centrada” en quasi tots els aspectes) de la realitat social ja que cerquen atrapar una franja d'espectadors ampla. Les adolescències que apareixen representen només algunes adolescències, quasi sempre pròximes a allò que s'entén com a “bon adolescent”, tot i que tinguin, alguns i a vegades, conductes “arriscades”. (Òbviament els informatius més aviat parlen dels adolescents “problemàtics” o dels problemes que generen el adolescents als seus

⁵⁴ FRANÇA, M.E. (2001): La contribución de las series juveniles de TV a la formación de la identidad de los adolescentes. Barcelona, UAB (pàg.79)

adults). Els adolescents de les series apareixen per a donar la sensació de normalitat vital i, crec, ajuden a fixar audiència adulta que viu en pròpia carn la complexitat de les relaciona amb els adolescents” (JAUME FUNES-entrevista annex: 12.1.7. pàg. 203).

Podríem establir, a trets generals, que en la seva gran majoria, els adolescents de la ficció catalana tenen un comportament adult tot i que han de fer front a tot aquells problemes que, per edat, els pertoquen i que, a més, dins l'entramat narratiu faciliten noves trames argumentals.

6. LA TV O LA REPRESENTACIÓ DE LA REALITAT

6.1. La televisió, un element quotidià a les nostres vides

En els imperatius de la vida moderna, la televisió forma part de la quotidianitat, del dia a dia. No només per l'espai físic que ocupa (gairebé sempre en l'àmbit privat i per tant de l'espai domèstic, familiar), sinó també més enllà de la pantalla merament física, ja que en el funcionament dels seus continguts i, per tant, del seu macrodiscurs, hi convergeixen aquells elements que formen part de la rutina en la vida quotidiana: hàbit, serialitat i enquadrament. Uns continguts que, gairebé sempre, prenen el món com a referència- tot i que sense establir-ne un compromís fefaent amb allò real- i que es converteix en un emissor permanent amb múltiples receptors sintonitzats⁵⁵. La dependència mediàtica de la nostra societat és avui en dia indiscutible. La influència que exerceix el discurs audiovisual condiona la realitat (allò escollit per la televisió per ser emès obté automàticament una dimensió singular i passa a ser considerat digne de formar part de l'imaginari social i individual de l'espectador). Això fins al punt que, segons González Requena, *“el discurs televisiu sotmet la seva hegemonia a la resta de discursos de la nostra contemporaneïtat”*⁵⁶. La televisió s'ha inserit en les complexes cultures de la nostra pròpia domesticitat, més enllà de l'objecte domèstic que és, i fins i tot més enllà del que significa com a punt de trobada entre els diferents integrants de l'espai domèstic (*“La TV es mira a casa. Es discuteix a casa. Es mira en privat amb d'altres membres de la família o amb amics”*)⁵⁷. Forma part de la rutina domèstica però també condiona els hàbits i en crea de nous; la seva programació i els seus horaris ens proporcionen determinats models de la vida domèstica. Pel sociòleg anglès Anthony Giddens: *“una rutina es inherente tanto*

⁵⁵ ZUNZUNEGUI, S.(1989): *Pensar la imagen*. Madrid, Ediciones Cátedra (pàg. 179)

⁵⁶ GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra (pàg. 11)

⁵⁷ SILVERSTONE, R. (1996): *Televisión y vida cotidiana*, Amorrortu editores, Buenos Aires (pàg 51)

a la continuidad de la personalidad del agente, al paso que él anda por las sendas de actividades cotidianas, cuanto a las instituciones de la sociedad, que son tales sólo en virtud de su reproducción continuada” (GIDDENS, 1984; 94-95). La televisió, doncs, estableix ritmes i pautes; com a mitjà amplia la nostra projecció; ens proveeix d'informació i d'entreteniment i ens ofereix dins del seu propi ordre una expressió i un reforçament dels 'tempos' de la quotidianitat. Però també ens connecta amb l'exterior i introdueix el món a l'esfera privada.

I encara fa un pas més: ja que es converteix en medidora d'imatges de la domesticitat que poden considerar-se un reflex, i potencialment expressió, d'imatges de la llar.

“La televisión también ofrece imágenes del hogar, de la actividad casera y la domesticidad, y se puede considerar que esto ofrece un recurso (si bien ideológico en alto grado) para la formación de una identidad individual y doméstica en el seno del propio hogar” (SILVERSTONE, 2005: 63).

La televisió, doncs, com element bàsic de la comunicació s'ha acabat convertint en un símbol de “l'apropiació domèstica”. Interessant en aquest sentit són els arguments de la sociòloga canadenca Marjorie Ferguson citada per Silverstone:

“En tanto medio, por la estructura y los contenidos de su programación, así como- en su sentido más amplio- por la mediación de las esferas pública y privada, la televisión arrastra los miembros de la casa hacia un mundo de sentidos públicos y compartidos y, al mismo tiempo, les proporciona parte de la materia prima con la que estos forjan su propia cultura doméstica privada” (SILVERSTONE, 2005: 144).

I és que el discurs televisiu és indissociable de la seva societat i per tant, de la seva experiència referencial (*“el mitjà televisiu acaba convertit en el missatge que s'elabora i es reelabora en el si de les circumstàncies socials on es*

*produceix i es rep*⁵⁸). Com també inseparable és el pensament humà del seu context social. Ja a principis dels setanta, Marshall Mac Luhan va ser el primer en integrar mitjans i experiència personal, parlant dels mitjans com d'una extensió de l'home.

La realitat de la vida quotidiana adquireix sentit en quan és compartida amb els altres. Per Berger i Luckmann el prototipus de la interacció social és produir precisament en contacte amb els altres. És el que ells denominen el “cara a cara”.

“En la situación 'cara a cara' el otro se me aparece en un presente vívido que ambos compartimos. Sé que en el mismo presente vívido yo me le presento a él. Mi 'aquí y ahora' y el suyo gravitan continuamente uno sobre otro en tanto dure la situación 'cara a cara'” (BERGER i LUCKMANN, 1968: 52).

El context factual, l'“aquí” i l'“ara”; el fet de compartir un espai comú d'interacció però també el fet d'utilitzar un mateix llenguatge a través d'unes convencions reconegudes i adoptades fa possible el procés comunicatiu. L'experiència televisiva permet aquest contacte amb el món i la realitat a través de l'experiència mediatitzada. Una experiència que exigeix, com hem vist, competències plenes per part tant de l'emissor com del receptor.

“Nuestra capacidad para situarnos en un mundo posible queda muy limitada por la nuestra experiencia. Las reglas propias de un 'mundo posible' son coherentes en la medida en que el enunciado acepta el tópico que las valida y actúa sobre ellas aportando la experiencia y el conocimiento que tenga” (PERICOT, 2002: 69).

⁵⁸ FERGUSON, M. (1990): *Electronic media and the redefining of time and space*. Public communication: The new Imperatives. Future Directions for media Research, Londres (pàg. 152-172).

El coneixement més o menys compartit dels fets i de les circumstàncies que conformen el món de la nostra experiència esdevindrà, per tant, clau pel procés comunicatiu.

6.2. Representació o significació: de la pantalla a la vida real

El discurs de la representació és l'essència de la televisió. Es tracta del discurs re-creat, d'un discurs que només existeix, com hem vist, des de la seva condició mediatitzada. Per analitzar la televisió com a llenguatge és necessari tenir en compte totes i cada una de les seves parts integrants del discurs, així com les seves diferents vessants. Un discurs que està integrat per imatge i text, però també d'informació i de representació d'allò real i també d'allò imaginari.

“El sentido de los mensajes transmitidos por la televisión deben entenderse con el hecho que la TV engendra la sensación que toda la realidad está en el campo, al alcance del telespectador, en el interior de su cuarto de ver” (ZUNZUNEGUI, 1989; 202).

La televisió és un mitjà de comunicació que treballa amb llenguatges múltiples i que mobilitza, a través dels seus diversos missatges, multitud de codis preexistents. Uns codis culturals i socials que han de formar part del mateix univers per part tant de l'emissor com del receptor, per tal que la comunicació sigui òptima. És innegable que tot discurs parla d'alguna cosa, del seu hipotètic referent. D'aquesta manera els textos visuals remetent a un estat real del món i el representen. Ho fan a través del mecanisme de la semblança i conseqüentment de la substitució. Perquè hi hagi substitució és necessari *que “la forma autoritzi el significat i que el context fixi el significat de manera adequada”*⁵⁹. Segons el diccionari, l'acció de 'representar' significa *“fer present a la ment algú o alguna cosa per mitjà de paraules, símbols, la imatge que en*

⁵⁹ ZUNZUNEGUI, S. (1989): *Pensar la imagen*. Madrid: Ediciones Cátedra (pàg.67).

*reté la memòria*⁶⁰. El concepte de 'memòria' ens remet a l'experiència prèvia (allò ja vist). Significatives en aquest sentit són les paraules que el semiòleg i teòric del llenguatge audiovisual Christian Metz utilitza per parlar de la ficció cinematogràfica com a mirall de la realitat:

“Una película es como un espejo; no obstante difiere del espejo en que el cuerpo del espectador nunca se ve reflejado en la película; la ausencia del espectador en la pantalla, es que el espectador ya conoce la experiencia del espejo y es capaz de construir un mundo de objetos, sin necesidad de empezar reconociéndose él mismo. (...)El espectador se identifica a sí mismo como puro acto de percepción” (METZ, 2001; 60-63).

D'aquesta manera la impressió de realitat es basarà en certes semblances objectives entre allò copsat de la representació i allò percebut a la vida quotidiana. En la cultura electrònica, és la imatge televisiva la que confirma la veritat dels fets. Com diu Jordi Pericot, *“en el caso del enunciado audiovisual, la credibilidad de éste se ve reforzada si es juzgado como realista por su analogía con aquello que es real”*⁶¹.

D'altra banda, la representació ens implica una intencionalitat per part de l'emissor: *“oferir de nou, però transformat en signe el que ja existeix en la vida o la imaginació”*⁶². La interpretació del discurs necessita que emissor i receptor comparteixin un espai comú. Però també apel·la a una competència cultural i una experiència de reconeixement per part de l'espectador, sense el qual no hi ha comunicació possible.

Santos Zunzunegui ho tradueix en una articulació entre el 'veure' i 'allò vist' a través de 'fer-veure' (mostrar, exhibir) activitat de l'enunciador i 'veure-fer' (mirar) com a activitat pròpia de l'enunciatari. A través d'aquesta “interacció

⁶⁰ Definició extreta del Diccionari General de la Llengua Catalana

⁶¹ PERICOT, J. (2002): *Mostrar para decir. La imagen en contexto* Barcelona, UPF col·lecció Aldea Global-13 (pàg. 65)

⁶² ZUNZUNEGUI, S. (1989): *Pensar la imagen*, Madrid, Ediciones Cátedra (pàg. 83)

cooperativa i creativa”⁶³ entre els dos agents, l’enunciat pren una dimensió nova i àmplia que esdevé una estratègia narrativa destinada a suscitar hipòtesis sobre allò què és possible. Pel semiòleg Algirdas Julien Greimas es tracta de la construcció d’un discurs que no consisteix en *dir-veritat*, sinó *sembla-veritat*. I aquesta ‘semblança’ ja no es basaria –tal i com passaria en el cas de la versemblança- amb una adequació al referent; sinó “*a la adhesión de la parte del destinatario a quien va dirigido, y busca ser leído como verdadero por parte de éste*” (GREIMAS, 1983: 128).

Arribats a aquest punt, ens sembla interessant el concepte de “món possible” aplicat al discurs audiovisual i que implica l’existència d’un “model” (referència) prèviament establert. Per Jordi Pericot, el ‘món possible’ remet a “*una cosa que no es efectiva pèr que existe; on la realidad no es una entre muchas otras alternativas posibles, sino ‘una’ junto con las otras, con la diferencia que ésta existe*”⁶⁴.

En la mesura que el text visual, a través de la figuració posa en joc subjectes, objectes o situacions que poden ser apreses com a representacions del món de la nostra quotidianitat, permet que la identitat entre el món al qual el text es refereix i el món de la nostra experiència convergeixin en un mateix punt.

Segons Joan Ferrés: “*La televisión seduce porque es espejo, no tanto de la realidad externa representada sino de la realidad interna de quien la contempla*”⁶⁵.

D’aquesta manera, els textos visuals remeten a un estat real del món que, a través d’unes determinades expectatives culturals, dóna coherència a la construcció d’aquests móns possibles.

⁶³ PERICOT, J. (2002): *Mostrar para decir. La imagen en contexto* Barcelona, UPF, col·lecció Aldea Global (pàg. 62).

⁶⁴ PERICOT, J. *op.cit.* (pàg. 62).

⁶⁵ FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós (pàg. 125).

6.3. La ficció: seducció i emocions

Les connexions que la televisió té amb el món real, les connexions que estableix amb el seu públic són presents en el cas de la informació o la no-ficció. Però també i sobretot en la ficció. Davant de la informació, inscrita en el règim del discurs explícit (i per tant, de l'esfera de la racionalitat i la consciència) , l'espectador es col·loca a la defensiva⁶⁶. En canvi, enfront del relat, l'espectador està desprevingut, sense defenses cognitives, per què el que se li exigeix en aparença és tan sols una resposta emotiva⁶⁷. La ficció, entesa des del punt de vista de relat, per tant, es presenta camuflada per la fascinació de l'acció i l'emoció. L'interès de l'espectacle televisiu es basa en aquesta capacitat de mobilitzar els sentiments més íntims de l'espectador; d'implicar-lo emotivament en la història, permetent que es trobi amb els seus conflictes interns. D'aquesta manera els nois i noies adolescents argumenten la seva tria per les telenovel·les com els programes que més els interessen:

“Quan es parla de telenovel·les, sorgeix constantment el referent de la realitat, com si els adolescents preferissin veure situacions que reflecteixen la seva vida quotidiana i a través d'aquestes representacions aprenguin a afrontar-les. En aquest sentit, els adolescents afirmen que es poden divertir amb continguts no especialment destinats a programes d'humor” (CASAS, 2007: 137).

En aquest mecanisme radica una bona part de la seva força de penetració. Perquè els efectes socialitzadors del relat són especialment importants. Pel comunicòleg Herbert Schiller això entranya un cert perill:

⁶⁶ Recuperem l'enquesta realitzada per Kairós *Joventut global. ¿Emprenadors o hedonistes?* segons la qual cada vegada menys els joves es creuen els mitjans de comunicació des del punt de vista dels programes informatius.

⁶⁷ FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós (pàg. 125).

“A mi juicio el concepto de entretenimiento es venenoso. La ficción puede ser mucho más importante que la no ficción cuando se trata de plasmar las opiniones de la gente” (SCHILLER, 1987: 104).

És en el cas de la ficció-relat, la interacció entre emissor i receptor s'estableix a través d'un "pacte ficcional", una mena d'acord tàcit entre emissor i receptor, on aquest últim *“pone en suspense su incredulidad para aceptar el imaginario que se le presenta”* (PERICOT, 2002: 63).

L'espectador aplica uns criteris de selecció i d'organització en allò que veu que, bàsicament, responen als seus interessos, al seus gustos particulars i a la recerca de satisfaccions immediates.

“El gusto clasifica al clasificador. Los sujetos sociales, clasificados por sus clasificaciones, se distinguen por las distinciones que hacen entre lo bello y lo feo, lo distinguido y o vulgar, y así se expresa o se revela la posición que ocupan en las clasificaciones objetivas” (BOURDIEU, 1988: 153).

A la renovació dels públics al llarg dels temps, l'hi acompanyen les modificacions cognitives, és a dir, les diferents formes d'interpretació i apropiació dels mitjans televisius i la seva ubicació en d'altres contextos de les seves vides quotidianes⁶⁸.

Cada etapa de la vida determinarà la recerca de significats congruents amb allò que la ment ja ha desenvolupat i per tant que ja comprèn: *“sólo seran convincentes para nosotros, aquellas historias que estén de acuerdo con los principios subyacentes a los procesos de nuestro pensamiento”* (BETTELHEIM, 1995: 65). El gust cap allò que volem, també, canvia d'acord amb els diferents contextos socials. Hem de partir de la base que tot consum audiovisual implica

⁶⁸ MARTÍN-BARBERO, J. i REY, G. (1999): *Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa (pàg.55).

desig. Perquè, en certa manera, el consum defineix i ens identifica: ens diu què som i què és el que volem.

“Dentro del tiempo y el espacio de que dispone, el individuo utiliza el consumo para decir algo acerca de sí mismo, su familia, su localización urbana o rural, esté de vacaciones o en su hogar (...) El consumo es un proceso activo en el que continuamente se redefinen todas las categorías sociales” (DOUGLAS i ISHERWOOD, cit. a SILVERSTONE, 1996: 199).

En el relat filmic, el subjecte a través de la metàfora narrativa, retorna a si mateix i s'aproxima al seu inconscient; a les zones més ignorades i ocultes del seu ser. Per González Requena el relat mobilitza emocionalment l'espectador a través d'un reconeixement inconscient del conflicte com a expressió metafòrica dels propis conflictes⁶⁹. A través dels personatges i dels seus actes de la narració, l'espectador pot reconèixer un sentit a la seva vida quotidiana. I no només això, sinó que el relat audiovisual satisfà necessitats psíquiques, ja que ofereix la possibilitat de resoldre emotivament les contradiccions internes. Afegeix el psicòleg infantil americà Bruno Bettelheim : *“A pesar que la fantasía es irreal, la sensación que nos proporciona respeto a nosotros mismos i nuestro futuro, es real y necesitamos esta sensación para sobrevivir”*⁷⁰. En els relats la inducció de valors i idees- com hem vist, no es produeix a través d'un raonament explícit sinó a través d'un mecanisme emotiu bàsicament i també amb implicacions ideològiques. Les emocions s'articulen a través de mecanismes de transferència, d'empatia⁷¹: el d'identificació (l'espectador assumeix emotivament el punt de vista d'un personatge considerant-lo reflex de la seva pròpia situació vital, o dels seus somnis o esperances) o projecció (quan l'espectador aboca una sèrie de sentiments propis sobre els

⁶⁹ GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra (pàg.116).

⁷⁰ BETTELHEIM, B (1995): *Psicoanálisis de los cuentos de hadas*. Barcelona, Crítica (pàg. 170).

⁷¹ Interessant en aquest sentit és el capítol titulat “Processos d'implicació emotiva” a FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós (pàgs. 109-110).

personatges). L'èxit o no dels relats audiovisuals es fonamentarà en la capacitat de sintonia de la història-relat amb el públic. Si el relat ens afecta, és perquè l'inconscient de l'espectador el reconeix com a propi i perquè veu en ell la metàfora dels conflictes que el constitueixen; però allò que el nostre inconscient reconeix és allò que el nostre conscient no sap (experiència seductora)⁷². Serà a través de la "identificació secundària"⁷³ la identificació amb els personatges de la ficció que tindrà a veure amb el fet que l'espectador trobi en cada moment del relat, el seu lloc adequat: "*sóc aquell que ocupa el mateix lloc que jo*" (Roland Barthes). Per tant, la identificació secundària és susceptible de circular d'un personatge a un altre en un film escollint punts de vista diferents. Es produeix per tant una certa experiència narcisista (inherent a qualsevol experiència seductora); la recerca inconscient del 'jo' en l'altre'.

Pel que fa a la dimensió ideològica, la transferència es produirà quan a través de l'estructura narrativa serà premiat tot allò que representin els personatges positius i castigat tot allò negatiu.

"Admeto, això sí, que potser la proporció de "bons" i de "dolents" no reflecteix gaire la realitat. Però ja he dit abans que sempre s'intenta donar una imatge mínimament positiva dels adolescents. No és que vulguem ser moralistes ni molt menys, però pensem que en una sèrie d'aquestes característiques i aquest horari, i que sabem que veuen molt els joves, ha de ser així" (XAVIER GUÀRDIA, guionista d'*El Cor de la Ciutat*-entrevista annex: 12.1.4, pàg. 191).

El procés ideològic implica, per tant, posar a la palestra mediàtica una sèrie de referents comuns o marcs referencials que reforcen les creences generalitzades sobre un determinat grup social. El psicòleg Albert Bandura anomena aquests referents, 'models plàstics' i expressa que juguen un paper

⁷² GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid, Cátedra (pàg. 116).

⁷³ ZUNZUNEGUI, S. (1989): *Pensar la imagen*. Madrid, Ediciones Cátedra (pàg. 152).

fonamental en al conformació de la conducta i la modificació de les normes socials, especialment pel que fa als nens i adolescents.

“En emprar joguines que fomenten la imitació dels adults, els nens solen reproduir, no només les formes de comportament pròpies del rol adult, sinó també les pautes de resposta característiques que mai se’ls han ensenyat directament. (...) Els nens solen adquirir en el curs de la representació imitativa un rol, vàries classes de respostes interrelacionades in toto, sense seguir aparentment un procés gradual i laboriós de diferenciació i extinció de respostes, ni requerir un llarg període d’instrucció per discriminació” (BANDURA, 1987: 58).

És el mitjà televisiu on aquesta capacitat d’interioritzar models per part de l’espectador es fa més evident.⁷⁴ Els ‘models’ en si no són tant importants per ells mateixos com pel plaer que produeixen. Els “estereotips” faciliten la interpretació del món, ofereixen una valoració ideològica marcada per la realitat representada en funció dels interessos de l’emissor; faciliten els processos d’implicació emotiva per part del receptor. *“Los estereotipos ayudan a reducir la incerteza”* (FERRÉS, 1996: 153). Les sèries de ficció catalanes -com tot relat- basen part dels seus arguments en l’ús dels estereotips per definir els personatges. El cas més paradigmàtic el trobem en els personatges adolescents i sobretot, en els conflictes que aquests viuen.

⁷⁴ BANDURA, A. (1999): Teoría social cognitiva de la comunicación de masas. Los efectos de los medios de comunicación. California, Stanford University Press.

6.4. La telenovel·la: el relat interminable de la família

La telenovel·la, com a gènere del discurs televisiu dominant té una sèrie de característiques que la converteixen especialment atractiva per a l'espectador. En primer lloc, perquè com a relat activa la seva capacitat seductora; per la identificació narrativa que li permet a l'espectador de retrobar-se a si mateix i els seus conflictes. També des d'un punt de vista formal: un discurs basat en la repetició segura, a través de seqüències curtes, amb la voluntat de no acabar-se mai, de prolongar-se fins a l'infinit i estructurada a través de la rutina i de les crisis de la vida quotidiana dels seus personatges.

“La telenovela misma, en su constante rumiar las relaciones domésticas y familiares, el vecindario y el trabajo, las crisis y la rutina, el drama y la tragedia, suministra la estructura para que se reitere la asignación de roles femeninos y masculinos de la vida suburbana, pero también constituye una expresión de esa reiteración” (SILVERSTONE, 1996: 129).

Per mantenir el desig de l'espectador en aquest discurs interminable que suposa la telenovel·la, cal recórrer a la trama: *“el agotamiento de todas las posibilidades combinatorias tanto en lo tocante a la trama como al diseño de los personajes”* (GONZÁLEZ REQUENA, 1999: 121). És a dir totes les combinacions possibles entre els personatges tant en termes positius (aliances) o negatius (conflictes) com pel que fa al disseny dels personatges: sotmetiment a tot tipus de transformacions per facilitar les combinacions anteriors.

“El que sempre intentem és que durant la sèrie els personatges evolucionin, que tot el que els passa els serveixi d'alguna cosa i que a final de temporada siguin diferents de com eren al principi. Evidentment no sempre evolucionen en positiu” (XAVIER GUÀRDIA, guionista d'El Cor de la Ciutat-entrevista annex: 12.1.4, pàg. 191).

L'univers narratiu del culebrot es presenta com un univers simultani al telespectador: el seu temps pretén fondre's amb el temps de la quotidianitat, els seus personatges pretenen viure a la vegada que l'espectador que els contempla. D'aquesta manera els personatges a l'hivern van amb roba d'abric; celebren la diada de Sant Jordi el dia que toca (i per tant l'episodi coincideix amb el dia 23 d'abril); fan panellets per Tots Sants i per Nadal mengen gall d'indi. A l'estiu, les sèries deixen d'emetre's (sovint les cadenes aprofiten per programa reposicions de les mateixes sèries) perquè l'espectador està de vacances. Els dos 'tempos', el real i el fictici, coincideixen en espai i temps; els personatges de la telenovel·la coexisteixen amb l'espectador en el seu mateix temps quotidià. Fins i tot, els nens de la ficció (actors) creixen amb les sèries i es fan grans amb elles. Veiem com els nens passen a ser adolescents i, com els adolescents creixen i es converteixen en adults.

“El universo narrativo del culebrón, al reproducirse incesantemente, tiende a constituirse en un universo autosuficiente que se remite a sí mismo aboliendo finalmente la realidad y constituyéndose en referente único en sí mismo: su inverosimilitud-cada vez más evidente, a causa de esos mecanismos histriónicos de autorreproducción- adquiere así carta de naturaleza” (GONZÁLEZ REQUENA, 1999: 123).

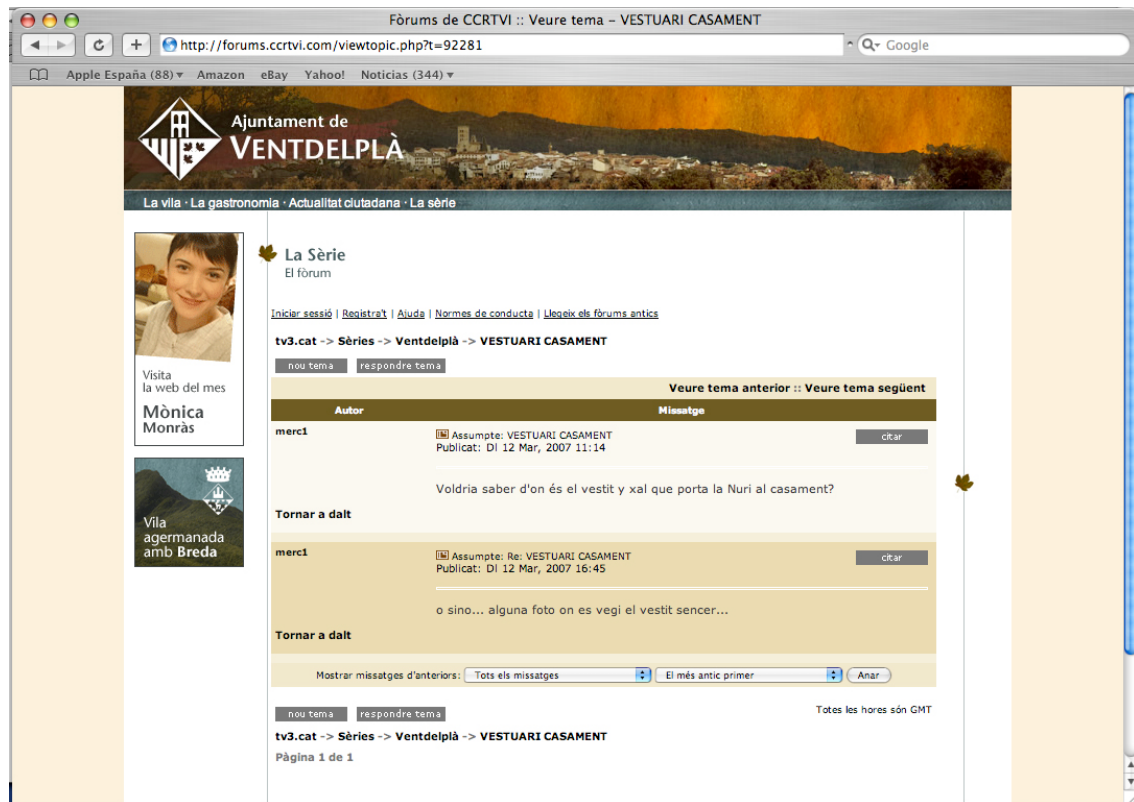
Per sobre de tot, el món que descriu la telenovel·la és l'univers familiar: les relacions familiars permeten mantenir llaços estables entre els personatges que evitin la lògica dispersió que els intensos conflictes que els oposen han de generar.⁷⁵ D'aquesta manera el discurs televisiu es converteix més que mai en un reflex de la vida quotidiana i mostrant els entrellats familiars, es converteix en un mirall de la domesticitat, de la vida privada d'uns personatges que s'assemblen a qualsevol de nosaltres. Entra en la intimitat de la seva casa, del seu menjador, de la seva cuina, de la seva habitació al mateix temps que els personatges (com a discurs televisiu) penetren en la intimitat de l'espectador:

⁷⁵ GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid, Cátedra (pàg.123).

en la seva vida privada, el seu menjador, la seva cuina o el seu dormitori. Ho subscriu el sociòleg Anthony Giddens: *“La intimidad implica una absoluta democratización del dominio personal, en una forma en todo homologable con la democracia en la esfera pública”*⁷⁶. No és estrany, doncs, que en una societat on les relacions personals immediates cada vegada més són substituïdes per les relacions mediatitzades i per tant vicàries (per telèfon mòbil, sms, xats, webcams, skype, etc); els personatges del 'culebrot' acabin per constituir-se en un nou entorn interpersonal i sent, per tant, motiu de referència de les converses quotidianes. *“Y se habla de ellos olvidando su estatuto de ficción, su ser meros personajes electrónicos”* (GONZÁLEZ REQUENA, 1999:122). Els personatges de les sèries de ficció més que mai, traspassen els límits de les sèries on s'inscriuen i són tema de conversa, debat, i fins i tot transmissors de valors i d'idees. Són els protagonistes de taules rodones (cada divendres *El Club* de TV3 fa una taula rodona amb un dels actors de convidat per parlar d'*El Cor de la Ciutat* i prolifereixen xats i fòrums de les sèries on els internautes hi diuen la seva; opinen sobre els personatges i fins i tot especulen sobre el què haurien de fer, amb qui mantindran relacions sexuals els protagonistes, si s'han engegats, de com van vestits i on es compren la roba⁷⁷.

⁷⁶ GIDDENS, A. (1992): La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas. Madrid, Cátedra (pàg. 13).

⁷⁷ Font: web de TV3: www.tvcatalunya.cat



D'aquesta manera el discurs televisiu, allarga la preeminència de la seva funció fàctica, ja que a través dels fòrums es manté i es prolonga la comunicació entre destinador i destinatari⁷⁸. Aquests límits fins i tot traspassen l'àmbit mediàtic de la tele; no només són els altres programes de televisió del mateix canal qui es fan ressò de les històries i dels seus personatges, sinó que fins i tot extrapolen els límits de l'àmbit pròpiament televisiu: una agència de viatges ofereix una ruta turística pel poble fictici de Ventdelplà (en realitat Breda), amb un guia especialista en la sèrie i amb un recorregut per alguns de les seves localitzacions més emblemàtiques: la casa de la Teresa, el bar "Tramuntana" o el súper de la Dora i la Berta. Fins al moment, l'agència responsable ha organitzat més de 1.400 viatges. I tot i que la casa de la metgessa només és una façana, el bar del poble és un annex d'una botiga de tendals i el súper és un interior gravat en un plató, els visitants (turistes televisius) s'esperen davant

⁷⁸

A partir de les funcions del llenguatge establertes per Roman Jakobson.

de les persianes del bar esperant per provar un dels succulents plats de la Marcela, o per poder veure com la Isona i en Biel surten de casa seva⁷⁹.

Perquè els relats audiovisuals es fonamenten- com hem vist- en les emocions per sobre de la racionalitat. Les emocions primàries, en els relats, tenen una dimensió cognitiva: es converteixen en significació i conseqüentment en element socialitzador. La televisió recupera i potencia aquest sistema en què la realitat és burlada constantment. I és que, l'espectador es *creu* allò que veu, malgrat saber que no és real :

“Cuando el espectador está predispuesto, bastan las apariencias para crear la sensación de realidad. El creador fragmenta y selecciona. El inconsciente del espectador globaliza y completa” (FERRÉS, 1996: 116-117).

⁷⁹ Article Un poble fora de sèrie. L'èxit de 'Ventdelplà' altera la vida a Breda que s'omple de turistes televisius, El Periódico (11.03.2007).

7. DIMENSIÓ EMPÍRICA: ANÀLISI FORMAL

Com hem apuntat en els objectius, el que pretenem amb aquesta investigació consisteix en analitzar la imatge que les sèries de ficció catalanes projecten dels adolescents del nostre país; identificar-ne els trets més destacats i significatius i contextualitzar-los en estructures narratives concretes. Es tracta, per tant, d'estudiar com les telenovel·les de producció catalana incideixen en la construcció de la imatge pública de l'adolescent i com es plantegen a través de la ficció els anomenats conflictes propis d'aquesta edat a través de prototips socials. L'estudi s'ha acotat, per tant a aquelles sèries on els personatges adolescents són els protagonistes d'algunes de les seves trames en uns arguments on els joves són part del teixit social d'una comunitat força més gran. D'aquesta manera, els nois i noies no només assumeixen el rol d'amics, companys o alumnes sinó que les seves relacions amb d'altres personatges d'aquesta comunitat (sovint persones adultes) permeten enriquir l'estudi en les seves estructures narratives diverses. Per poder portar a terme aquesta investigació s'ha utilitzat com a punt de partida metodològic, tal com ja s'ha referenciat anteriorment, la graella d'anàlisi creada pel grup de recerca UNICA de la Universitat Pompeu Fabra⁸⁰. Aquesta taxonomia constitueix la base que ens serveix de punt d'arrencada per la nostra investigació. La plantilla està implementada per un programa informàtic específicament dissenyat per organitzar i creuar la informació sistemàtica de cada personatge. La metodologia exposada pel grup UNICA/UPF sota la direcció del doctor Xavier Ruiz Collantes es va configurar per analitzar la imatge pública de la immigració a les sèries de televisió fent una comparativa entre la seva presència a les sèries espanyoles i les catalanes. En el nostre cas, hem adaptat la metodologia d'anàlisi (definició de les característiques de l'adolescent; definició de les seves accions i caracterització de l'adolescent en funció del rol narratiu que aconsegueix

⁸⁰ La Plantilla metodològica per analitzar trames narratives, creada pel grup UNICA de la UPF (Xavier Ruiz Collantes, Joan Ferrés, Matilde Obradors, Eva Pujadas i Oliver Pérez) va ser publicada pel CAC en el núm 23-24 inclosa dins del monogràfic "Televisió i immigració". El capítol on trobem la taula es titula "La imatge pública de la immigració a les sèries de televisió" (pàgs. 103-126).

en la trama, tot aplicant alguns dels seus continguts als nostres interessos) al nostre objecte d'estudi: el corpus dels adolescents. D'aquesta manera aquesta tècnica d'anàlisi basada en la semiòtica narrativa i que segueix com a referent l'esquema de rols narratius de A. J. Greimas serveix per posar de manifest el sistema de valors i representacions socials dels missatges que transmeten aquestes sèries i que, per tant, responen a les intencions dels emissors.

7.1. Mostra analitzada

L'objecte d'estudi són les sèries *El Cor de la Ciutat* i *Ventdelplà* actualment en antena i *Mar de fons*, que precedint *Ventdelplà* es va emetre en el mateix format de durada (capítols d'una hora) i amb la mateixa periodicitat: dilluns i dimarts en *prime time* després del TN-Vespre.

Es tracta de tres programes inscrits dins el gènere de la telenovel·la (la més genuïna en aquest sentit per format i contingut seria *El Cor de la Ciutat*), que compten amb un pressupost idèntic i que encapçalen el rànding de les audiències de programes més vistos de la televisió autonòmica catalana.

“En aquest moment la telenovel·la a TV3 és un gènere que està molt consolidat i que basa part del seu èxit amb la proximitat amb l'espectador; històries properes i gens complexes” (JORDI ROURE, cap de dramàtics de TV3- entrevista annex: 12.1.3, pàg. 187).

L'èxit de les seves històries ha portat fins i tot a què altres televisions autonòmiques de l'Estat, per exemple la televisió gallega-TVG, s'interessessin per la sèrie *Ventdelplà* i n'adaptessin els continguts a la versió gallega. D'aquesta manera, el 2006, la productora Zenit TV va adquirir els drets de la telenovel·la per a la seva versió titulada *Valderrei*. Amb la mateixa trama, els mateixos personatges però transferint a l'entorn gallec els guions que Josep Maria Benet i Jornet va crear per l'original, en català. La versió gallega de *Ventdelplà*, però, ha optat per una estratègia de programació diferent: la

d'emetre's de dilluns a divendres en horari de sobretaula i, per tant, en un format de capítol més curt⁸¹.

A Catalunya, la importància d'aquestes sèries, ja no com a format televisiu, sinó com a representants d'uns paisatges i una gent que conformen la identitat catalana ha estat fonamental per a la construcció nacional del país. Les sèries de ficció han agafat el relleu a la tradició de la novel·la històrica- que va viure el seu punt àlgid en el segle XIX- per explicar el material històric de Catalunya amb aquells elements indispensables de la vida quotidiana que li confereixen un sentiment de realitat. Ho subscriu: taxativament i amb ironia, l'escriptor Gabriel García Márquez: *"En el país del realismo mágico, la realidad desborda a la ficción, y últimamente la desborda en tal grado que en un país así los novelistas no nos queda más que cambiar de oficio!"*⁸².

D'alguna manera, en l'èxit d'aquestes novel·les hi hauria una de les causes, com apunta el catedràtic de literatura i crític Jordi Llovet, del ressorgiment i proliferació en els darrers anys de novel·les històriques amb un monument com a protagonista (*L'ombra del vent* del Carlos Ruiz Zafón, *La Catedral del mar* d'Idelfonso Falcones, *La clau Gaudí* d'Esteban Martín i Andreu Carranza, o *La ciutat sense temps* d'Enrique Moriel en són alguns exemples⁸³);

"Això mateix és el que avui se'ns acut per explicar-nos una part de les raons de l'èxit de les 'novel·les amb monument' que proliferen darrerament a Catalunya: d'una banda, demostren una tremenda melancolia causada per la incapacitat de novel·lar una societat- urbana o rural- que, tal vegada, ja es troba exhausta i desproveïda d'al·licients narratius (només cal posar de costat El Cor de la Ciutat i Ventdelplà: dos dinosaures audiovisuals);

⁸¹ La notícia va ser publicada a *El País*, el 2 d'abril del 2007 sota el títol "Series con distinto acento".

⁸² MARTÍN-BARBERO, J. (1999): Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, Gedisa (pàg. 132).

⁸³ Tots aquests títols de novel·la històrica van encapçalar al llista de llibres més venuts a Catalunya el Sant Jordi del 2007.

*d'altra banda, són la prova palpable que, si aquesta burgesia catalana no ha donat, darrerament una novel·la de patent sempre tindrà el recurs de refugiar-se en la utilització d'elements arquitectònics, que són els més perdurables i per això els més carregats de simbolisme de què disposa una cultura*⁸⁴.

En les tres sèries els personatges adolescents hi juguen un paper molt important, tant com a protagonistes de determinades trames com pels rols narratius que hi representen. L'augment gradual de la presència de personatges d'aquesta edat es deu sobretot a què les audiències indiquen que els nois i noies adolescents de Catalunya són un dels públics més importants amb els quals compten aquestes sèries. Aquestes en són algunes dades⁸⁵:

setembre-06:

El cor de la ciutat (cap. 1.129), va ocupar al 15ena posició en el rànquing de programes més vistos amb un 8,1 de l'audiència d'una quota del 32,1% mentre que *Mar de Fons* va ocupar la 17 posició, amb una quota del 7,8% d'una quota del 30,6%.

octubre-06:

El cor de la ciutat (cap. 1.240) va ser el 20è programa més vist del mes amb una audiència del 8,3 d'una quota de pantalla del 37,5.

⁸⁴ Article de Jordi Llovet titulat "Ruïnes i monuments", publicat a El Quadern d'*El País*, el 10 de maig del 2007.

⁸⁵ Font: TNS-SOFRES –Informe d'audiències de TV3 de la temporada 2006-2007, pel que fa al ranking mensual (entre els 40 programes més vistos d'àmbit general) per l'audiència jove (entre 13 i 24 anys) [annex 12.2: pàg. 202].

novembre-06:

El cor de la ciutat, va ocupar la novena posició del rànkuing, amb una audiència del 9,2 d'una quota de pantalla del 52,7.

