

La construcción de la memoria colectiva sobre los hechos democratizantes: Estados Unidos en los sesenta y la serie de televisión *Mad Men*

María Josefa Erreguerena Albaiteiro*

La década de los sesenta en Estados Unidos es, sin duda, la década de la democratización. En esa época se sitúa la serie *Mad Men*, la cual recrea el mundo de los publicistas y su estrecha relación con la televisión, medio que nos da una visión de hechos históricos y explica cómo ha cambiado la vida cotidiana, cómo era en el pasado y cómo es ahora. El presente artículo revisa dicha serie como reconstructora de memoria colectiva que cuestiona y propone nuevas significaciones sociales sobre el proceso democratizador que se vivió, en la década de los sesenta, en Estados Unidos. Mediante la metodología del análisis del discurso televisivo de esta serie, la autora comenta los cambios sociales y culturales que vive la sociedad norteamericana de esa época. De esta forma pone de manifiesto el papel del hombre y de la mujer, la transformación de la familia, los movimientos en defensa de los derechos civiles, la contracultura, los asesinatos del presidente Kennedy y de Martin Luther King, la guerra de Vietnam, etcétera. Así, a través de la descripción de esta serie, que muestra hechos importantes en la historia de Estados Unidos, se construye-reconstruye parte de la memoria colectiva de ese país.

Memoria colectiva

Memoria colectiva es un término acuñado por Maurice Halbwachs que se refiere a los recuerdos y memorias que posee la sociedad en su conjunto. La memoria colectiva es compartida, transmitida y construida por el grupo o la sociedad.

Bellelli, Leone y Curci (1999), en su artículo “Emociones y memoria

colectiva. El recuerdo de acontecimientos públicos”, explican con datos duros cómo se construye una memoria colectiva a través de las noticias, y cómo las emociones tienen que ver con los recuerdos. Definen memoria colectiva como “[...] la acumulación de las representaciones del pasado que un grupo produce, mantiene, elabora y transmite a través de la interacción entre sus miembros”. Señalan que

[...] la memoria colectiva es más que las memorias compartidas de acontecimientos específicos: es una aproximación sistemática al pasado, que implica distintos

niveles explicativos, que tiene en cuenta tanto procesos de grupo y dinámicas sociales generales como procesos interindividuales. Dentro de ella, ciertos acontecimientos tienen un papel estructurante alrededor del cual se organiza la representación (1999: 102).

Las series de televisión o las películas ofrecen la experiencia colectiva de la reconstrucción del pasado y, por tanto, de la memoria colectiva. Y

[...] está, pues, organizada por una lógica social de significación y de

* Profesora-Investigadora del Departamento de Educación y Comunicación, Área de investigación Comunicación y Estructura de Poder de la UAM-Xochimilco. Correo-e: <mjerre@yahoo.com.mx>.

evaluación que relaciona los recuerdos. Su característica esencial consiste en ser normativa. No proporciona solamente imágenes del pasado; actúa, a la vez, como ejemplo y como enseñanza, como memoria ejemplar para el propio grupo portador. Y, aunque integrada por hechos datados y por experiencias vividas, su condición de normativa y de simbólica la sitúan fuera del tiempo. No sólo se limita a experiencias, constituye y utiliza símbolos que remiten a un significado (Bayona Fernández: 2002).

Así, un grupo de producción reinterpreta una época de la historia con un relato de ficción, y cada telespectador conformará su memoria o sus olvidos según sus propias condiciones y su propio momento histórico.

Se pueden distinguir entre los caracteres de la memoria al menos dos mecanismos. Uno es el proceso de globalización que, mediante la fijación selectiva de los recuerdos, realiza la construcción de una imagen genérica. Imagen que llevará aparejada una noción. Un mecanismo subsiguiente es el de la simbolización, por el que una imagen determinada permite invocar un juicio. Mediante estos mecanismos, la memoria colectiva es evocación y conmemoración de hechos (Bayona Fernández, 2002).

La televisión, institución del imaginario social, construye-reconstruye —desde el momento histórico en que se produce— una orientación de sentido sobre los hechos históricos del pasado. La interpretación que cada grupo de producción hace de esos hechos es lo que va conformando la memoria colectiva de los telespectadores. Así, la memoria colectiva está siempre en proceso de construcción-transformación. Cabe señalar que la televisión es una institución del imaginario y, aunque es muy importante, no es la única en conformar la memoria colectiva; todas las instituciones mediante sus discursos nos ofrecen una interpretación de los hechos históricos. Pensemos en las telenovelas históricas producidas por Televisa, por ejemplo, el *Vuelo del águila* narra la vida de Porfirio Díaz, o en libros de texto de la SEP, los profesores en la escuela; cada quien produce un discurso con su propia interpretación. Sin embargo, es el sujeto el que tendrá una idea de quién fue Porfirio Díaz y qué consecuencias tuvo su gobierno para México.

Podemos concluir afirmando que las instituciones sociales, desde el presente y mediante sus discursos, imponen una orientación de sentido sobre los hechos históricos. Pero las instituciones conforman una red infinita llamada

magma. Y sus producciones de sentido son múltiples y muchas veces contradictorias.

Mad Men

Las series en televisión son programas de ficción, cada capítulo tiene un argumento en sí mismo, pero mantiene la continuidad entre un capítulo y otro conservando tema, personajes y argumento. Las series han sido el gran fenómeno del siglo XXI, a partir de *The Sopranos* (HBO, 1999-2007), los directores, productores, escenógrafos, músicos y actores emigraron del cine a la televisión, en donde han logrado productos de alta calidad; Mikel Onandia Garate (2013) analiza las series de televisión como obras de arte, con la ventaja de producción de poder desarrollar personajes y situaciones en cien horas de producción.

Mad Men es una serie de televisión creada por Matthew Weiner y protagonizada por Jon Hamm. Producida por Lionsgate Televisión, todos los capítulos fueron filmados en la ciudad de Los Ángeles, excepto uno y el costo de producción por capítulo es de 2,320,000 euros¹.

Hay que destacar esta serie por la investigación histórica en que se sustenta, su estilo visual, su guión y por sus actuaciones. Ha ganado cuatro Globos de Oro y quince premios Emmy, siendo la segunda serie emitida por cable en Estados Unidos que ha ganado este último premio a la “mejor serie dramática”. Durante dos años consecutivos, *Mad Men* ha logrado 17 nominaciones Emmy, convirtiéndose así en la serie más nominada de 2010. La primera temporada inició el 19 de julio 2007 y la sexta temporada finalizó el 23 de julio 2013². Hay que destacar que Matthew Weiner, creador y productor ejecutivo de la serie *Mad Men*, fue el escritor de la quinta y sexta temporada de *The Sopranos*.

El mundo de la publicidad

Mad Men inicia en 1960 cuando nace la publicidad tal como la conocemos actualmente, la cual vincula la creatividad y las técnicas de investigación de mercados a los medios audiovisuales. Esta serie plantea la creación de necesidades, modelos de hombres y mujeres inalcanzables, así como los valores modernos; representa una sociedad consumis-

¹ Véase <<http://www.vayatele.com/ficcion-internacional/cinco-curiosidades-sobre-mad-men>> (consultado el 15 de abril de 2013).

² Véase <<http://www.filmaffinity.com/es/film596790.html>> (consultado el 20 de abril de 2013).

ta, individualista, sexista, discriminatoria, con un modelo específico de belleza. El *american way of life* como forma ideal de vida.

Mad Men es el nombre dado a los publicistas que trabajan en la Madison Avenue en la ciudad de Nueva York. Los protagonistas de la serie laboran en la agencia de publicidad Sterling Cooper, la cual es una representación de las que existían en esos años, tales como Leo Burnett, Ogilvy y Mather, Doyle, Dane y Bernbach.

Según la serie, Sterling Cooper fue fundada por Bertram Cooper y Roger Sterling padre en 1923. En el otoño de 1962, la empresa se fusionó con la firma británica Puttnam, Powell, y Lowe. Debido a la inminente venta de Puttnam, Powell, y Lowe a McCann Erickson, uno de los primeros cambios que se notan es en la forma de la relación laboral: los publicistas pasan a ser socios de las empresas publicitarias. Así, en la segunda temporada, Lane Pryce y Roger Sterling ofrecen a Don Draper liberarlo de su contrato anual para hacerlo socio; de esta forma conforman la nueva agencia Sterling Cooper Draper Pryce.