Mar de Fons, va ser el 38è més vist amb una audiència del 6,0 sobre una quota del 21,2.

desembre-06:

El cor de la ciutat (cap. 1.281) va ser l'11è programa més vist per l'audiència jove de TV3 (de 13 a 24 anys) amb una audiència del 9,2 sobre una quota del 49,6 %

Mar de Fons (cap. "Anades i tornades") va ocupar la 21ena posició amb un 6,9 de l'audiència sobre una quota del 28,7%.

gener-07:

El cor de la ciutat (cap. 1.303) va ocupar la 27ena posició amb una audiència del 7,2 d'una quota del 39,1%

Mar de Fons (cap. "Tocat i enfonsat"), estava a la 34ena posició amb una audiència del 6,5 sobre una quota del 20,6%.

febrer-07:

Ventdelplà (el 1er capítol de la 3a temporada) va obtenir la 9ena posició amb una audiència del 10,9 sobre una quota del 28,7%

El Cor de la Ciutat (cap. 1.318), va ocupar el mes de gener, el 29è lloc del rànkuing amb una audiència del 7,1% sobre una quota del 37,6.

març-07:

Ventdelplà va ocupar la desena posició del rànkuing amb un 10,7% d'audiència sobre un *share* del 24,3%

El Cor de la Ciutat, per al seva banda, està al número 29 de la llista, amb una audiència del 6,8% d'un total del 36%

abril-07:

Ventdelplà, ocupa el 12è lloc de la llista amb un 9,2 d'audiència d'una quota del 25,7%

El Cor de la Ciutat, (cap. 1.361), el dinovè, amb una audiència juvenil del 7,6 d'una quota del 49,1%.

maig-07:

Ventdelplà va ser el 17è programa més vist amb una audiència del 8,7%, d'un 29% de la quota

El Cor de la Ciutat (cap. 1369) va estar en la posició 22 amb una audiència del 7,5% sobre una quota del 30,1%.

Els responsables d'aquests programes en són molt conscients d'aquestes dades i ho traslladen a la pantalla amb més personatges amb qui el jove espectador pugui sentir-se identificat.

7.1.1. *El cor de la ciutat*

Direcció executiva: Jordi Roure **Producció executiva:** Conxa Orea

Direcció: Esteve Rovira **Producció:** Jordi Parera **Idea original:** Lluís Arcarazo i Jordi Galceran

Direcció argumental i edició guió: Carmen Abarca, Jordi Falguera, Maria Jaén

Guió: David Castillo, Gemma Rodríguez, Pau Sieiro, Xavier Guàrdia, Mireia Vidal, Gisela Pou, Maite Carranza **Directors-Realitzadors:**

Ildefons Duran, Enric Banqué, Esteve Rovira, Pere Puig **Consultor continguts:** Francesc Forés **Actors:** Margarida Minguillón, Pep Anton Muñoz, Àlex Rengel, Àlex Casanovas, Manel Barceló, Bernat Quintana, Cati Solivellas, Monsterrat Alcoverro, Paula Vives, Nausica Bonnín, Joan Massotkleiner, Mone, Teresa Manresa, etc.

El cor de la ciutat s'ha convertit en tot un clàssic de la programació de TVC i és un dels *bucs insignia* de la programació del canal autonòmic. El 12 de setembre va iniciar la seva sisena temporada revalidant un èxit que l'ha portat a ser líder d'audiència de les sobretauls i a ocupar els primers llocs del rànquing diari de programes més vistos.

El Cor de la Ciutat és el paradigma de la telenovel·la o serial tant per la seva estructura com pel seu contingut. D'aquesta manera segueix totes les pautes convencionals del gènere⁸⁶: una producció de llarga durada, de programació diürna (normalment en horari de sobretaula), que explica històries de caràcter realista. L'estructura dels capítols és oberta, quedant bona part dels fils argumentals sense tancar en un mateix capítol. Els arguments es desenvolupen en un *work in progress* constant, encara que la Bíblia en si marca la direcció general. La periodicitat és diària i la duració de cada capítol és d'entre els 25 i els 30 minuts.

Davant de la pressió dels telespectadors⁸⁷, aquest any s'ha recuperat la reemissió dels episodis de tota la setmana els dissabtes a la tarda a partir de dos quarts de sis.

7.1.2. *Mar de Fons*

Autors Rodolf Sirera, Josep Maria Benet i Jornet, David Castillo **Direcció** Jesús Segura **Coordinació de guió** Rodolf Sirera, David Castillo **Guió** Jordi Calafí, Pau Sieiro, Xavi Berraondo, Josep M. Miró, Anna Cammany, Andrés Palomino **1r ajudant de direcció** Manel Encina, Carmen Pérez **Cap de Producció** Julián Altuna **Direcció de càsting** Gisela Krenn **Direcció artística** Dolo Company, Balter Gallart **Direcció de Producció** Eugeni Margalló **Producció executiva** Joan Bas, Jaume Banaclocha, Lluís M. Güell **Direcció de la sèrie** Jesús Segura **Actors:** David Selvas,

⁸⁶ CASTELLÓ, E. (2006): *La fàbrica dels somnis del TV3*. Tarragona, Universitat Rovira i Virgili (pàg. 211).

⁸⁷ Segons dades extretes del "Servei a l'atenció a l'espectador de TV3".

Irene Montalà, Laura Conejero, Lluís Soler, Carme Elias, Pere Arquillué, Fermí Reixach, Tània Sàrries, entre d'altres

TV3 va estrenar *Mar de fons*, el 18 de setembre del 2006 i va emetre la sèrie (en principi sense voluntat de continuïtat) fins el 30 de gener del 2007 (un total de 40 capítols). Televisió de Catalunya la va presentar a principi de temporada com una de les apostes de ficció més fermes del canal i la primera que tenia com objectiu retratar una Barcelona “*urbanita i cosmopolita que no acostuma a sortir reflectida a la televisió*”⁸⁸. La sèrie era una producció de TVC i Diagonal TV que va substituir *Ventdelplà* en el *prime time* dels dilluns i dels dimarts després del telenotícies vespre.

La història va ser plantejada pels guionistes com un joc on els personatges sempre diuen la veritat malgrat que l'espectador no se l'acaba mai de creure. Unes trames plenes d'intrigues, secrets i evidentment amb aquells elements de les telenovel·les que prenen com a escenaris dos espais exemplars; gairebé exclusius: les cases familiars (àmbit emblemàtic d'allò femení) i els gratacels de les empreses (emblemàtics d'allò masculí). Dos grans àmbits, per tant, de lluites, de conflictes i on els personatges se succeeixen indistintament i es relacionen.

“En las casas se hacen negocios y se hace el amor, en los rascacielos se hace el amor y se hacen negocios. Y en unos y otros se establecen, traicionan y rompen alianzas- económicas y sexuales. Las reuniones familiares y los consejos de administración- las dos formas emblemáticas de reencuentro periódico del conjunto de personajes- tienden, por tanto, a identificarse” (GONZÁLEZ REQUENA, 1999: 124-125).

La telenovel·la està ambientada principalment i precisament en un gratacels: l'edifici emblemàtic del World Trade Center de Barcelona, on l'editorial Babel hi té la seu. Aquest edifici acaba convertint-se en un personatge més de la trama i

⁸⁸ Segons van explicar els responsables de la sèrie en la seva presentació a la premsa, el 17 de setembre del 2006

en l'excusa perfecte per explicar la vida d'una sèrie i del seu passat: això és, les classes acomodades de Barcelona. Així doncs, el passat dels personatges serà transcendental. La trama de *Mar de Fons* té el seu origen en la fi de la Guerra Civil, quan el gendre falangista va saber treure profit de la seva posició de guanyador i va aconseguir que el seu sogre, anarquista, morís a al presó. Setanta anys més tard, arribarà l'hora de la venjança. Però quan els descendents de tots dues famílies són a punt de passar comptes, inevitablement l'amor els sortirà al pas.

Mar de fons, doncs, proposava una gran història d'amor en un context d'intrigues, ambició i poder i amb el misteri d'un assassinat. Tant des del punt de vista argumental com de la narració audiovisual, la telenovel·la s'allunyava de la seva predecessora, concebuda com un serial més enfocat a temes socials. La temàtica i també el plantejament del seu argument, menys senzill amb molts *flash backs* i amb personatges més polièdrics, va provocar que l'audiència disminuís sensiblement respecte *Ventdelplà* i sobretot en aquelles franges d'edat situades més als extrems de l'audiència; és a dir els avis i els nens. Aquest descens també va tenir en certa manera causa en els canvis produïts en el panorama audiovisual espanyol, com la proliferació de nous canals: Cuatro i La Sexta, on els programes de ficció (amb especial incidència a la producció nord-americana) en són una de les seves principals apostes.

Així, *Mar de Fons* va obtenir una audiència mitjana global de 532.000 espectadors i una quota del 17,5%. Al gener, la quota mitjana va ser del 18.5%. El capítol més vist va ser el dimarts 16 de gener (titulat *Tocat i enfonsat*) amb una quota del 20,2%.⁸⁹. Malgrat les bones dades d'audiència, Televisió de Catalunya no es planteja, de moment, una segona temporada, ja que la sèrie es va crear pensant en una trama tancada amb una durada de quaranta capítols.

⁸⁹ Fonts: TNS (a partir dels informes d'audiències de TV3).

7.1.3. *Ventdelplà*

Direcció argumental i coordinació de guió Josep M. Benet i Jornet
Direcció de la sèrie Lluís M. Güell **Argument** Josep M. Benet i Jornet, David Plana, Manel Bonany, Laia Aguilar **Equip de guionistes** Anaïs Schaaf, Xavi Berraondo, Anna Manso, Eulàlia Carrillo, Héctor Lozano, Núria Parera, Eva Baeza, Lara Sendim, Carme Morell **Direcció de càsting** Gisela Krenn **Direcció artística** Bel·lo Torras, Mercè Parés **Música original** Antoni-Olaf Sabater **Direcció de producció** Eugeni Margalló **Producció executiva** Joan Bas, Jaume Banaclocha **Muntatge** Jordi Puig, Mar Olmo **Cap de producció** Julián Altuna **Directors capítols** Jesús Segura, Ignasi Tarruella, Carmen Pérez, Eva Norberto **Actors:** Emma Vilarassau, Ramon Madaula, Marc Cartes, Mar Ulldemolins, Rosa Gàmitz, Marta Marco, Cristina Dilla, Pep Cruz, Boris Ruiz, Anna Barrachina, Georgina Latre, Carles Cuevas, etc.

Amb *Ventdelplà* TV3 va estrenar a les televisions de l'estat espanyol un nou format d'emissió totalment innovador. Es tractava d'una telenovel·la que té dues entregues consecutives per setmana, dilluns i dimarts, en horari de *prime time*. Més de 35 actors són els encarregats de donar vida als personatges de *Ventdelplà*. La telenovel·la aborda la història de Teresa, una dona de 40 anys, casada i amb dos fills que, havent viscut molts anys a la ciutat, de sobte, obligada per les circumstàncies, ha de refer la seva vida al lloc on té les arrels, al poblet d'on, perdent-se en la memòria, és originària la seva família: Ventdelplà. A l'inici s'hi va instal·lar de manera provisional i conflictiva, i, a poc a poc, va anar procurant integrar-s'hi. Fugint d'una situació matrimonial crítica, la protagonista troba nous afectes, nous amics, nous enemics, també nous amors i alguns enigmes per resoldre.

“Es tracta d'una sèrie on els sentiments es tracten com són a la vida real, a vegades de forma dramàtica i a vegades amb humor i que promet històries

intrigants, apassionades, complexes, plenes de sentiments, de tendresa i de duresa, amb capacitat per sorprendre i commoure l'espectador”⁹⁰.

Ventdelplà és una telenovel·la de nit, és a dir, adaptada a l'emissió nocturna. Els directius de TV3 van concebre la iniciativa a partir de l'èxit del serial obert *Arrayán* emès al Canal Sur a partir del 2001 i produït per la filial d'Endemol, Linze TV, cada vespre de dilluns a divendres, amb una durada de 25 minuts el capítol. *Arrayán* suposava el primer precedent de telenovel·la emès amb continuïtat en el *prime time* nocturn. La sèrie, que aquest any ja va per la seva setena temporada, té un èxit espectacular pel que fa a l'audiència: un de cada quatre espectadors andalusos està totalment fidelitzat amb la sèrie. És el producte audiovisual més seguit en la seva comunitat i durant la temporada-2006 va marcar el seu millor registre, amb un 29% de mitjana. El rècord d'*Arrayán*, que ha arribat a anotar 1.251.000 espectadors està en un 39,2%⁹¹.

En el cas de la catalana de *Ventdelplà*, es va optar per reduir l'emissió setmanal a dos dies (dilluns i dimarts) però augmentar el temps per capítol: 50 minuts cada un. La resposta de l'audiència a aquest format és molt positiva: en més del 60% de les emissions de la segona temporada va ser el programa més vist del dia.

Ventdelplà afronta, aquest 2007, la tercera temporada amb el repte de revalidar l'èxit d'audiència de les dues anteriors i per això va arrencar reprenent la història on la va deixar. La tercera temporada es presentava plena de novetats: noves línies argumentals, nous decorats, nous personatges que conviuran i s'interrelacionaran amb els ja existents. Al capítol número 5 d'aquesta temporada, hi ha un salt en el temps i s'avança l'acció sis mesos justos.

Els bons resultats d'audiència de la primera temporada (del 14 de febrer al 12 de juliol del 2005), van ser superats a la segona. Així, va sumar 86.000

⁹⁰ Extracte de la web de TV3 de *Ventdelplà*: www.ventdelpla.cat

⁹¹ Dades extretes de l'article "Series con distinto acento" publicat al Quadern d'*El País* el 2 d'abril del 2007.

espectadors més i un punt i mig de quota de pantalla. L'audiència mitjana de la primera temporada va ser de 728.000 espectadors i la quota, del 25,3%. Pel que fa a la segona etapa (del 19 de setembre del 2005 al 25 de juliol del 2006) va tenir una mitjana d'espectadors de 814.000 i la quota va ser del 26,7%. De fet, de 85 emissions, va liderar el rànquing diari en 54 i només en 5 no va quedar entre els tres més vistos. El capítol més seguit va ser l'emès el 10 de gener del 2006, que va registrar 962.000 espectadors de mitjana, i una quota del 30,7%.

Aquesta tercera temporada (a partir del 5 de febrer del 2007), i després d'una campanya publicitària molt contundent del canal que es presentava sota el lema (alhora pàgina web); 'quetorniventdelpla.cat', va arrencar amb molta força, nous personatges i trames argumentals força emocionants (com el segrest del fill de l'Esther per part d'en Raül, el cap d'una secta). En aquesta tercera temporada, també, s'ha renovat la pàgina web del programa (convertida en un link d'entrada al poble de Ventdelplà, a la seva agenda d'actes, actualitat ciutadana i mapes d'ubicació d'aquelles localitzacions més representatives); així, a l'apartat de notícies del poble hi trobem la publicació d'un llibre de cuina amb les receptes de la Marcela i un altre d'històric titulat "Veus dins d'una fossa" sobre l'afusellament i enterrament en fosses comunes de diversos veïns de Ventdelplà durant la Guerra Civil. A més, el web, et permet fer una visita virtual pels llocs més emblemàtics del poble i llegir el blog de diversos dels seus protagonistes; per exemple el mes de maig era el torn de la Mònica Monràs.

7.2. Els adolescents com a protagonistes

Per l'anàlisi dels personatges adolescents d'aquestes sèries, el que primer hem hagut de fer és determinar quina era, a trets generals, l'edat dels personatges que nosaltres preníem com referència per definir-los com a tals, i per tant com a adolescents (gràfic 2). En semblava força obvi que l'edat de la forquilla per la seva part més baixa havien de ser els 12 anys (la gran majoria d'experts en psicologia evolutiva- com hem vist- així ho determinen); d'una banda perquè es correspon a l'edat que se supera l'ensenyament bàsic per iniciar l'Educació Secundària Obligatoria (el canvi de cicle acostuma a anar acompanyat també d'un canvi de centre o el pas de l'escola a l'institut). Els 12 anys, com hem vist, l'individu ja té certa autonomia tant d'acció com de decisió. Estaríem parlant d'una *adolescència primerenca o preadolescència*, dominada sobretot pels canvis físics i l'impacte que aquests tenen sobre la vida psíquica. D'altra banda, i a un nivell argumentatiu, dos dels personatges cabdals estudiats tenen precisament aquesta edat (en Biel de *Ventdelplà* i la Sílvia de *Mar de Fons*) i ens serveixen, d'una banda, per contraposar les seves personalitats ja que en aquesta edat de la *pubertat*, el creixement dels nois i de les noies té diversos components i es desenvolupa a ritmes diferents; i de l'altra, com a contrapunt de la gran majoria de la mostra estudiada, que està al voltant dels 17-18 anys. Aquesta etapa es considera en psicologia evolutiva com d'*adolescència tardana* i basa els seus fonaments en una més gran acceptació d'un mateix i d'una millor capacitat d'entendre els altres i de comprometre les pròpies accions amb els ideals.

Pel que fa a la part més alta de la forquilla- i també la més difícil de delimitar- hem agafat la representació que les mateixes sèries fan d'aquests personatges, i per tant, de les seves actituds i comportaments per determinar la seva pertinença i adequació en aquest corpus adolescent, evidentment especificant que es tracta de personatges que estan en la recta final d'aquesta

etapa i que probablement formarien part d'un grup amb característiques comunes compreses entre l'*adolescència tardana* i la *postadolescència*.

Hem de tenir en compte, arribats en aquest punt, que els quatre personatges analitzats d'aquesta franja, són tots ells nois i que, per tant, des del punt de vista de la psicologia evolutiva, el desenvolupament (tant biològic com psicològic) respecte a les noies de la mateixa edat va, normalment, a un ritme més lent.

D'aquesta manera, i personalitzant en els quatre personatges estudiats: (en Max d'*El Cor de la Ciutat*-20 anys; en Ferran de *Mar de fons*- 22 anys i en Xavi i en Pau de *Ventdelplà*- 22 anys) considerem que conformen l'objecte del nostre estudi per les seves característiques que s'adapten a les pròpies descrites en l'etapa adolescent: la tendència a una prolongació d'aquesta etapa degut a condicionants inherents de la societat moderna com la vida acadèmica més laxa, la dificultat per entrar al món laboral, i la problemàtica per independitzar-se. El pas de l'etapa adolescent a l'adulta estaria, en bona mesura, supeditada al grau de maduresa de la persona estudiada, creiem que els nois que aquesta investigació considera postadolescents i per tant, analitza com a tals, s'adeqüen a les característiques exposades i, per tant, en justifiquen la tria.

De les tres sèries analitzades *El Cor de la Ciutat* és la telenovel·la que té un corpus de personatges adolescents més gran i els que protagonitzen un número més ampli de trames argumentals. Aquesta major presència ha estat més evident en aquesta sisena temporada, on les trames que es desenvolupen a l'institut del barri de Sants són força abundants així com els rols que hi aconsegueixen els joves. *Mar de fons* ha estat la telenovel·la amb menys personatges adolescents (La Laura i la Sílvia: les dues filles de Tomàs Fuster i Susanna Revert), tot que tenien un pes molt important pel que fa al desenvolupament de les trames. I finalment a *Ventdelplà* els adolescents més populars són la Isona i en Biel Demàs (els fills de la Teresa), i en Martí Estelrich

(fill d'en David, un any més gran que la Isona i que ha deixat els estudis per dedicar-se a la pagesia) personatges amb entitat pròpia (el Sant Jordi del 2006, la Isona- Georgina Latre- va publicar el seu diari: *Isona, diari d'una nova vida a Ventdelplà*, publicat per la Galera i escrit per la guionista de la sèrie Laia Aguilar, tot un èxit de vendes⁹²) i amb un pes molt important en la trama.

Les tres sèries coincideixen en l'edat majoritària dels seus protagonistes adolescents: 17-18 anys. D'aquesta manera, molts dels personatges de les telenovel·les estudiades estan cursant segon de batxillerat amb la selectivitat com a un objectiu ben pròxim. A *El Cor de la Ciutat*, la colla de la Mercè Amorós: l'Enric, la Maica, en Pep i la Sònia estan a punt de fer els exàmens finals abans de la selectivitat. A *Ventdelplà*, la Isona estudia de valent pel mateix fi; a més acaba de celebrar els seus 18 anys (cap. 162) i a *Mar de fons*, la Laura s'escudava contínuament en els seus 18 anys per demanar als seus pares que la tractessin com una "adulta" (cap. 12).

Encara al voltant d'aquesta edat (17-18 anys), a *El Cor de la Ciutat* hi trobem d'altres protagonistes que no estudien sinó que treballen: l'Óscar i la Sandra són dos germans, que viuen amb el seu avi després que el seu pare hagi desaparegut, fugint dels problemes familiars als quals no hi sap fer front. L'Óscar, havia jugat a l'equip juvenil del Barça, però ara treballa de mecànic i surt amb La Canya; és treballador, solidari i és preocupat per la seva família. La Sandra, amb qui es porta un any, després d'unes temporades on era presentada com un personatge negatiu (la van expulsar de l'institut per fer *bullying* a la Mercè); després de beure molt i de tractar malament el seu avi; aquesta temporada és un dels personatges més "positius" de la telenovel·la

⁹² Lara Toro de l'editorial La Galera (Proa), en la presentació del llibre, el 7 d'abril del 2006 a Breda, va destacar que van optar per aquest personatge per publicar el llibre perquè "el paper de la Isona és crucial a la sèrie. És una adolescent a qui li passen coses properes i quotidianes" afegint que a més, "la publicació va sortir al mercat amb 7.000 exemplars i amb una setmana ja ocupava posicions a la llista dels més venuts". Laia Aguilar, l'autora i guionista de la sèrie, va explicar que "en un any i mig la Isona ha hagut de viure moltes situacions en les quals molts adolescents es poden sentir identificats". En el llibre, la Isona cada dia escriu lliurement el que vol, el que li passa, el que recorda... El llibre afegeix moltes situacions que no s'han vist a la sèrie. I Georgina Latre, l'actriu que dona vida a la Isona, una adolescent de 17 anys, filla de la Teresa i el Damià, va afegir que el diari "aborda temes que a mi, amb 13 o 14 anys, m'hauria agradat trobar en un llibre".

(després d'un accident provocat per la seva ex-parella (cap. 1319), li han d'amputar una mà, cosa que primer la sumeix en una depressió, però que a força de voluntat aconsegueix superar. La Yessi, és l'amiga de la Sandra de tota la vida. En la cinquena temporada el seu xicot (en Cristian) la va deixar embarassada i ella, amb el suport de la seva família, va decidir tirar endavant amb l'embaràs. Ara està separada de la seva parella amb un nen de poc més de dos anys, amb problemes de sordesa per un accident mèdic causat per la germana gran de la Yessi, la Juani (cap. 1323). Arran d'aquest fet les dues germanes estan barallades i no es parlen.

En l'extrem de menys edat -dins però de l'etapa adolescent- hi ha dos personatges cabdals pel que fa a rellevància argumental. El primer és en Biel, el germà petit de la Isona, que acaba de fer 12 anys, però encara actua i és tractat com un nen. De l'altra, hi ha la Sílvia, la filla petita dels Revert, també amb 12 anys: una noia intel·ligent, entusiasta de les pel·lícules de terror i que li agrada resoldre enigmes.

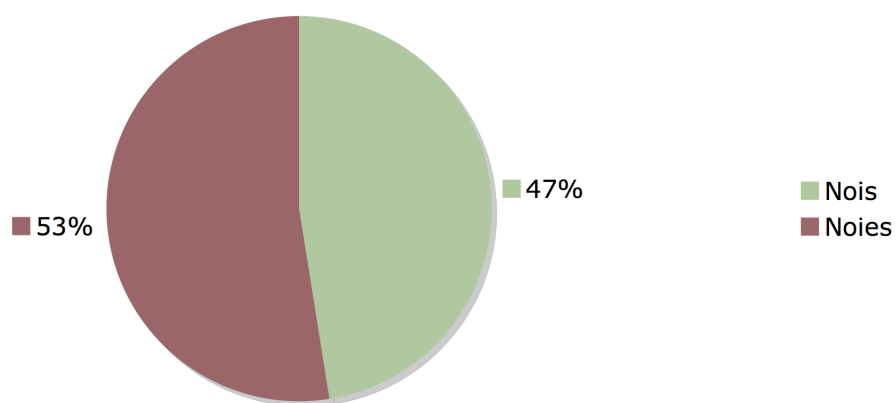
I pel que fa a més grans de 18 anys- tot i que encara es podrien incloure dins de l'etapa adolescent- hi ha en Max (20 anys); nebot de la Cinta, estudiant de medicina, bon jan, responsable, madur i homosexual. La seva relació amb l'Enric (que està en ple procés d'acceptar la seva identitat sexual) serà una de les més importants pel que fa les trames argumentals d'aquesta sisena temporada.

A *Mar de Fons*, el personatge d'en Ferran (el fill de l'Amèlia, la senyora de fer feines de casa dels Fuster) donarà un aire més "humà" i pròxim a la Laura, qui se n'enamora perdudament a contracor de les dues famílies de classe social ben diferent. En Ferran té 22 anys i és innocent i somiador: el seu objectiu és convertir-se en pilot d'avions.

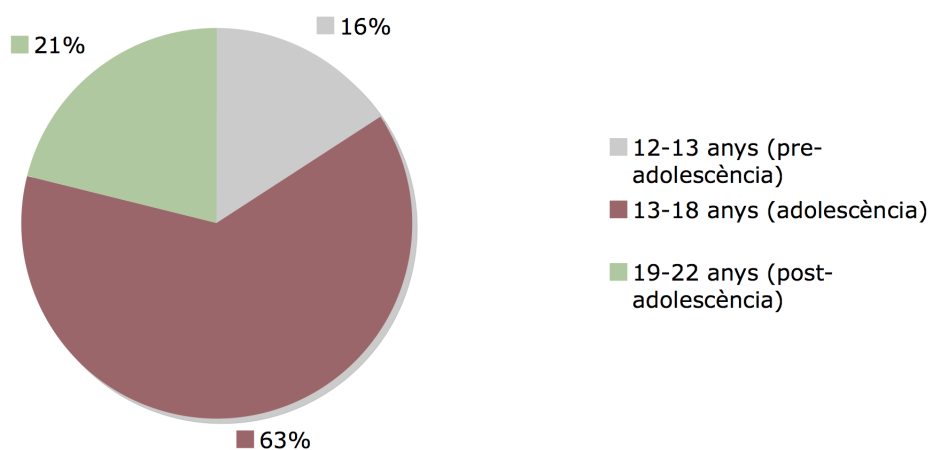
A *Ventdelplà*, aquesta tercera temporada s'han introduït dos personatges que tenen al voltant d'uns vint anys, estudien a la universitat i que comparteixen pis amb en Martí. Es tracta d'en Pau (un fatxenda i barrut, atractiu i llançat,

estudiant d'econòmiques) i en Xavi (un noi sensible, tímid, estudiant de comunicació audiovisual). Els tres no paren de fer festes (per patiment del pare d'en Martí) i de passar-s'ho la mar de bé, i la convivència generarà noves trames argumentals.

Gràfic 1: Gènere dels personatges



Gràfic 2: Edat dels personatges



7.3. Els conflictes propis d'una generació sense perfil

Al llarg de les diferents temporades de les tres sèries s'han anat succeïnt tots aquells problemes considerats propis de l'edat adolescent. És un fet que, d'aquesta manera, les telenovel·les perpetuen els tòpics que influeixen en els joves. Com ja s'ha apuntat anteriorment, els estereotips no només són una fórmula narrativa d'ús habitual en la creació dels personatges de les sèries, sinó que a més faciliten el procés de transferència tant a nivell emotiu (a través de la identificació i la projecció de l'espectador amb el personatge) com ideològic (a través de l'estructura narrativa, és premiat allò positiu i castigat allò negatiu; sempre des del punt de vista de l'emissor que és qui decideix presentar com a positius o negatius determinades conductes o personatges).

*“Per construir els personatges, tant els adolescents com els adults, intentem partir sempre de la realitat. Normalment ens inspirem en persones que coneixem o en personatges que apareixen als diaris o altres mitjans de comunicació. Algunes vegades, poques, també adaptem personatges del món de la literatura, del teatre o del cinema” (XAVIER GUÀRDIA, guionista de *El Cor de la Ciutat*-entrevista annex: 12.1.4: pàg 191).*

Interessant en aquest sentit és l'estudi recent publicat per un equip d'investigadors de la Universitat Ramon Llull sobre la presentació de la conducta social i amorosa dels adolescents en diferents sèries d'àmbit estatal⁹³. Entre algunes de les conclusions d'aquest estudi hi ha per exemple que en les telenovel·les, els adolescents presten molta atenció al seu atractiu físic; que a l'hora de relacionar-se busquen passió sexual i amor etern; que els nois són més prudents a parlar de les seves intimitats, fet que s'accentua si senten una orientació homosexual; que cap sèrie presenta la gelosia com un fet negatiu; que els conflictes de parella es presenten com una guerra de sexes

⁹³ Les conclusions d'aquest estudi dirigit per la doctora de la Universitat Ramon Llull, Pilar Medina van ser publicades a la *Revista de La Vanguardia*, l'1 d'abril del 2007.

o que una de les coses que preocupa més als adolescents ficticis és acabar una relació sense fer mal a l'altra persona.

Trets, per tant, comuns, pel que fa a les relacions sexuals, dels personatges adolescents segons aquest estudi, que reforcen els estereotips que influeixen en l'espectador adolescent. Més enllà dels que afecten la vida sexual d'aquests personatges (basats en estereotips, però també, sovint, en prejudicis on no hi falten les patologies pròpies de l'edat, com el culte al cos, els embarassos precoços o els conflictes d'identitat sexual) se'n poden establir d'altres que segueixen la mateixa estructura pel que fa a les relacions dels joves amb els seus pares; l'alcohol o les drogues; l'ús de la violència (*bullying*); l'amistat i el reforçament de l'amistat respecte el grup d'iguals.

a) El cas de *bullying* (*assetjament escolar*) més clar es va produir la temporada cinquena d'*El Cor de la Ciutat*, exercit per la Sandra sobre la Mercè. Durant uns mesos, la Mercè va patir els abusos i fins i tot atacs físics de la Sandra, en silenci, sense explicar-los res als seus pares; sense menjar i amb molta por. El cas va acabar amb un judici a la Sandra i l'expulsió d'aquesta de l'institut (cap.1248). El cas fictici va coincidir amb un període (de setembre a abril del 2006) on els casos d'assetjament a Catalunya van augmentar i els mitjans de comunicació se'n van fer ressò. Fins i tot el departament d'educació de la Generalitat van preparar un nou informe sobre la violència dels alumnes de primària i secundària a les aules i a nivell estatal es va publicar el polèmic informe "Cisneros X" a càrrec de dos professors de la Universitat d'Alcalá de Henares segons el qual la violència i l'assetjament escolar a Espanya era d'un 24'3%.⁹⁴

Des del punt de vista psicològic, l'agressivitat i la violència són característiques que es troben en els adolescents rebutjats. L'història familiar de la Sandra (òrfena de mare; amb un pare que se'n despreocupa, i d'un nivell socio-

⁹⁴ L'informe afegia que a Catalunya l'assetjament escolar arribava a un 22,6%, la qual cosa va desencadenar un fort rebuig per part de la Conselleria d'Educació expressant que les dades eren falses i que en el cas de Catalunya el *bullying* era d'un 3,1%. (AVUI, 29 de setembre del 2006).

ecònomic baix), respon als prototipus d'adolescent violenta. Perquè les causes sociològiques de la delinqüència juvenil es troben factors com la tensió en les relacions familiars i la falta de cohesió familiar.

Aquest cas concret d'*El Cor de la Ciutat* va arribar fins i tot al Parlament de Catalunya en l'informe sobre l'adequació dels continguts respecte l'edat mínima aconsellada per ser visionats. Aquesta n'és la resolució⁹⁵:

“L'informe sotmet a anàlisi el tractament que la telesèrie El Cor de la Ciutat, de TV3, fa sobre un cas d'assetjament escolar. S'han visionat els capítols compresos entre el 9 de gener i el 24 de març de 2006.

El programa ha estat qualificat com a programa no recomanat per a menors de 10 anys. Dels 58 capítols analitzats, s'han detectat 15 capítols on apareix el tema del bullying. Per tant, no es vulnera el principi de protecció del menor.”

Durant aquests mesos els fòrums de les sèries, tant d'*El Cor de la Ciutat* com de *Ventdelplà*, els missatges sobre assetjament van proliferar.

b) El consum de drogues per part d'un adolescent va tenir una especial transcendència en la segona temporada de *Ventdelplà*, quan en Martí per celebrar el seu 18è aniversari (capítol emès el 30 de maig del 2006) va consumir una pastilla adulterada que li havia passat en Pau, i per la qual cosa va estar ingressat a l'UCI en estat crític. Aquesta trama va provocar d'immediat desenes de comentaris al fòrum de *Ventdelplà* d'espectadors que, d'una banda demanaven als guionistes que en Martí se'n sortís i de l'altra expressaven la seva conformitat amb el desenllaç de la trama argumentant que així el noi escarmentaria i no ho tornaria a provar. En aquesta sisena temporada d'*El Cor de la Ciutat*, la Sandra Benjumea va arribar al límit amb en Gabi *empastillant-se*. La trama va acabar amb drama: la Sandra a l'hospital amb una mà amputada (cap. 1269, 1270, 1318).

⁹⁵ Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya (núm. 63), 27 d'abril del 2007: www.parlament.cat/activitat/bopc/08b063.pdf (pàg. 18).

“Els personatges d’adolescents són una peça més de l’engranatge de la història. Per tant, donen imatge negativa o positiva en funció de les necessitats de la trama.

Tanmateix, penso que on realment s’hi ha d’esmerçar esforços en donar imatge positiva és en la resolució dels conflictes que afecten als personatges adolescents. Per exemple, quan estem davant d’una línia argumental que desenvolupa el problema de la drogoaddicció hem de fer-ho anar bé per mostrar actituds que afronten el problema i cerquen solucions (...i si les troben, encara millor!)” (PERE ARCAS, cap de programes educatius de TV3- entrevista annex: 12.1.2: pàg. 177).

Segons el psicòleg Rice, el conflicte entre les parees, la manca de disciplina i la seva inconsistència i el rebuig dels fills, són aspectes de la vida familiar que estan relacionats amb el consum de drogues dels adolescents. A més, és possible que aquests hagin patit abusos físics i sexuals i que sentin menyspreu per ells mateixos. Les relacions entre parees i adolescents que abusen de les drogues són diferents de les relacions dels parees amb els adolescents que no són drogaddictes. És possible que aquestes relacions familiars defectuoses afectin la personalitat, causant algun trastorn que fa que hi hagi una certa predisposició a practicar determinades conductes de risc com el consum de drogues (seria el cas dels personatges d’ambdues sèries) ⁹⁶.

c) L’adolescent malalta d’anorèxia també es va poder veure en la segona temporada de *Ventdelplà*, en el personatge de la Sara, una amiga de la Isona i d’en Martí, obsessionada pel seu cos i per “estar bona”. La problemàtica de la malaltia va anar acompanyada per subtrames on la Isona n’estava gelosa perquè en Martí n’estava molt sol·lícit, cosa que a ella no li agradava gens. Finalment la Isona la va convèncer perquè la veiés la seva mare que va enviar la Sara a un metge especialista en trastorns alimentaris.

⁹⁶ RICE, F.P. (1999) *The Adolescent. Development, relationships, and Culture*. Boston: Allyn& Bacon.

d) La Yessi d'*El Cor de la Ciutat* es va quedar embarassada del seu xicot, en Christian, a la cinquena temporada (coincidint amb el canvi d'ubicació d'*El Cor de la Ciutat* de Sant Andreu al barri de Sants). Només comptava amb 16 anys. Malgrat el rebombori del principi, la Yessi va rebre el suport dels seus pares (els Galiana) i va decidir tirar endavant amb la criatura. Per això penja els estudis i es casa amb en Cristian. Aquesta sisena temporada, la Yessi està fent front a una maternitat complicada (no només s'ha separat de la seva parella sinó que a més el seu fill, Èric, pateix sordera a causa d'un accident mèdic) (cap. 1322). La Yessi, ha passat d'un extrem a l'altre (1357, 1358, 1358). De desentendre's completament del seu fill, amb una irresponsabilitat total i manca de coherència a estar obsessionada per ell sense voler despendre-se'n ni un moment. Ha tornat a treballar: primer a un supermercat i després de secretària del centre social que dirigeix la Virgínia.

e) *La identitat sexual: l'homosexualitat.* Una de les trames que aquesta darrera temporada ha donat més joc a *El Cor de la Ciutat* ha estat l'idil·li amorós entre en Max i l'Enric. Mentre que en Max, des de fa força temporades de la sèrie, té clara la seva inclinació sexual, l'Enric ho ha descobert fa poc (capítol 1377) i encara té problemes per acceptar-ho. És per això que se n'amaga, dissimula davant del seu amic Pep (un homòfob) (cap. 1395) i ha de fer front a la incomprensió i intolerància respecte a aquest tema per part dels seus pares. (cap. 1377)

Aquesta descoberta de l'Enric, però, sembla que no és l'única d'aquesta temporada. I és que, a *Ventdelplà*, arran d'un *menage a trois* que van fer en Pau, en Xavi i l'Andrea (una companya de classe d'en Xavi), en Xavi descobreix una especial atracció cap al seu company de pis, en Pau... (cap. 167, 168).

La identitat sexual i la identitat de gènere són dos components de la identitat del jo. La identitat sexual pot considerar-se menys complicada de ser reconeguda, encara que en determinats casos no sigui assumida de bon grat (el cas de l'Enric). La pràctica de l'homosexualitat no deriva de l'aparença

física, de la personalitat o del rol social que es desenvolupa. Els homosexuals poden ajustar-se als estàndards socials associats amb el seu sexe biològic i només es diferencien dels altres en les relacions d'intimitat sexual⁹⁷. En aquest sentit i segons les dades recollides pel biòleg i sexòleg nord-americà Alfred Kinsey ja en els anys 50, l'homosexualitat no seria una pràctica estranya en l'adolescència: un 27% de nois i un 5%, les noies.

f) En gairebé totes les trames on hi ha implicats personatges adolescents, les relacions de parella (a vegades les primeres) són una constant.

Des d'un punt de vista psicològic, les primeres sortides en parella responen a una forma d'interacció estratègica. Per Kimmel i Weiner (1998), aquests sortides serveixen per mostrar determinades coses als altres. Les primeres relacions representarien, segons els experts, un esforç que es fa perquè l'adolescent creu que és el que ha de fer, el que s'espera d'ell, el que el fa ser madur. Enamorar-se, respon a una necessitat vital de molts adolescents. Per això és ben lògic que en totes les històries fictícies que tenen els personatges d'aquestes edats com a protagonistes, les relacions de parella en siguin un tema recurrent.

A *El Cor de la Ciutat*, la Mercè deixa el seu xicot perquè s'ha enamorat de l'Enric (cap. 1261); les coses no funcionen perquè la Mercè acaba de descobrir el secret de l'Enric, però aquest, com que no accepta la seva condició, encara ho intenta amb la Sònia, amb qui les coses tampoc no acaben de rutllar. A la Maica, per la seva banda, li agraden una mica tots, sempre i que siguin més grans que ella. Es fixa en en Jon (quan va a fer de cangur del fill de la Yessi) (cap. 1273) i posa en una mala situació al professor de català, l'Albert, quan fa creure a tothom que han tingut una aventura (cap. 1247, 1252, 1253, 1257, 1255). La Yessi, d'altra banda, després de ser abandonada per en Cristian, ho prova amb un company del supermercat, però encara ho té tot molt recent perquè en surti res de bo (cap. 1348). La Sandra ha sortit molt malparada de la

⁹⁷ TRIADO, C. et alt (2000) *Psicologia del desenvolupament: adolescència, maduresa i senectut*. Barcelona: Edicions de la UB (pàg. 107).

seva relació amb el maquiavèl·lic Gabi, que se salda no només amb una mà amputada sinó amb malsons i ganes de venjar-se (cap. 1348). Un noi de l'escola d'art on s'havia de matricular abans de tenir l'accident, en Nico, hi està interessat però ella, té massa problemes.... (cap. 1371)

L'estira-i-arronsa més seguit pel que fa a relacions sentimentals ha estat la de la Isona i en Martí. Al llarg de les tres temporades de *Ventdelplà*, els dos amics s'han convertit en parella, en plena adolescència, han tallat; ella se n'ha quedat enamorada però ell ha volgut "experimentar" amb d'altres noies mentre volia ser amic de la Isona (cap.146) i finalment la Isona (acabats de complir els 18) s'enamora d'un noi, deu anys més gran que ella i que, per més inri, és el director del C.A.P on treballa la Teresa, la seva mare. (cap.166)

Les trames amoroses van ser un dels fils conductors a *Mar de Fons* sobretot en la relació de la seva parella protagonista: en Carles (David Selvas) i la Judith (Irene Montalà), però també va tenir la seva versió adolescent- amb conflicte de diferències de classe incloses- entre la Laura (la filla gran dels Fuster) i en Ferran (el fill de l'Amèlia, la dona de fer feines dels Fuster) (cap.11, 17, 21, 22). La història va acabar complicant-se més quan va entrar en escena la secretària d'en Carles Revert, de qui en Ferran també se n'enamora (cap. 13, 21). Davant de la disjuntiva de amb quina de les dues es queda, i per acord tàcit, decideixen independitzar-se i compartir pis tots tres. (cap.40)

g) Les relacions dels adolescents ficticis amb els seus pares també presenten tot el ventall de possibilitats, malgrat que en general les relacions són força bones. Segons el psicòleg F.P. Rice, la família segueix exercint la principal influència socialitzadora sobre l'adolescent. Com hem vist, és la principal transmissora de coneixements, valors, rols, hàbits d'una generació que es pretén que siguin assumits per la següent⁹⁸. Malgrat que els pares compleixin amb totes les expectatives que desperten en els seus fills adolescents, s'ha de tenir en compte que els adolescents han d'anar conformant una vida

⁹⁸ RICE, F.P. (1999) *The Adolescent. Development, relationships, and Culture*. Boston: Allyn& Bacon.

independent i, per consegüent, és imprescindible que es donin importants desacords entre pares i fills. Aquests conflictes són font d'inspiració per part dels guionistes que, sovint, els viuen en pròpia pell.