La compañía Sterling Cooper es el espacio donde los personajes hacen referencia a campañas del pasado, como la de Luky Strike. En esa época la publicidad está fundamentada en la teoría del publicista Reeves, la cual es una técnica basada en el concepto USP (*Unique Selling Proposition* o Propuesta única de ventas). Los USP marcaban a través de un anuncio cuál era la diferencia de cada producto en relación con el de la competencia. Una vez que el espacio existente en la mente del potencial consumidor para determinada categoría de producto se hubiera “rellenado” con la marca anunciada, los productos de la competencia serían eliminados. En síntesis, los consumidores debían ser condicionados para elegir los productos publicitados³.

Conforme transcurre la serie las campañas van cambiando. La creatividad llega a la publicidad como signo de diferenciación frente a la competencia. De este modo, cambia el enfoque tradicional de la publicidad tal como se utilizaba en la década anterior, ya que dejaba de ser articulada racionalmente para apelar a mensajes divertidos o sorprendentes.

El principal exponente de la “corriente creativa” fue el publicitario Bill Bernbach, quien utilizó como inspiración una dimensión humorística sobre las características del propio producto. Así, el público era sorprendido mediante

³ Véase <<http://publicidad.idoneos.com/index.php/336236>>.

un mensaje “honesto” que no pretendía exagerar los beneficios del producto. Sumado esto al humor subyacente, el vínculo de simpatía entre el consumidor y el producto estaba asegurado.

Ejemplo tradicional de esta técnica lo fue la campaña ideada para el automóvil clásico de Volkswagen, conocido como “el escarabajo”. El público norteamericano prefería vehículos ostentosos; por otra parte, la marca alemana, lo vinculaba al régimen nacional socialista. La solución fue vincular el producto a una imagen simpática que reconocía las limitaciones del automóvil. La perspectiva humorística permitía otorgarle simpatía al producto, la cual borraría toda connotación negativa⁴.

La publicidad incursiona en la política y el Partido Republicano contrata a la agencia Sterling Cooper para llevar la campaña propagandística de Richard Nixon en Nueva York. En la noche electoral del 8 de noviembre de 1960, todo el personal se reúne en torno a la televisión para seguir los resultados y observar la victoria de los demócratas, liderados por John F. Kennedy⁵.

La serie plantea que uno de los cambios que se dio en la década de los sesenta fue en la publicidad, ya que ésta pasó de realzar las características del producto a campañas de imagen de productos sustentados en su confiabilidad y prestigio. Las campañas cambian la visión que se tiene del consumidor, quien al no estar atrapado puede seleccionar entre muchas mercancías y su consumo dependerá de la campaña publicitaria que recuerde. En la década de los sesenta los anuncios reflejaban valores tradicionales. En la serie se presentan las campañas publicitarias de los cigarros Luky Strike, alimentos Ketchup, hoteles Hilton y de varios automóviles, entre ellos el Jaguar y el Chevy. También se menciona a los candidatos políticos, en particular a Richard Nixon, como productos.

Los hombres

Uno de los hechos democratizantes más importantes de la década de los sesenta es la transformación de la familia (véase Hobsbawm, 1998). Las familias están sustentadas en valores protestantes tradicionales, los roles y las reglas son muy claros. En tan sólo diez años el patrón de las familias

⁴ Véase <<http://publicidad.idoneos.com/index.php/336236>>.

⁵ Véase <<http://www.elcinedehollywood.com/2011/09/los-acontecimientos-reales-se-combinan.html>> (consultado el 6 de mayo de 2013).

cambia. Cuando la mujer toma una actitud de independencia y de autonomía los privilegios masculinos se ven cuestionados.

En *Mad Men* el hombre, como marido y padre, es un proveedor que se enfrenta a la lucha constante de poder; no muestra ninguna debilidad y su relación con la mujer y los hijos es muy distante. Veamos algunos ejemplos:

El personaje central Donald Draper (Jon Hamm) es director creativo y socio de Sterling, Cooper, Draper & Pryce. Realmente se llama Dick Whitman. Como muchos de los héroes modernos norteamericanos tiene doble personalidad (véase Erreguerena, 2011), en la guerra de Corea su nombre es Dick Whitman, quien suplanta a un soldado muerto llamado Don Draper

Inicia como un hombre tradicional casado con Betty Francis y con tres hijos, posteriormente contrae nupcias con Megan Calvet, su secretaria. Tiene varias relaciones extramaritales. Su relación con las mujeres se explica, dentro de la serie, por las dificultades en su infancia; hijo de una prostituta que muere en su nacimiento y criado por su madrastra. La relación con su padre, su hermano y su hijo es también conflictiva. En la sexta temporada se desploma y se pregunta qué siente por su hijo Bobby y si su padre sentía la misma contradicción emocional frente a él.