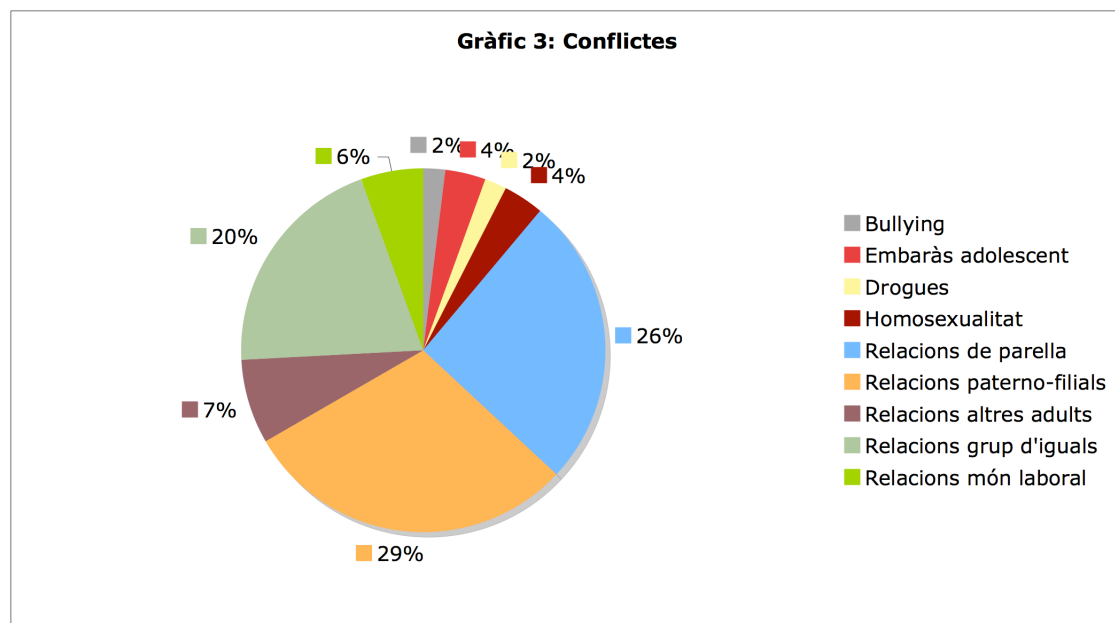
Hi ha una tendència generalitzada, però, en les ficcions analitzades, en què els fills donen lliçons als seus progenitors; és el cas de la Isona amb la seva mare Teresa (fins i tot en Biel cuidava de la seva mare quan aquesta s'estava preparant les oposicions pel C.A.P) (cap. 140); en Martí amb en David (li demostra que sap gestionar l'herència que li ha deixat la seva mare) (cap. 138); la Mercè amb en Fidel (a qui li canta les quaranta per haver estat infidel a la seva nòvia, la Sara) (cap. 147) i l'Óscar i la Sandra amb el seu pare (cap. 1377, 1400, 1401). Però també són continus els renys dels pares cap als fills: els pares de l'Enric el castiguen per ser mal estudiant (cap. 1358); la mare de la Mercè li diu que es comporti i no es deixi influenciar per la seva amiga Maica (cap. 1369); els pares de la Yessi l'intenten dur per més bon camí del que va, però no se'n surten (cap. 1243, 1244, 1285, 1375, 1390). La Teresa s'enfronta amb la Isona per la seva relació amb l'Enric (cap. 171)

L'enfrontament més dur entre pares i fills s'ha donat a *Mar de fons* en els darrers capítols, quan la Sílvia i la Laura descobreixen les maldats i mentides del seu pare (30, 31, 37). La persona que fins llavors havien protegit, justificat i defensat es converteix en l'enemic. La Laura no vol saber-ne res i només pensa en marxar de casa i viure la seva vida. La Sílvia s'escapa i desapareix quan veu el seu pare embolicant-se amb la seva secretària (cap.37). La nena acaba passant la nit en un magatzem amb un 'sense-sostre' que la cuida fins que els mossos d'esquadra l'acaben localitzant (cap. 38).

En el gràfic següent podem veure en quina proporció es desenvolupen els conflictes propis d'aquesta edat. Tal i com podem observar, aquesta temporada 2006-2007 han prevalgut els conflictes al voltant de les relacions en totes les seves possibilitats: amb els pares, de parella o amb els amics, i per tant, aquells conflictes que s'inscriuen dins la normalitat; mentre que els conflictes

generats per accions més extremes com el *bullying* o la drogadicció s'han representat d'una manera molt puntual i concreta.

Pel que fa als conflictes en la identitat sexual, en el cas de l'homosexualitat, les trames en qüestió han estat dues, però el conflicte s'ha desenvolupat al llarg de molts capítols donant molt de joc en si i convertint-se en un tema de discussió i comentaris preferent en els fòrums de la televisió catalana.



7.4. L'entorn i el context social dels personatges adolescents

7.4.1. Els entorns com a protagonistes

A les tres sèries analitzades hi ha representades diverses classes socials, així com entorns diversos. En les tres sèries, el lloc on transcorre l'acció argumental és clau, convertint-se així, en gairebé un personatge més de la sèrie. En el cas d'*El Cor de la Ciutat*, en un principi es referia al barri de Sant Andreu (un dels punts neuràlgics de la ciutat barcelonina). En les noves temporades l'acció es va traslladar al barri de Sants i es va justificar, d'aquesta manera, l'aparició de nous personatges i noves trames, mantenint la família dels Peris (la Cinta, en Peris i en David) com a enllaç entre les dues etapes. En les dues darreres

temporades, però, les referències a Sant Andreu, són constants, així com l'aparició d'antics personatges (la Glòria, en Narcís, la Marta) en capítols puntuals de les trames actuals.

Mar de Fons va triar dues localitzacions per col·locar-hi els dos espais bàsics on transcorria la sèrie; d'una banda, la zona alta de Barcelona (Pedralbes), on hi havia la casa-mansió dels Revert (lloc d'encontres, de consells i de refugi per a tots els integrants de la família); i el gratacel "World Trade Center", marc de referència on s'hi desenvolupaven tots els negocis de la família:⁹⁹ l'editorial 'Babel', la consulta del psicòleg Carles Revert i la discogràfica de la Jana, la filla petita.

Finalment, *Ventdelplà*, tot i tractar-se d'un poble fictici, les seves localitzacions són reals ja que els exteriors de la sèrie són rodats a Breda, un poble d'uns 3500 habitants al peu del Montseny (Girona).

La tria de Breda com a escenari de la nova telenovel·la de TV3 va ser laboriosa, i amb el temps considerada tant pels creadors com pels responsables del canal autonòmic tot un encert¹⁰⁰:

"Precisament, la plaça de la Vila, darrere del campanar romànic que identifica la caràtula de la sèrie, va ser clau perquè el director, Lluís Maria Güell, situés els plans exteriors de 'Ventdelplà' a Breda. Ell i els seus col·laboradors més pròxims recorden la recerca del poble com una bogeria. Per raons logístiques havia d'estar relativament a prop de Barcelona. Van recórrer tot el radi pròxim abans de decidir-se. Al final es van allunyar 60 quilòmetres una mica més del que havien planejat. També havia de ser un poble antic amb projecció, amb alguns carrers nous que fessin sensació de realitat i de vida".

⁹⁹ El World Trade Center va ser construït a Barcelona el 1999 com a rèplica del d'Estats Units. És un dels centres de negocis puntals de la Ciutat Comtal; ubicat al Moll de Barcelona al Port Vell al costat mateix del Mediterrani. Probablement per això el mar, és el tema que dona títol a la sèrie, donant una especial rellevància a aquest edifici com a marc de conflictes i accions de la telenovel·la.

¹⁰⁰ Extret de l'article Un poble fora de sèrie. L'èxit de 'Ventdelplà' altera la vida a Breda que s'omple de turistes televisius, publicat a El Periódico, diumenge 11 de març del 2007.

La importància que ha adquirit aquest lloc imaginari (podríem establir un cert paral·lelisme en l'àmbit literari amb *Sinera* de Salvador Espriu, la recreació fictícia d'Arenys de Mar) a partir de la sèrie, ha generat que hi hagi agències de viatges¹⁰¹ que organitzin rutes turístiques pel poble de Breda, amb un recorregut pels llocs més emblemàtics que surten a la sèrie o que el poble de Breda hagi augmentat considerablement el nombre de visitants en els últims tres anys, segons l'oficina de Turisme.

“L'oficina de Breda va rebre 3.352 visitants el 2004, fins a 4.503 el 2005 i la gens menyspreable xifra de 6.264 visitants el 2006. El capítol més vist de la sèrie va ser el 10 de gener d'aquell any, amb 962.000 espectadors i un 30,7% de share. Cinc dies després, van anar al Centre Cultural Els Forns, que exerceix també d'oficina turística, 229 persones, el rècord des que va ser obert el 2003” (Dades de l'Oficina de Turisme de l'Ajuntament de Breda).

Les accions de *Ventdelplà* transcorren en la seva gran majoria en espais ubicats ficticiament al poble: el bar Tramuntana, la casa de la Teresa, la casa dels Monràs, el Súper de la Dora, el C.A.P del poble (nova ubicació d'aquesta tercera temporada); l'escola, la consulta del veterinari del poble, la casa de la Nuri (propietat d'en David Estelrich), la de l'Esther (on fins fa poc convivia amb la mestra del poble, la Roser), la de la Mònica i en Julià, el nou bar d'en Monràs, Can Rata (casa de Turisme Rural que gestiona en Jaume Estelrich) i el pis d'estudiants que comparteixen en Xavi, en Pau i en Martí. Espais que identifiquen els seus propietaris i que confereixen el marc on es desenvolupen la majoria de les trames.

¹⁰¹ L'Agència de Viatges Selecció Mundial organitza rutes turístiques pel poble imaginari de *Ventdelplà*.

7.4.2. Les classes socials

El Cor de la Ciutat vol representar la vida als barris d'una ciutat gran com Barcelona. En els seus principis destacava un caràcter fortament marcat de posada en escena de la classe treballadora, mitja-baixa. Poc a poc, i sobretot amb el canvi d'ubicació de la sèrie: del barri de Sant Andreu al de Sants (en la seva cinquena temporada), la classe mitja-baixa representada en un principi s'ha anat diluïnt cap a una classe mitja-mitja més generalitzada.

“La classe social d'El Cor s'ha anat desdibuixant amb el temps. Al començament era molt més de classe treballadora. A vegades això a mi m'ha donat algun disgust, la posada en escena no reforça això. Al contrari, tenen tendència a fer-los vestir millor del que els vestiries”¹⁰².

D'aquesta manera amb el temps es van incorporar nous oficis que van reforçar el canvi, com per exemple empleats de banca, mestres i directora d'institut, comercials de venda de pisos, etc. La classe mitja baixa, actualment, segueix representada sobretot en la família dels Benjumea, però ja és una minoria respecte a la resta. I a l'altra banda de la forquilla, la Maica, l'adolescent 'pija' la qual els seus pares li consenteixen tot i que, per aquest motiu, és molt admirada per la seva amiga Mercè.

Classe mitja baixa: Óscar (treballa), Sandra (treballa), Yessi (treballa); Max (treballa a la pizzeria del Galiana i estudia primer de Medicina a la universitat)

Classe mitja-mitja: Mercè (estudia), Sònia (estudia), Pep (estudia), Enric (estudia)

Classe mitja-alta: Maica (estudia)

Mar de Fons, com hem vist, va voler desmarcar-se a nivell argumental de la seva predecessora *Ventdelplà* i la seva trama va situar-se a l'altre extrem dels

¹⁰² Paraules del guionista i autor de la sèrie Lluís Arcarazo a: CASTELLÓ, E. (2006): *La fàbrica dels somnis del TV3*. Tarragona, Universitat Rovira i Virgili (pàg. 408).

que proposava aquesta (així es va passar de l'àmbit rural de *Ventdelplà* a l'urbanita de *Mar de Fons*) i d'altra banda va voler mostrar una Barcelona ben diferent a la d'*El Cor de la Ciutat*. La sèrie pretenia dibuixar uns personatges de classe alta, burgesa i urbana; amb un nivell cultural elevat (la Montserrat Ilegeix Verdaguer i Kavafis). Com a contrapunt, la família de l'Amèlia (ella, senyora de fer feines de calcs Fuster) i ell, en Ramon el bidell de l'editorial del World Trade Center¹⁰³.

Classe alta: Laura Fuster (estudia), Sílvia Fuster (estudia)

Classe mitja-baixa: Ferran (estudia i treballa)

L'argument d'arrencada de *Ventdelplà* (la fugida de la Teresa amb els seus dos fills adolescents de Barcelona pels maltractaments per part del seu marit de que era víctima) converteix aquesta població en un refugi, i alhora amb un microcosmos molt marcat i ple d'estereotips, d'una sèrie de personatges que conformen l'univers rural. Així, hi trobem el cacic del poble, en Josep Monràs (propietari de granges, sense massa escrúpols, amb un gran poder adquisitiu i odiat per tots); el veterinari, en Julià (atractiu, bon jan, i afable; la segona temporada surt elegit com a alcalde del poble); el pagès de socarrel (en Jaume Estelrich), la mestra d'escola (la Roser), la mestressa de casa (la Marcela, convertida juntament amb el seu marit en aquesta tercera temporada, en els propietaris del bar Tramuntana), la propietària del súper del poble (la Dora, que compta amb l'ajuda de la seva filla, Berta), etc.

Enfront d'aquests personatges, d'altres menys prototípics en l'àmbit rural però claus en l'argument, com són en David, l'advocat que salva a la Teresa del seu drama personal i amb qui hi acaba vinculat sentimentalment, i la seva primera dona, propietària d'una editorial petita. A grans trets, doncs, i immersos en aquest àmbit rural que determina i condiciona, parlariem d'una classe mitja-mitja tot i que amb força matisos personalitzats en aquells 'nouvinguts';

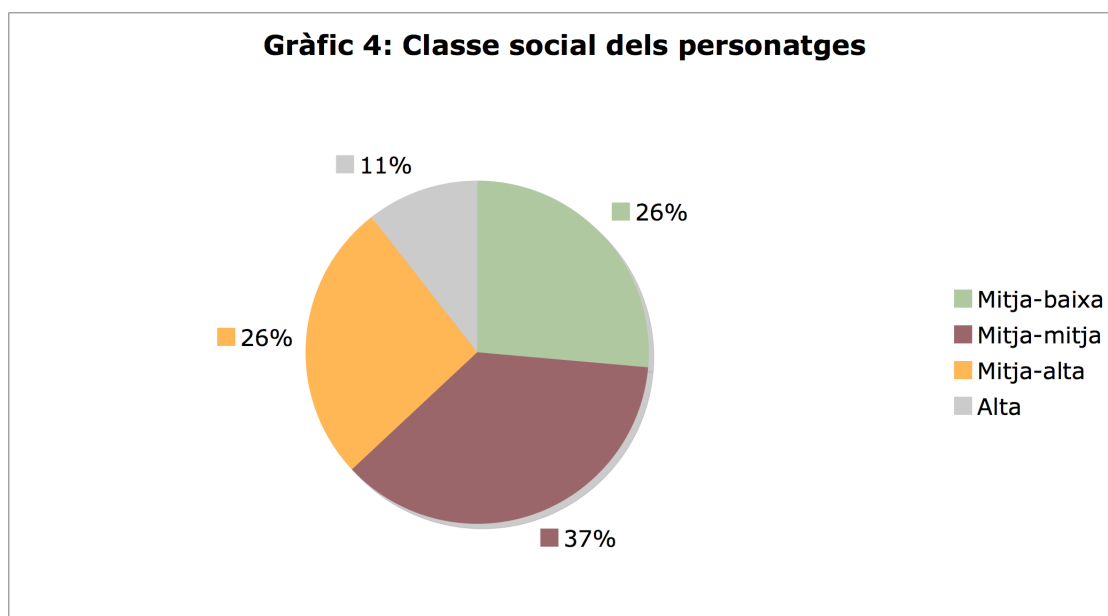
¹⁰³ Il·lustratiu en aquest sentit és la manera amb què el diari *AVUI* (18.09.2006) va titular la presentació de la nova sèrie abans de la seva emissió "*Amors i venjances d'alt estànding*".

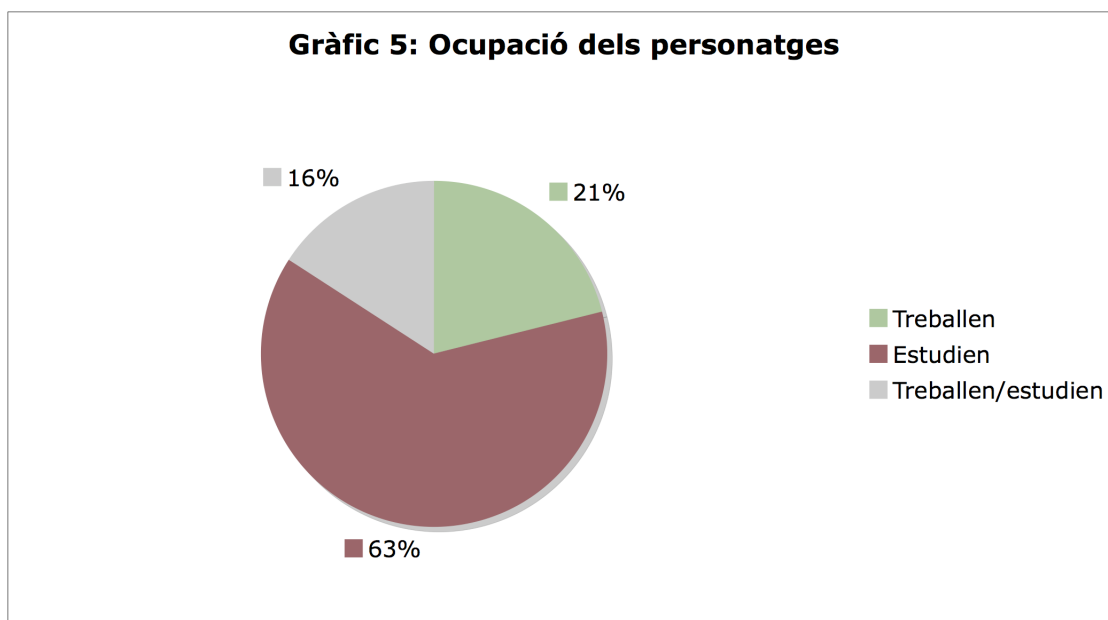
aquelles personatges que no són de Ventdelplà, sinó de ciutat, com Barcelona o Girona (per proximitat) com la família de la Teresa.

Classe mitja alta: Isona (estudia), Biel (estudia), Martí (treballa de pagès i estudia un mòdul d'agricultura), Pau (estudia econòmiques), Mònica Monràs (estudia Filologia Catalana)

Classe mitja mitja: Xavi (estudia comunicació audiovisual)

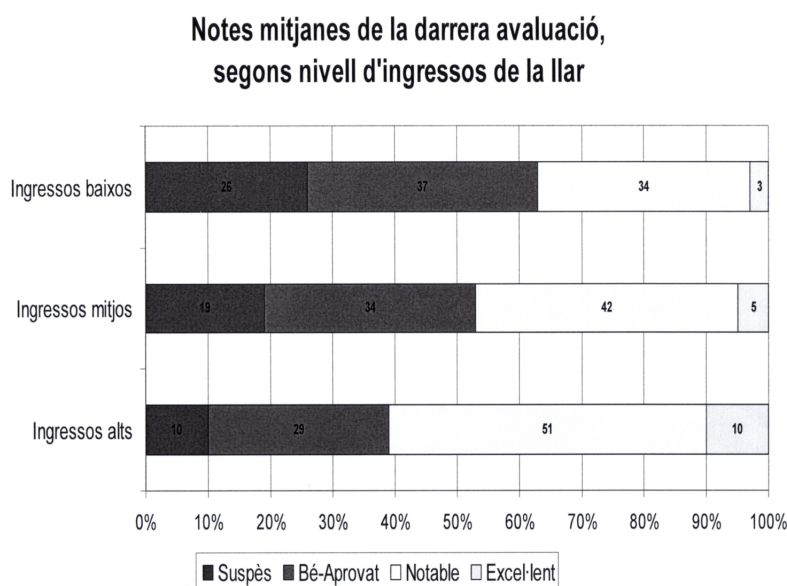
Classe mitja baixa: Rafa (treballa de taxista a Girona i estudia Filologia Catalana) i Quim (estudia Disseny a Barcelona)





D'aquest gràfic (Nº 5) es desprèn que *El Cor de la Ciutat* és la sèrie on apareixen més adolescents que han deixat els estudis per posar-se a treballar. Aquesta és una de les característiques més comunes de les classes socials més baixes, on es detecta un fracàs escolar més elevat. Aquestes conclusions es desprenen del Panel de Famílies i Infància realitzat per l'institut d'Infància i Món Urbà (Ciimu) amb el Departament D'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat de Catalunya. D'aquesta manera, en una mostra sobre 3.000 adolescents de Catalunya d'entre 12 i 16 anys, el percentatge de notes mitjanes de la darrera avaluació, segons el nivell d'ingressos de la llar era el següent¹⁰⁴:

¹⁰⁴ Panel de Famílies i Infància- 2007 de l'Institut d'Infància i món Urbà i el Departament d'Acció Social i Ciutadania de la Generalitat de Catalunya. Autors: Cristina Brullet, Àngel Martínez, Pau marí Klose i Pere Soler. Es pot consultar a: www.ciimu.org.



Gràfic 6. Font: CIIMU

7.5. Caràcter

Pel que fa a la caracterització dels adolescents representats en aquestes telenovel·les ens hem centrat en una sèrie de variables associades a la personalitat que ens permeten extreure dades significatives respecte la imatge que aquestes sèries donen d'aquest corpus. D'aquesta manera hem agafat un camp semàntic força extens (amb valors tant positius com negatius) a través dels qualificatius: generós, tímid, extravertit, fatxenda, responsable, immadur, prepotent i egocèntric. De l'anàlisi, i a trets generals, hem conclòs que la gran majoria dels adolescents estan adscrits als caràcters de 'generós' i 'responsable'. I per tant això reforçaria la imatge positiva que aquestes sèries donen de l'adolescència.

“Els personatges d'adolescents són una peça més de l'engranatge de la història. Per tant, donen imatge negativa o positiva en funció de les necessitats de la trama.

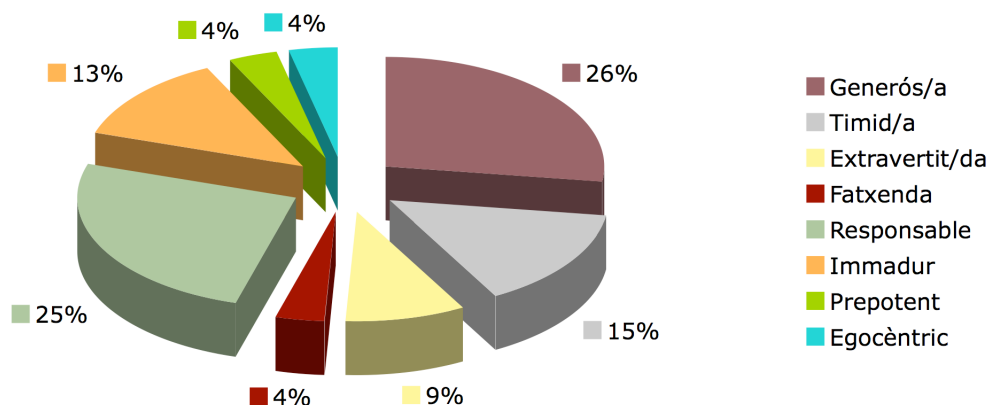
Tanmateix, penso que on realment s'hi ha d'esmerçar esforços en donar imatge positiva és en la resolució dels conflictes que afecten als

personatges adolescents. Per exemple, quan estem davant d'una línia argumental que desenvolupa el problema de la drogoaddicció hem de fer-ho anar bé per mostrar actituds que afronten el problema i cerquen solucions (... i si les troben, encara millor!).

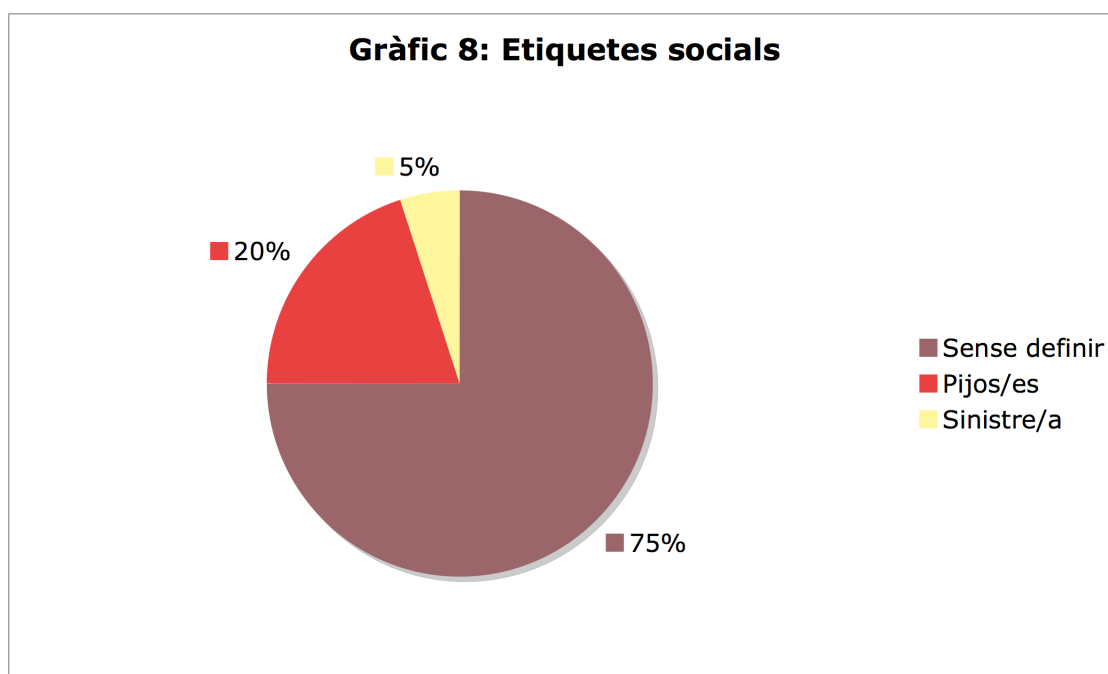
Personalment, em sembla que les ficcions de TVC són sensibles a aquest tipus d'estratègia" (PERE ARCAS, Cap de programes educatius de TVC-entrevista annex: 12.1.2, pàg. 177).

Significativa també resulta la coincidència en què els personatges prepotents, egoïstes i fatxendes són els personatges presentats com a '*pijos*' (sobretot, en Pau de *Ventdelplà* i la Maica d'*El Cor de la Ciutat*); que la tímida és un tret més característic dels nois que de les noies, les quals- en general- són més extravertides; com també ho és el fenomen de la immaduresa. En aquest sentit i dins d'un nivell edat molt similar l'actitud de nois i noies és sensiblement diferent depenent del gènere. Exemples clars són la contraposició entre els personatges d'en Biel i l'Alba (*Ventdelplà*), en Biel i la Sílvia (*Ventdelplà* i *Mar de Fons*) pel que fa a l'adolescència primerenca. La Mercè o la Sònia respecte l'Enric o en Pep (*El Cor de la Ciutat*), la Isona i en Martí (*Ventdelplà*) o la Laura i en Ferran (*Mar de Fons*).

Gràfic 7: Caràcter dels personatges



L'única etiqueta social que s'ha posat de manifest i de manera evident en les tres sèries és la dels 'pijos'. Com hem vist aquestes personatges, en les tres sèries i d'una manera transversal, adquireixen molts punts en comú i fins i tot són part integrant de trames molt similars (malgrat tractar-se d'històries diferents). L'ús d'aquesta figura encara reforça més el concepte d'esterotip, en aquest cas concret, portat al límit. D'altra banda, en les tres sèries només hi ha un altre personatge adolescent (secundari) que pugui inscriure's en una tribu urbana concreta des del punt de vista estètic. Es tracta de *La Canya*, la xicota de l'Óscar Benjumea que, per la seva manera d'anar vestida (amb roba negra, amb maquillatge que ressalta les ulleres de sota els ulls, cara pàlida, etc.), s'hauria d'incloure dins d'una estètica molt propera a la dels 'sinistres'.



8. NOMBRE TOTAL DE TRAMES TEMPORADA 2006-2007

De les 67 trames del total, 19 són els personatges que representen adolescents i que apareixen en el global de les tres sèries d'una manera

habitual (hem obviat en aquest estudi aquells personatges adolescents que només han aparegut de forma esporàdica o accidental). El total de rols narratius que hi desenvolupen és de 151.

Àmbit de Difusió	Cadena	Sèrie	Nombre de trames per sèrie	Nombre de trames per cadena
Televisió de Catalunya	TV3	<i>El Cor de la ciutat</i>	29	67
		<i>Ventdelplà</i>	22	
		<i>Mar de Fons</i>	16	

A continuació enumerem i identifiquem el total de trames que han donat de si les tres sèries en aquesta temporada 2006-2007.

Ventdelplà

Emissió: del 5 de febrer del 2007 (capítol 133) al 12 de juny del 2007 (capítol 171)

TRAMA 1: EN MARTÍ ES FA PAGÈS: Decideix ajudar el seu tiet Jaume, com a pagès mentre estudia un mòdul d'agricultura. Se'n va a viure amb ell a Can Rata. **(cap.135)**.

TRAMA 2: OPOSICIONS TERESA: Biel fa esmorzar a la seva mare que està preparant oposicions; Isona els vol donar una sorpresa i compra uns bitllets per anar de lluna de mel, als seus pares. **(cap. 140)**

TRAMA 3: L'ALFONS I LA NURI SE SEPAREN: L'Alba no es porta gens bé amb l'Alfons, i això fa que la relació entre ell i la Nuri cada vegada sigui més tensa, fins que s'acaben separant **(cap.135)** L'Alfons visita la Nuri, i l'Alba es porta molt bé. Fins i tot li diu a la Nuri que li agradaria anar a un internat perquè els dos puguin estar junts **(cap. 170)**

TRAMA 4: CASAMENT D'EN DAVID I LA TERESA: on hi assisteix gairebé tot el poble. En Biel s'ho passa d'allò més bé ballant amb l'Alba; la Isona està preocupada perquè es retrobarà amb en Martí; ella segueix enamorada d'ell, però ell només vol que siguin amics. **(cap. 142)**

La Isona s'ho passa molt malament perquè veu que en Martí només la vol com amiga. Ella en segueix enamorada (s'emboliquen un parell de vegades), però en Martí li deixa clares les seves intencions que no van més enllà de l'amistat. **(cap. 146)**

TRAMA 5: SEGREST D'EN FÈLIX, el fill de l'Esther per part d'en Raül el cap d'una secta: Isona i Biel preocupats pel segrest, d'en Fèlix el fill de l'Esther **(cap.153)**

TRAMA 6: EN FÈLIX A CASA: l'Esther li demana a la Isona que faci de cangur de seu fill. En un d'aquests cangurs, la Isona coincidirà amb el metge, l'Enric i passaran una vetllada la mar d'agradable coneixent-se. **(cap. 160)**

TRAMA 7: LA ROSER SE'N VA DE VENTDELPLÀ: en Biel està molt trist que la Roser (la mestra del poble) marxi perquè és la seva professora preferida **(cap. 155)**

TRAMA 8: COMENÇA CONVIVÈNCIA AL PIS D'ESTUDIANTS: en Pau i en Xavi decideixen anar a viure junts a un pis. **(cap.149)**

TRAMA 9: EN MARTÍ REP HERÈNCIA: El seu pare li explica que la seva mare- morta d'una malaltia crònica 'lupus'- li ha deixat una herència considerable.

TRAMA 10: EN MARTÍ SE'N VA DE CAN RATA: Cada vegada es fa més difícil la convivència amb el tiet Jaume (que està patint una crisi), en Martí decideix anar a viure al pis d'estudiants amb en Pau i en Xavi. **(cap. 138)**

TRAMA 11: SENYORA DE FER FEINES: La casa dels estudiants està feta un desastre i quan hi arriba en Martí aquest proposa que la Rosalia els faci la neteja un parell de cops cada setmana; els nois ho accepten de bon grat. **(cap. 138)**

TRAMA 12: CANVI CLIMÀTIC: la Isona dona una lliçó a en Biel que no acaba d'entendre què és això del canvi climàtic **(cap. 150)**

TRAMA 13: GOS RABIÓS: en Biel es troba cara a cara amb un gos rabiós que hi ha pel poble. S'espanta i fuig corrents a casa. La Teresa truca en Julià (el veterinari per posar fi al conflicte). **(cap. 155)**

TRAMA 14: FESTA AL PIS D'ESTUDIANTS: En la qual en Xavi es decideix a convidar l'Andrea, una companya de facultat qui li agrada una mica. En Pau no tardarà a tirar-li la canya, i en Xavi es quedarà amb un pam de nas. **(cap. 157)**

TRAMA 15: 'MENAGE A TROIS': L'Andrea proposa a en Xavi i en Pau fer un 'menage a trois'; al principi els nois hi són reacis, però acaben acceptant, tot i que les coses no acaben anant com estava previst: en l'acte els nois s'ho acaben passant més bé entre ells que amb la noia. Això fa que en els dies posteriors la situació entre ells sigui especialment complicada i tibant. **(cap. 161, 162)**

TRAMA 16: LA ISONA CONEIX L'ENRIC: La Isona coneix l'Enric (doctor i director del C.A.P on treballa la seva mare) i se n'enamora. **(cap. 161)**

TRAMA 17: FESTA 18 ANYS-ISONA: l'Enric, que hi estava convidat, no s'hi presenta; però va a buscar la Isona un cop acabada la festa per dir-li que la relació no és possible. **(cap.162)**

TRAMA 18: RELACIÓ ISONA-ENRIC: Un parell de dies més tard, la Isona li fa un petó a l'Enric i ell es desmaia; la noia creu que l'Enric el defuig i li explica a la Mònica. A l'Enric, el petó i la noia li agraden i decideix tirar-ho endavant (de moment de secret de la Teresa; la Isona tampoc li diu res a la seva mare).**(cap. 166)** La Isona se n'entera que l'Enric fa 'moobing' a la seva mare i va al C.A.P. per tallar la relació. Però n'està massa enamorada i esperonada per en Martí la tira endavant. **(cap. 167)** La Teresa se n'entera i no s'ho pren gens bé. Parla amb tots dos, i abandona la seva feina al C.A.P. com a mesura de pressió perquè ho deixin córrer. **(cap.168)** Isona i l'Enric fan l'amor per primer cop **(cap. 171)** La Isona deix de banda els estudis (està a punt de fer la selectivitat) perquè està enamorada i només pensa en l' Enric **(cap. 171)** La Teresa decideix parlar amb la Isona i li diu que vagi en compte amb la seva relació amb l'Enric. Més tard descobreix **(cap. 171)** Isona explica la seva felicitat a en Martí **(cap. 171)** Teresa s'enfronta a la Isona; es barallen **(cap. 171)**

TRAMA 19: EN XAVI SE SENT ATRET PER EN PAU: Arran de l'experiència del 'menage a trois', en Xavi se sent molt atret per en Pau. Confessa la seva homosexualitat a la Mònica i després d'estira-i-arrotonsa li fa un petó a en Pau. Aquest el rebutja i no en vol saber res. **(cap. 167 i 168)**

TRAMA 20: NOU ENTRENADOR DE FUTBOL: Al cole hi ha un nou entrenador de futbol: és en Ramiro i en Biel i l'Alba decideixen que s'ha de guanyar el càrrec amb suor...**(cap. 165)** En Biel es converteix en un crack del futbol, gràcies a ell guanyen el partit. **(cap. 170)**

TRAMA 21: EN PAU, A ZERO: Els pares d'en Pau han decidit tallar-li l'aixeta dels ingressos perquè el noi no hi ha manera que estudiï, i per tant, que aprovi les assignatures. En Martí i en Xavi decideixen donar-li un cop de mà i li deixen diners. En comptes d'estalviar, en Pau se'n va de botigues i es compra uns texans. Els amics s'hi enfaden i li diuen que no pot continuar així. **(cap. 168)**

TRAMA 22: EN XAVI SE'N VA DEL PIS: Pel Xavi la situació al pis es fa insostenible i decideix marxar **(cap. 169)** Martí proposa a en Pol (el nou profe de música) si vol llogar l'habitació d'en Xavi; però ell no queda convençut **(cap.171)** En Martí explica a la Isona que la situació econòmica del pis està sota mínims: que ell està pagant dos tercers parts del lloguer i que no troben ningú **(cap. 171)**

Mar de fons

Emissió: del 18 de setembre del 2006 (capítol 1) al 30 de gener del 2007 (capítol 40)

TRAMA 1: SOMNI FERRAN + VIATGE: En Ferran vol ser pilot i per això es veu obligat a fer un viatge a Haití amb l'exèrcit. **(cap.2).** Durant el viatge, l'Amèlia i en Ramon intentaran connectar amb ell a través d'Internet **(cap.4)** En Ferran assisteix a una cerimònia vudú a Haití i acaba desmaiant-se. **(cap.5)** Ramon vol animar Amèlia i la porta a fer unes copes, quan arriben a casa, però, es troben amb Ferran, que ha tornat d'Haití i duu el braç embenat. **(cap.11)**

Laura s'interessa per Ferran. Finalment, Ferran diu als seus pares que abandona l'exèrcit i el seu somni de ser pilot. **(cap.12)** Ramon voldria ajudar el seu fill a ser pilot però té prou diners. **(cap. 12)** Ferran i Ramon ajuden Amèlia a fer uns currículums. Amèlia agafa la feina per tal de conèixer la dona del director de l'aeroport de Sabadell i poder recomanar Ferran. **(cap. 39)**

TRAMA 2: ARBRE GENEALÒGIC: La Sílvia ha de fer un arbre genealògic per l'escola i demana ajuda a la Susanna i a l'Amèlia. La Sílvia acaba el treball descrivint la seva família com "normal i avorrida". **(cap. 4)**

TRAMA 3: VUDÚ-SÍLVIA: En Nofre renya a la Sílvia per jugar a la biblioteca i Susanna la defensa. Enfadada amb el seu avi, la Sílvia, que ha aconseguit reunir les coses necessàries per fer una cerimònia casolana, acaba fent vudú a en Nofre. **(cap. 5)** La Sílvia, que s'assabenta de què el seu avi ha acomiadat al seu pare, talla el cap al nino de vudú amb la foto del seu avi. **(cap. 6)**. Abans de l'enterro, la Sílvia no vol sortir de la biblioteca i Carles es queda sol amb ella per ajudar-la. Es tracta de què la Sílvia sap que la mort del seu avi no va ser un accident. Creu que el va matar fent vudú. Carles la convenç de què no ha estat culpa seva, no pot creure en supersticions. **(cap.7)** Amb tot el que li ha passat, Ferran està desesperat i creu que la culpa de tot plegat la té el vudú. Sílvia promet ajudar-lo i contacta amb Leiti. Sílvia fa una cerimònia vudú per tal d'anul·lar la maledicció **(cap. 39)**

TRAMA 4: NOVA SECRETÀRIA D'EN CARLES: Carles es troba amb Mireia, una nova secretària que li ha dut Amèlia. **(cap. 9)**

TRAMA 5: LA LAURA ENAMORADA D'EN FERRAN: Susanna s'adona que la seva filla està enamorada. Quan ho diu a Tomàs, aquest no ho encaixa gens bé. **(cap. 11)** Laura recomana a Amèlia que Ferran parli amb Carles. Davant la preocupació d'Amèlia, Carles accepta tenir una entrevista amb el noi.. Jordi queda impressionat per la casa de Laura i li tira els trastos. Laura vol impressionar Ferran i demana a Jana que doni una feina al noi. Ferran accepta la feina a la discogràfica i es veu obligat a dur Laura a casa en la moto que li ha deixat Jordi. **(cap. 17)** Laura vol demanar consell a Carles, però aquest la rep de mala manera per no haver-lo visitat després del casament. Així doncs, acaba per demanar consell a Jana sobre la primera vegada i aquesta li explica un conte de fades. **(cap 21)** Laura no sap com fer-s'ho per embolicar-se amb Ferran i Jana s'ofereix a donar-li un cop de mà. Ferran ha quedat per veure's amb Mireia i Jana li trenca els plans fent-lo quedar fins tard a l'espera d'un paquet. Ell, però, no està disposat a resignar-se i li demana a Jordi que el cobreixi. Laura, però, vol sorprendre'l i puja al despatx de Jana i es treu la samarreta. Al despatx, però, hi troba Jordi. Ferran, per la seva banda, acaba embolicant-se amb Mireia. **(cap. 22).**

TRAMA 6: RELACIÓ FERRAN-MIREIA: A la consulta, entaula una bona relació amb Mireia, però rebutja l'ajuda psicològica d'en Carles **(cap. 13)** Mireia passa de Ferran per haver deixat plantada. **(cap. 18)**
De tota manera, Ferran ha aconseguit que Mireia el perdoni per haver-la deixat plantada i sembla que finalment s'ha decidit per ella. **(cap. 21)**

TRAMA 7: CONCERT- FRANCESC: Mireia i Ferran decideixen anar a un concert i Jordi, que també s'hi vol afegir, convida a Laura. Ella accepta quan s'assabenta que Ferran hi anirà. Durant el concert, Laura li fa un petó a Ferran. **(cap. 19)** Laura s'avergonyeix del que va fer al concert i la seva germana endevina que va besar Ferran. Ell està confós i no sap a quina noia convida a l'estrena d'un nou local. Quan Francesc li pregunta quines intencions té amb Mireia, Ferran se sent obligat dur-la a ella al local. Sílvia, però. Comprova que a Ferran també li agrada Laura i l'ànima a convidar-la a l'estrena del bar. Laura s'emprenya quan sap el que ha fet la seva germana. Finalment, Ferran convida Jordi per estalviar-se problemes. **(cap. 20)**

TRAMA 8: L' AMÈLIA I EN RAMON ES RECONCILIEN: Amèlia i Ramon es troben a faltar i Ferran els insta a arreglar les coses. Quan Amèlia arriba al pis de Judit veu Ramon consolant-la i queda commoguda. Finalment, Amèlia cedeix una mica i permet que Ramon torni a casa, sempre que dormi al sofà. **(cap. 18)**

TRAMA 9: LLIBRE 'EÒLIA': Laura esbrina que Montserrat ha tornat a fumar i ho aprofita per demanar-li el manuscrit de "Eòlia" de l'Ernest **(cap. 12)** Laura lloa la novel·la d'Ernest i reitera el seu desig de conèixer-lo. Finalment, Tomàs li presenta l'escriptor, que dedica a la seva admiradora unes proves d'Eòlia. **(cap. 14)** Ernest lliura a Montserrat el primer exemplar d'Eòlia, tot i que continua censurant el seu comportament. Ella el regala a Laura, que demana que demana una dedicatòria a Ernest. **(cap. 25)**

TRAMA 10: LA LAURA AJUDA LA JUDIT: Laura fa pensar a Judit que les tapes del llibre amaguen alguna cosa. Quan les desenganxa, hi troba un document: l'acta fundacional de Babel. Tanmateix, l'advocat els confirma que els documents actualment ja no tenen valor. A l'herboristeria, Mireia i Jordi troben un altre llibre, que Jordi dona a Carles i Judit. **(cap. 36)**

TRAMA 11: EN FERRAN HA DE TRIAR: Ferran decideix tallar amb Laura i Mireia, però no sap com fer-ho. Finalment acaba decidint-se i la reacció de les dues noies es completament divergent al principi. **(cap. 26)** Mireia acaba per confessar a Ferran que no el pot oblidar. **(cap. 31)**

Ferran fuig quan veu Laura i Mireia juntes, està fet un embolic, no pot triar entre Mireia i Laura. Marley aprofita que està baix per seduir-lo. **(cap.32)** Francesc anima Ferran perquè es decideixi per Mireia i Jana perquè ho faci per Laura. El resultat és un Ferran confús que cada cop sap menys què fer. Finalment, acaba quedant amb totes dues a la mateixa hora. **(cap. 33)** Ferran decideix no quedar ni amb Laura ni amb Mireia. Finalment es disposa a tallar amb Mireia i demana a Jordi que li faci d'espelma. Aquest, però, els deixa sols a l'herboristeria i la parella es torna a embolicar. **(cap. 34)** Jordi i Laura entren a l'herboristeria i enxampen Mireia i Ferran embolicant-se. L'espectacle deixa feta pols a Laura, que marxa corrent. Carles dubta de si anar a buscar la seva neboda, però decideix quedar-se i resoldre el que han vingut a fer. **(cap. 35)** Laura i Mireia es barallen per Ferran, però Tomàs atura la brega. A l'herboristeria Mireia confessa que no es treu Ferran del cap, però s'acaba embolicant amb Jordi. Amèlia i Ramon ajudaran Ferran a pagar el curs de vol. El noi confessa que estima Laura però també Mireia. **(cap. 36)** Laura intenta posar-se d'acord amb Mireia sobre Ferran i decideixen que hauran de renunciar-hi les dues. Jordi avisa el seu amic que ha vist Mireia i Laura juntes. Ferran s'alegra que li estalviïn haver de decidir-se. **(cap. 39)** Laura i Mireia es presenten davant de Ferran amb una decisió presa: volen anar a viure tots tres junts. Tot i la sorpresa inicial, Ferran anuncia als seus pares que se'n va de casa. **(cap. 39)**

TRAMA 12: RELACIÓ COMPLICADA TOMÀS-LAURA: Laura enxampa Tomàs registrant-li la bossa i s'empipa. Pare i filla acaben per fer les paus, ell es disculpa i admet que li costa pair que s'ha fet gran. **(cap. 12)** Laura vol saber tot el que està passant amb el seu pare i com que Carles li ho amaga, marxa enutjada. Quan topa amb Margalida pel carrer, ella li deixa clar que Tomàs no és una bona persona. Ferran, però, tracta Laura com una adulta i li aconsella que exigeixi saber la veritat. Seguint el consell, acorralla Tomàs i li demana explicacions. Després de donar-les-hi Tomàs s'adona que ha perdut per sempre a la seva filla. **(cap. 30)** La situació entre Tomàs i Laura s'enrareix cada cop més i la intervenció de Susanna tampoc no aconsegueix que millori. Ferran convida Laura a volar perquè s'esbargeixi dels seus problemes amb els pares. Els dos es tornen a embolicar, fet que provoca que Laura arribi tard a la cita amb els seus pares. Tomàs es puja per les parets només de pensar que hi pugui haver alguna cosa entre la seva filla i el fill de la minyona. A més, Laura, quan arriba munta en còlera i li explica l'embolic només per despit. Enmig de la discussió, Susanna li clava un bufetada. **(cap. 31)**

TRAMA 13: LA LAURA ES VOL INDEPENDITZAR: Laura vol anar a un dels pisos de la família i Tomàs s'hi nega en rodó. Com que ja no pot més, Tomàs demana a Susanna que s'ocupi ella de la nena. Davant d'aquesta situació familiar, Laura proposa a Ferran d'anar a viure junts. A canvi de l'ajuda que li presta Laura amb la cerca del llibre de Judit, Carles li donarà un cop de mà alhora de trobar pis. Quan Susanna se n'assabenta no pot evitar retreure-

li al seu germà. Ell, però, li contesta que el que hauria de fer és ajudar-la ella mateixa. Les paraules de Carles fan reaccionar Susanna, que es presenta per veure un pis amb la seva filla. **(cap. 33)** Tomàs s'assabenta que Susanna ajuda Laura a buscar pis i no ho aprova. Laura també s'enfada amb la seva mare i li deixa clara la seva intenció d'anar a viure amb Ferran. Susanna va a veure Ferran i li demana que tregui del cap a Laura aquesta idea. Ell sembla decidit a fer-ho però es fa enrere quan Laura s'ofereix a pagar-li la carrera de pilot **(cap. 34)** Laura anuncia que se'n va de casa. **(cap. 40)**

TRAMA 14: LA SÍLVIA FUIG DE CASA: sylvia- CANSADA QUE NINGÚ LI FACI CAS- FUIG DE CASA, se'n va amb un indigent i es queda a passar la nit amb ell. La notícia de la desaparició arriba a la família i Tomàs perd els nervis amb Susanna, que li explica que Sílvia el volia veure. Ràpidament, Tomàs lliga caps i s'adona que Sílvia devia enxampar-lo embolicant-se amb Paula, però calla quan Susanna es culpa del que ha passat. Sílvia arriba a Babel i Conrat avisa la família. Sense que ningú se n'adoni, Sílvia truca a la seva germana i després d'explicar-li que va veure Tomàs embolicant-se amb Paula, la cita a través d'un enigma. Després d'això, Laura no pot controlar-se i proclama la infidelitat de Tomàs davant de tothom. Quan arriba a Babel i veu que la nena no hi és, Tomàs esbronca Conrat, però Ramon li diu que la culpa és seva. Ferran s'ofereix a ajudar Carles en la recerca i tots dos resolen l'enigma i arriben al lloc de la cita, on troben Sílvia. **(cap. 37)**

TRAMA 15: EN TOMÀS ES VENJA D'EN FERRAN: Tomàs demana a Arasa que escarmenti Ferran. **(cap. 36)** Tot sembla que ha sortit bé, però mentre Ferran Sílvia esperen Carles, uns sicaris apallissen al noi i fereixen la nena. **(cap. 37)** Carles treu importància a haver salvat Ferran dels sicaris. Sílvia té claríssim que anaven a pel noi. Amèlia i Ramon tornen amb Ferran enguixat. Tomàs retreu a Arasa que hagin posat la vida de la seva filla en perill i l'amenaça perquè calli l'autoria de la pallissa. Acte seguit, es presenta al pis d'Amèlia i després de comprovar que Ferran no va identificar els seus agressors li ofereix una compensació econòmica. Carles s'assabenta de la visita del seu cunyat, però Ferran es resisteix a acusar-lo de res. No satisfet amb això, Carles aconsegueix que Arasa reconegui que va ser Tomàs qui va encarregar la pallissa. Ara, però, dubta sobre què fer i Judit li aconsella que ho deixi estar. Tomàs recull les seves coses de l'editorial i quan es troba Carles al hall s'hi baralla. **(cap. 38)** Ferran adverteix als seus pares que no vol que denunciïn a Tomàs. L'advertència és força efectiva perquè Ramon té la oportunitat d'acusar-lo davant d'Eva però es mossega la llengua. **(cap. 39)** Susanna s'assabenta que Ferran no denunciarà Tomàs. Quan veu Eva sortint de casa de Montserrat, Susanna l'acompanya fins al cotxe. Al cap de poc, Delacruz deté Tomàs per l'agressió. **(cap. 40)**

TRAMA 16: TOMÀS: TOCAT I ENFONSAT: Sílvia ha tornat a casa i Tomàs, que entoma el rebuig de les seves filles, se'n va. Susanna intenta que Sílvia no jutgi el seu pare pels problemes de parella, però ha de reconèixer que el seu comportament ha estat injustificable. Paula també rebutja Tomàs ara que ja no és el president. **(cap. 38)** Sílvia i Laura s'assabenten del que ha fet sa mare (acusar el seu pare davant dels mossos) i no estan disposades a perdonar-li. **(cap. 40)**

El Cor de la Ciutat

Emissió: del 12 de setembre del 2006 (capítol 1220) al 15 de juny del 2007 (capítol 1402)

TRAMA 1: NOVA ETAPA A L'INSTITUT: La Mercè fa nous amics a l'Institut: la Maica, la Sònia, en Pep i l'Enric, **(cap. 1220)**

TRAMA 2: A LA MERCÈ LI AGRADA L'ENRIC: La relació de la Mercè amb el seu xicot, en Pol cada vegada es refreda més (**cap. 1240, 1242, 1243.**) La Maica anima a la seva amiga a embolicar-se amb l'Enric, i ella deix la relació amb en Pol (**cap. 1245**). Nova trobada Pol i Mercè; la Maise i en Fidel ho veuen de manera diferent (**cap. 1250**) La Mercè tempteja l'Enric (**cap. 1261**). La Mercè es decideix a atacar l'Enric (**cap. 1262**) El noi la rebutja i només vol que siguin amics (**cap. 1262**) La Mercè intenta lligar-se l'Enric (**cap. 1286**). La Mercè es morreja amb l'Enric per donar gelos a en Pol (**cap. 1298**). L'Enric petoneja la Mercè espantat pel que sent per en Max (**cap. 1299**). La Mercè i l'Enric es deixen veure com a noviets (**cap. 1300**) La Mercè es passa a l'acte total amb l'Enric (**cap.1310**) L'avi Felip vol tenir una conversa de sexe amb el seu nét Enric (**cap. 1315**) Fidel vol ajudar la seva filla i parla amb l'Enric (**cap. 1311**) Mercè es mosqueja amb les mentides de l'Enric (**cap. 1329**) Mercè se'n dona compte que l'Enric és gai (**cap. 1330**) Mercè vol ajudar l'Enric (**cap. 1334-1337**)

TRAMA 3: JUDICI PER BULLYING:

A can Benjumea, el senyor Juan està content de tenir la néta a casa, però avui arriba la notificació per al judici de la noia, que diu que no s'hi pensa presentar... (**cap. 1238**) La família Benjumea se sorprèn de veure en Paco interessant-se pel tema del judici de la Sandra. La noia, de tota manera, continua dient que no pensa anar-hi. El senyor Juan s'hi presenta amb l'advocat per veure si la convencen que ha d'anar al judici. (**cap. 1239**) Finalment, la Sandra anirà al judici. Mentrestant, la Mercè explica a la Maise que ja no té cap por de la Sandra. Inevitablement, les dues coincideixen al jutjat. La Sandra se'n surt, com aquell que diu, amb quatre paraules d'atenció. En Fidel, la Maise i la mateixa Mercè estan indignats i la Virgínia no sap com calmar-los. La Sandra encara se'n fum del jutge i tot. El senyor Juan decideix que s'ha d'imposar i arrossega la seva néta fins al bar perquè demani perdó. En Fidel l'assassinaria, però la Mercè pren la paraula i diu que d'acord, que la perdona, però només per acabar d'una vegada amb aquesta història, perquè de por ja no n'hi té gens. (**cap.1248**) Virgínia dona feina a la Sandra de secretària i recepcionista (**cap. 1267**)

TRAMA 4: LA MAICA FANTASIEJA AMB N'ALBERT, EL PROFESSOR: i el posa en un compromís perquè la noia explica que han mantingut relacions sexuals. (**cap. 1247, 1252,1253,1257,1259**) La Mercè sap que no és veritat i insta a la Maica a què digui la veritat. Com que no ho fa, ella ho confessa tot. La Maica s'hi enfada (**cap. 1260**)

TRAMA 5: LA SANDRA REP LES CENDRES DE LA SEVA MARE: i prepara un viatge a l'Índia per anar a llançar-les al Ganges. Tothom s'hi bolca per endagar el viatge(**cap. 1258, 1259**) Finalment es queda amb el gos de la seva mare, la Pepa (**cap. 1264**)

TRAMA 6: RELACIÓ PERILLOSA SANDRA-GABI: En Juan vol que en Gabi marxi de casa (**cap.1269, 1270**). En Gabi es va guanyant la confiança del sr. Juan (**cap. 1273**) Gabi maltracta la gossa (**cap. 1275, 1277, 1278**) Sr. Juan veu que en Gabi maltracta sexualment la seva néta (**cap. 1281**) Pare- Gabi el va a buscar (**cap. 1283**) Gabi reapareix (**cap.1317**) Gabi empastillat s'enduu la Sandra amb la furgoneta que ha robat a l'Óscar (**cap. 1318**) Acomiaden de la feina a l'Óscar pel tema de la furgoneta (**cap. 1321**) Tenen un accident i la Sandra queda malmesa, en Gabi desapareix (**cap. 1319**) Sandra es desperta a l'hospital; li han d'amputar una mà (**cap. 1320**) Sandra explica la veritat i no vol que la seva família denunciï a en Gabi (**cap.1323**) Sandra rep l'alta mèdica (**cap. 1324**) Sandra es vol venjar d'en Gabi i el va a buscar a Girona, finalment quan el veu no li fa mal; ja és aigua passada (**cap. 1381**)

TRAMA 7: RECUPERACIÓ SANDRA- SUPERACIÓ PERSONAL: Retrobament Sandra- Yessi (**cap. 1328**) La mà de la Sandra té mal aspecte (**cap. 1328, 1329**) Se li ha d'amputar la mà. En Paco no pot més amb la situació i se'n va de casa (**cap. 1332**) Sandra torna a casa (**cap. 1339**) Sandra no accepta ajuda de ningú (**cap. 1342**) Sandra demana ajut a l'avi (**cap.1342, 1350,1351**) Li posen una pròtesi, però ella no s'hi sent còmoda (**cap. 1355**) Sandra s'esforça (**cap. 1356, 1359, 1360**)

TRAMA 8: REINCERCIÓ DE LA SANDRA AMB EL DIBUIX: Comença el curs de dibuix al Chápoli (**cap. 1297**) Virgínia obliga a la Sandra a apuntar-s'hi (**cap. 1299**) La Sandra coneix un noi que fa de model de les classes i que li va al darrera: en Nico (**cap. 1301, 1304, 1308**) En Paco està decidit a ajudar a la Sandra perquè es matriculi a l'escola d'art (**cap. 1314**) Després de l'accident, apareix de nou en Nico que busca la Sandra (**cap. 1361**) En Nico va a veure la Sandra i l'anima perquè aprengui a dibuixar amb l'altra mà; la Sandra ho dona per impossible (**cap. 1371**)

TRAMA 9: LA SANDRA BUSCA EL SEU PARE: Sandra es troba el seu pare convertit en un vagabund en un caixer de Girona i no sap què fer (**cap. 1381**) El va a buscar amb el seu avi i el seu germà, Óscar (**cap. 1382, 1383**) El sr. Juan s'ensorra i ella l'ajuda a tirar endavant (**1391**). Sandra vol que l'Óscar l'ajudi a buscar en Paco (**cap. 1393, 1394**)

TRAMA 10: LA SANDRA I LA YESSI ES RECONCILIEN: L'Óscar vol que la Sandra i la Yessi facin les paus (**cap. 1325**) Sandra i Yessi es reconcilien (**cap. 1366**) Sandra surt amb la Yessi i amb la Canya (**cap. 1372**) Yessi acompanya la Sandra a buscar a en Gabi a Girona (**cap. 1381**)

TRAMA 11: LA YESSI FA EL BOIG AMB EN CRISTIAN I NO ES CUIDA DE L'ÈRIC: La Yessi continua sense sortir-se'n amb el nen. I no té gaire ajuda de part d'en Cristian (**cap. 1241**) Inauguració pizzeria dels Galiana: Cristian i la Yessi ho saben espatllar tot sense cap mena de remordiment. (**cap. 1243**)

La Yessi acaba trucant a casa. S'endú una bona esbrancada dels seus pares i promet que aniran a buscar l'Èric. Però resulta que en Cristian, que és qui hi ha d'anar, diu que ha rebut una oferta de feina i no hi pot anar. La Yessi diu que hi anirà més tard, però en Galiana, que ja no pot més, agafa la criatura i la porta a casa d'en Jon. I en barrut d'en Cristian encara li diu que pensaven recollir-lo demà. (**cap. 1244**). La Yessi té una entrevista de feina i intenta encolomar-los la criatura. Però aquest cop els Galiana es quadren, tot i que la Loli diria que sí. La Yessi va a la entrevista amb l'Èric i no li donen la feina. Després, des de casa, la noia torna a trucar a la seva mare perquè necessita ajuda amb el nen, que no para de plorar. A contracor, la Loli li diu que no. S'ha d'espavilar. I la Yessi, sola amb l'Èric, se'n surt força malament...(**cap. 1248**) La Yessi té una entrevista de feina. (**cap 1249**) La Yessi comença a treballar i en Cristian col·labora. (**cap. 1250**) En Jon s'està atipant d'en Cristian i la Yessi. Ara sí. (**cap. 1260**) La Loli s'adona que la convivència al pis d'en Jon no és bona, però no pot fer-hi res. La Yessi li deixa el nen i diu que anirà a buscar-lo aviat. Però és difícil. A la feina, amaga que té un fill quan veu que un noi, en Juanjo, s'interessa per ella. I a l'hora de plegar, se'n va amb els companys a fer una cervesa. (**cap. 1262**) Cristian compromet a la Yessi a al feina (**cap. 1266**) La Yessi ha de fer un curset d'informàtica i la Loli s'ha compromès a cuidar l'Èric. Morros a can Galiana. (**cap. 1269**) Cristian deixa el nen dins del cotxe. Denúncia de Benestar Social; els Galiana es fan càrrec del nen (**cap. 1285**) Jon, tip, els fa fora del pis (**cap. 1287**) Yessi li donen més responsabilitat al súper (**cap. 1289**) Cristian se'n va a fer les Espanyes (**cap. 1290**) Benestar Social aprova els nois però els Galiana es volen fer càrrec del nen (**cap 1291**) Yessi enfadada se'n va amb en Cristian (**cap.1292**) La noia decideix passar d'en Cristian (**cap. 1329**) Yessi s'assabenta que en Cristian està a Barcelona i no li ha dit (**cap. 1345**) Yessi pren decisió i se separa d'en Cristian (**cap. 1348**) Yessi decideix divorciar-se (**cap. 1393, 1395**)

TRAMA 12: L'ÈRIC INGRESSA L'HOSPITAL PER PROBLEMES AUDITIUS: Yessi torna i es troba l'Èric ingressat (**cap. 1311**) Yessi s'ensorra (**cap. 1315**) A l'Èric li han de posar audiòfons (**cap. 1322**) Yessi no es parla amb la Juani perquè la fa culpable del què li ha passat al seu fill (**cap. 1323**) Juani es declara culpable (**cap. 1338**)

TRAMA 13: LA YESSI NO VOL SABER RES DE LA JUANI: La Juani porta un regal per a l'aniversari de l'Èric i el porta a en Galiana. A casa, en Galiana dona el regal a la Yessi,

però no gosa dir que és de la Juani. Sap que acabaria a les escombraries (**cap. 1355**). La Yessi va a fer les paus amb la Juani (**cap. 1398**)

TRAMA 14: LA YESSI S'OBSESSIONA AMB L'ÈRIC: Yessi sobreprotectora amb l'Èric (**cap. 1357, 1358, 1364, 1367, 1374**) Yessi vol deixar al feina per poder estar més hores amb el sue fill (**cap. 1375**) Yessi no s'ensorra qual li diuen que la sordesa del seu fill va a més i decideix cuidar-lo (**cap. 1390**)

TRAMA 15: LA YESSI INTENTA OBLIDAR EN CRISTIAN: Yessi es retroba amb el noi del súper (**cap. 1340**) Yessi passa més temps al súper (**cap. 1342**) Yessi s'embolica amb el noi del súper per despit (**cap. 1348**)

TRAMA 16: L'HELGA LLIGA PER XAT: La Mercè explica a la Maica que l'Helga lliga per xat (**cap. 1297**) i s'inventen un admirador secret. Continuen enredant l'Helga (**cap. 1300**). La bola es va fent grossa (**cap. 1302**) Com que l'Helga ha renyat a la Mercè a classe per xerrar, les noies es volen venjar i li envien una foto del tiet de la Maica (**cap. 1316**) Cada vegada tot es va fent més gros (**cap. 1320**) Les noies demanen ajuda a en Fidel i ell diu que no (**cap. 1323, 1324, 1326**) En Fidel, finalment les ajuda (**cap. 1332, 1342**). L'Helga acaba sabent la veritat i ningú se'n salva (**cap. 1356**)

TRAMA 17: PREPARATIUS VIATGE FINAL DE CURS: La Maica es queda part dels diners que han recollit pel viatge de final de curs. Això és motiu de discussió entre la Maica i la Mercè, qui descobreix la veritat (**cap. 1279**). Les noies s'acaben reconciliant; la Maica Torna els diners robats i la Mercè li jura amistat per tota la vida (**cap. 1286**)

TRAMA 18: LA MERCÈ VOL AJUDAR EL SEU PARE AMB EL TEMA DE LA SARA: Mercè vol ajudar a en Fidel (**cap. 1339**) Fidel explica els motius pels quals la Sara l'ha deixat (**cap. 1347**) La Maise vol que la Mercè i en Fidel facin les paus (**cap. 1354**) La Mercè coincideix amb l'Elena a la pizzeria. A la madrastra de la Sara li cau una moneda a terra i pràcticament "ordena" a la Maica que li culli. La Mercè salta i se les tenen. (**cap. 1397**)

TRAMA 19: LA MAICA FA DE CANGUR DE L'ÈRIC: la Maica explica a l'Enric que els seus pares li han tallat la "línia de crèdit" i que necessita diners per als seus capritxets. En Galiana la sent i li proposa fer de cangur del seu nét. La noia accepta. (**cap. 1272**) En Jon, que encara està empipat per la conversa d'ahir amb la Yessi, s'hi torna a enganxar perquè ningú no ha tingut el detall d'informar-lo que han contractat una cangur. Però resulta que quan coincideix amb la Maica, a casa, queda totalment seduït per la noia. Gairebé obsessionat. I ella, que és com és, no triga ni un parell d'hores a fer l'amor amb ell. (**cap. 1273**) La Mica munta una festa a casa d'en Jon quan hauria d'estar cuidant l'Èric (**cap. 1277, 1280**). La Maica ara s'ha encapritxat d'en Cristian amb l'objectiu que els faci més bon preu en l'entrada al "27" pel viatge a final de curs. La Yessi ho veu i l'acomia com a cangur del seu fill (**cap. 1282**)

TRAMA 20: LA SÒNIA AJUDA A L'ENRIC PERQUÈ PUGUI ANAR DE VIATGE DE FINAL DE CURS: Li deixa diners perquè hi pugui anar. Els amics li diuen a la noia que amb aquest gest se li veu el llautó (**cap. 1361**) L'Enric tonteja amb ella (**cap. 1363**) La Sònia i l'Enric comencen a sortir junts, però la cosa no acaba d'anar bé (**cap. 1362**) L'Enric explica a en Pep que ha fet l'amor amb la Sònia i el Pep ho esbomba a tothom (**cap. 1364**) La Sònia ho deix amb l'Enric perquè la relació no va enlloc (**cap. 1365**)

TRAMA 21: VIATGE FINAL DE CURS: ALGÚ LI ROBA ELS DINERS A LA SÒNIA: Els nois marxen de viatge de de final de curs a Londres (**cap. 1369**) A Londres, la Maica veu com els seus pares li han tallat la línia de crèdit. Com que no se'l pot pagar, la Mercè li regala un conjunt de orba interior sexi. Les noies fan una festa a l'habitació amb

alcohol i es fan passar per lesbianes davant dels nois. Després es posen la roba interior que han comprat i es fan fotos (**cap. 1370**) La Sònia descobreix que li han robat els diners. Això el mateix dia que la Maica està molt contenta perquè els pares li han tornat a ingressar diners al compte i paga un ronda als seus amics (**cap.1372**) Ja de tornada, la Mercè descobreix que va ser la Maica qui va robar els diners a la Sònia i no li parla (**cap. 1376**) La Mercè ordena a la Maica que confessi el robatori (**cap. 1378**) Maica torna els diners a la Sònia i li demana perdó; ella i diu que sí (**cap. 1380**) La Sònia es venja del què li ha fet la seva amiga repartint les fotos que li va fer a Londres a la Maica amb roba interior per tot l'institut. La Maica és la mofa de tothom (**cap. 1381**)

TRAMA 22: ATRACCIÓ ENTRE EN MAX I L'ENRIC: L'Enric descobreix coses d'en Max que li agraden. En un impuls, li fa un petó (**cap. 1298**) l'Enric queda amb la Mercè però acaba anant al pis d'en Beni i embolicant-se amb en Max (**cap. 1317**) A l'Enric la presència de l'Edu- l'amic d'en Max- l'atabala (**cap. 1326**) Max vol veure l'Enric (**cap. 1299**) vol aclarir què passa (**cap. 1301**) Max explica al seu amic Edu els problemes amb l'Enric (**cap. 1306**). En Max està content perquè ha quedat amb l'Enric, però aquest no es presenta (**cap. 1319**) Max li diu a l'Enric que ha de triar: o ell o la Mercè (**cap. 1321, 1322**) Enric no sap què fer i s'ajunta amb la colla del germà d'en Pep: uns gamberros (**cap. 1340**) La colla apallissen a l'Edu, i l'Enric, també (**cap. 1343**) L'avi Felip descobreix el secret de l'Enric (**cap. 1344**) En Max està rabiós pel què ha fet l'Enric (**cap. 1344**) Enfrontament seriós Max-Enric (**cap. 1346**) L'avi Felip obliga a l'Enric a anar a demanar perdó a l'Edu (**cap. 1367**) A Londres, la Mercè insta a l'Enric perquè truqui en Max (**cap. 1372**) l'Enric es troba amb en Max (**cap. 1374**) l'avi vol ajudar a l'Enric (**cap. 1375**) Enric i Max es fan un petó (**cap.1377**) Enric, però no acaba de fer el pas (**cap. 1379, 1380, 1381**) Enric es disculpa a en Max (**cap. 1383**) Max presenta Enric a Benis, el seu pare (**cap. 1388**) En Pep se n'entera que l'Enric és gai i li dona un cop de puny tot dient-li que no vol saber res d'ell (**cap. 1395**) l'avi Felip s'enfronta a en Pep (**cap. 1396**)

TRAMA 23: CONFLICTES GENERACIONALS A LA FAMÍLIA DE L'AVI FELIP: Pares de l'Enric van a una reunió a l'institut. El sr. Felip s'amaga perquè no es porta bé amb el seu fill (**cap. 1284**) A l'aniversari de l'avi Felip s'enfada perquè els seus fills li demanen una bestreta de l'herència; els engega a tots a dida (**cap. 1327**) Per això planeja que s'ha mort per demostrar que els seus fills només estan interessats en ell pels seus diners (**cap. 1334**) l'Enric està molt trist perquè creu que el seu avi s'ha mort (**cap. 1334**) L'Enric s'enfada molt amb el seu avi quan sap al veritat (**cap. 1337**) Enric i avi fan les paus (**cap. 1341**) Enric se'n va a viure amb l'avi (**cap. 1357**)

TRAMA 24: EN MAX AJUDA A EN PERIS PERQUÈ LA CINTA L'HA DEIXAT: després de la separació de la Cinta (**cap. 1294, 1295,1309**). Max intercedeix amb la Cinta (**cap. 1316, 1317**)

TRAMA 25: EN MAX VOL AJUDAR A EN BENI: que està ensorrat perquè la Susi l'ha abandonat (**cap. 1274**)

TRAMA 26: EN MAX SOSPITA DE L'ELOI: I creu que amaga alguna cosa i que s'embutxaca diners que no són seus de la caixa de la pizzeria (**cap. 1279, 1282**) En Beni demana a en Max que no sigui tan desconfiat amb l'Eloi, però resulta que en Max descobreix un feix de bitllets que l'Eloi té per a en Garcia. Com que les explicacions de l'Eloi són tan estranyes com sempre, en Max no fa altra cosa que veure créixer la seva desconfiança. (**cap. 1397**) La policia ha trobat un paquet de droga i en Beni queda detingut. En Max rep una trucada i surt corrents cap a comissaria. Allà, en Beni és incapaç encara d'adonar-se que l'Eloi n'hi ha fet una de ben grossa. Diu que segur que l'Eloi apareixerà i se solucionarà tot. En Max es desespera...(cap. 1400)

TRAMA 27: LA CINTA DEMANA AJUDA A EN MAX: Cinta demana ajuda a en Max després de l'accident (**cap. 1360**) Max l'ajuda (**cap. 1362**)

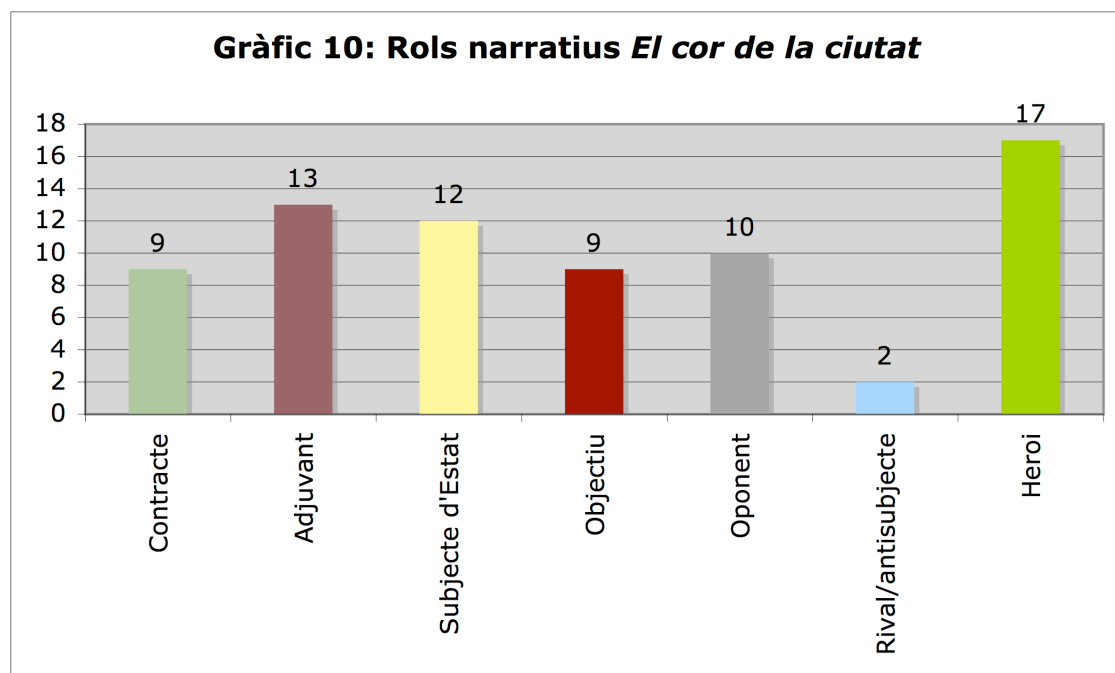
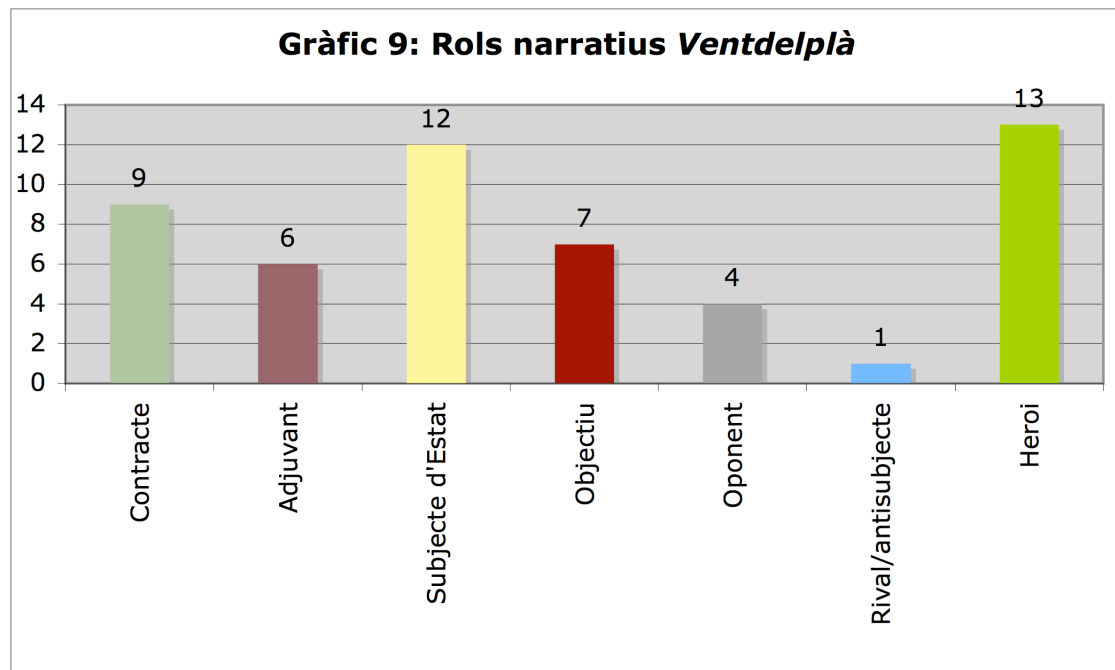
TRAMA 28: N'ÓSCAR ESTÀ MOLT DECEPCIONAT AMB EL SEU PARE: S'enfada amb el seu pare perquè ha desaparegut davant del problema de la Sandra (**cap. 1333**) l'Óscar no pot més amb l'actitud de la Sandra (**cap. 1345**) El sr. Juan ha d'anar a comissaria a identificar un cos que podria ser el del seu fill; l'Óscar reacciona (**cap. 1377**) l'Óscar està molt enfadat amb el seu pare (**cap. 1395**) Quan la Virgínia li pregunta a la Sandra pel seu pare la noia entén que la notícia s'escampa. Vol tornar a Girona a buscar el seu pare, però l'Óscar diu que aquesta vegada ell ja no la pensa acompanyar. (**cap. 1400**)

TRAMA 29: LA MAICA TÉ PROBLEMES AMB ELS SEUS PARES: L'Helga no vol aprovar l'examen d'anglès final a la Maica (**cap. 1385**) Finalment l'aprova coaccionada pels altres professors (**cap. 1386**) Els pares de la Maica li diuen que acabada la selectivitat s'en van a viure a Madrid (**cap. 1387**) La Maica diu que no pensa fer al selectivitat si els seus pares l'obliguen a marxar amb ells (**cap. 1389**) La Maica i la Mercè busquen solucions per poder continuar estudiant juntes i demanen ajuda a la Mònica que aprla amb els pares de la noia (**cap. 1390**)

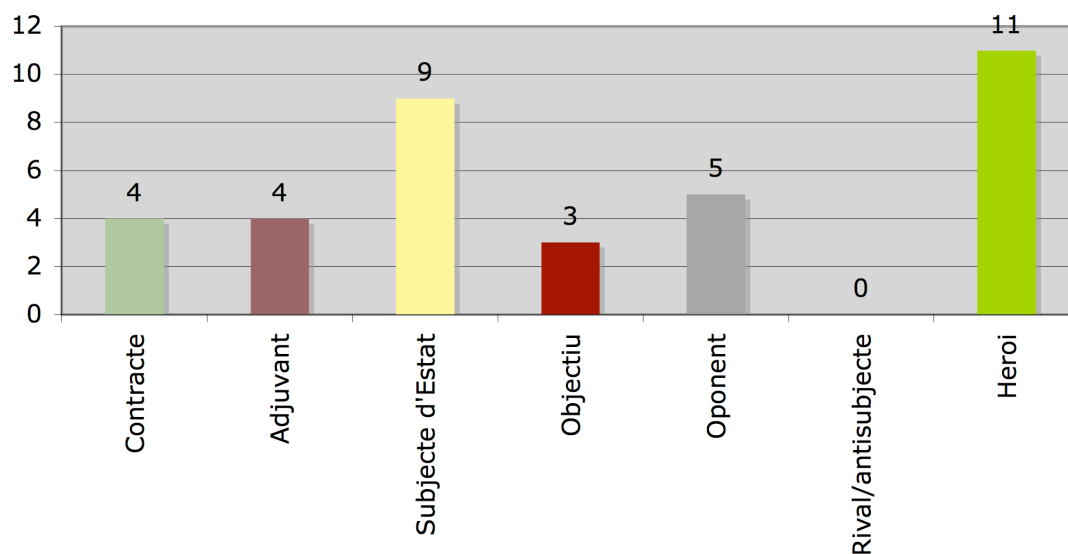
8.1. Rols narratius dels adolescents i estructures narratives prototípiques

Prenent com a base les categories de la semiòtica narrativa establertes en el sistema metodològic del grup UNICA, hem quantificat la presència dels diferents rols narratius, en cada una de les sèries per separat, i també en el seu global. D'aquesta manera, i a través dels gràfics podem concloure que en la majoria de trames on apareix un adolescent, aquest hi desenvolupa rols centrals: és a dir, el de *Subjecte d'Acció* (en un 25%). Molt sovint aquests mateixos personatges coincideixen amb la figura del *Beneficiari d'Estat*, i per tant qui rep l'acció del protagonista; per tant els adolescents sovint actuen per aconseguir coses per sí mateixos. D'altra banda, la figura de l'*Adjuvant* (un 14% del total) acostuma a estar representat per un altre adolescent, i per tant algú que forma part del mateix 'grup d'iguals'. En aquest cas, l'ajuda pot anar dirigida a un amic o company, però també a un adult (normalment el pare o la mare). Observem també, que el rol d'*Antisubjecte* realitzat per un adolescent és gairebé inexistent. El que sí que hi ha són personatges que desenvolupen el rol d'*Oponent* (sovint en aquelles trames on el personatge en qüestió vol aconseguir el mateix *Objecte de valor* que l'*Heroi* (per exemple l'amor d'algú).

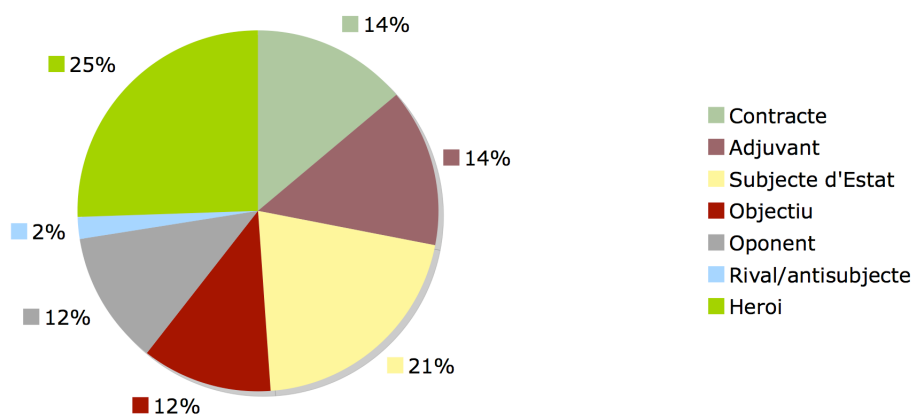
Finalment, el rol del *Contracte* (14%) normalment està desenvolupat per un element familiar : el pare, la mare o l'avi.



Gràfic 11: Rols narratius *Mar de fons*



Gràfic 12: Total rols narratius



9. ANÀLISI SEMIÒTICA NARRATIVA

El seguiment de les tres sèries s'ha acotat a un període concret delimitat per la mateixa investigació. Així, el seguiment va començar el 12 de setembre del 2006 (dia en què es va emetre el primer capítol d'*El Cor de la Ciutat* d'aquesta temporada) i ha conclòs el 15 de juny del 2007, amb les emissions tant d'*El Cor de la Ciutat* com de *Ventdeplà* en marxa i amb *Mar de Fons* conclosa. Per aquest motiu hem de tenir en compte que hi ha trames de les dues sèries no acabades que encara¹⁰⁵ estan progrés, i per tant, no estan tancades. Per poder fer un primer acostament a algunes conclusions generals hem comptabilitzat el total de trames de les tres sèries en què un personatge adolescent hi desenvolupa algun dels rols possibles. Per la mateixa estructura de la telenovel·la moltes de les trames generen subtrames i algunes d'elles estan relacionades i poden fer variar el rol narratiu d'un personatge que passa a desenvolupar-ne un altre. D'aquestes 67 trames narratives de les tres sèries analitzades i que detallem a continuació, n'hem escollit 6 de representatives (dues de cada sèrie) per fer-ne l'anàlisi semiòtic. Una tria, que evidentment, no ens permet extreure conclusions d'una manera prou significativa però sí que ens ofereix la possibilitat d'una primera aproximació a l'aplicació d'aquesta metodologia que hem adaptant, en el nostre cas, al corpus format pels personatges adolescents. D'aquesta manera, i de cara a una investigació més profunda del tema, ens semblaria molt interessant poder aplicar aquest mateix anàlisi a totes i cada una de les trames narratives en les quals apareix almenys un personatge adolescent. Creiem que l'anàlisi dels rols narratius que hi compleixen i la relació que estableixen amb els altres personatges (basat en l'esquema actancial de Greimas que va simplificar el model de Vladimir Propp¹⁰⁶, per descriure en sis els rols possibles de les funcions dels relats), la descripció de les seves característiques (físiques, de caràcter, de tipologies d'acció i entorn) així com l'anàlisi de les seves accions; ens permetran

¹⁰⁵ El moment de finalitzar aquesta investigació (20 de juny del 2007).

¹⁰⁶ PROPP, V. (1985): *Morfología del cuento*. Madrid, Ediciones Akal.

configurar una visió concreta i real de la representació de la televisió autonòmica catalana fa dels adolescents del país a través de les seves sèries de ficció. S'ha de tenir en compte que en el moment d'aquesta investigació algunes de les trames analitzades no ha arribat a la seva resolució i per tant l'estat final que aquí s'exposa pot haver variat segons com hagi evolucionat la trama.

9.1. Justificació de la tria de les trames

S'han escollit sis trames per portar a terme aquesta investigació; dues de cada sèrie. Així, ens resultava interessant analitzar dues trames de sèries diferents que plantejaven un mateix conflicte: l'homosexualitat des de perspectives diferents: en el cas de *Ventdelplà* des de l'acceptació pròpia cap a l'enamorament no correspost i en el cas d'*El Cor de la Ciutat* a partir de la no acceptació pública de la condició homosexual cap a un enamorament correspost.

La relació amorosa "avortada" en el cas de *Ventdelplà* s'ha contraposat amb una altra de la mateixa sèrie on la família es converteix en l'oposició perquè la relació tiri endavant. El dilema moral de la protagonista (Isona) se situarà en aquesta ocasió, entre el 'deure' i la 'passió', i per tant entre la 'raó' i els 'sentiments'.

Com hem dit abans, aquesta sisena temporada d'*El Cor de la Ciutat*, les trames protagonitzades pels adolescents han anat en augment. La trama del viatge de final de curs a Londres, de la colla de la Mercè, ha donat de si, infinitat d'exemples il·lustratius. En aquest sentit, l'àmbit d'actuació (institucional: l'escola) però alhora en un estat d'excepció (viatge de final de curs), ha permès una dinàmica rica pel que fa a les relacions entre els 'grups d'iguals', i per tant unes trames argumentatives molt significatives pel nostre estudi.

Finalment, la trama escollida de *Mar de fons*, que hem hagut de dividir en dues, ens ha permès evidenciar la complexitat del discurs d'aquesta sèrie i contraposar-la amb la senzillesa argumental de les sèries que la precedeixen.

D'altra banda, en aquesta ocasió hem escollit una trama on la protagonista és una adolescent que ocupa la franja baixa de l'edat estudiada, això és 13 anys. D'aquesta manera hem constatat que els comportaments i el grau de decisió és diferent en el cas d'un personatge d'aquesta edat que els d'un adolescent amb més anys (i més experiències) a les espatlles.

9.2. Trames argumentals

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-1. Ventdelplà

Conflicte: LA ISONA HA DE DECIDIR SI TIRA ENDAVANT O NO AMB LA SEVA RELACIÓ AMB L'ENRIC (EL CAP DE LA SEVA MARE, LA TERESA A UI FA *MOBBING*)

Capítols: 166, 167, 168 i 171

1. Resum trama

La Isona s'enamora de l'Enric (el director del C.A.P del poble; deu anys més gran que ella i director del centre on treballa la mare de la noia, la Teresa). L'única persona que coneix la relació és la Mònica, l'amiga de la Isona. Just al principi de la relació, la Isona s'assabenta que l'Enric està fent *mobbing* a la seva mare i decideix tallar la relació, malgrat anar contra els seus sentiments. Quan els pares de la noia acaben descobrint la relació, faran el possible perquè no segueixi endavant, considerant que la noia en pot sortir perjudicada (consideren que l'Enric és una mala persona). Enfront el conflicte, en Martí (primer nòvio de la Isona) l'esperonarà perquè pensi en ella i tiri endavant.

2. Esquema rols narratius

- Objecte de valor: relació amorosa (tirar-la endavant o no)
- Subjecte d'acció: Isona

- Subjecte d'Estat: Enric
- Destinador de Contracte: Isona
- Adjuvant: Martí i Mònica
- Antisubjecte: Teresa i David (pares de la Isona)
- Oponent: Enric (per la seva acció de *mobbing*, que posa en crisi la creença de l'Isona en la relació)
- Accions principals: decidir tirar endavant o no la relació, fent cas al cor o al cap; enfrontar-se a l'Enric o enfrontar-se a la família.

3. Identificació paraules claus

- a) Tema principal: relació amorosa
- b) Actors: Isona, Enric, Teresa i David (pares Isona), Mònica i Martí
- c) Accions: enamorar-se; confessar-ho als amics; decidir si tira endavant o no la relació; enfrontar-se amb l'Enric (i per tant, amb els seus propis sentiments); enfrontar-se amb els pares (i per tant, amb la raó)

Marcs narratius

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): ISONA

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent), privat-personal (relacions íntimes)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 18 anys (acabats de fer); d'estatura mitjana i de pes normal (ni molt grassa ni molt prima)

2.2 Caràcter: responsable (ètic-té molt bona relació amb la seva mare; ajuda en les tasques a casa i també a fer els deures al seu germà), treballadora (ètic-treu bones notes), introspectiva (cognitiu- escriu a un diari), fidel (passional-la seva primera relació va ser amb en Martí- el seu millor amic-i no ha tingut cap

d'altra història amorosa amb ningú fins al moment). Nivell socio-econòmic: mig-alt.

3. Competències per l'actuació

Degut a què l'objecte de valor en aquest cas és si seguir endavant amb la relació o no, hi trobaríem els dos estaments: el de VOLER (no vol deixar la relació i es mostra d'una manera explícita), però alhora HA DE fer-ho, d'una manera pressuposada (perquè entra en el dilema moral del patiment que aquesta relació pot causar-li a la seva mare, quan és conscient que l'Enric li està fent *mobbing*). POT fer-ho, i de fet deixa córrer la relació d'una manera explícita quan s'assabenta del mal que li està fent a la seva mare i però no SAP com fer-ho (es pressuposa) perquè va en contra dels seus sentiments.

4. Passions i creences que impulsen a actuar

En aquest cas la passió principal és l'amorosa; però és una altra la passió, també (l'estima cap a la seva mare) i alhora una creença (no pot estimar algú que fa mal a la seva mare) és la que porta en una primera instància a deixar-ho córrer amb l'Enric però quan veu que no pot anar en contra dels seus sentiments (i esperonada per en Martí- creença) hi torna.

5. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit privat: la casa de l'Esther (on es coneixen i on la Isona comença a sentir-se'n enamorada); la casa de la Teresa (on passen estones de parella), el cotxe de l'Enric (refugi dels enamorats); el C.A.P (on la Isona va a veure l'Enric per posar punt a la seva relació) i d'altres d'àmbit públic (el bar Tramuntana; un cop ja no se n'amaguen) o el carrer (on la Teresa els descobreix). Pel que fa al temps; la trama està ubicada en la contemporaneïtat (és més la història succeeix en paral·lel a la vida real; per tant tenint en compte que aquesta trama va començar el 8 de maig, està totalment integrada diegèticament en la primavera del 2007).

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

En aquest cas l'acció estaria destinat a mantenir la possessió d'un objecte de valor (la relació); l'acció seria cognitiva (a través de la reflexió porta a descobrir què és el que vol); i l'esfera d'actuació és privada i personal (dins l'àmbit de la relació personal).

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): ENRIC

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (jove), privat-personal (relacions íntimes)

En aquesta trama, l'Enric és tant beneficiari de l'objecte de valor (si la Isona decideix tirar endavant la relació) com perjudicat (en el cas contrari).

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 28 anys; d'estatura mitjana i prim (amb una certa imatge de malaltís)

2.2 Caràcter: seriós (cognitiu), introspectiu (cognitiu), trist (passional), amb un cert punt d'amargat (passional), responsable (ètic), solitari (cognitiu). Nivell socio-econòmic: mig-mig

3. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit privat: la casa de l'Esther (on es coneixen i on la Isona comença a sentir-se'n enamorada); la casa de la Teresa (on passen estones de parella), el cotxe de l'Enric (refugi dels enamorats); el C.A.P (on la Isona va a veure l'Enric per posar punt a la seva relació) i d'altres d'àmbit públic (el bar Tramuntana; un cop ja no se n'amaguen) o el carrer (on la Teresa els descobreix). Pel que fa al temps; la trama està ubicada en la contemporaneïtat (és més la història succeeix en paral·lel a la vida real; per tant tenint en compte que aquesta trama va començar el 8 de maig, està totalment integrada diegèticament en la primavera del 2007).

III. OBJECTE DE VALOR: CONTINUAR O NO AMB LA RELACIÓ

Tipologia

Passional (basat en la relació sentimental del Subjecte de l'Acció: la Isona respecte el subjecte d'Estat: l'Enric)

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en els estaments de VOLER (continuar o no); i HAVER DE (haver de fer-ho tot sabent que la relació pot ferir a la mare)

IV.I ADJUVANT: MARTÍ

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent), privat-personal (relacions personals-amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 19 anys; d'estatura mitjana i prim, amb aparença de sa i un cert aire de més nen del que és

2.2. Caràcter: extrovertit inquiet, solidari, explorador (cognitiu), responsable (ètic)

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: en Martí actua per ajudar a la Isona, i li diu que ha de tirar endavant amb la relació si és això el què vol

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades en VOLER

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : mantenir una possessió d'objecte

2. Tipus d'acció: comunicativa

3. Esfera d'actuació: privada-personal (amistat)

IV.II ADJUVANT: MÒNICA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (jove), privat-personal (relacions personals-amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia 25 anys; d'estatura petita (prima i menuda); va amb cadira de rodes per una accident de cotxe

2.2. Caràcter: introvertida, solidària, madura. Nivell socio-econòmic: mig-alt.

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: La Mònica escolta la Isona; fa de CONFESSORA

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades en SABER i en HAVER DE (en virtut de confessoria; ella a diferència d'en Martí escolta el "mal d'amors" de la seva amiga però no s'hi implica, a diferència d'en Martí)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : mantenir una possessió d'objecte

2. Tipus d'acció: comunicativa

3. Esfera d'actuació: privada-personal (amistat)

V. Oponent: ENRIC

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (jove), privat-personal (relacions íntimes)

En aquesta trama, l'Enric assumeix també el rol d'oponent, en el moment en què- a causa del *mobbing* que li fa a la Teresa- posa traves en el conflicte intern de la Isona de continuar endavant amb la relació.

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 28 anys; d'estatura mitjana i prim (amb una certa imatge de malaltís)

2.2 Caràcter: seriós (cognitiu), introspectiu (cognitiu), trist (passional), amb un cert punt d'amargat (passional), responsable (ètic), solitari (cognitiu). Nivell socio-econòmic: mig-mig

3. Perjudicis de l'acció d'oposició

3.1. Tipologia: passional (respecte la seva relació amb la Isona); ètic (fa *mobbing* a la Teresa endut per una intenció de venjança cap a ella per una suposada incompetència mèdica per part d'ella que va acabar amb la mort de la tieta del noi)

3.2. Competències per actuar i aconseguir: en aquest cas es basarien en HAVER DE: L'Enric creu que ha de venjar la mort del seu familiar i ataca la Teresa perquè creu que ha de fer-ho (perquè la Teresa no és una bona metgessa)

4. Acció d'oposició

4.1. Destinada a: mantenir una possessió d'objecte (el *mobbing* de l'Enric respecte la Teresa es converteix en un oponent, pel que fa a la decisió de la Isona a tirar endavant la relació; però en tot cas, l'Enric no vol perdre la relació perquè estima la Teresa. Per tant, és com si l'Enric assumís dos personatges diferents segons qui sigui el seu interlocutor i el seu context: la Teresa en el C.A.P o la Isona (en l'àmbit de la relació personal i íntima).

4.2. Tipus d'acció: material-somàtica: respecte la Teresa (*mobbing*)

4.3. Esfera d'actuació: pública políticoinstitucional (contextualitzada en l'àmbit de la feina, en aquest cas concret en un centre sanitari d'atenció primària).

V. ANTISUBJECTE: Mare Isona (TERESA), company mare Isona (DAVID)

1. Tipologia: col·lectiu, figuratiu, individus (TERESA i David), privat-personal (relacions personals- paterno-filials)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere:

- TERESA: dona, 45 anys; complexió forta.
- DAVID: home, 47 anys; complexió normal. És miop.

2.2. Caràcter:

- TERESA: enèrgica, treballadora, sol·lícita, bona persona, sap escoltar, patidora. Nivell socio-econòmic: mig-alt
- DAVID: responsable, intel·ligent, pragmàtic. Nivell socio-econòmic: mig-alt.

3. Perjudicis de l'acció d'oposició

- 3.1. Tipologia: passional (tenen por que l'Enric pugui fer mal a la Isona)
- 3.2. Competències per actuar i aconseguir: Haver de (en la seva condició de pares-responsables de la Isona)

4. Acció d'oposició

- 4.1. Destinat a : Fer perdre un objecte (la relació sentimental)
- 4.2. Tipus d'acció: cognitiva (demostrar-li que és l'Enric és mala persona i per tant que la relació és perjudicial)
- 4.3. Esfera d'actuació: Privada-professional (en el cas de la relació de la Teresa amb l'Enric- Subjecte d'estat) i privada-personal (la relació de la Teresa amb la Isona-Subjecte d'Acció: mare filla)

VI. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): ISONA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent- 18 anys), privat-personal (relacions íntimes)

2. Intern al subjecte¹⁰⁷

¹⁰⁷ Les característiques del Contracte del Destinador són les mateixes que les del Subjecte d'Acció ja que es tracta del mateix personatge: la Isona.

- 2.1. Caràcter: responsable, introvertida, fidel, madura
- 2.2. Valors ètics: és conscient de la diferència entre el BÉ i el MAL. Sap que moralment no pot estimar una persona que fa mal (*mobbing*) a la seva mare.
- 2.3. Passions: des d'una doble vessant: per un costat estima incondicionalment la seva mare a qui creu que no pot fallar; de l'altra, s'ha enamorat d'una home que no és l'adequat (perquè fereix a la seva mare), però quan n'és conscient ja n'està enamorada.
- 2.4. Creences: la de ser bona filla i responsable; la de creure que es mereix ser feliç.
- 2.5. Instints: com *a estimada* i enamorada (respecte l'Enric); i la de sang (respecte la seva mare)

3. Efecte de manipulació contractuals

- 3.1. Fer VOLER: provoca desitjos (vol l'amor de l'Enric)
- 3.2. Fer HAVER DE: vol provocar a l'Enric que deixi de fer mal a la seva mare per evitar el conflicte que fa que la seva relació amorosa no pugui fluir.

4. Espais i temps d'actuació

- 4.1. Espais: àmbit privat
- 4.2. Temps: Contemporani-actual

VII. ESTATS FINALS

- 1.1. Relació subjecte estat/objecte de valor: conjunció
- 1.2. Acció del subjecte d'acció: èxit

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-2. Ventdelplà

Conflicte: EN XAVI HA DE DECLARAR LA SEVA ATRACCIÓ A EN PAU, EL SEU AMIC I COMPANYY DE PIS

Capítols: 161, 162 i 169

1. Resum trama

Arran d'un *menage a trois* que en Xavi i en Pau (comparteixen pis) fan amb una companya de facultat d'un d'ells, l'Andrea; en Xavi descobreix que se sent més atret per en Pau que per la noia. Assumeix la seva homosexualitat però no gosa confessar-li els seus sentiments a en Pau. Li explicarà tot a la Mònica, qui es preocuparà pel seu amic (coneix bé de quin peu calça en Pau- heterosexual i a més, un faldiller), però només podrà que escoltar-lo i dir-li que no es precipiti.

En Xavi finalment es decideix i li fa un petó a en Pau. En Pau el rebutja i en Xavi decideix marxar del pis que comparteixen.

2. Esquema rols narratius

- Objecte de valor: confessar l'atracció sexual/amorosa (homosexual)
- Subjecte d'acció: Xavi
- Subjecte d'Estat: Pau (amic)
- Destinador del contracte: Xavi
- Adjuvants: Mònica, Andrea
- Oponent: Pau (objecte de desig)
- Accions principals: assumir homosexualitat; parlar-ne amb una amiga; explicar-li a en Pau els seus sentiments.

3. Identificació paraules claus

a) Tema principal: confessar una atracció-enamorament, amb un component afegit- i molt important- que és el de la homosexualitat

b) Actors: Xavi, Pau, Mònica, Andrea

c) Accions: Prendre consciència de l'atracció cap a una altra persona (a través de la posada en escena d'un *menage a trois*; acceptar-ho; confessar-ho a una amiga (la Mònica); prendre la determinació d'explicar els sentiments a l'objecte de desig, en aquest cas: en Pau i assumir-ne les conseqüències.

Marc narratiu

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): XAVI

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-20 anys), privat-personal (relacions íntimes)

2. Característiques:

1.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 20 anys, de complexió prima, belluguet, d'aspecte delicat

2.2 Caràcter: tímid, sensible, endreçat, estudiós, responsable, fidel (en les amistats). Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Competències per l'actuació

En aquesta trama , el Subjecte d'Acció es mouria en la competència de Voler: ell vol explicar a en Pau els sentiments, d'una manera explícita (ho diu a la Mònica), però no SAP com fer-ho (també d'una manera explícita) perquè té por de la reacció del noi.

4. Passions i creences que impulsen a actuar

L'atracció que en Xavi sent pel seu company de pis i amic, en Pau, és el que el porta a declarar-se-li. No tem tant de la resposta de l'altre per la seva condició homosexual (que malgrat el poc temps té assumida); com la reacció de rebuig per un amor no correspost.

5. Espais i temps d'actuació

L'espai bàsic on succeeix l'acció és l'àmbit privat del pis d'estudiants que comparteixen els dos nois amb en Martí. És en el pis (un dels nous decorats d'aquesta tercera temporada de "Ventdelplà", i una de les localitzacions on es condensen més trames amb personatges adolescents com a protagonistes) on es produeix el *menage a trois* així com els diversos intents d'en Xavi d'explicar els seus sentiments i la mateixa declaració que constitueix el desenllaç de la trama (resolució del conflicte).

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

L'acció estaria destinada a fer guanyar un objecte: en aquest cas aconseguir una relació amorosa d'en Xavi amb en Pau), a través d'un tipus d'acció cognitiva, en un primer nivell (assumir l'atracció i alhora l'homosexualitat) i a posteriori material-cognitiva (fer-li un petó a en Pau, a manera de declaració dels seus sentiments). L'esfera d'actuació seria purament l'àmbit privat de les relacions personals.

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): PAU

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-21), privat-personal (relacions d'amistat)

En aquesta trama, en Pau és el perjudicat de l'acció d'en Xavi; perquè ell no se sent atret pel seu company de pis i a més la incomoditat de conèixer els seus sentiments pot posar en perill l'amistat i la convivència (el pis que comparteixen és de la seva propietat).

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 21 anys; alt, musculat, ulls clars, atractiu

2.2 Caràcter: fatxenda, irresponsable, vividor, desordenat, cara-dura, immadur, llest, faldiller. Nivell socio-econòmic: mig-alt

3. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit privat: el pis d'estudiants que comparteixen en Xavi, en Martí i en Pau (i que és propietat dels pares d'en Pau) i el temps és la contemporaneïtat actual (primavera-2007)

III. OBJECTE DE VALOR: DECLARAR ATRACCIÓ (HOMOSEXUAL)

Tipologia

Passional (basat en els sentiments del Subjecte de l'Acció: En Xavi respecte el subjecte d'Estat: Pau)

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en els estaments de VOLER (dir-ho); i SABER (com fer-ho, sense fer-hi els sentiments a en Pau, ni perdre la seva amistat)

IV.I ADJUVANT: MÒNICA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (jove), privat-personal (relacions personals-amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia 25 anys; d'estatura petita (prima i menuda); va amb cadira de rodes per una accident de cotxe

2.2. Caràcter: introvertida, solidària, madura. Nivell socio-econòmic: mig-alt.

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: La Mònica escolta i aconsella en Xavi; el recolza en la seva recent condició d'homosexual però pateix pel seu amic, quan sap que

l'objecte de desig d'en Xavi és en Pau (un ex-nòvio seu, maldestre en les relacions i poc sensible en temes sentimentals)

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades, sobretot en HAVER DE (se sent amb l'obligació de prevenir el seu amic) i alhora en VOLER (vol fer-ho perquè aprecia en Xavi, el seu amic)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : mantenir una manca d'objecte

2. Tipus d'acció: comunicativa

3. Esfera d'actuació: privada-personal (amistat)

IV.II ADJUVANT: ANDREA¹⁰⁸

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-20 anys), privat-personal (relacions personals-amistat-companya de classe)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 20 anys; alta i prima, exhuberant i atractiva

2.2. Caràcter: extrovertida, seductora, intel·ligent

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional

3.2. Competències per actuar i aconseguir: en aquest cas no n'hi hauria; ella actua per benefici propi (experimentar), en cap cas intencionadament amb l'objectiu d'ajudar a en Xavi a aclarir els seus sentiments.

¹⁰⁸ Tot i que d'una manera indirecta; l'encontre amorós dels tres, incitat per l'Andrea, és el punt de partida de la trama i, per tant del conflicte intern d'en Xavi respecte els seus sentiments cap a en Pau). L'Andrea, per tant, no fa el rol d'adjuvant en el mateix sentit que la Mònica sinó una acció que ella indueix és el que fa prendre consciència a en Xavi del què realment sent pel seu company de pis.

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : -

2. Tipus d'acció: material-somàtica (consuma una relació sexual a tres bandes.

3. Esfera d'actuació: privada-personal (amistat-sexualitat)

V. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): XAVI

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent- 20 anys), privat-personal (relacions íntimes)

2. Intern al subjecte¹⁰⁹

2.1. Caràcter: tímid, sensible, fidel, responsable

2.2. Passions: l'amistat que l'uneix amb en Pau, suposa un conflicte per poder expressar-li els seus sentiments.

2.3. Instints: L'atracció que sent pel seu company de pis.

3. Efecte de manipulació contractuals

3.1. Fer VOLER: provoca desitjos (vol ser correspost per en Pau)

3.2. Fer HAVER DE: sap que li ho ha de dir, però no sap com fer-ho per no ferir-li els sentiments.

4. Espais i temps d'actuació

4.1. Espais: àmbit privat

4.2. Temps: Contemporani-actual

5. Sanció

Reconeixement negatiu: En Xavi se sent rebutjat pel seu amic

¹⁰⁹ Els mateixos que el Subjecte d'Acció, ja que en aquesta trama en Xavi fa els dos rols narratius.

Retribució-càstig: Decideix marxar del pis que comparteixen. (per en Pau al retribució podria ser positiva, ja que no accepta la condició d'en Xavi; però es queda molt trist quan en Xavi decideix anar-se'n del pis)

VI. ESTATS FINALS

1.1. Relació subjecte estat/objecte de valor: disjunció

1.2. Acció del subjecte d'acció: fracàs

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-3. El Cor de la Ciutat

Conflicte: L'ENRIC HA D'ACCEPTAR LAS EVA HOMOSEXUALITAT PER TIRAR ENDAVANT LA RELACIÓ AMB EN MAX

Capítols: 1298, 1299, 1317, 1326, 1301, 1306, 1309, 1321, 1322, 1343, 1344, 1346, 1372, 1374, 1377, 1379, 1380, 1381, 1383, 1388, 1395.

1. Resum trama

L'Enric està enamorat d'en Max (qui li correspon i el vol ajudar en el seu conflicte intern) però li costa acceptar la seva homosexualitat. La Mercè, la seva amiga (qui ho sap tot) el vol ajudar a que ho assumeixi- intercedeix entre ell i en Max- i el justifica en públic, però la colla dels amics de l'institut, sobretot els comentaris homòfobs d'en Pep, el tiren enrere. L'avi del noi ho acata de bon grat i li diu que ha d'anar amb el cap ben alt; mentre que els seus pares no ho accepten, s'hi enfronten i el deixen per perdut.

2. Esquema rols narratius

-Objecte de valor: fer pública relació amorosa (homosexual)

-Subjecte d'acció: Mercè

-Subjecte d'Estat: Enric

- Destinador del contracte: Max
- Adjuvant: Avi Felip
- Oponent: Pep
- Antisubjecte: Pares de l'Enric

3. Identificació paraules claus

- a)Tema principal: acceptar la condició homosexual i fer pública la relació amorosa de l'Enric amb en Max.
- b)Actors: Enric, Mercè, Max, Pep, Avi (Felip), Pares-Enric
- c)Accions: Enamorar- se d'en Max; confessar l'atracció a la Mercè qui l'esperona i intercedeix perquè la tiri endavant; explicar-ho a l'avi Felip amb qui l'Enric viu; assumir la condició homosexual i, per tant, fer pública la relació.

Marc narratiu

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): MERCÈ

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17 anys), privat-personal (relacions-AMISTAT)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, de complexió petita (prima i baixa)

2.2 Caràcter: intel·ligent, estudiosa, 'pija', responsable. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Competències per l'actuació

En aquesta trama , el Subjecte d'Acció es mouria en la competència de Voler: la Mercè actua moguda per la seva amistat amb l'Enric.

4. Passions i creences que impulsen a actuar

L'amistat

5. Espais i temps d'actuació

Els espais on es desenvolupa l'acció són bàsicament públics: institucionals: l'institut i socials: el bar del barri "El pati" o la pizzeria dels Galiana on treballa en Max. A nivell de l'àmbit privat hi ha la casa de l'avi Felip on l'Enric viu i on es confessa amb el seu avi.

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

L'acció estaria destinada a fer guanyar un objecte: que l'Enric reconegui la seva homosexualitat i per tant tiri endavant la seva relació amb en Max. El tipus d'acció que porta a terme el Subjecte d'Acció és bàsicament cognitiva (que a partir de la reflexió porti a descobrir els seus sentiments, i per tant a expressar-los), i l'esfera d'actuació és des del punt de vista públic: social (reconèixer l'homosexualitat) i des del punt de vista privat en l'àmbit personal (de l'amistat)

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): ENRIC

En aquest cas el Subjecte d'Estat es converteix en BENEFICIARI de l'acció de la Mercè, perquè accepti la seva homosexualitat i la materialitzi en la seva relació amb en Max. Acceptant la seva condició sexual, s'accepta a ell mateix i per tant, assumeix la seva identitat de cara als demés.

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17), privat-personal (relacions d'amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 17 anys; alt i prim.

2.2 Caràcter: tímid, insegur, influenciable. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit públic: llocs d'encontre i comuns a la colla dels adolescents, per tant: l'institut, el bar "El Pati" o la Pizzeria

III. OBJECTE DE VALOR: ACCEPTAR L'HOMOSEXUALITAT I FER PÚBLICA LA RELACIÓ AMB EN MAX

Tipologia

Vivencial/existencial: acceptar la condició d'homosexual; assumir la identitat sexual i per tant mostrar-se públicament tal i com s'és.

Passional: bàsicament a través de l'amistat el que vol la Mercè és que l'Enric ho accepti i que mostri sense reserves la seva relació d'amor que manté amb en Max.

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en els estaments d'HAYER DE (com a amiga, se sent moralment compromesa a ajudar el seu amic Enric) i SABER (la Mercè descobreix la condició de l'Enric i sap quina és la seva situació amb en Max, per tant té competència plena per actuar)

IV ADJUVANT: AVI-FELIP

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (home-65 anys), privat-personal (relacions personals-familiars)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: home 65 anys; complexió forta, bon estat de salut

2.2. Caràcter: sorrut, tossut, avar, treballador, bona persona. Nivell socio-econòmic: mig-mig

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: l'avi estima amb bogeria el seu nét i vol que sigui feliç. Cognitiu: a través de l'experiència, aconsella el seu nét i l'ajuda a acceptar-se.

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades, sobretot en VOLER (l'avi vol ajudar el seu nét), HAVER DE (l'obligació moral d'ajudar el seu nét) i alhora en SABER (l'experiència li dóna autoritat moral per poder aconsellar a l'Enric)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : fer guanyar un objecte

2. Tipus d'acció: comunicativa (dóna consells)

3. Esfera d'actuació: privada-personal (familiar)

V. OPONENT: PEP

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17 anys), privat-personal (relacions personals: amistat i companys de classe)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi de 17 anys; d'estatura mitjana i estructura reforçada, alçada normal tirant a baixa

2.2 Caràcter: irresponsable, fatxenda, influenciable, immadur. Nivell socio-econòmic: mig-mig

3. Perjudicis de l'acció d'oposició

3.1. Tipologia: vivencial/existencial (basat en una ideologia concreta sobre prejudicis)

3.2. Competències per actuar i aconseguir: en Pep no sap que el seu amic és gai, per tant no hi ha una voluntat expressa d'actuar contra la seva identitat sexual. En un capítol, en Pep té dubtes i li pregunta al seu amic, però davant

de la resposta taxativa de l'Enric, en Pep segueix amb la seva manera de pensar i actuar.

4. Acció d'oposició

4.1. Destinada a: Es basaria per tant en mantenir una manca d'objecte (de l'homosexualitat). A través d'accions material-somàtiques (idueix a l'Enric a donar patades a un amic gai d'en Max) i alhora comunicativa (els comentaris constants homòfobs d'en Pep); l'esfera d'actuació es mantindria dins l'àmbit de l'esfera privada personal.

V. ANTISUBJECTE: PARES-ENRIC

1.Tipologia: col·lectiu, figuratiu, individus (pare i mare), privat-personal (relacions personals- paterno-filials)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere:

-PARE: home, uns 40 anys; prim i no massa alt.

-MARE: dona, uns 40 anys; prima i alta

2.2. Caràcter:

-PARE: cara-dura, exigent, no sap escoltar, egocèntric. Nivell socio-econòmic: mig-alt (metge) (personatge secundari)

-MARE: influenciable. Nivell socio-econòmic: mig-alt. (personatge secundari)

3. Perjudicis de l'acció d'oposició

3.1. Tipologia: passional (no volen que el seu fill sigui homosexual)

3.2. Competències per actuar i aconseguir: HAVER DE (alliçonar el seu fill perquè creuen que ho fa per fer-los-hi mal a ells); es creuen amb el dret de PODER (perquè són els pares del noi)

4. Passions i creences

Els pares de l'Enric els mou la creença que són els seus pares i que per tant poden decidir sobre la identitat sexual del seu fill. No admeten la homosexualitat com una opció social, i creuen que el seu fill ho fa per fer-los-hi mal.

I d'altra banda, la passió que porta la preocupació inherent d'un pare respecte el seu descendent.

5. Espais i temps d'actuació

En l'àmbit privat (els enfrontaments dels pares amb l'Enric passen a casa de l'avi FELIP) exceptuant la descoberta de la relació homosexual amb en Marc que la descobreix la mare, quan ells dos s'estan fent un petó al carrer (per tant, àmbit públic)

El temps és contemporani-actual.

6. Acció/transformacions de l'antisubjecte

4.1. Destinat a : Mantenir una manca d'objecte (l'homosexualitat)

4.2. Tipus d'acció: comunicativa (el van a veure per exigir-li que renunciï al seu amor)

4.3. Esfera d'actuació: Privada-personal (la relació pares-fill)

V. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): MAX

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent- 19 anys), privat-personal (relacions íntimes)

2. Extern al subjecte

2.1. Tipologia: Privat-personal

2.2. Trets físics, edat i gènere: noi, 19 anys. Prim i alt.

2.3. Caràcter: bona persona, prudent, madur, responsable. Nivell socio-econòmic: mig-baix.

3. Competències per a l'actuació

En la trama narrativa analitzada en Max es mou per la competència de VOLER: de manera explícita la relació amb l'Enric; PODER (l'Enric recorre a ell perquè l'ajudi) i SABER (també de manera explícita, perquè ell ha passat per l'experiència d'haver de passar pel procés d'acceptar la identitat sexual, per tant pot ajudar-lo).

4. Passions i creences que l'impulsen a actuar

Se'n donen les dues: d'una banda la creença que l'Enric ha de poder ser lliure d'expressar la seva sexualitat sense pressions socials de cap tipus; de l'altra passió personal cap a ell, reconeguda i compartida.

5. Manipulació contractual

El Contracte-Destinador (en Max) respecte el Subjecte d'Acció (la Mercè) estableix un contracte a través de la seducció (*"tu que ets amiga seva, a veure si el convences"*).

6. Efecte de manipulació contractual

Basat en el FER VOLER (provocar desitjos- des de la vessant de la relació personal) però també FER HAVER DE (reconèixer l'homosexualitat com un fet natural i normal)

7. Espais i temps d'actuació

4.1. Espais: àmbit privat

4.2. Temps: Contemporani-actual

VI. ESTATS FINALS

1. Relació subjecte estat/objecte de valor: conjunció

2. Acció del subjecte d'acció: èxit

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-4. El Cor de la Ciutat

Conflicte: La Maica vol aconseguir que la Sònia la perdoni per haver-li robat els diners

Capítols: 1369, 1370, 1372, 1376, 1380 i 1381

1. Resum trama

Viatge final de curs a Londres (àmbit institucional però amb el, condicionant que es produeix fora del seu context d'autoritat habitual). La Maica es vol comprar un bolso que ha vist al centre comercial *Harrod's* que li agrada molt però els seus pares li han limitat la targeta i no se'l pot comprar. Capritxosa i mimada com és s'empesca robar-li els diners a la seva amiga Sònia per poder-se'l comprar. La Mercè, se n'entera i emplaça a la Maica a què confessi i demani disculpes a la Sònia (els nois de la colla no saben ben bé què ha passat però volen que les noies facin les paus). La Sònia finalment accepta les disculpes, però es pren la justícia per la seva mà i es venja.

2. Esquema rols narratius

- Objecte de valor: redimir la culpa i aconseguir el perdó de la Sònia
- Subjecte d'acció: Maica
- Subjecte d'Estat: Sònia
- Destinador de contracte: Mercè
- Adjuvant: Mercè
- Sanció: Sònia

3. Identificació paraules claus

a)Tema principal: acceptar la culpa del robatori dels diners i buscar el perdó de la Sònia

b)Actors: Maica, Sònia, Mercè

c)Accions: Robar els diners; confessar la culpa a la Mercè; buscar el perdó de la Sònia; Sònia perdonar a la Maica; Sònia venjar-se de la Maica.

Marc narratiu

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): MAICA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17 anys), privat-personal (relacions-AMISTAT/COMPANYES DE CLASSE)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, de complexió alta i prima.

2.2 Caràcter: 'pija', irresponsable, immadura, llesta. Nivell socio-econòmic: mig-alt

3. Competències per l'actuació

En aquesta trama , el Subjecte d'Acció es mouria en la competència de Voler: la Maica vol aconseguir el perdó de la Sònia

4. Passions i creences que impulsen a actuar

L'amistat i la creença de saber que el fet de robar no està bé. (induïda per la Mercè)

5. Espais i temps d'actuació

Els espais on es desenvolupa l'acció són bàsicament públics: institucionals: l'institut i socials: el bar del barri "El pati", el centre social de la Virgínia o la pizzeria dels Galiana.

El temps és contemporani-actual.

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

L'acció estaria destinada a fer guanyar un objecte: el perdó de la Sònia i la recuperació de l'amistat. El tipus d'acció que porta a terme el Subjecte d'Acció és d'una banda, material-somàtica (la Maica estalvia els diners per tornar-los-hi a la Sònia) i de l'altra, comunicativa (demana el perdó explícitament). L'esfera d'actuació és en l'àmbit privat personal (de l'amistat).

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): SÒNIA

Com a perjudicada del conflicte, en la trama la Sònia es converteix en la beneficiària perquè en ella recau la demanda de perdó de la Maica.

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17), privat-personal (relacions d'amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, prima.

2.2 Caràcter: intel·ligent, desperta, simpàtica, generosa. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit públic: llocs d'encontre i comuns a la colla dels adolescents, per tant: l'institut, el bar "El Pati" o la Pizzeria

III. OBJECTE DE VALOR: REDIMIR CULPA I ACONSEGUIR EL PERDÓ DE LA SÒNIA

Tipologia

Vivencial/existencial: assumir l'error i la culpa d'haver robat i buscar el sistema per aconseguir el perdó (tornar els diners; disculpar-se, etc)

Passional: per la relació d'amistat que tenen les dues noies (Maica i Sònia).

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en l'estaments d'HAYER DE (com a deure moral reconèixer que allò no està bé i buscar la manera de solucionar-ho)

IV.I ADJUVANT: MERCÈ

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17 anys), privat-personal (relacions-AMISTAT)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, de complexió petita (prima i baixa)

2.2 Caràcter: intel·ligent, estudiosa, 'pija', responsable. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: la Mercè estima a la Maica i la considera la seva millor amiga, per això vol que arregli les coses amb la Sònia. Cognitiu: dona consells a la Maica perquè demani perdó a la Sònia.

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades, sobretot en VOLER (AMISTAT)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a : fer guanyar un objecte (el Perdó de la Sònia)

2. Tipus d'acció: comunicativa (dona consells)

3. Esfera d'actuació: privada-personal (amistat)

IV. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): MERCÈ

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17 anys), privat-personal (relacions-AMISTAT)

2. Extern al subjecte

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, de complexió petita (prima i baixa)

2.2 Caràcter: intel·ligent, estudiant, 'pija', responsable. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Competències per l'actuació

Basades sobretot en el fet de VOLER (la Mercè vol ajudar a la Maica)

4. Passions i creences que l'impulsen a actuar

Bàsicament la creença de què la seva amiga, malgrat que ha robat és una bona noia i per tant es mereix el dret del perdó i de l'altra, la passió (l'estima que sent vers la Maica).

5. Manipulació contractual

El Contracte-Destinador (la Mercè) respecte el Subjecte d'Acció (la Maica) estableix un contracte a través de la seducció (*"tu pots aconseguir que la Sònia et perdoni"*) i de la promesa (*"si tornes els diners a la Sònia, ella et perdonarà"*).

6. Efecte de manipulació contractual

Basat FER HAVER DE (provocar que la Maica reaccioni i que demani disculpes a la Sònia)

7. Espais i temps d'actuació

4.1. Espais: àmbit privat

4.2. Temps: Contemporani-actual

V. SANCIÓ (DESTINADOR/DESTINATARI): SÒNIA

En aquesta trama, la sanció és interessant; d'una banda hi ha un reconeixement positiu (la Sònia accepta les disculpes) però alhora apareix un càstig final (venjança)

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-17), privat-personal (relacions d'amistat)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 17 anys, prima.

2.2 Caràcter: intel·ligent, desperta, simpàtica, generosa. Nivell socio-econòmic: mig-mig.

3. Competències per a l'actuació

-pel que fa al PERDÓ: la Sònia VOL (de manera explícita la perdona) i POT (té les competències per perdonar-la)

-pel que fa a la venjança (distribueix unes fotos per tot l'institut amb la Maica amb roba interior que es va fer en el viatge de final de curs): la Sònia VOL i POT.

4. Passions i creences

La impulsen a actuar d'una banda l'amistat (passió) però alhora el sentiment de venjança (passió).

5. Espais i temps d'actuació

L'espai on es desenvolupa l'acció és bàsicament a l'institut; per tant en un àmbit públic político-institucional.

El temps és contemporani-actual

6. Sanció

Reconeixement positiu (la Sònia perdona a la Maica) però la retribució és un càstig (una venjança).

VII. ESTATS FINALS

1.1. Relació subjecte estat/objecte de valor: disjunció

1.2. Acció del subjecte d'acció: èxit

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-5. Mar de Fons

Conflicte: MAL AMBIENT FAMILIAR A CASA DELS FUSTER i
GANES DE CANVIAR LA SITUACIÓ.

Capítol: 37

La trama escollida per ser analitzada en aquesta sèrie presenta una complexitat, pels conflictes que planteja, que ens porta a afrontar-la com a una trama amb la seva subtrama; per tant l'anàlisi s'ha portat a terme separant les dues trames i atorgant-los-hi entitat pròpia.

1. Resum trama

La Sílvia (12 anys) descobreix accidentalment que el seu pare s'embolica amb la secretària. Fa dies que hi ha mala maror a casa dels Fuster: però sembla que ningú li fa el més mínim cas a la noia; per més inri, la seva germana gran la Laura (davant del panorama familiar) decideix independitzar-se; la qual cosa a la Sílvia la situació a casa se li fa insostenible. El descobriment de l'*affair* amorós del seu pare és la gota que fa vessar el got. És per això que decideix fugar-se (per cridar l'atenció). L'acollirà un vagabund del port marítim amb qui compartirà la nit entre caixes d'un magatzem.

2. Esquema rols narratius

-Objecte de valor: Cridar l'atenció i donar un toc d'alerta a la família

-Subjecte d'acció: Sílvia

- Subjecte d'Estat: Família
- Destinador de contracte: Sílvia
- Adjuvant: Vagabund

3. Identificació paraules claus

- a)Tema principal: conflicte: mal ambient familiar; mala relació de la noia amb el seu pare
- b)Actors: Sílvia, Família, Vagabund
- c)Accions: Fugida de casa

Marc narratiu

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): SÍLVIA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-12 anys), privat-personal (relacions-FAMILIAR)

2. Característiques:

- 2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 12 anys, de complexió alta i forta.
- 2.2 Caràcter: intel·ligent, desperta, madura, tímida. Nivell socio-econòmic: alt

3. Competències per l'actuació

En aquesta trama , el Subjecte d'Acció es mouria en la competència de Voler: canviar la situació familiar insostenible

4. Passions i creences que impulsen a actuar

La desesperació (passió) de no poder afrontar la situació per més temps.

5. Espais i temps d'actuació

Els espais on es desenvolupa l'acció són privats (la casa dels Fuster) i el despatx de l'editorial Babel (on descobreix el seu pare amb la secretària) i el magatzem (on passa la nit amb el vagabund)

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

L'acció estaria destinada a fer perdre l'objecte: el mal ambient familiar, per tant canviar la situació latent. El tipus d'acció que porta a terme la Sílvia és material-somàtica (representada amb la fugida) i l'esfera d'actuació és privada- personal (en l'àmbit de la família)

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): LA FAMÍLIA

Com a primera perjudicada del conflicte. En la col·lectivitat de la família també s'hi inclou la mateixa Sílvia.

1.Tipologia: col·lectiu, figuratiu, col·lectiu humà (família), privat-personal (relacions familiars)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: família burgesa, de classe alta de Barcelona.

2.2 Caràcter: Nivell socio-econòmic: alt.

3. Espais i temps d'actuació

Els espais on succeeixen les accions són bàsicament d'àmbit privat: les tres cases on succeeixen les trames de la sèrie: la casa pairal de la Montserrat Revert, la casa dels Fuster (llar de la Sílvia) i la casa d'en Carles i la Judith.

III. OBJECTE DE VALOR: DONAR TOC D'ALERTA/ CRIDAR L'ATENCIÓ

Tipologia

Passional: La Sílvia s'escapa de casa perquè no vol tornar a saber mai més res del seu pare a qui culpa de totes les desgràcies que estan passant a la seva família.

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en l'estament d'HAYER DE (marxar de casa per posar fi al conflicte que viu la família)

IV.I ADJUVANT: VAGABUND

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (home- uns 50 anys), privat-personal

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: home d'uns 50 anys, de complexió forta

2.2 Caràcter: sensible, bon home . Nivell socio-econòmic: baix

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Vivencial/ existencial: ajuda a qui més ho necessita; en aquest cas i, per una nit, el vagabund es fa càrrec de la noia.

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades, sobretot en HAYER DE (responsabilitat d'un adult respecte a una menor sense recursos i que a més, està espantada i cansada)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a: mantenir una possessió d'objecte (cridar l'atenció)

2. Tipus d'acció: material-somàtica (l'acull al seu amagatall durant una nit i la cuida)

3. Esfera d'actuació: privada-personal

IV. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): SÍLVIA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-12 anys), privat-personal (relacions-FAMILIAR)

2. Intern al subjecte

2.1. Tipologia: els mateixos que el subjecte d'estat

3. Espais i temps d'actuació

4.1. Espais: àmbit privat: magatzem del port de Barcelona

4.2. Temps: Contemporani-actual

V. ESTATS FINALS

1.1. Relació subjecte estat/objecte de valor: conjunció

1.2. Acció del subjecte d'acció: èxit

I. IDENTIFICACIÓ DE LA TRAMA: Unitat d'anàlisi-6. Mar de Fons

Conflicte: PERSPECTIVA FAMILIAR DEL PROBLEMA (FUGIDA SÍLVIA)

Capítol: 37

1. Resum trama

En Carles (el tiet psicòleg de la noia) farà tot el possible per trobar-la. L'ajudaran la Laura (la seva germana) i sobretot en Ferran (qui descobrirà l'enigma que els haurà deixat la noia perquè la puguin localitzar, sense que els pares ho sàpiguen). Els mossos d'esquadra també faran el possible per trobar-la. Quan finalment aconseguixen localitzar-la (gràcies a la persistència d'en Carles), i la troben sana i estalvia ella no voldrà saber res del seu pare.

2. Esquema rols narratius

-Objecte de valor: Preocupació de la família per la fugida de la SÍLVIA

-Subjecte d'acció: Carles

- Subjecte d'Estat: Sílvia
- Destinador de contracte: Família
- Adjuvant: Ferran/ mossos d'esquadra
- Oponent: Pare
- Sanció: Sílvia

3. Identificació paraules claus

- a)Tema principal: conflicte: Preocupació familiar per la fugida i desaparició de la Sílvia
- b)Actors: Sílvia, Família, Carles, Pare, Laura, Ferran, Mossos d'esquadra
- c)Accions: recerca de la Sílvia

Marc narratiu

I. SUBJECTE D'ACCIÓ (HEROI): CARLES

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (jove-35 anys), privat-personal (relacions-FAMILIAR)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: home de 35 anys, de complexió alta i prima

2.2 Caràcter: intel·ligent, sensible, amable, exigent. Nivell socio-econòmic: alt

3. Competències per l'actuació

En aquesta trama , el Subjecte d'Acció es mouria en la competència de VOLER (trobar la Sílvia); HAVER DE (està preocupat per la seva neboda); PODER (compta amb la simpatia de la seva neboda i ell és a qui la noia recorra per demanar-li ajuda).

4. Passions i creences que impulsen a actuar

La desesperació (passió) de trobar-la i l'estima cap a la seva neboda (passió).
La creença que li pot haver passat alguna cosa dolenta.

5. Espais i temps d'actuació

Els espais on es desenvolupa l'acció són privats (la casa dels Fuster) i públics: el carrer (on en Carles la busca)

Temps: contemporani-actual

6. Accions/ transformacions del subjecte d'acció

L'acció estaria destinada a fer perdre l'objecte: i, per tant, trobar a la noia. El tipus d'acció és material-somàtic: busca la noia.

II. SUBJECTE D'ESTAT (BENEFICIAT/PERJUDICAT): SÍLVIA

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-12 anys), privat-personal (relacions-FAMILIAR)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 12 anys, de complexió alta i forta.

2.2 Caràcter: intel·ligent, desperta, madura, tímida. Nivell socio-econòmic: alt

3. Espais i temps d'actuació

L'espai on succeeix l'acció és privat: el magatzem del vagabund i la casa dels Fuster, on la família espera preocupada informació de la desaparició de la Sílvia.

III. OBJECTE DE VALOR: PREOCUPACIÓ FAMILIAR

Tipologia

Passional: La família està preocupada pel que li hagi pogut passar a la filla petita.

Les **competències per actuar i aconseguir objectius** es basen, principalment, en l'estament d'HAYER DE (trobar-la)

IV.I ADJUVANT: FERRAN

1.Tipologia: individual, figuratiu, adolescent (22 anys), privat-personal (amic)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noi 22 anys, de complexió forta

2.2 Caràcter: sensible, bon persona, insegur, tímid . Nivell socio-econòmic: baix

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Passional: està molt preocupat per la Sílvia i ajuda a en Carles a trobar-la.

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades, sobretot en HAYER DE (ajudar a en Carles per trobar a la Sílvia)

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a: fer perdre un objecte (fer que la família deixi d'estar preocupada aconseguint trobar la Sílvia)

2. Tipus d'acció: material-somàtica (ajuda a en Carles en la seva recerca)

3. Esfera d'actuació: privada-personal

IV.II ADJUVANT: MOSSOS D'ESQUADRA

1.Tipologia: col·lectiu, figuratiu, col·lectiu humà (agents de la seguretat), públic-políticoinstitucional.

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere:

-EVA: dona, 30 anys, complexió forta.

-DE LA CRUZ: home, uns 30 anys, complexió forta

2.2 Caràcter:

-EVA: generosa, intel·ligent, decidida

-DE LA CRUZ: brusc, llest, maldeducat

3. BENEFICIS DE L'ACCIÓ DE L'AJUDA

3.1. Tipologia: Social: fan la seva tasca; vetllen per la seguretat de les persones.

3.2. Competències per actuar i aconseguir: per la seva condició de membres del cos de seguretat estan basades HAVER DE, SABER i PODER

4. ACCIÓ DE L'AJUDA

1. Destinat a: fer perdre un objecte (fer que la família deixi d'estar preocupada aconseguint trobar la Sílvia)

2. Tipus d'acció: material-somàtica (busquen la Sílvia)

3. Esfera d'actuació: pública- políticoinstitucional.

V. OPONENT: PARE

1. Tipologia: individual, figuratiu, individu (home- uns 40 anys), privat-personal (relacions personals: familiars)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: home de 40 anys; d'estatura mitjana i estructura reforçada.

2.2 Caràcter: . Nivell socio-econòmic: alt

3. Perjudicis de l'acció d'oposició

3.1. Tipologia: passional (d'una banda frisa per trobar la seva filla); de l'altra: cognitiu (sap que trobar-la, significa que la seva aventura amb la secretària es faci pública)

3.2. Competències per actuar i aconseguir: basades en VOLER (trobar la seva filla); i HAVER DE (perquè se sent responsable de la fugida de la noia)

4. Acció d'oposició

4.1. Destinada a: FER PERDRE UN OBJECTE: i, per tant, la preocupació de la família per la desaparició de la Sílvia; a través d'una acció material-somàtica (la busca i se'n preocupa). L'esfera d'actuació és privada i personal (relació paterno-filial)

VI. CONTRACTE (DESTINADOR/DESTINATARI): FAMÍLIA

1. Tipologia: col·lectiu, figuratiu, col·lectiu humà (família), privat-personal

2. Extern al SUBJECTE

2.1. Tipologia: col·lectiu, figuratiu, col·lectiu humà (família), privat-personal (relacions familiars)

2.2. Trets físics, edat, gènere: família burgesa, de classe alta de Barcelona.

2.3. Caràcter: Nivell socio-econòmic: alt.

3. Competències per l'actuació

Basades principalment en VOLER (la família vol localitzar la Sílvia i que torni a casa sana i salva)

4. La manipulació contractual

Respecte als Mossos d'Esquadra és de PROMESA. El mateix que respecte al CARLES, que és l'element familiar que pot intercedir entre la Família i la Sílvia perquè torni a casa.

5. Efecte de la manipulació contractual

És de FER HAVER DE (trobar-la sigui com sigui)

6. Espais i temps d'actuació

L'espai bàsic és l'àmbit familiar (privat) de la casa dels Fuster.

El temps és el CONTEMPORANI-ACTUAL

VI. SANCIÓ (DESTINADOR: SÍLVIA/ DESTINATARI: PARE)

1.Tipologia: individual, figuratiu, individu (adolescent-12 anys), privat-personal (relacions-FAMILIAR)

2. Característiques:

2.1. Trets físics, edat, gènere: noia de 12 anys, de complexió alta i forta.

2.2 Caràcter: intel·ligent, desperta, madura, tímida. Nivell socio-econòmic: alt

3. Competències per a l'actuació

-La SÍLVIA no VOL saber res del seu pare, de manera EXPLÍCITA (de fet, fuig quan corrobora el tipus de persona que és al veure'l embolicant-se amb la secretària).

4. Passions i creences

La impulsen a actuar d'una banda la ràbia per què ha descobert (PASSIÓ) i la CREENÇA (que ningú li fas cas en una situació familiar insostenible)

5. Espais i temps d'actuació

L'espai on es desenvolupa l'acció és bàsicament el Word Trade Center (on i ha l'editorial Babel- on treballa el pare de la Sílvia) i la casa dels Fuster

El temps és contemporani-actual

6. Sanció

Reconeixament negatiu (la Sílvia no vol saber res del seu pare) i la retribució (càstig) es materialitza en què la noia deix de parlar al seu progenitor.

VII. ESTATS FINALS

1.1. Relació subjecte estat/objecte de valor: disjunció (la Sílvia no vol tornar a casa)

1.2. Acció del subjecte d'acció: èxit (en Carles aconsegueix localitzar la noia i tornar-la a casa, en bones condicions)

9.2. Consideracions arran de l'anàlisi semiòtica

D'aquestes sis trames analitzades en podem extreure algunes conclusions que poden extrapolar-se a un estudi més ampli. Veiem, per exemple, que l'ús dels estereotips és força utilitzat (i interessant) en les tres sèries. D'aquesta manera els personatges '*pijos*' segueixen unes dinàmiques força similars en els tres casos (bàsicament el de la Maica en el cas d'*El Cor de la Ciutat*, en Pau en el cas del *Ventdelplà* i en un tercer lloc la Laura de *Mar de Fons*): estariem davant de personatges força irresponsables, que no donen valor a les coses que tenen (la Maica, els diners) i en Pau (els diners i les relacions); que porten les situacions de perill al límit i, per tant, inconscients (robar en el cas de la Maica; les drogues, en el d'en Pau). En els tres casos, els pares són permissius; els ho consenteixen tot i posen a la seva disposició una targeta de crèdit, que quan tanquen és motiu de davallada per part dels nois.

Passaria el mateix amb els personatges homosexuals (a destacar que en ambdós casos, es tracta de relacions entre dos nois i no entre dues noies). Hi ha una certa similitud entre el personatge d'en Max (*El Cor de la Ciutat*) i el d'en Xavi (*Ventdelplà*)- els dos homosexuals reconeguts (l'Enric s'hauria

d'abordar a part perquè encara està en la fase de descoberta de la seva identitat sexual). Els dos personatges són sensibles, madurs, saben escoltar, són generosos i bons amics. Accepten la seva sexualitat sense prejudicis i estan presentats de manera modèlica.

El paper de l'adjuvant (confessor-ajudant), sovint, (tret del cas de l'Enric, que rep l'ajuda del seu avi) està realitzat per un amic, i per tant per algú del mateix 'grup d'iguals'. Això posa de manifest que en aquestes sèries (com passa a la realitat) els personatges busquen el consell dels amics, en primer terme, per resoldre els conflictes. En aquest cas el concepte d'"esterotip" també és aplicable al personatge que desenvolupa aquest rol: tant en el cas de la Mercè (*El Cor de la Ciutat*) com en el de la Mònica (*Ventdelplà*) hi trobem característiques en comú: saben escoltar, són atentes, es preocupen pels seus amics, etc.

I és que precisament, en totes les trames analitzades el conflicte en joc té a veure amb les relacions personals; les amoroses, les paterno-filials o les que tenen a veure amb els amics o 'grup d'iguals'. I per tant l'Objecte de Valor esdevé en "materialitzar aquesta relació". En aquestes relacions, en totes elles, la família hi té un paper cabdal. Així, en les trames 1, 3, 5 i 6 la família ocupa un rol destacat (1 i 3: Antisubjecte; 5: Subjecte d'Estat i 6: Contracte Destinador); difícilment veurem, com la FAMÍLIA es converteix en el subjecte d'acció d'una trama protagonitzada per un adolescent.

10. CONCLUSIONS

Hem estructurat les conclusions a partir dels objectius que plantejàvem a l'inici del treball de recerca hem estructurat les conclusions a través dels tres eixos de la investigació. I, per tant: de l'adolescència i els seus contextos per una banda (on s'inclou la relació que els adolescents estableixen amb els mitjans de comunicació), i de la televisió com a agent socialitzador en tant com representació de la realitat, però també com a generador de referents i d'imaginari sobre col·lectius concrets.

1) L'adolescència i els seus contextos

a) Sobre l'adolescència com a concepte

1. La condició adolescent és una etapa complexa de la vida amb canvis importants tant biològics com de conformació de la identitat i la personalitat.
2. Estudiar l'adolescència significa estudiar-ne els seus contextos. L'entorn, la família, la classe social seran elements determinants en l'etapa adolescent. No existeix una única adolescència, sinó múltiples i polièdriques.
3. El problema adolescent s'analitza sempre des de la perspectiva adulta. Des d'aquesta mirada és fàcil caure en prejudicis i generalitzacions. Les drogues, la violència, els embarassos no desitjats, el culte al cos i els trastorns alimentaris són problemàtiques que solen anar associades al concepte adolescent.

"Bona part dels 'problemes dels adolescents' són una qüestió de mirada. Les diferents mirades adultes tendeixen a ser mirades hostils que primer veuen el problema i després l'adolescent. Primer són drogaddictes, delinqüents o brètols, després adolescents, en lloc de l'inrevés. Ells i elles fa temps que tenen clar per a què serveix l'adolescència. Les persones adultes no. En lloc d'intentar descobrir com se senten, com pensen, quins

són els seus arguments vitals, posem una etiqueta de problema, un diagnòstic que comporti una intervenció posterior recuperadora". (JAUME FUNES, psicòleg- entrevista-annex; pàg. 203)

b) La relació de l'adolescent i els mitjans de comunicació

1. L'adolescent (com a condició inherent en ell mateix) es veu més gran del què és, i se sent més pròxim al món adult que no pas a l'infantil. L'etapa d'experimentació, el porta a adoptar actituds adultes i comportaments propis d'edats més avançades. És per això que esdevenen espectadors de programes que no van dirigits concretament a ells, sinó espais destinats a un públic generalista i especialment adult.

2. La televisió cada vegada perd més adeptes pel que fa al públic adolescent. Tot i així, els programes que prefereixen són aquells que s'inscriuen en l'àmbit de la ficció on apareixen actors (i per tant, no són d'animació ja que ho consideren productes per a nens). En les sèries de ficció més vistes pel públic adolescent¹¹⁰: *Aquí no hay quien viva* (A3), *Ventdelplà* (TV3), *Los Serrano* (T5), *Aída* (T5), els personatges adolescents formen part important de l'engranatge de les trames.

3. És obvi, per tant, que aquests personatges (però no únicament aquests) despertin una certa empatia en l'espectador adolescent.

"El que més volen de la televisió és veure-hi reflectida la seva vida quotidiana, amb els seves petiteses i grandeses, frivolitats i transcendències, però sense sentir-se estereotipats pels adults. Els joves volen conèixer la vida d'altres joves, sobretot de les mateixes edats, però en un món 'real' no aïllat dels adults, ni tampoc fet a imatge i semblança

¹¹⁰ CASAS, F. (2007): *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*. Barcelona-Girona, CAC i Institut de Recerca sobre la Qualitat de vida dels infants de la Universitat de Girona (pàg. 91)

del 'món dels adults i centrat només en el punt de vista adult'" (CASAS, 2007: 226).

4. Els responsables d'aquests programes són conscients de l'"interès" que desperten aquests arguments i personatges entre l'audiència jove i ho tenen en compte a l'hora de portar-los a terme.
5. L'element adolescent és un bon recurs per a l'engranatge argumental, ja que suposa una font de conflictes molt important per a l'evolució de les històries.

2) La televisió com a representació de la realitat

1. Des del punt de vista de l'emissor del discurs, aquest tipus de programes s'inspiren en la realitat, reinterpretant-la i adequant-la, com a generadora de conflictes. En altres paraules, l'actualitat, però també l'experiència pròpia dels creadors, acaben convertint-se en fonts habituals d'inspiració per a la realització aquestes històries.
2. Els responsables d'aquestes sèries no pretenen (i en això hi ha unanimitat d'opinió) representar la realitat (en el sentit de mostrar-la tal i com és). L'objectiu primer i gairebé únic d'aquests programes és entretenir i no pas educar. Amb aquesta idea, sovint, no es tenen en compte els efectes que determinats missatges poden provocar sobre un públic tan vulnerable i susceptible com és l'adolescent
3. La mirada adulta respecte a l'adolescència és la que preval, doncs, en la seva adaptació a la pantalla. Els personatges adolescents que hi apareixen configuren en si mateixos un repertori de conductes adolescents, sovint basades en estereotips. Aquests models ofereixen una visió reduccionista de

l'adolescència en general. I precisament aquesta etapa, des d'un punt de vista social i psicològic, només pot entendre's des del seu caràcter polièdric i tenint en compte els factors contextuais.

4. La ficció televisiva com a responsable de crear imaginaris sobre col·lectius específics no pot obviar els valors que transmet a través dels seus continguts. Uns continguts que resulten especialment atractius per un públic adolescent.

5. La construcció de móns de ficció, en un mitjà d'influència tant important com la televisió, incideix d'una manera directa en la manera com els individus viuen la realitat social. El poder socialitzador del mitjà televisiu ha de ser tingut en compte des de dins del mitjà. Només així, un col·lectiu com el de l'adolescència podrà ser representat amb tota la seva riquesa i des de totes les mirades possibles (adolescent inclosa).

c) La televisió generadora de marcs de referència i imaginaris col·lectius

1. L'anàlisi semiòtica del discurs audiovisual, en aquest cas centrat en la imatge que les telenovel·les catalanes donen dels adolescents ens permet constatar que la realitat social és la matèria prima sobre la qual se sustenta l'imaginari col·lectiu (i per tant, a través de la qual es busca de manera intencionada la identificació i l'empatia).

Es comprova també que a través d'aquestes sèries (dirigides a un públic familiar que, per tant, no només no exclou el pròpiament adolescent sinó que a més l'incorpora com a protagonista de moltes de les seves trames) els adolescents es presenten com a personatges clarament positius, malgrat que hagin de fer front a conflictes difícils o que adoptin, en moments puntuals, conductes de risc.

Aquest tret positiu queda definit en funció dels valors ètics i socials que es desprenen dels objectius que persegueixen. Els objectius de les trames on els

adolescents compleixen un rol central són, sobretot, de tipus passional (ajudar a algú, aconseguir l'amor de l'estimat/da, posar en evidència els problemes familiars, etc). Gairebé tots els conflictes exposats giren al voltant de les relacions: amoroses, amb els pares o amb els amics/companys.

El discurs esdevé així prou ampli per oferir un ventall de connexions amb la realitat que afavoreixin la proximitat amb l'espectador. Els conflictes o les conductes de risc pròpies de l'etapa adolescent (assetjament escolar; bulímia/anorèxia, drogues, etc) afloren, puntualment, en les històries. En aquests casos, el conflicte és generador d'una trama i habitualment es produeix el fet que en la resolució d'aquest conflicte el noi/a que el protagonitza acaba redimint-se (els personatges 'dolents' acaben convertint-se en 'bons').

2. La representació que les ficcions fan dels adolescents i dels seus rols dins les trames es basa, en bona mesura, en prototipus i mons comuns generalistes i de fàcil identificació.

11. BIBLIOGRAFIA

ADORNO, TH. (1973): *Crítica cultural y sociedad*. Barcelona, Ariel

AGUINAGA, J. (1991): *Infancia y adolescencia: la mirada de los adultos*. Madrid, Ministerio de asuntos sociales.

ALBERO, M. (2006) *Violència, sexe i TV: la mirada adolescent*. Barcelona, Octaedro

ALEGRET, J.; COMELLAS, M.J.; FONT, P.; FUNES, J. (2005); *Adolescents. Relacions amb els pares, les drogues, la sexualitat i el culte al cos*. Barcelona, Graó. Col·lecció Família i Educació

ARAN, S.; BARATA, F.; BUSQUET, J.; MEDINA, P. (2001): *La violència en la mirada. Anàlisi de la violència a la televisió*. Barcelona, Trípodos a la col·lecció Papers d'Estudi

BANDURA, A. (1999): *Teoría social cognitiva de la comunicación de masas. Los efectos de los medios de comunicación*. California, Stanford University Press.

BANDURA, A. i WALTERS, N. (1977): *Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad*. Madrid, Alianza.

BARTHES, R. (1971): *Elementos de Semiología*. Madrid, Alberto Corazón editor

BERGER, P. i LUCKMANN, T. (1988): *La construcció social de la realitat*. Barcelona, Herder

BERGER, P y LUCKMAN, T. (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. Barcelona, Paidós Studio

BETTELHEIM, B. (1995): *Psicoanàlisis de los cuentos de hadas*. Barcelona, Crítica

BERRIO, J. (1995): *Bases de teoria social de sociologia de la comunicació de massa*. UAB, Servei de publicacions, Col·lecció Materials, núm.16

BLUMER, H. (1982): *El interaccionismo simbólico; perspectiva y método*. Barcelona, Hora

BOURDIEU, P. (1997): *Sobre la televisió*. Barcelona, Edicions62

BOURDIEU, P. (1988): *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus

CARDÚS, S. (2000): *El desconcert de l'educació: les claus per entendre el paper de la família, l'escola, els adolescents, els valors, la televisió i la incertesa del futur*. Barcelona, La Campana

CASAS, F. (2007): *Preferències i expectatives dels adolescents relatives a la televisió de Catalunya*. Barcelona-Girona, CAC i Institut de Recerca sobre la Qualitat de vida dels infants de la Universitat de Girona

CASASÚS, J.M. (1985): *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Editorial Mitre

CASTELLS, M. (2003): *L'era de la informació: economia, societat i cultura*. UOC

CASTELLÓ, E. (2006): *La fàbrica dels somnis de TV3*. Tarragona, Universitat Rovira i Virgili.

CASTRO de PAZ, R. (1995): *El surgimiento del telefilme*. Madrid, Paidós

CHALVON, M. i altres (1982): *El niño ante la televisión*. Barcelona. Editorial Juventud.

COLEMAN, J.C. (1985): *Psicología de la adolescencia*. Madrid, Ediciones Morata

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA, QUADERNS del CAC, (2003): *El llibre Blanc: L'educació en l'entorn audiovisual*

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL A CATALUNYA (setembre, 2005-abril 2006): *Televisió i immigració*. Núm: 23

COSTA, O.; PÉREZ TORNERO, J.M. i TROPEA, F. (1996): *Tribus urbanas: el ansia de la identidad juvenil*. Barcelona: Paidós

DE MIGUEL, A. (1979): *Los narcisos. El radicalismo cultural de los jóvenes*. Barcelona, Kairós

ECO, U. (1972): *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Barcelona, Lumen

ELZO, J. (2004): article "*La Educación del futuro y los valores*", al Cicle "Debates de educación", UOC i Fundació Jaume Bofill

ELZO, J. (2000): *El silencio de los adolescentes*. Madrid, Temas de Hoy

ERICKSON, E. (1981): *Identidad, Juventud y crisis*. Madrid, Taurus Ediciones

ERICKSON, E. (1972): *Sociedad y adolescencia*. México, Siglo XXI

FERNÁNDEZ, JOSEP (2002): *El Consumidor adolescent. Televisió, marques i publicitat*. Saragossa: Universitat Autònoma de Barcelona, Universitat Jaume I, Universitat Pompeu Fabra, Universitat de València. Col·lecció Aldea Global, núm. 12

FERRÉS, J. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós

FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós

FIERRO, A. (1993): *Desarrollo de la personalidad en la adolescencia*. Madrid: Alianza Editorial

FIGUERAS, M. (2004): *La imatge corporal en les revistes juvenils femenines*. Barcelona, Secretaria General de Joventut, Generalitat de Catalunya

FOUCAULT, M. (1990): *Tecnologías del yo y otros textos afines*. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica.

FRANÇA, L. (2000): *Contribuciones de la televisión en la formación de la identidad adolescente*. Barcelona, UAB. Topogràfic

FRANÇA, M.E. (2001): *La contribución de las series juveniles de TV a la formación de la identidad de los adolescentes*. Barcelona, UAB

FUNES, J (2005). *Arguments adolescents: el món dels adolescents explicat per ells mateixos*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill; Secretaria General de

Juventut

GIDDENS, A. (1998): *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona, 2a edició Península

GIDDENS, A. (1992): *La transformación de la identidad*. Madrid, Cátedra , 3a edició

GIL CALVO, E. (1985): *Los depredadores audiovisuales. Juventud urbana y cultura de masas*. Madrid, Tecnos

GONZÁLEZ REQUENA, J. (1999): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra

GREIMAS, A.J. (1989): *Del sentido II. Ensayos semióticos*. Madrid, Editorial Gredos

HAVINGHURST, R.J. (1972) *Developmental tasks and education*, New York, Mc Kay

JAKOBSON, R. (1975): *Ensayos de lingüística general*. Madrid, Seix Barral

LASCH, C. (1979): *The culture of narcissim*. Nova York, Norton&Co

LEVI, G. y SCHMITT, J.C. (1996): *Historia de los jóvenes*. Madrid, Taurus

LÉVI-STRAUSS, C. (1981): *La Identidad*. Barcelona, Petrol

MARCIA, J.E. (1966) Development and validation of ego-identity status. Nova York , Wiley

MARCUSE, H. (1987): *Eros and civilisation. A philosophical inquiry into Freud*. Londres, Ark Edition

MARTÍN-BARBERO, J. i REY, G. (1999): *Los ejercicios del ver: Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona, Gedisa

MARTÍNEZ, R. (2002): *Cultura juvenil i gènere*. Barcelona, Generalitat de Catalunya, Secretaria General de Joventut, Col·lecció Estudis 8

METZ, C. (2001): *El significante imaginario: psicoanálisis y signo*. Barcelona, Paidós

MEYROWITZ, J. (1985): *No sense of Place: The impact of electronic media on social behaviour*. Nova York, Oxford University Press.

MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la comunicación de Masa, Escuelas y autores*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili

PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós

PERICOT, J. (2002): *Mostrar para decir, la imagen en contexto*". Barcelona, UPF, col. Aldea Global (13)

PERINAT, A. M. (1997): *El desenvolupament en l'adolescència*. Barcelona, UOC

PIAGET, J. i INHELDER, B. (1970): *De la logique de l'enfant à la logique de l'adolescent*. París, Presses universitaires de France

- POPPER, (1998) a ARNAL, J. i altres (1994): *Investigación Educativa-Fundamentos y metodologías*. Barcelona, Editorial Labor
- POSTMAN, N. (1991) *Divertirse hasta morir*. Barcelona, Editorial La Tempestad.
- PROPP, V. (1985): *Morfología del cuento*. Madrid, Ediciones Akal
- RICE, F.P. (1999): *The Adolescent. Development, relationship and Culture*. Boston, Allyn & Bacon
- SCHILLER, H. (1987): *Los manipuladores de cerebros*, Barcelona, Gedisa
- SILVERSTONE, R. (1996): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu
- TRIADÓ, C. et alt (2000): *Psicología del desenvolupament; adolescència, maduresa i senectud*. Barcelona, Paidós.
- TURKLE, S. (1998): *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona, Paidós
- VILCHES, L. (1993): *La televisión. los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós
- VILCHES, L. (1984): *La lectura de la imagen*. Barcelona, UAB; TD/12
- WIMMER, R.D i DOMINICK, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona, Bosch Comunicación

WOLF, M. (1994): *Els efectes dels mitjans de comunicació de masses*.
Barcelona, Barcelona Paidós

WOLF, M. (1982): *Sociologías de la vida Cotidiana*. Madrid, Ediciones Cátedra

ZUNZUNEGUI, S. (1989): *Pensar la imagen*. Madrid, Ediciones Cátedra

12. ANNEXOS

12.1. Entrevistes

Aquesta investigació prenia com a punt de partida el discurs audiovisual, i per tant, ens semblava necessari conèixer el posicionament al respecte de l'enunciador. En aquest cas, l'enunciador pren, metafòricament, dues formes: d'una banda la del creador directe i per tant, guionista de la història i dels seus personatges i de l'altra (des d'una altre estament) la del responsable del macrodiscurs (i per tant, de l'enunciació global del conjunt de la programació): en aquest cas, els responsables de la televisió (TV3).

Amb aquest objectiu hem adreçat un qüestionari a diversos professionals del mitjà, directament implicats en els programes analitzats en aquesta investigació per conèixer la seva perspectiva respecte el fenomen de la representació dels adolescents a les telenovel·les catalanes. La visió d'aquests guionistes i responsables del canal autonòmic s'han complementat amb l'opinió sobre aquest fenomen d'un psicòleg de prestigi, especialitzat en matèria adolescent.

La informació que es conclou d'aquests qüestionaris ens aproximaran al fenomen estudiat des de tres òptiques diferents que responen als interessos i mirades que conflueixen en aquest treball de recerca: la psicologia, la producció audiovisual i la programació televisiva.

12.1.1. XAVIER ROMERO, cap de l'àrea d'Infantil i Juvenil del Departament d'Entreteniment

-Quin és el pes que té la ficció catalana en la programació de TV3?

Crec que els dramàtics han esdevingut una de les línies fonamentals de la programació de TV3. Una línia que va començar a engegar , després d'alguns anys sense acabar de trobar el seu espai, amb "Poble Nou" i que ha anat creixent fins avui.

Tenir una ficció pròpia vol dir, entenc, poder recrear tot un entorn de relacions socials amb referents propis, llatins, mediterranis, catalans, enfront de l'hegemonia de la ficció anglosaxona. La proximitat ha estat sempre una de les claus de l'èxit de TV3.

-Quins són els trets que identifiquen la FICCIÓ feta a casa nostra?

Proximitat, tal com deia. Un equilibri òptim entre els recursos emprats, la seva funció en la programació i la qualitat dramàtica.

Compromís, en els sentit d'abordar qüestions sensibles des d'un punt de vista social (immigració, homosexualitat, drogodependències...)

-El seu objectiu és arribar a un públic familiar?

Si, en alguns casos més que en d'altres. Més en les telesèries, crec, que en algunes sít-coms. Tot i això crec que s'ha donat un fenomen pel qual, al temps que els programadors buscaven un públic familiar, el públic de les franges més joves també s'ha anat interessant pels dramàtics.

Considerem la hipòtesi que en la preadolescència comença a haver un cert rebuig cap a l'animació en tant que s'interpreta com un gènere propi de la

infància i les seves preferències s'inclinen cap a la ficció. Ens sembla percebre que, en general, els nens s'interessen, més que abans, per continguts superiors als que considerariem propis de la seva franja *natural*.

-És per això que els adolescents ocupen una part important de les línies argumentals de les sèries catalanes?

No sé si es una intenció tan premeditada, diria que no. Crec que el més important es que son una bona font de conflicte des del punt de vista dramàtic i que generen unes situacions interessants, empàtiques, per totes les franges de públic: pels nens que hi *aspiren*, pels propis adolescents que s'hi identifiquen i pels adults que viuen els conflictes amb ells.

-Creus que la televisió dóna una imatge real de l'adolescència del nostre país?

Crec que la ficció no ha de tenir com objectiu reflectir la realitat. S'hi inspira i la reinterpreta en clau dramàtica per generar bones històries. Això suposa també, al meu parer, defugir dels tòpics i sovint l'adolescència pateix d'un tractament massa adotzenat. No penso però que sigui el cas de TV3 que sempre ha tingut cura i sensibilitat social per tractar aquests temes amb prou rigor.

-Estariem parlant en la seva major part d'una imatge positiva, segons els rols en què s'inscriuen els personatges adolescents?

Si. Positiva en tant que ,sense defugir el conflicte i les contradiccions es capaç de crear personatges atractius i empàtics.

-Els contextos dels protagonistes adolescents a les sèries de producció pròpia del canal de TV3 estan, des del teu punt de vista, extrets de la realitat?

Crec que reflecteixen bé el desconcert i l'agosament propi d'aquesta etapa vital. També el seu entorn i els conflictes amb ell.

-Les sèries volen representar la realitat?

No, tal com deia, s'hi inspiren, la reinterpreten, la reordenen, la elaboren per donar-li intenció, sentit i ritme dramàtic.

-Què és pretén amb l'aparició d'aquests personatges adolescents (només forma part de la trama de la història i per tant és una bona franja d'edat per generar conflictes; és intencionat i el que es vol és captar l'audiència d'aquesta edat; es pretén mostrar la realitat tal i com és, ...)? Hi ha un objectiu concret?

Crec que hi ha una mica de cadascun dels objectius apuntats.

-Els és més fàcil, als adolescents identificar-se amb personatges de la seva edat?

Clarament sí, si estan ben tractats. L'empatia és molt més gran cap els seus iguals justament en aquesta etapa vital. Els atrau molt trobar personatges que manegen els mateixos conflictes que ells i que es manifesten com ells.

Crec que és un moment molt contundent d'afirmació per la negació de la infància i del món adult. Té unes característiques molt singulars, molt específiques.

-S’hi veuen representats a través de les accions i problemes que viuen els protagonistes adolescents de les sèries; s’hi comparen, per tant, o més aviat els veuen com a personatges “ideals”?

S’hi comparen. Crec que el que valoren es el mateix conflicte. Si considerem “ideal” com “exemplar” –que potser no es el cas- clarament no. Tot i això si que crec que es possible crear personatges adolescents que es percebin com “ideals”.

-Què creus que hi busquen en aquestes sèries? Les miren perquè no hi ha prou oferta específica per a ells?

Hi busquen l’empatia i identificació que dèiem. Encara que hi hagués oferta específica per a ells les mirarien igual però això no treu que l’oferta específica seria desitjable.

En el cas del K3, dins de la programació del 3XL, hi ha tres sèries de producció aliena específiques pel públic adolescent: “Berlín, Berlín”, “Turc per principiants” i “Som així” que tenen força èxit i en son un bon exemple.

-Creus que és important que mirin aquestes sèries acompanyats de persones adultes?

En el cas de les ficcions de TV3 crec que es bo però no imprescindible. Son prou fiables en el rigor dels tractaments. D’altra banda cal considerar si l’adolescent te gaire predisposició a asseure’s a veure la tele amb els seus pares. En els cas de nens, però, clarament si.

-Fins a quin punt creus que mirar aquestes sèries “de moda” els fa més fàcil la integració en el seu “grup d’iguals”, i per tant potenciarà les xarxes de relació?

Influeix positivament. Encara positivament el tractament del conflicte i crec que això es bo. No sé si amb prou força com per potenciar xarxes de relació però en tot cas aporta elements que ajuden a prendre consciència del conflicte.

-Els mitjans de comunicació tenen bona part de responsabilitat en el desconcert que viu l'educació en aquest moment? O és una font d'informació i entreteniment per qui la mira?

Crec que no en l'origen d'aquest desconcert que es més aviat d'origen social (món del treball, canvi de rols familiars, societat urbana, consumisme ...) però si que juga un paper important en la consolidació d'aquests estatus.

Crec en la funció social dels mitjans que tenen l'obligació de saber mostrar mirades crítiques.

Ha de ser una font d'informació, d'entreteniment i –indestriablement- d'educació. L'entreteniment pot ser educatiu, sempre i quan no prioritzi els objectius educatius – que hi han de ser sempre implícits- als de l'obra de ficció. La ficció ben feta es tremendament educativa des d'un punt de vista emocional, de posar en joc tot l'entorn de relacions interpersonals i socials.

-Creus que la “perspectiva adulta” (analitzem el factor adolescent des d'una mirada adulta: els professors, els pares però també els mitjans de comunicació) no s'ajusta prou a la realitat adolescent?

Crec, com deia abans, que pel que fa als mitjans de comunicació sovint viu del tòpic i dels prejudicis. La imatge de l'adolescent irresponsable, superficial, frívol i consumista es un *clixé* bastant habitual. Es curiós perquè així com no tots els adults han pogut viure l'experiència de ser d'una altre ètnia, o de ser dona o avi, si que necessàriament han viscut la de ser adolescent per això sembla que s'hauria de tenir una comprensió més subtil i precisa d'aquesta circumstància. Fent, simplement, un exercici de memòria.

L'agosament , que de vegades, sovint, pot esdevenir imprudència, l'exploració dels límits, son difícils d'acceptar en un món que es vol cada dia més segur i amb garanties. S'interpreta com irresponsabilitat , es nega i no es reconeix el conflicte. Vull dir que tot això fa que sigui un tema difícil de tractar de manera efectiva.

-En general, quina imatge creus que la societat té dels adolescents?

No s'esforça, aspira una vida fàcil, no es compromet, es consumista, materialista, està consentit, sovint violent i en general irresponsable.

Be, suposo que es un estereotip que també conviu amb una percepció més amable quan es te relació familiar amb adolescents.

-Quines creus que són les mancances que TV3 té respecte al públic adolescent?

Aconseguir una programació que els resulti més adequada i interessant. En això estem treballant, és un públic molt exigent i "*delicat*".

12.1.2. PERE ARCAS, cap de programes educatius de TV3

-Quin és el pes que té la ficció catalana en la programació de TV3?

La ficció catalana és una peça bàsica de la graella de programació de TV3 (no passa el mateix amb K3 ni 33 analògics, que ara mateix no tenen producció pròpia de ficció en la seva oferta). Em refereixo sobretot a les sèries de ficció, però tampoc podem oblidar les TV Movies.

Bona part de les sèries de ficció catalanes aguanten el segon prime time de TV3 (a partir de les 10:30 aproximadament). Les ficcions estrangeres, en canvi, no acaben de trobar l'acceptació de l'audiència, amb l'excepció ben recent de la sèrie "Herois", que ha estat un èxit.

Pel que fa a l'aspecte laboral, la ficció catalana que s'emet per TVC (tant pels canals analògics com pels digitals) és un motor important de la indústria audiovisual al nostre país. Mobilitza una part important de la plantilla de TVC i també dona feina a altres empreses productores catalanes.

-Quins són els trets que identifiquen la FICCIÓ feta a casa nostra?

Tendim a mostrar situacions properes a la nostra audiència. De fet, les sèries que han volgut universalitzar el contingut ("Crims", "Quan es fa fosc") no han estat prou acceptades.

Ens movem millor en el camp de la tele sèrie de continuïtat ("El cor de la ciutat", "Ventdelplà"), on les situacions són extrapolables a la vida quotidiana, amb la diferència que a la sèrie s'utilitza la convenció que els conflictes són sempre molt abundants i passen en poc temps. Normalment, els finals són en positiu perquè fem sèries blanques.

L'altre gènere que desenvolupem amb èxit és el de la sit-com ("Plats bruts", "Lo Cartanyà"), on tenim la sort de comptar amb grans especialistes en aquest país.

-El seu objectiu és arribar a un públic familiar?

Depèn. Les telesèries, per exemple, són clarament programes de vocació familiar. Les sit-com, en canvi, necessiten sovint definir un target perquè l'humor és sempre un paràmetre classificador. Fer humor per a tothom és molt difícil (no impossible).

Sempre hi ha sorpreses: "Polònia", per exemple, és un producte que difícilment podríem pensar que acabaria arribant a tots els públics, inclosos els adolescents.

-És per això que els adolescents ocupen una part important de les línies argumentals de les sèries catalanes?

És cert que els adolescents ocupen una part important en el gènere de les telesèries. No passa el mateix amb les sit-com o les sèries de ficció ("Porca Misèria").

Segur que el fet de voler adreçar-se a tots els públics fa pensar en incloure personatges de tots els targets possibles. Però suposo que també hi fa molt el fet que, en qualsevol narració, sense conflicte no hi ha història... i els adolescents són una font d'històries en aquest sentit. Per a un guionista, la vida d'un adolescent aporta molt de contingut aprofitable.

-Creus que la TV dóna una imatge real de l'adolescència del nostre país?

Crec que no es pot parlar d'adolescència, ni de joventut, ni de vellesa o la maduresa, d'una manera general tractant-la com a col·lectiu social heterogeni. Crec que hi ha de tot, afortunadament.

Tampoc generalitzaria pel que fa a la imatge que donem dels adolescents a la televisió perquè és molt diversa. No donem la mateixa imatge d'ells en una ficció, on del que es tracta és de mostrar conflicte com a motor i catalitzador de l'evolució d'una trama, que en un programa amb finalitat educativa com "Fòrum Junior" o "Dies digitals", on els adolescents tenen veu i expressen les seves opinions sobre el que els envolta amb molt de criteri.

-Estaríem parlant en la seva major part d'una imatge positiva, segons els rols en què s'inscriuen els personatges adolescents?

Els personatges d'adolescents són una peça més de l'engranatge de la història. Per tant, donen imatge negativa o positiva en funció de les necessitats de la trama.

Tanmateix, penso que on realment s'hi ha d'esmerçar esforços en donar imatge positiva és en la resolució dels conflictes que afecten als personatges adolescents. Per exemple, quan estem davant d'una línia argumental que desenvolupa el problema de la drogoaddicció hem de fer-ho anar bé per mostrar actituds que afronten el problema i cerquen solucions (... i si les troben, encara millor!).

Personalment, em sembla que les ficcions de TVC són sensibles a aquest tipus d'estratègia.

-Els contextos dels protagonistes adolescents a les sèries de producció pròpia del canal de tv3 estan, des del teu punt de vista, extrets de la realitat?

Si, perquè la realitat és molt diversa, gairebé inesgotable (ara mateix recordo una frase de la meua infantesa que deia Luis Arribas Castro en el seu programa de ràdio: “Sin duda alguna, la ciudad es un millón de cosas”).

El que mai serà possible és mostrar TOTA la realitat.

-Les sèries volen representar la realitat?

Volen tendir a fer-ho en la major part de les sèries. Sobretot en els serials costumbristes de consum ràpid tipus “Cor de la ciutat”. Una altra cosa són les comèdies de situació (sit-com) on, precisament, l'èxit de la producció radica en la gràcia amb què es fa paròdia de la realitat, és a dir, amb què ens allunyem d'aquesta.

-Què és pretén amb l'aparició d'aquests personatges adolescents (només forma part de la trama de la història i per tant és una bona franja d'edat per generar conflictes; és intencionat i el que es vol és captar l'audiència d'aquesta edat; es pretén mostrar la realitat tal i com és, ...)? Hi ha un objectiu concret?

Una mica de tot, però jo diria que l'objectiu prioritari és enriquir la trama, el segon captar l'audiència d'aquest target i que la resta va al darrere, amb diferència. Estic parlant, evidentment, de les ficcions amb finalitats d'entreteniment.

Hi ha altres ficcions amb finalitats documentals o educatives que tenen un ordre de prioritats diferents.

-Els és més fàcil, als adolescents identificar-se amb personatges de la seva edat?

Per la meva experiència, penso que als adolescents se'ls fa més atractiu identificar-se amb personatges d'edat superior a la seva. Els agrada més veure allò que volen ser (germà gran que viu en un pis de solters, per exemple) que allò que ja són.

-S'hi veuen representats a través de les accions i problemes que viuen els protagonistes adolescents de les sèries; s'hi comparen, per tant, o més aviat els veuen com a personatges "ideals"?

Estic convençut que els adolescents els agrada més la trama dels tres joves que comparteixen pis i fan festes amb noies a "Ventdelplà" que no pas les adolescents amb problemes a l'escola de "El cor de la ciutat".

-Què creus que hi busquen en aquestes sèries? Les miren perquè no hi ha prou oferta específica per a ells?

Crec que hi busquen entreteniment i poca cosa més. Com la resta de l'audiència. No sóc partidari de segmentar l'oferta en funció de les edats. Sóc més partidari de fer-ho en funció dels objectius (entretenir, informar, entretenir informant, etc...)

-Creus que aquests programes els ajuda d'alguna manera en la seva formació de valors? Dit d'una altra manera, aquests programes són educatius?

Crec que si som capaços de plantejar les situacions amb rigorositat i sabem desenvolupar les tesi a les trames, les ficcions són una eina d'educació molt

més potent que una producció audiovisual amb finalitats purament acadèmiques.

-Creus que és important que mirin aquestes sèries acompanyats de persones adultes?

No és imprescindible. Tot depèn del grau d'implicació que tinguin els pares en l'educació dels seus fills. De vegades pot ser, fins i tot, contraproductiu.

-Fins a quin punt creus que mirar aquestes sèries “de moda” els fa més fàcil la integració en el seu “grup d'iguals”, i per tant potenciarà les xarxes de relació?

Tinc la impressió que, ara mateix, la televisió no ocupa un lloc preeminent entre els mecanismes de relació social dels adolescents. Ho són més les noves tecnologies de comunicació com “Messenger” o l'intercanvi d'arxius d'àudio i vídeo per Podcast, per mòbil o per la plataforma “Youtube”.

-Els mitjans de comunicació tenen bona part de responsabilitat en el desconcert que viu l'educació en aquest moment? O és una font d'informació i entreteniment per qui la mira?

Els mitjans de comunicació tenim responsabilitats en tant que emissors d'informació per a la població. TOTS els mitjans: els identificables (Premsa, ràdio, TV públiques i privades) i els anònims (blogs, fòrums, xats...)

Pel que fa al desconcert de l'educació, jo sempre defenso que els mitjans de comunicació no som decisius en l'educació societat en les distàncies curtes. Nosaltres no hauríem de ser els educadors de ningú sinó el complement educatiu.

La meva opinió és que la nostra societat, segurament per comoditat, ha deixat en mans de pocs l'educació social, concretament, en mans de mestres en hores lectives i dels mitjans en hores domèstiques obviant que l'educació és una feina constant al llarg de tota la vida de les persones.

Parlo, evidentment, d'una educació que va molt més enllà de l'adquisició de coneixements acadèmics i l'aplicació de normes socials de conducta.

-Creus que la “perspectiva adulta” (analitzem el factor adolescent des d'una mirada adulta: els professors, els pares però també els mitjans de comunicació) no s'ajusta prou a la realitat adolescent?

No tinc cap dubte d'això. I els que fan l'esforç d'analitzar-ho des de la perspectiva adolescent són poc escoltats.

-En general, quina imatge creus que la societat té dels adolescents?

Crec que, en general (que consti que no m'agrada generalitzar), tenim poca memòria per recordar l'època en què nosaltres vam ser adolescents.

Penso que tenim la tendència a pensar que l'adolescència és una fase transitòria que cal passar tan aviat com sigui possible, ignorant que durant aquesta fase estem centrant les bases de comportament emocional i de conducta social de l'individu.

-Quines creus que són les mancances que TV3 té respecte al públic adolescent?

L'adolescent és el target més difícil per a la televisió en general (a TVC en tenim un altre encara més difícil: el target dels immigrants tant els actuals com els de la primera immigració). No trobem la manera d'arribar-hi amb garanties.

Potser ens faria falta més mentalitat adolescent entre els treballadors de la casa, perquè la via de la contractació és impossible. Seria il·legal! (permet-me la broma).

Falten programes per a adolescents perquè no ens atrevim a fer-los. Els que hem produït no han funcionat especialment. Però donant una ullada a les graelles dels altres canals ens adonem que TVC té, ara mateix, les mateixes mancances en matèria d'adolescència que la resta de canals.

12.1.3. JORDI ROURE, cap de dramàtics de TV3

Quin és el pes que té la ficció catalana en la programació de TV3?

Tenim una sèrie que és el "Cor de la Ciutat" que es fa al migdia, que aquest any ja va per la sisena temporada. Tenim una franja que hem obert fa dos anys que és aquesta telenovel·la de dos episodis a la setmana (dilluns i dimarts), que van començar sense cap tipus de pretensió, no sabíem ben bé on col·locar-ho. Amb el director se'ns va acudir aquesta idea de fer-ho dos dies a la setmana (la BBC tenia algun format similar però que es feia al llarg de tota la setmana); vam pensar de fer-ne dos però de llarg recorregut agafar el format i la manera de fer de les telenovel·les. Ho vam fer amb l'empresa Diagonal TV i vam treure un producte econòmicament molt ajustat amb una proximitat molt alta amb l'espectador: la vam encertar. Per tant en aquest moment podem dir que tenim consolidat una franja als migdies i els dilluns i els dimarts en horari de *prime time*, després del TN-Vespre.

És el mateix espectador el del *Cor de la ciutat* que el de *Ventdelplà*?

Penso, que en gran part sí. El que passa és que pels horaris i la disponibilitat de la gent pot variar una mica. Segurament "Ventdelplà" ha restat una mica de públic a "El Cor". Hi ha gent que diu: 'jo només en segueixo una' i prefereixen "Ventdelplà". No ens ha restat molt, però és fàcil que hi hagi algun efecte d'aquest tipus: d'un 3%. "El Cor" està fent un 30% de *share* quan abans era d'un 40%. Ara hi ha més canals que estan en competència amb nosaltres (sobretot Cuatro i La Sexta), i per tant, el pastís s'ha de repartir entre més. Tot i així "El Cor de la Ciutat" és un dels programes més vistos de Catalunya (està entre els 5 primers més vistos de la setmana). Les trames es plantegen a principi de setmana i l'arc es tanca el dijous o el divendres (vam veure que dijous teníem més audiència, i ara la resolució de les trames sovint és dijous).

A la nit, cada vegada més l'episodi té una entitat pròpia; hem construït una telenovel·la de nit que s'ha anat retardant al *prime time*, com un producte amb prou entitat pròpia. En aquest moment la telenovel·la a TV3 és un gènere que està molt consolidat i que basa part del seu èxit amb la proximitat amb l'espectador; històries properes i gens complexes. Amb aquesta idea hem obert d'altres espais on hem experimentat i on hem intentat afiançar d'altres productes, d'altres formats, per exemple en el cas de la sit-com. No té tanta força com amb la telenovel·la però déu-ni-dó.

Quin és el vostre públic objectiu amb aquestes sèries?

El nostre objectiu, fins fa dos o tres anys, era el de buscar un públic clarament familiar on pares, fills i avis poguessin compartir aquest moment de sobretaula o de després de sopar per trobar un producte d'unió, familiar que potser no és el millor producte per cadascun d'ells però en canvi és el punt de compromís. Perquè la ficció és cara, perquè necessitem una certa audiència. És veritat que això passava quan la televisió tenia un 20% de mitja i evidentment això està canviant molt ràpidament perquè som molta gent a menjar del mateix pastís. També és veritat que de la gent nova que s'ha introduït a Catalunya hi ha un milió de "clients" més, però és gent que encara no es mou en català, els seus fills potser sí, però ells encara no perquè la llengua vehicular és el castellà. Per tant, nosaltres d'aquest pastís nou pràcticament encara no el podem tenir en compte. Aquesta gent avui per avui ens afecta poc, però a partir d'ara haurem de fer replantejaments i esforços. Anem a un públic familiar, però estem en un moment d'un cert canvi que ens fa replantejar el futur. No deixarem de buscar un públic familiar però sí que hi ha un cert interès per anar a buscar un públic determinat d'una franja d'edat concreta i no estar tant pendent de tenir grans audiències; sinó més petites però més qualitatives. Quan un producte té èxit travessa edats i es converteix en "familiar".

Els adolescents miren la TV d'una manera diferent; amb el PC...No tenen una actitud passiva davant de la tele i són capaços de fer moltes coses mentre la miren. Es concentren menys en una cosa,són més dispersos, però tenen actituds diferents davant del món audiovisual. I en això estem treballant. Internet és molt important per nosaltres.

Han augmentat el nombre de trames on hi intervenen adolescents perquè s'ha detectat que hi ha més públic d'aquesta edat que mira les telenovel·les?

Nosaltres com a responsables del producte no encarreguem això. El que passa és que portem molts anys buscant; els nostres guionistes tenen fills adolescents i és lògic que hi hagi més trames amb nois d'aquesta edat. Hi ha una barreja de factors. Anem buscant temes, l'actualitat també ens marca. Nosaltres no demanem a ningú una sèrie familiar on tothom s'hi senti representat. Els adolescents miren poc al tele i menys a nosaltres. En aquest temps, però, de selectivitat i que els escoles acaben les classes, hi ha més adolescents a casa...tal i com hem detectat. Per això si hi ha més adolescents a casa és lògic que en aquesta època fem més trames on hi surtin adolescents i que tinguin una intensitat màxima. Els nois que estan a casa utilitzen les sèries per distreure's.

"El Cor de la Ciutat" ha augmentat significativament l'audiència jove des que s'han acabat les classes al cole. I això,l evidentment ho tenim en compte. Però al dissenyar les sèries no és el que més ens preocupa.

Creus que aquestes sèries donen una imatge real dels nostres adolescents?

El nostre objectiu no és informatiu. És evident que volem ser creïbles, però el nostre objectiu bàsic és entretenir (nosaltres no som un servei d'informatius).

Crec que els adolescents poden trobar alguns trets amb determinats personatges amb els quals s'hi poden identificar, i per creure aquella ficció. Estan inspirades en la vida. Això és un fet. Nosaltres fem una novel·la costumista i aquí hi ha un punt d'identificació. Però no és realista perquè les coses passen molt concentrades en els nostres personatges. L'objectiu és entretenir, bàsicament. Algun cop si que podem voler llançar algun missatge però no són plans els nostres personatges: no absolutament bons ni absolutament dolents.

No creus que la imatge que es dona dels personatges adolescents és força positiva?

Dona! La Sandra Benjumea és molt dolenta: drogues, etc...Bé, però en general, no són dolents dolents perquè són humans. Però déu-ni-dó...

Creus que TV3 té mancances pel fa al públic adolescent?

Penso que en general, els adolescents miren la televisió d'una altra manera o miren un altre tipus de tele. El públic de TV3 és més aviat gent gran; l'adolescència és una etapa complicada (per això es va potenciar el tema del *3xl.net*). Nosaltres, però hauríem de mirar si aquest públic potencial el tenim: a través d'internet, del 3xl...o està mirant "Operación Triunfo" o la "Isla de los famosos" o...ho mira tot indistintament, no té cap mena de prejudici. En aquest moment estem en això. Però és clar, ens agradaria tenir-ne més. Fa falta un estudi detallat d'on és aquesta gent i quin perfil té. Hem de pensar que el nostre espectador tipus és de classe mitja, mitja-alta i per tant, els hàbits són diferents.

Amb el Cor de la Ciutat hem tocat un tema molt complicat que és el del món del "tunning" que a la classe mitja catalana no li acaba d'agradar. En canvi Ventdelplà agrada més perquè respon més a la classe social de l'espectador mig de TV3.

Les històries que expliqueu s'inspiren en la realitat?

Si que s'inspiren en la realitat. La funció de la ficció no és mostrar la realitat; la nostra funció és distreure, explicar històries....que t'emocionin. Està clar que els estem explicant d'un entorn proper; són vivències pròximes però posades a una velocitat en la qual normalment no van les coses.

No creus que s'acaba caient amb estereotips, prejudicis que pot distorsionar al imatge que se'n dona?

Ho dubto. En els nostres guions no intentem caure en estereotips. Optem per històries singulars, diferents. Tenen un punt de lo que llegim en el diari; si el que es llegeix en el diari és un estereotip....llavors sí que en tenim d'estereotips, però també en tenim que no s'han llegit en el diari, que el guionista s'ha inventat aquella història. Ens inspirem en coses que han passat als diaris, moltes vegades. Però també en coses que han viscut, que els hi ha passat...

Teniu en compte el "feed back"?

És clar, és bàsic. Mirem les audiències i mirem el nostre entorn. Busquem la crítica però també interpretem el què ens diuen. Per exemple quan algú et diu: "aquell actor no el suportó" i mires el paper que fa aquell personatge i resulta que és el dolent... La gent no diferencia la realitat de la ficció. Descarrega les seves emocions cap al personatge... Però nosaltres a la reunió de guionistes també acabem parlant dels personatges com si es tractés de persones reals.

I busqueu assessorament d'experts per com tractar determinats temes?

Sí. Normalment no hi ha queixes del tractament dels temes i el motiu és aquest. Tenim els nostres punts d'informació: de vegades una conselleria, de vegades el metge de l'empresa, d'altres una ONG.

12.1.4. XAVIER GUÀRDIA, guionista “El cor de la Ciutat”

-Quin és el punt de partida per construir qualsevol personatge, però en particular els adolescents de les vostres sèries?

Per construir els personatges, tant els adolescents com els adults, intentem partir sempre de la realitat. Normalment ens inspirem en persones que coneixem o en personatges que apareixen als diaris o altres mitjans de comunicació. Algunes vegades, poques, també adaptem personatges del món de la literatura, del teatre o del cinema.

-En el cas de les trames on s’hi veuen implicats de manera directa els adolescents, us baseu en l’actualitat?

En el cas de “El cor de la ciutat” és impossible basar-se en l’actualitat més immediata perquè els capítols que nosaltres escrivim s’emeten al cap de gairebé dos mesos. El que si fem és treballar sobre temes reals que pensem que afecten tant els adolescents com els adults. En el cas dels adolescents, per exemple, s’ha parlat del “bullying”, l’anorèxia, les relacions pares fills, les drogues, la maternitat prematura, etc.

-Fins a quin punt els personatges adolescents són prototipus o marcs de referència?

El món dels adolescents és tan ple de tòpics que a vegades és difícil no caure-hi en algun moment a l’hora de construir determinats personatges. El que sempre intentem és que durant la sèrie els personatges evolucionin, que tot el que els passa els serveixi d’alguna cosa i que a final de temporada siguin diferents de com eren al principi. Evidentment no sempre evolucionen en positiu.

-Creus que la televisió dóna una imatge real de l'adolescència del nostre país?

Si em parles de la tele en general, et diré que m'agradaria pensar que no. Prefereixo no opinar sobre la imatge que donen dels adolescents determinades sèries d'algunes cadenes privades. Penso, i no és perquè ara treballi per ella, que TV3 intenta donar una imatge més realista, almenys en els dramàtics, dels adolescents.

-Estàriem parlant en la seva major part d'una imatge positiva, segons els rols en què s'inscriuen els personatges adolescents?

No entenc gaire la pregunta, però suposo que sí, que sempre s'intenta donar una imatge positiva i que tot el que es pot entendre com a negatiu s'acaba mostrant com una excepció en un context més, podríem dir, "políticament correcte".

-Els contextos dels protagonistes adolescents a les sèries de producció pròpia del canal de TV3 estan, des del teu punt de vista, extrets de la realitat?

En general, sí.

-Sovint els actors que fan d'adolescents són més grans de l'edat que representen tenir en les sèries...és difícil treballar amb adolescents?

Hi ha actors amb els que és més difícil treballar que amb d'altres, i no necessàriament sempre són els adolescents. És cert que treballar en una sèrie com "El cor de la ciutat", pel fet que es grava cada dia des de les vuit del matí i durant moltes hores, requereix una disciplina i una professionalitat que no tots

els adolescents tenen. A vegades això ha provocat algun problema amb producció i realització. I alguna vegada s'ha hagut de prescindir d'algun actor jove que no era capaç d'adaptar-se.

-Quin *feed back* rebeu d'aquests personatges a través de fòrums, xats o comentaris que us puguin arribar?

Tinc per norma no entrar mai a xats o forums que parlin de les sèries on treballo. Els comentaris que es reben són tan contradictoris que et fan ballar molt el cap i és difícil treure alguna conclusió. És evident que hi ha personatges que agraden més que d'altres, però a vegades no queda clar si les crítiques o les lloances són a l'actor, al personatge o a les dues coses. Sincerament, els guionistes no en fem gaire cas.

-Els personatges adolescents que surten a les vostres sèries tenen un comportament a vegades més adult que les persones grans: acostumen a ser assenyats, responsables, solidaris, donen lliçons als pares i se'n surten airoso gairebé sempre dels problemes que viuen. Són així realment?

No estic d'acord. No tots els personatges joves són tan assenyats, responsables, solidaris, etc. N'hi ha que són tot el contrari. Admeto, això sí, que potser la proporció de "bons" i de "dolents" no reflecteix gaire la realitat. Però ja he dit abans que sempre s'intenta donar una imatge mínimament positiva dels adolescents. No és que vulguem ser moralistes ni molt menys, però pensem que en una sèrie d'aquestes característiques i aquesta horari, i que sabem que veuen molt els joves, ha de ser així.

-Què és pretén amb l'aparició d'aquests personatges adolescents (només forma part de la trama de la història i per tant és una bona franja d'edat

per generar conflictes; és intencionat i el que es vol és captar l'audiència d'aquesta edat; es pretén mostrar la realitat tal i com és, ...)? Hi ha un objectiu concret?

No ens enganyem, captar audiència sempre és un objectiu. Però no és en cap moment L'OBJECTIU. Nosaltres intentem explicar històries que passen a la gent del carrer, i a l'hora de pensar-les òbviament en surten de gent gran, de gent jove, de gent de mitjana edat, de gais, de paquistanesos, de negres... Nosaltres el primer que busquem són les històries, després busquem els protagonistes. Perquè ens entenguem, mai diem anem a fer una història d'adolescents, el que sí que podem dir és fem una història de "bullying", que evidentment l'han de protagonitzar adolescents.

-Els és més fàcil, als adolescents identificar-se amb personatges de la seva edat?

Crec que sí. Igual que els adults s'identifiquen amb els de la seva.

-S'hi veuen representats a través de les accions i problemes que viuen els protagonistes adolescents de les sèries; s'hi comparen, per tant, o més aviat els veuen com a personatges "ideals"?

A nosaltres ens agradaria que s'hi veiessin representats en coses o situacions concretes. No ens agradaria en cap cas que els veiessin com a personatges ideals. Però suposo que hi haurà adolescents que sí que idolatran determinats personatges per negatius que sigui. Es inevitable. Si hi ha un munt d'adolescents que idolatren els penques del "Gran hermano"...

-Què creus que hi busquen en aquestes sèries? Les miren perquè no hi ha prou oferta específica per a ells?

Alguns les miren perquè se senten identificats amb el que passa a determinats personatges, altres simplement perquè s'ho passen bé, i altres perquè ho veu la seva iaia i ells s'empassen tot el que fan per la tele mentre està engegada. Sincerament, se'm fa difícil concretar que busquen els adolescents en una sèrie. Suposo que no tots hi busquen el mateix i no m'agrada generalitzar. Potser seria una pregunta per un sociòleg o un psicòleg i no per un guionista.

-Creus que és important que mirin aquestes sèries acompanyats de persones adultes?

Estem parlant d'adolescents o de nens de 8 anys? Al "El cor de la ciutat" som plenament conscients del format i l'horari que tenim i intentem no fer res que no puguin veure els adolescents sense estar acompanyats.

-Fins a quin punt creus que mirar aquestes sèries "de moda" els fa més fàcil la integració en el seu "grup d'iguals", i per tant potenciarà les xarxes de relació?

No crec que "El cor" sigui una sèrie de moda pels adolescents. Però suposo que sí, que tot el que serveixi de motiu de conversa pot potenciar les xarxes de relació.

-Els mitjans de comunicació tenen bona part de responsabilitat en el desconcert que viu l'educació en aquest moment? O és una font d'informació i entreteniment per qui la mira?

Sí, els mitjans de comunicació, bàsicament la televisió, tenen bona part de responsabilitat en el desconcert que viu l'educació. Malauradament, avui en dia, qui "educa" els adolescents no són els pares ni les escoles, és la tele. Els adolescents s'hi passen tantes hores i reben tanta informació, que la seva

escala de valors es va construir en funció del que hi veuen i no pas en funció del que els puguin intentar explicar pares i professors. No cal dir que això és molt perillós.

-Creus que la “perspectiva adulta” (analitzem el factor adolescent des d’una mirada adulta: els professors, els pares però també els mitjans de comunicació) no s’ajusta prou a la realitat adolescent?

És inevitable analitzar la realitat adolescent des d’un punt de vista adult. És el nostre i no ho podem fer d’una altra manera. El que sí hem d’intentar és, sempre des del nostre punt de vista, intentar acostar-nos i entendre el seu. Ja sé que és un tòpic, però no ho sé dir d’una altra manera.

-En general, quina imatge creus que la societat té dels adolescents?

Ho sento però com he dit abans, no m’agrada generalitzar. No crec que la societat tingui una imatge dels adolescents. Cada persona o grup afí de persones tindran imatges diferents en funció de nivell cultural, ideologia, nivell econòmic, situació geogràfica, etc.

12.1.6. JULIÁN ALTUNA, cap de producció de Ventdelplà i Mar de Fons

-Quin és el punt de partida per construir qualsevol personatge, però en particular els adolescents de les vostres sèries?

En primer lugar me gustaría destacar que en el caso de Ventdelplà i Mar de Fons, los guionistas tienen total libertad para construir los personajes de la serie en función de sus intereses. Sí que es verdad que se intentan establecer unas premisas previas con el objetivo de representar en la serie a los diferentes públicos potenciales, pero nunca se les “exige” obligatoriamente que determinado perfil esté representado. Dicho esto, lo importante a la hora de construir un personaje es buscar los referentes cercanos de los propios guionistas o productores (hijos, primos, conocidos que estén en esas edades) e intentar ser lo más fiel posible a sus realidades, a lo que de verdad les pasa en la vida y a lo que “realmente” les preocupa. También es verdad que los sentimientos son universales y trascienden a cualquier edad (amor, celos, envidias, frustraciones, etc) y por lo tanto también quedan reflejados en los adolescentes.

-En el cas de les trames on s’hi veuen implicats de manera directa els adolescents, us baseu en l’actualitat?

Sí, pero más que basarnos en la realidad, siempre la tenemos presente. Lo importante es que las historias que se cuenten sean contemporáneas, no de “actualidad rabiosa” (lo que pasa hoy) sino lo que pasa hoy en día (lo que pasa en el curso del año).

-Fins a quin punt els personatges adolescents són prototipus o marcs de referència?

Los guionistas casi nunca escriben los argumentos de las series para crear un prototipo de personajes o un marco de referencia para que los adolescentes sigan como ejemplo. Al contrario, lo que se intenta es que los personajes sean lo más parecido posible a la realidad. Es decir, los adolescentes de nuestra sociedad, o la imagen que se tiene de ellos, son, ellos, el prototipo que utilizan los guionistas para crear la serie y por lo tanto se pueden convertir en marco de referencia una vez que se emita el capítulo.

-Creus que la TV dóna una imatge real de l'adolescència del nostre país?

En casos como Ventdelplà y Mar de Fons, esa es la intención, aunque no siempre se consigue.

-Estariem parlant en la seva major part d'una imatge positiva, segons els rols en què s'inscriuen els personatges adolescents?

No necesariamente, pero sí que es verdad que hay cierta benevolencia a la hora de tratar el tema.

-Els contextos dels protagonistes adolescents a les sèries de producció pròpia del canal de TV3 estan, des del teu punt de vista, extrets de la realitat?

Sí, en todos los casos están extraídos directamente de la realidad. Los guionistas prácticamente no se inventan nada. Otra cosa es que sea habitual o no.

-Sovint els actors que fan d'adolescents són més grans de l'edat que representen tenir en les sèries...és difícil treballar amb adolescents?

Sí es complicado en cuanto que la prioridad de los padres y de los productores es que los niños y los adolescentes, sobretodo, se concentren en los estudios. También, cuanto más grandes son, “normalmente” son más maduros y por lo tanto hay menos problemas en el día a día del trabajo.

-Quin feed back rebeu d'aquests personatges a través de fòrums, xats o comentaris que us puguin arribar?

La verdad es que es demasiado positivo. Los adolescentes se fijan demasiado en las pautas de comportamiento de los personajes de ficción y realmente están muy enganchados a las series. Se lo toman demasiado en serio y lo viven como si realmente estuviera pasando.

-Els personatges adolescents que surten a les vostres sèries tenen un comportament a vegades més adult que les persones grans: acostumen a ser assenyats, responsables, solidaris, donen lliçons als pares i se'n surten airosos gairebé sempre dels problemes que viuen. Són així realment?

En la mayoría de los casos sí. Pero el actor niño a adolescente suele ser más maduro de lo habitual puesto que afronta situaciones totalmente nuevas en relación a un niño o adolescente “normal”. Hay que tener en cuenta que en estas series, se les plantea situaciones extremas (divorcios, malos tratos, embarazos prematuros, anorexia, etc.) y eso les obliga a reflexionar sobre el tema en el proceso de estudio y aprendizaje del guión.

-Què és pretén amb l'aparició d'aquests personatges adolescents (només forma part de la trama de la història i per tant és una bona franja d'edat per generar conflictes; és intencionat i el que es vol és captar l'audiència d'aquesta edat; es pretén mostrar la realitat tal i com és, ...)? Hi ha un objectiu concret?

No hay un objetivo concreto, todo lo que mencionas en la pregunta pueden ser objetivos parciales. Va bién por diferentes motivos.

-Els és més fàcil, als adolescents identificar-se amb personatges de la seva edat?

No necesariamente. Aunque los adolescentes sí que tienen menos prejuicios a la hora de identificarse.

-S'hi veuen representats a través de les accions i problemes que viuen els protagonistes adolescents de les sèries; s'hi comparen, per tant, o més aviat els veuen com a personatges "ideals"?

Yo creo que se comparan realmente y que no los ven como personajes "ideales". Piensa que a pesar de la primera apariència, estos personajes adolescentes también se confunden, hacen gamberradas, se equivocan, etc, etc,... no son tan perfectos.

-Què creus que hi busquen en aquestes sèries? Les miren perquè no hi ha prou oferta específica per a ells?

Sí, los hábitos de consumo televisivo están cambiando y los adolescentes cada vez se van a dormir más tarde, En esta franja horaria se les intenta tener en cuenta, aunque no son los únicos. No hay una oferta destinada específicamente a adolescentes en esta franja horaria.

-Creus que és important que mirin aquestes sèries acompanyats de persones adultes?

Sí, es muy importante y positivo. No todo lo que se explica se puede “digerir” tal cual. Los padres son vitales.

-Fins a quin punt creus que mirar aquestes sèries “de moda” els fa més fàcil la integració en el seu “grup d’iguals”, i per tant potenciarà les xarxes de relació?

No creo realmente que les sea “especialmente positivo” una serie como ésta para potenciar las redes de relación.

-Els mitjans de comunicació tenen bona part de responsabilitat en el desconcert que viu l’educació en aquest moment? O és una font d’informació i entreteniment per qui la mira?

Es una fuente de entretenimiento para quien lo mira, fundamentalmente de “entretenimiento” y no tanto de información. Por lo tanto tienen una gran responsabilidad en el desconcierto actual de la educación.

-Creus que la “perspectiva adulta” (analitzem el factor adolescent des d’una mirada adulta: els professors, els pares però també els mitjans de comunicació) no s’ajusta prou a la realitat adolescent?

Sí, realmente no se ajusta todo lo que podría. Hay que hacer autocrítica, desde todos los sectores, e intentar mejorar la actual situación.

-En general, quina imatge creus que la societat té dels adolescents?

La imagen no es muy positiva. Pero la culpa no és de los adolescentes sino de la propia sociedad.

-Cita’m alguns dels conflictes/problemes identificats en la “condició adolescent” i que us hagin servit per crear algunes trames?

Dudas sobre la identidad sexual, celos, incomprensión del mundo adulto, drogas, sexo, alcohol, embarazos prematuros, fracaso escolar, inmadurez.

12.1.7. NOTES SOBRE ADOLESCÈNCIES I SERIES TELEVISIVES. Jaume Funes, psicòleg. 28/05/2007

Els programes de ficció, en el seu conjunt, no deixen de ser la representació d'una part relativament plural (més aviat "centrada" en quasi tots els aspectes) de la realitat social ja que cerquen atrapar una franja d'espectadors ampla. Les adolescències que apareixen representen només algunes adolescències, quasi sempre pròximes a allò que s'entén com a "bon adolescent", tot i que tinguin, alguns i a vegades, conductes "arriscades". (Òbviament els informatius més aviat parlen dels adolescents "problemàtics" o dels problemes que generen el adolescents als seus adults). Els adolescents de les series apareixen per a donar la sensació de normalitat vital i, crec, ajuden a fixar audiència adulta que viu en pròpia carn la complexitat de les relacions amb els adolescents.

Es tracta d'una imatge en general positiva però reduccionista. Poques vegades, però, es l'adolescent vist des del propi adolescent. Poques vegades incorpora la seva mirada. Son personatges "vistos" pels adults i no autoconstruccions fetes per adolescents.

En gran mesura parlen de realitats socials existents que permeten punts de connexió adolescents amb la pròpia realitat. La realitat descrita pot ser suficientment pròxima com per que el telespectador adolescent connecti, tingui interès en seguir la trama. Ja no és tan clar que es vegi reflectit en la representació dels personatges i les seves personals formes de viure.

Crec que en molt pocs casos (molt singulars i amb dinàmiques de personalitat molt específiques) els personatges televisius són literalment conformadors d'identitat. Són fonamentalment proveïdors d'un repertori de pautes parcials de conductes (formes de practicar la adolescència), afegeixen components a les

cultures juvenils de referència (estètics, musicals, lingüístics...) i, el que és més important, aporten practiques de valors i pràctiques de relació (serveixen com a referents per a regular conductes i serveixen per a la conformació dels grups considerats propis i dels considerats aliens, amics i enemics, normals i estranys). A més a més, per suposat, de servir per socialitzar els adolescents en les cultures dominants en cada moment (cultures de consum, explicacions socials, lectures de la realitat, etc..).

Més que per a identificar-se els diferents personatges (joves i adults) representen formes de concreció per a ser jove o formes de ser persona que assenyalen a l'adolescent maneres de ser el i possibilitats de construcció futura. Formes que van carregades d'atracció o repulsa, de valor positiu o negatiu, que utilitzarà en diferents moments per conformar una manera de ser. Especialment a l'inici de la seva adolescència els relats televisius també poden ser descobridors o estimuladors al descobriment de nous móns, més enllà dels familiar i social més accessibles.

Els personatges adolescents son reproduïbles, imitables en alguna part, però no són necessàriament la part més important d'allò que pot ser significatiu per a el en una sèrie, tenen fonamentalment a veure a la construcció temporal d'estils de vida (sempre i quan és doni la sintonia cultural mínima). Els personatges adults poden exercir tanta o més influència que els de la seva edat, representen models (parcials) educatius, que estimulen en una o altra direcció el seu procés de construcció personal.

Veuen les series bàsicament com a entreteniment en temps morts. És bastant estrany un adolescent que abandoni una altra tasca del seu interès per veure la tele (llevat de l'atrapiament per la trama). Tanmateix no cal oblidar que aquesta relació pot ser molt diferent segons el tipus d'adolescència, en funció de l'extracció social, el gènere i l'edat. La pregunta raonable a fer-se és de quina manera influeixen les series televisives en cada tipus de situació i de forma de

ser adolescent (Definir prèviament algunes situacions i algunes “tipologies” i després analitzar la forma diversa de les influències. És molt diferent per a una noia preadolescent tirant a pija que per a un postadolescent de barri més aviat quillo).

No és pot oblidar que els adolescents i post adolescents veuen molta menys tele que els seus adults i que poden ser més o menys influenciables també en la mesura que alguns dels components de la sèrie acaben tenint sentit per al seu grup de referència o aconsegueixen ubicar elements (estètics, lingüístics, etc) de la sèrie com a elements conformadors de la identitat grupal. Alguns d'aquests components poden forçar una major visualització de la sèrie per a no quedar-se fora d'onda.

Però, per al sector més mediàtic, internet i el conjunt d'experiències audiovisuals i de comunicació de la xarxa poden ser més importants que les sèries televisives. Per altres grups, el món del cinema (per qualsevol forma d'accés) sembla tenir una major incidència. Majoritàriament cerquen en la tele els programes per a adults i, igual que per a la població adulta, és d'ells que es deriven les diferents influències televisives.

És possible fer televisió de ficció per a adolescents (12-18) i tindria audiència específica (seria difícil trobar la franja horària) (com ha estat sempre possible la literatura juvenil) però això requereix altres perspectives d'enfocament, dinàmiques cinematogràfiques especials i un anàlisi previ dels punts de connexió vital que pot tenir amb diferents adolescents. És televisió feta i pensada en clau adolescent. Feta no per adoctrinar ni educar directament però si per a estimular formes de ser persones lliures i autònomes, que prenen decisions tenint en compte valors. Que en tot cas ajuden a descobrir la complexitat del món.

Si veuen la televisió en companyia adulta pot ser útil per a anar deixant caure opinions i criteris sobre les situacions controvertides, per a provocar les confrontacions de valor amb l'adolescent. Els i elles també poden aprofitar les situacions per a provocar les nostres respostes, conèixer les nostres reaccions. Però no cal abusar, veuen la tele (com nosaltres) per oblidar-se d'altres coses i no per a que els hi estiguem donant contínuament "la chapa"

Bona part dels "problemes adolescents" són una qüestió de mirada. Les diferents mirades adultes (per angoixa, per irritació, per incertesa davant un món en canvi que els i elles fans explícit) tendeixen a ser mirades hostils que primer veuen el problema i després l'adolescent. Primer son drogoaddictes, delinqüents o brètols, després, adolescents, en lloc de a l'inrevés. Son problemàtics en lloc d'estar en una situació difícil o problemàtica. Els i elles fa temps que tenen clar per a què serveix l'adolescència. Les persones adultes no. En lloc de intentar descobrir com senten, com pensen, quins són els seus argument vitals, posem una etiqueta de problema, un diagnòstic que comporti una intervenció posterior recuperadora.

La simplificació mediàtica no casa bé amb la diversitat de situacions adolescents i els seus matisos, però un acostament fet des de la seva pròpia perspectiva pot ajuda a no aguditzar les simplificacions adultes. Bona part dels problemes dels adolescents son problemes dels seus adults, amb fortes dificultats per a construir una relació positiva d'acompanyament.

12.2. Audiències

RANKING MENSUAL JOVES - SETEMBRE 2006						
	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	LA 6	POST BALONCESTO MUNDOBASKET 06: GRECIA - ESPAÑA	11	15.0	65.8	03/09/2006
2	AN3	LOS SIMPSONS	65	14.8	56.5	25/09/2006
3	TV3	POLÒNIA	2	13.2	42.4	14/09/2006
4	AN3	EL PELICULON: ULTIMA LLAMADA	4	12.6	38.9	13/09/2006
5	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: BARCELONA - LEVSKI SOFIA	2	11.6	52.4	12/09/2006
6	TL5	C.S.I.NUEVA YORK	12	11.2	46.5	04/09/2006
7	LA 6	BALONCESTO MUNDOBASKET 06: GRECIA - ESPAÑA	5	11.0	67.1	03/09/2006
8	TL5	HOSPITAL CENTRAL	16	9.9	33.0	27/09/2006
9	TL5	GRAN HERMANO	4	9.7	41.0	07/09/2006
10	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	8	9.4	37.3	12/09/2006
11	TL5	CAMERA CAFE	3	9.2	37.1	17/09/2006
12	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	30	8.9	33.4	03/09/2006
13	TV3	FUTBOL Lliga ESPANYOLA: ATH.BILBAO - BARCELONA	4	8.4	37.1	30/09/2006
14	TL5	FORMULA 1: G.P.ITALIA	2	8.3	40.5	10/09/2006
15	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1229) *	14	8.1	32.1	25/09/2006
16	TV3	L'UN PER L'ALTRE (BATALLA DE REINES)	7	7.8	49.6	07/09/2006
17	TV3	MAR DE FONS *	4	7.8	30.6	18/09/2006
18	TV3	PORCA MISÈRIA (EN QUÈ PENSES?)	2	7.7	26.8	27/09/2006
19	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	28	7.7	40.2	19/09/2006
20	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: PONTE EN MI LUGAR	4	7.7	30.5	03/09/2006
21	TL5	AIDA	6	7.5	29.5	03/09/2006
22	TL5	POST FORMULA 1: G.P.ITALIA	2	7.5	37.7	10/09/2006
23	TL5	OPERACION TRIUNFO.EL CASTING	15	7.4	29.4	25/09/2006
24	TL5	MENTES CRIMINALES	2	7.2	29.4	06/09/2006
25	AN3	CINE: EL BESO DEL DRAGON	1	7.0	29.9	26/09/2006
26	TL5	EMBRUJADAS	16	6.4	34.3	24/09/2006
27	TV3	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA	9	6.3	21.9	23/09/2006
28	AN3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	5	6.3	24.4	21/09/2006
29	TL5	YO SOY BEA	21	6.2	48.5	13/09/2006
30	TL5	EL BUSCADOR	9	6.2	35.9	23/09/2006
31	TL5	TV TOP	5	6.2	26.7	17/09/2006
32	TV3	PELICULA: HARRY POTTER I LA CAMBRA SECRETA	1	6.1	39.3	11/09/2006
33	AN3	CINEMATIX: SRA.DOUBTFIRE	5	6.0	31.1	23/09/2006
34	CUATRO	HUMOR AMARILLO	23	6.0	23.1	03/09/2006
35	CUATRO	FRIENDS	41	6.0	24.9	27/09/2006
36	TL5	AGITACION + IVA	6	6.0	30.5	05/09/2006
37	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	30	6.0	20.8	28/09/2006
38	TV3	TELENOTÍCIES MIGDIA	21	5.9	27.2	11/09/2006
39	TL5	CINE ON: COLGADO DE SARA	9	5.8	29.0	17/09/2006
40	AN3	ESPECIAL INFORMATIVO: ENTREVISTA A NATASCHA KAMPUSCH	1	5.6	26.1	07/09/2006

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna NºEMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - OCTUBRE 2006						
	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: BARCELONA - CHELSEA	2	18.7	76.8	31/10/2006
2	AN3	LOS SIMPSONS	67	15.8	50.3	22/10/2006
3	CUATRO	HOUSE	7	12.4	36.6	17/10/2006
4	TL5	FORMULA 1: G.P.BRASIL	3	12.3	41.0	22/10/2006
5	TV3	LA RENTADORA	4	11.6	39.8	03/10/2006
6	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	31	11.5	36.0	22/10/2006
7	TL5	C.S.I.MIAMI	12	11.4	37.0	23/10/2006
8	TV3	FORMULA 1: G.P.DE BRASIL	3	11.3	37.8	22/10/2006
9	TL5	POST FORMULA 1: G.P.BRASIL	3	11.3	41.3	22/10/2006
10	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	5	11.1	35.1	03/10/2006
11	TV3	POLÒNIA	4	10.8	34.9	19/10/2006
12	TL5	CAMERA CAFE	5	10.3	37.6	01/10/2006
13	TL5	HOSPITAL CENTRAL	12	10.2	32.5	25/10/2006
14	TV3	POST FORMULA 1: G.P.JAPÓ	3	9.8	61.9	08/10/2006
15	TL5	AIDA	1	9.2	34.4	01/10/2006
16	TL5	OPERACION TRIUNFO	15	8.9	29.5	08/10/2006
17	TV3	CAÇADORS DE BOLETS: VALL DE MONTFERRER I CASTELLBÓ (ALT URGELL)	5	8.6	29.9	16/10/2006
18	TL5	PREVIO FORMULA 1: G.P.BRASIL	3	8.5	33.5	22/10/2006
19	AN3	HOMO ZAPPING NEWS	17	8.3	24.6	15/10/2006
20	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1240) -	22	8.3	37.5	10/10/2006
21	TL5	OPERACION TRIUNFO.EL CASTING	5	8.2	28.8	02/10/2006
22	TV3	ELECCIONS L'ENTREVISTA: JOSEP LLUÍS CAROD ROVIRA	5	7.9	30.5	25/10/2006
23	AN3	CINE: SEGURIDAD NACIONAL (diumenge 22h)	2	7.9	29.7	29/10/2006
24	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	29	7.8	29.1	15/10/2006
25	TV3	FUTBOL COPA DEL REI: BADALONA - BARCELONA	1	7.8	25.4	25/10/2006
26	TL5	OPERACION TRIUNFO.LA ACADEMIA	15	7.6	27.3	23/10/2006
27	TV3	SUPER NANNY	3	7.5	25.1	05/10/2006
28	AN3	CINEMATIX: ESTOY HECHO UN ANIMAL	4	7.4	33.6	28/10/2006
29	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	4	7.3	27.9	13/10/2006
30	TV3	TELENOTÍCIES MIGDIA	22	7.3	30.1	12/10/2006
31	AN3	CINE: SCARY MOVIE (dimarts 22h.)	5	7.3	37.8	31/10/2006
32	AN3	QUIEN QUIERE SER MILLONARIO	19	7.2	38.9	02/10/2006
33	AN3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	6	7.2	24.5	15/10/2006
34	CUATRO	FRIENDS	36	7.2	36.2	26/10/2006
35	TVE1	ESPECIAL CRUZ Y RAYA	3	7.0	26.8	13/10/2006
36	TV3	BARÇÒVIA	2	6.9	23.9	18/10/2006
37	AN3	SHIN-CHAN	62	6.8	42.4	14/10/2006
38	TVE1	FUTBOL AMISTOSO: ESPAÑA - ARGENTINA	1	6.8	28.8	11/10/2006
39	AN3	EL PELICULON: PAYCHECK	5	6.8	31.7	04/10/2006
40	TV3	ZONA ZAPING	4	6.7	32.3	21/10/2006

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - NOVIEMBRE 2006

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	A3	LOS SIMPSONS (migdia)	60	13.4	52.9	25/11/2006
2	CUATRO	HOUSE	9	12.4	38.5	21/11/2006
3	T5	C.S.I.	11	11.3	35.7	20/11/2006
4	TV3	POLÒNIA	5	11.3	38.4	16/11/2006
5	A3	MULTICINE: EL SEÑOR DE LOS ANILLOS: LAS DOS TORRES	8	11.1	50.1	05/11/2006
6	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	30	9.7	32.6	04/11/2006
7	TV3	NO EM RATLLIS!!	3	9.4	33.3	15/11/2006
8	TV3	CAÇADORS DE BOLETS	4	9.3	33.4	13/11/2006
9	TV3	EL COR DE LA CIUTAT	22	9.2	52.7	21/11/2006
10	CUATRO	SURFEROS TV (vespre)	21	9.1	25.0	21/11/2006
11	T5	OPERACION TRIUNFO	4	9.0	30.5	26/11/2006
12	A3	FUTBOL: LIGA DE CAMPEONES: R. MADRID-LYON	1	8.9	29.9	21/11/2006
13	T5	HOSPITAL CENTRAL	20	8.7	31.6	29/11/2006
14	TV3	FUTBOL LLIGA ESPANYOLA: DEPORTIVO CORUÑA-BARCELONA	4	8.7	44.5	04/11/2006
15	T5	OPERACION TRIUNFO. LA ACADEMIA	18	8.6	28.4	20/11/2006
16	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	29	8.4	35.1	07/11/2006
17	A3	DOMINO DAY	1	8.1	39.2	05/11/2006
18	TV3	PORCA MISÈRIA	3	8.1	28.4	16/11/2006
19	A3	CINEMATIX: SPY KIDS 3: GAME OVER	4	8.0	43.0	25/11/2006
20	TV3	TELENOTÍCIES MIGDIA	22	7.6	29.2	01/11/2006
21	TV3	30 MINUTS	3	7.3	29.7	12/11/2006
22	TV3	ELECCIONS AL PARLAMENT 2006	1	7.2	30.2	01/11/2006
23	T5	CAMERA CAFE	7	7.1	27.2	26/11/2006
24	A3	AQUI NO HAY QUIEN VIVA	8	7.1	24.0	19/11/2006
25	A3	HOMO ZAPPING NEWS WEEK	4	7.1	25.9	12/11/2006
26	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: STARKY I HUTCH	4	7.0	25.6	05/11/2006
27	CUATRO	HUMOR AMARILLO	20	6.8	26.6	04/11/2006
28	T5	CINE 5 ESTRELLAS: ASTERIX Y OBELIX: MISION CLEOPATRA	4	6.6	43.2	10/11/2006
29	T5	CINE ON: FAMILY MAN	9	6.5	32.0	18/11/2006
30	TV3	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA	8	6.4	21.0	18/11/2006
31	TV3	ESPECIAL PASQUAL MARAGALL: AL VOLTANT DE LA PLAÇA	1	6.3	23.8	23/11/2006
32	A3	SIN RASTRO	10	6.3	20.5	16/11/2006
33	A3	QUIEN QUIERE SER MILLONARIO	21	6.3	27.6	07/11/2006
34	TV3	LA RENTADORA: EL NADAL	2	6.3	25.1	07/11/2006
35	T5	YO SOY BEA	21	6.1	36.8	24/11/2006
36	T5	CAIGA QUIEN CAIGA	4	6.0	33.4	10/11/2006
37	TV3	PELICULA: BLACK HAWK ABATUT (diumenge nit)	4	6.0	23.5	12/11/2006
38	TV3	MAR DE FONS	8	6.0	21.2	27/11/2006
39	T5	EL COMISARIO	8	5.9	22.1	14/11/2006
40	A3	CINE: ARMAGEDDON (tarda)	7	5.8	35.7	19/11/2006

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - DESEMBRE 2006

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: BARCELONA - WERDER BREMEN	1	20.5	75.4	05/12/2006
2	AN3	LOS SIMPSONS	62	13.7	57.4	07/12/2006
3	CUATRO	HOUSE	11	13.0	40.8	19/12/2006
4	TV3	FUTBOL LLIGA ESPANYOLA: BARCELONA - AT.MADRID	4	11.9	40.5	21/12/2006
5	TV3	EL 10 MÀGIC	1	11.1	39.7	28/12/2006
6	AN3	EL PELICULON: BUSCANDO A NEMO	5	10.9	39.6	27/12/2006
7	TL5	HOSPITAL CENTRAL	6	10.8	37.3	06/12/2006
8	TV3	POLÒNIA	5	10.5	44.1	07/12/2006
9	TV3	FUTBOL MUNDIALET DE CLUBS: BARCELONA - INTERNACIONAL	2	10.0	55.5	17/12/2006
10	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	31	9.8	36.5	10/12/2006
11	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1281) -	16	9.2	49.6	06/12/2006
12	TV3	PORCA MISÈRIA (FES-TE VALER)	3	9.2	32.9	28/12/2006
13	TL5	CAMERA CAFE (15:30h.)	8	9.0	32.1	03/12/2006
14	TL5	C.S.I.MIAMI	12	8.8	31.2	11/12/2006
15	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	4	8.5	42.1	15/12/2006
16	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: CRUELDAD INTOLERABLE	3	8.0	27.2	17/12/2006
17	TL5	OPERACION TRIUNFO.LA ACADEMIA	15	7.4	29.6	14/12/2006
18	TV3	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA	9	7.4	24.7	03/12/2006
19	AN3	SHIN-CHAN	52	7.3	45.0	23/12/2006
20	AN3	BUENAFUENTE	10	7.3	68.2	27/12/2006
21	TV3	MAR DE FONS (ANADES I TORNADES) -	8	7.1	28.7	26/12/2006
22	TV3	TELENOTÍCIES MIGDIA	21	6.9	31.9	06/12/2006
23	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	30	6.9	34.9	11/12/2006
24	AN3	MULTICINE: EL MUNDO PERDIDO:JURÀSSIC PARK	14	6.8	35.5	08/12/2006
25	AN3	PREVIO FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: BARCELONA - WERDER BRE	1	6.7	47.7	05/12/2006
26	TV3	CAÇADORS DE BOLETS	4	6.7	24.3	11/12/2006
27	TV3	NO EM RATLLIS!	3	6.5	22.6	06/12/2006
28	AN3	CINE: EL PODER DEL TALISMAN	1	6.5	27.3	05/12/2006
29	AN3	CINEMATIX: YO YO MISMO E IRENE	5	6.4	35.0	30/12/2006
30	TVE1	CINE: LOS CHICOS DEL CORO (dimecres 22h)	1	6.3	22.6	27/12/2006
31	TV3	30 MINUTS: HURACAN CHAVEZ	3	6.2	22.5	03/12/2006
32	AN3	LA FAMILIA SALVAJE	11	6.1	39.7	06/12/2006
33	AN3	1 CONTRA 100	4	6.1	42.9	23/12/2006
34	TL5	OPERACION TRIUNFO	4	6.1	24.2	03/12/2006
35	TL5	YO SOY BEA	19	6.0	39.3	27/12/2006
36	TV3	ELS PIRINEUS DES DE L'AIRE	4	6.0	23.0	19/12/2006
37	AN3	MANOLO&BENITO	1	6.0	26.1	25/12/2006
38	TV3	SIT	1	5.9	31.2	30/12/2006
39	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	31	5.8	41.1	15/12/2006
40	AN3	CINE: ANGEL CAIDO	4	5.7	30.9	03/12/2006

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - GENER 2007

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	LOS SIMPSONS	67	15.6	61.3	28/01/2007
2	CUATRO	HOUSE	13	15.6	37.6	30/01/2007
3	TL5	CAMERA CAFE	19	13.1	43.4	29/01/2007
4	TL5	C.S.I.MIAMI	23	12.6	43.3	08/01/2007
5	TL5	AIDA	12	12.4	36.6	07/01/2007
6	TL5	LOS SERRANO	6	12.0	30.9	30/01/2007
7	TV3	FUTBOL COPA DEL REI: BARCELONA - ZARAGOZA	2	11.3	40.1	31/01/2007
8	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	3	10.7	58.4	19/01/2007
9	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	31	10.4	34.5	21/01/2007
10	TL5	OPERACION TRIUNFO	5	10.2	36.0	25/01/2007
11	AN3	LOS HOMBRES DE PACO	5	10.1	33.8	17/01/2007
12	TV3	POLÒNIA	4	9.9	30.6	25/01/2007
13	TL5	CINE: SHREK 2	1	9.9	34.6	03/01/2007
14	TV3	LO CARTANYÀ: TIRANA	2	9.6	27.2	25/01/2007
15	TV3	AVANTMATX COPA DEL REI: BARCELONA - ZARAGOZA	5	9.4	31.9	31/01/2007
16	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	31	9.3	37.8	29/01/2007
17	AN3	MULTICINE: GLADIATOR	9	8.6	39.9	06/01/2007
18	TV3	PORCA MISÈRIA: EL FACTOR SORPRESA	2	8.5	28.4	11/01/2007
19	TV3	30 MINUTS: ELS NENS PERDUTS DE TRANQUILITY BAY	4	8.4	27.1	07/01/2007
20	TV3	FUTBOL LLIGA ESPANYOLA: ESPANYOL - BARCELONA	4	8.3	40.0	13/01/2007
21	CUATRO	FRIENDS	68	8.3	35.2	22/01/2007
22	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	31	8.0	27.9	30/01/2007
23	TV3	JUST FOR LAUGHS	26	7.8	33.1	01/01/2007
24	TV3	PEL·LÍCULA: HARRY POTTER I LA PEDRA FILOSOFAL	1	7.7	36.6	01/01/2007
25	AN3	QUIEN QUIERE SER MILLONARIO	22	7.7	32.6	30/01/2007
26	AN3	CINE: MONSTRUOS, S.A.	1	7.4	22.7	02/01/2007
27	TV3	EL COR DE LA CIUTAT / CAPITOL 1303	18	7.2	39.1	19/01/2007
28	TV3	CAÇADORS DE PARAULES	4	7.0	24.7	22/01/2007
29	TL5	OPERACION TRIUNFO.LA ACADEMIA	6	6.8	25.9	01/01/2007
30	TL5	¡ALLA TU!	22	6.7	35.3	29/01/2007
31	TL5	LA ALIANZA MAGICA	1	6.7	33.0	15/01/2007
32	AN3	SHIN-CHAN	55	6.6	50.8	28/01/2007
33	TV3	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA	8	6.6	30.5	27/01/2007
34	TV3	MAR DE FONS: TOCAT I ENFONSAT	10	6.5	20.6	29/01/2007
35	TV3	NO EM RATLLIS!	3	6.5	24.4	24/01/2007
36	AN3	NUMB3RS	2	6.4	26.0	18/01/2007
37	CUATRO	HUMOR AMARILLO	14	6.3	24.1	28/01/2007
38	TV3	ELS PIRINEUS DES DE L'AIRE	1	6.2	24.9	02/01/2007
39	TL5	YO SOY BEA	22	6.2	44.9	24/01/2007
40	TL5	EL BUSCADOR	9	6.2	36.2	21/01/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna NºEMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - FEBRER 2007						
	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	TV3	FUTBOL COPA DEL REI: R.ZARAGOZA - BARCELONA	1	17.3	50.1	28/02/2007
2	AN3	LOS SIMPSONS	61	13.8	53.9	11/02/2007
3	TV3	POST FUTBOL COPA DEL REI: R.ZARAGOZA - BARCELONA	1	12.6	39.2	28/02/2007
4	TV3	LO CARTANYÀ: BERLÍN	3	12.4	37.8	01/02/2007
5	TL5	CAMERA CAFE	20	12.0	33.3	27/02/2007
6	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: R.MADRID - BAYERN DE MUNICH	1	11.7	38.0	20/02/2007
7	TL5	AIDA	10	11.4	36.1	11/02/2007
8	TL5	C.S.I.MIAMI	16	11.3	29.4	12/02/2007
9	TV3	VENTDELPLÀ ✓	8	10.9	28.7	12/02/2007
10	TV3	POLÒNIA	4	10.3	30.3	01/02/2007
11	TV3	NO EM RATLLIS!	3	10.2	28.4	07/02/2007
12	CUATRO	HOUSE	11	9.9	27.2	20/02/2007
13	TL5	LOS SERRANO	4	9.8	31.5	27/02/2007
14	AN3	LOS HOMBRES DE PACO	4	9.4	35.4	14/02/2007
15	TV3	CAÇADORS DE PARAULES	4	9.3	32.1	26/02/2007
16	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	28	9.2	31.1	11/02/2007
17	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	4	9.0	32.0	02/02/2007
18	TL5	YO SOY BEA	21	8.7	54.0	26/02/2007
19	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	28	8.3	29.9	01/02/2007
20	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: Y ENTONCES LLEGO ELLA	4	8.1	32.3	18/02/2007
21	TV3	TORNA VENTDELPLÀ ✓	1	8.1	27.0	05/02/2007
22	TL5	MIR	3	8.0	26.1	07/02/2007
23	AN3	CINEMATIX: JUMANJI	4	8.0	37.5	03/02/2007
24	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	28	7.8	31.0	26/02/2007
25	AN3	EL PELICULON: A TODO GAS 2	4	7.8	23.6	13/02/2007
26	CUATRO	FRIENDS	59	7.5	39.8	06/02/2007
27	TL5	¡ALLA TU!	20	7.4	34.6	06/02/2007
28	TVE1	FUTBOL AMISTOSO: INGLATERRA - ESPAÑA	1	7.3	24.7	07/02/2007
29	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1318) ✓	20	7.1	37.6	09/02/2007
30	CUATRO	HUMOR AMARILLO	15	7.0	27.2	11/02/2007
31	TV3	BÈSTIES: / EL GAT MESQUER	1	6.8	20.7	27/02/2007
32	AN3	SHIN-CHAN	55	6.6	48.1	25/02/2007
33	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	9	6.5	23.3	08/02/2007
34	AN3	SIN RASTRO	7	6.5	22.3	22/02/2007
35	AN3	BUENAFUENTE	12	6.3	55.7	27/02/2007
36	TV3	APM?	4	6.1	25.8	01/02/2007
37	AN3	MANOLO&BENITO	4	6.1	21.1	05/02/2007
38	CUATRO	S.O.S. ADOLESCENTES	3	6.0	30.3	09/02/2007
39	AN3	MALCOLM	8	5.9	58.7	24/02/2007
40	AN3	1 CONTRA 100	8	5.8	36.0	17/02/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - MARÇ 2006

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	A3	FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / LIVERPOOL-BARCELONA	1	29.7	71.4	06/03/2007
2	T5	C.S.I.	15	15.2	43.5	12/03/2007
3	A3	LOS SIMPSONS	72	14.2	56.3	11/03/2007
4	LA SEXTA	FUTBOL:L.ESPAÑOLA / BARCELONA-R.MADRID	4	12.5	59.7	10/03/2007
5	A3	PREVIO FUTBOL:LIGA DE CAMPEONES / LIVERPOOL-BARCELONA	1	12.3	48.9	06/03/2007
6	T5	CAMERA CAFE	20	11.7	31.2	20/03/2007
7	TV3	NO EM RATLLIS!	4	11.4	30.2	14/03/2007
8	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	30	11.0	46.3	28/03/2007
9	TVE1	FUTBOL:EUROCOPA CLASI / ESPAÑA-DINAMARCA	2	10.8	45.0	24/03/2007
10	TV3	VENTDELPLA	8	10.7	24.3	20/03/2007
11	T5	AIDA	9	10.6	36.8	18/03/2007
12	A3	LOS HOMBRES DE PACO	4	10.5	36.9	07/03/2007
13	A3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	31	10.0	41.1	18/03/2007
14	T5	LOS SERRANO	4	10.0	28.4	06/03/2007
15	CUATRO	HOUSE	12	9.8	24.9	13/03/2007
16	A3	CINEMATRIX / EL REGRESO DE LA MOMIA	5	9.4	39.3	31/03/2007
17	A3	SIN RASTRO	13	9.3	30.1	08/03/2007
18	TV3	FUTBOL:L.ESPANYOLA / SEVILLA-BARCELONA	3	9.1	40.4	03/03/2007
19	TV3	ÇAÇADORS DE PARAULES	4	9.0	34.9	05/03/2007
20	A3	CAMBIO RADICAL	1	8.6	32.3	25/03/2007
21	TV3	BÊSTIES / EL PORC SENGLAR	4	8.5	24.2	20/03/2007
22	TV3	POLÒNIA	4	7.9	24.4	29/03/2007
23	T5	CINE 5 ESTRELLAS / BLADE 2	5	7.8	41.0	30/03/2007
24	T5	CAIGA QUIEN CAIGA	5	7.7	34.8	30/03/2007
25	T5	MIR	5	7.7	27.5	15/03/2007
26	A3	MULTICINE / LA MASCARA DEL ZORRO	9	7.7	45.1	31/03/2007
27	TVE1	TENGO UNA PREGUNTA PARA USTED / JOSE LUIS RODRIGUEZ ZAPATERO	1	7.2	23.0	27/03/2007
28	TV3	CINEMA SENSE INTERRUPCIONS / PLANS DE BODA	4	6.9	25.3	18/03/2007
29	TV3	EL COR DE LA CIUTAT	22	6.8	36.0	20/03/2007
30	A3	SHIN-CHAN	60	6.6	54.1	03/03/2007
31	A3	HOTEL,DULCE HOTEL:LAS AVENTURAS DE ZACK Y CODY	18	6.6	42.3	03/03/2007
32	CUATRO	ENTRE FANTASMAS	11	6.5	17.9	14/03/2007
33	TVE1	PREVIO FUTBOL:EUROCOPA CLASIFICACION / ESPAÑA-DINAMARCA	2	6.3	29.9	24/03/2007
34	TV3	POST FORMULA 1:G.P.AUSTRALIA(D)	1	6.2	47.0	18/03/2007
35	A3	CINE / DOS POLICIAS REBELDES	2	6.1	21.0	26/03/2007
36	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	15	6.1	18.8	15/03/2007
37	TVE1	CINE / MATRIX	5	6.0	74.1	25/03/2007
38	TV3	FORMULA 1:G.P.AUSTRALIA(D)	1	6.0	53.1	18/03/2007
39	TV3	EL CLUB	22	6.0	50.6	01/03/2007
40	T5	MENTES CRIMINALES	10	5.9	33.6	12/03/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - ABRIL 2007

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	LOS SIMPSONS	69	14.7	61.0	19/04/2007
2	TL5	LOS SERRANO	4	13.6	36.4	17/04/2007
3	TL5	FORMULA 1 G.P.BAHREIN	2	12.3	47.4	15/04/2007
4	TL5	CAMERA CAFE	22	11.4	36.4	17/04/2007
5	TL5	AIDA	10	11.1	33.4	15/04/2007
6	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	30	11.1	37.4	14/04/2007
7	TL5	C.S.I.	21	10.9	29.8	02/04/2007
8	AN3	LOS HOMBRES DE PACO	3	10.8	36.2	18/04/2007
9	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: VALENCIA - CHELSEA	3	10.3	36.9	10/04/2007
10	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	24	9.3	33.3	19/04/2007
11	TVE1	MOTOCICLISMO G.P.TURQUIA: MOTO GP	3	9.3	43.2	22/04/2007
12	TV3	VENTDELPLÀ	9	9.2	25.7	02/04/2007
13	CUATRO	HOUSE	12	9.0	32.4	24/04/2007
14	TL5	HOSPITAL CENTRAL	8	8.6	29.1	12/04/2007
15	TV3	POLÒNIA	4	8.4	26.1	19/04/2007
16	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	12	8.2	23.9	12/04/2007
17	AN3	SHIN-CHAN	40	7.9	57.4	01/04/2007
18	TV3	NO EM RATLLIS!	4	7.7	25.4	04/04/2007
19	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1361)	15	7.6	49.1	19/04/2007
20	AN3	CINEMATRIX: BILLY ELLIOT	4	7.6	37.1	21/04/2007
21	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: HARRY POTTER Y EL PRISIONERO DE AZKABAN	4	7.4	24.0	15/04/2007
22	TL5	CINE 5 ESTRELLAS: DAREDEVIL	3	7.2	30.0	13/04/2007
23	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	4	7.2	47.6	27/04/2007
24	AN3	LOS HOMBRES DE PACO:RESUMEN	1	7.2	20.6	11/04/2007
25	AN3	LA FAMILIA SALVAJE	3	7.1	57.9	01/04/2007
26	TV3	TELENOTÍCIES CAP DE SETMANA MIGDIA	9	7.0	35.3	01/04/2007
27	TVE1	PREVIO MOTOCICLISMO G.P.TURQUIA: MOTO GP	3	7.0	45.4	22/04/2007
28	TL5	LA QUE SE AVECINA	2	6.9	27.8	22/04/2007
29	AN3	CINE: BOAT TRIP, ESTE BARCO ES UN PELIGRO	4	6.9	26.8	23/04/2007
30	AN3	MULTICINE: ALGO MAS QUE UN JEFE	11	6.9	31.1	15/04/2007
31	CUATRO	ESPECIAL CALLEJEROS: VOLVER	8	6.8	22.9	04/04/2007
32	TV3	TVIST	19	6.8	36.4	02/04/2007
33	TL5	MENTES CRIMINALES	9	6.8	20.4	11/04/2007
34	CUATRO	ENTRE FANTASMAS	6	6.7	20.2	25/04/2007
35	AN3	FUTBOL COPA UEFA: OSASUNA - SEVILLA	3	6.7	30.9	26/04/2007
36	TL5	POST FORMULA 1:G.P.BAHREIN	2	6.7	27.6	15/04/2007
37	AN3	EL PELICULON: SPIDER-MAN	6	6.6	30.6	29/04/2007
38	CUATRO	BOLA DE DRAGON Z	65	6.6	55.2	01/04/2007
39	TL5	YO SOY BEA	19	6.6	39.7	02/04/2007
40	TV3	CAÇADORS DE PARAULES	5	6.6	27.7	09/04/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - MAIG 2007

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	LOS SIMPSONS	62	13.9	75.4	28/05/2007
2	AN3	PRORROGA FUTBOL COPA UEFA: ESPANYOL - SEVILLA	1	13.8	38.3	16/05/2007
3	TL5	C.S.I.	16	13.3	45.0	21/05/2007
4	AN3	FUTBOL COPA UEFA: ESPANYOL - SEVILLA	2	13.3	47.0	16/05/2007
5	TL5	FORMULA 1: G.P. ESPAÑA	2	11.7	39.8	13/05/2007
6	TL5	CAMERA CAFE	19	11.5	44.3	07/05/2007
7	TV3	HEROIS: COL·LISIÓ	8	11.0	36.6	09/05/2007
8	TL5	LOS SERRANO	5	11.0	32.1	08/05/2007
9	AN3	POST FUTBOL COPA UEFA: ESPANYOL - SEVILLA	1	10.9	38.9	16/05/2007
10	CUATRO	HOUSE	10	10.8	27.2	22/05/2007
11	AN3	PRORROGA FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: LIVERPOOL - CHELSEA	1	10.7	28.9	01/05/2007
12	AN3	FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: MILAN - LIVERPOOL	2	10.3	46.5	23/05/2007
13	AN3	LOS HOMBRES DE PACO	4	9.9	32.6	30/05/2007
14	TL5	POST FORMULA 1 G.P. ESPAÑA	2	9.6	35.3	13/05/2007
15	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	27	8.9	30.3	08/05/2007
16	TV3	POLÒNIA	5	8.8	32.9	31/05/2007
17	TV3	VENTDELPLÀ	9	8.7	29.7	07/05/2007
18	AN3	EL INTERNADO	2	8.6	28.4	24/05/2007
19	TV3	FORMULA 1 G.P. DE MONACO	2	8.0	30.8	27/05/2007
20	AN3	POST FUTBOL LIGA DE CAMPEONES: MILAN - LIVERPOOL	1	7.7	27.5	23/05/2007
21	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	31	7.6	33.7	26/05/2007
22	TV3	EL COR DE LA CIUTAT: CAPÍTOL 1369	23	7.5	30.1	01/05/2007
23	TV3	FUTBOL LLIGA ESPANYOLA: BARCELONA - GETAFE	4	7.4	38.7	26/05/2007
24	TV3	FUTBOL COPA CATALUNYA: GIMNÀSTIC - BARCELONA	2	7.2	26.9	31/05/2007
25	TV3	EFFECTE MIRALL: ENS COSTA TENIR PARELLA	2	7.2	24.3	21/05/2007
26	CUATRO	CINE CUATRO: HORA PUNTA	3	7.1	46.0	19/05/2007
27	TL5	LA QUE SE AVECINA	4	7.0	30.3	13/05/2007
28	TV3	AFERS EXTERIORS: HAITÍ	2	6.6	21.1	22/05/2007
29	TL5	HOSPITAL CENTRAL	12	6.5	20.8	30/05/2007
30	CUATRO	HUMOR AMARILLO	14	6.5	22.6	20/05/2007
31	AN3	PREVIO FUTBOL COPA UEFA: SEVILLA - OSASUNA	1	6.3	44.7	03/05/2007
32	TVE1	MOTOCICLISMO G.P. DE FRANCIA: MOTO GP	2	6.3	25.6	20/05/2007
33	AN3	EL PELICULON: SPIDERMAN 2	4	6.2	29.0	13/05/2007
34	CUATRO	FRIENDS	62	6.2	38.6	02/05/2007
35	TV3	BÉSTIES: EL CONILL DE BOSC A CATALUNYA	3	6.0	17.0	15/05/2007
36	CUATRO	ANATOMIA DE GREY / UNA ESPECIE DE MILAGRO	15	6.0	23.5	17/05/2007
37	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	31	6.0	25.0	22/05/2007
38	CUATRO	CUENTA ATRAS	5	5.7	35.2	12/05/2007
39	TV3	ÇAÇADORS DE PARAULES	2	5.6	20.3	14/05/2007
40	AN3	MULTICINE: CONOCES A JOE BLACK	9	5.6	34.1	06/05/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

La representació dels adolescents en les telenovel·les de producció pròpia de TV3

RANKING MENSUAL JOVES - JUNY 2007

	CANAL	PROGRAMA	Nº EMIS.	JOVES De 13 a 24 anys		DATA
				% AUD.	% QUO.	
1	AN3	LOS SIMPSONS	66	18.2	64.3	19/06/2007
2	AN3	LOS HOMBRES DE PACO	4	11.4	35.5	13/06/2007
3	TL5	FORMULA 1:G.P.CANADA	3	11.3	45.9	10/06/2007
4	TL5	C.S.I.	15	11.0	32.0	04/06/2007
5	TVE1	MOTOCICLISMO G.P.DE CATALUÑA: MOTO GP	4	10.7	46.5	10/06/2007
6	TL5	CAMERA CAFE	16	10.0	38.1	04/06/2007
7	TL5	LOS SERRANO	4	10.0	32.7	26/06/2007
8	AN3	EL INTERNADO	4	9.7	28.8	07/06/2007
9	TL5	POST FORMULA 1 G.P.CANADA	3	9.5	40.5	10/06/2007
10	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 1	30	9.3	38.5	21/06/2007
11	TV3	HEROIS: DISTRACCIONS (dimecres)	8	9.2	26.9	20/06/2007
12	CUATRO	HOUSE	12	9.1	30.9	05/06/2007
13	TV3	POLÒNIA	4	9.1	30.6	07/06/2007
14	TV3	VENTDELPLA	7	8.2	26.8	25/06/2007
15	TL5	LA QUE SE AVECINA	3	8.1	29.2	10/06/2007
16	TVE1	TENIS ROLAND GARROS: R.NADAL - R.FEDERER	1	7.9	29.1	10/06/2007
17	TV3	EL COR DE LA CIUTAT (CAPÍTOL 1404)	21	7.6	36.5	19/06/2007
18	TL5	HOSPITAL CENTRAL	12	7.4	24.2	27/06/2007
19	AN3	EL ZORRO	21	7.0	38.3	14/06/2007
20	TL5	YO SOY BEA	21	6.8	42.3	12/06/2007
21	CUATRO	FACTOR EXTRA	21	6.7	26.8	05/06/2007
22	TL5	INFORMATIVOS T5 21:00	30	6.7	30.0	06/06/2007
23	TV3	AFERS EXTERIORS: ALGER	3	6.5	26.6	26/06/2007
24	TVE1	PELICULA DE LA SEMANA: COMO PERDER A UN CHICO EN 10 DIAS	4	6.5	24.1	10/06/2007
25	AN3	ANTENA 3 NOTICIAS 2	30	6.4	29.3	11/06/2007
26	TVE1	POST MOTOCICLISMO G.P.ITALIA: MOTO GP	4	6.4	24.6	03/06/2007
27	TV3	30 MINUTS: EL RETORN DE L'ÓS	3	6.1	31.0	03/06/2007
28	AN3	LA RULETA DE LA SUERTE	21	6.1	38.0	25/06/2007
29	CUATRO	SCRUBS	18	6.1	22.2	15/06/2007
30	AN3	CINEMATRIX: LA MOMIA	5	6.0	38.6	16/06/2007
31	CUATRO	ANATOMIA DE GREY	10	5.9	17.1	07/06/2007
32	AN3	¿SABES MAS QUE UN NIÑO DE PRIMARIA?	1	5.9	23.8	28/06/2007
33	AN3	SHIN-CHAN	58	5.8	40.7	24/06/2007
34	AN3	BUENAFUENTE	12	5.8	50.1	06/06/2007
35	AN3	AMORES DE MERCADO	5	5.8	36.8	28/06/2007
36	TL5	CINE ON: SIETE DIAS Y UNA VIDA	9	5.6	20.2	10/06/2007
37	TV3	FUTBOL:L.ESPANYOLA / R.ZARAGOZA-R.MADRID	2	5.6	31.1	09/06/2007
38	TV3	EFFECTE MIRALL (ENS DIVERTIM MOLT)	3	5.5	20.3	11/06/2007
39	TL5	CAIGA QUIEN CAIGA	5	5.4	30.9	08/06/2007
40	TV3	ENTRE LÍNIES	3	5.4	23.8	11/06/2007

* Ordenat per audiència

* Programes de 15 o més minuts de durada.

* La columna N°EMI indica el nombre d'emissions en el cas que el programa sigui repetitiu. En aquest cas es considera l'audiència i la quota del programa que va tenir millor resultat i que correspon a la data indicada.

Font: TNS