Don teme que su mundo desaparezca en la llamada Crisis de los Misiles de Cuba (octubre de 1962), e incluso llega a pensar que la amenaza de una guerra nuclear es inminente.

Peter Dyckman Campbell (Vincent Kartheiser) es un ejecutivo de cuenta, compite con Don, es ambicioso, está casado con Trudy y no tiene reparo ni conciencia moral. Sabemos que su padre muere en el accidente del boeing 707 de la compañía American Airlines que se estrelló poco después de despegar de Nueva York el 1º de marzo de 1962. Ya en la sexta temporada, Pete Campbell escucha a su madre decir que Kennedy ha muerto y piensa que habla del presidente y no del senador⁶.

Roger Sterling (John Slattery) es socio-fundador de Sterling & Cooper. Se divorcia para casarse con Jane, secretaria de Don. Tiene una relación con Joan por mucho tiempo. Es amigo de Don.

Estos personajes se presentan como republicanos, fuman y beben alcohol todo el día. Se trata de una sociedad

WASP (White Anglo Saxon Protestant). En la presentación de la serie, vemos en dibujos animados a un hombre que cae al vacío entre edificios y publicidad, lo cual representa lo que la serie explica. Estos publicistas, íconos del sistema de vida norteamericano, vieron en los años sesenta la caída de su mundo con la incorporación de la mujer y de los afroamericanos al trabajo. *Mad Men* refleja una “cultura sexista, racista, militarista, alcohólica, elitista, religiosa e imperialista”⁷.

Las mujeres

El rol femenino cambia radicalmente en esta década. A continuación describiremos algunos personajes para explicar cuáles son los tipos más significativos en *Mad Men*.

Peggy Olson (Elisabeth Moss) inicia la serie como secretaria de Don. Su familia es católica; de ser secretaria pasa a ser creativa en Sterling, Cooper, Draper & Pryce, en un mundo de hombres.

Tras una aventura pasajera con su compañero Pete Campbell, tiene un hijo. Frente al rechazo de la familia y entre tener que elegir una vida profesional o ser madre, toma una dura decisión: opta por dar al niño en adopción y a partir de ese momento hará lo necesario para tener éxito.

Joan Holloway (Christina Hendrick) es jefa de secretarías, amante de Roger y de quien tiene un hijo. Se casó con un cirujano que se marcha a la guerra de Vietnam y a quien le hace creer que el hijo es suyo. Joan es el paradigma de mujer atractiva para cualquier hombre. Además de destacar por su belleza es una eficiente organizadora del trabajo en la agencia y la mayoría de los asuntos delicados pasan por su discreto criterio para ser resueltos. Sin embargo, en la quinta temporada comenta con amargura: “Llevo trabajando quince años aquí y me siguen tratando como secretaria”.

En la misma temporada Joan tiene relaciones con un cliente como precio para ser socia de la compañía Sterling, Cooper, Draper & Pryce. “Joan, utiliza su atractivo y femineidad. Si Betty fuera Jackie Kennedy, Joan sería Marilyn Monroe”⁸.

Betty Francis (January Jones) fue esposa de Don Draper y madre de Sally, Bobby y Eugene Scott. Conoció a Don trabajando como modelo y poco después se casó con él.

⁷ Véase <www.ehu.es/ojs/index.php/ars_bilduma/article/download/6351/pdf>.

⁸ Véase <<http://www.undermgzn.com/series-tv/mad-women-las-mujeres-de-mad-men/>>.

⁶ Véase <<http://www.elcinedehollywood.com/2011/09/los-acontecimientos-reales-se-combinan.html>> (consultado el 6 de mayo de 2013).

Cuando está a punto de terminar su matrimonio con Don ven en la televisión el asesinato del presidente John F. Kennedy en Dallas el 22 de noviembre de 1963. El asesinato del presunto responsable de la muerte del Presidente, Lee Harvey Oswald, precipita la ruptura⁹.

Es una aficionada a la equitación y acaba siéndole infiel con un político local llamado Henry Francis, con quien posteriormente se casa. La relación entre Betty y sus hijos es bastante complicada, sobre todo con Sally.

Betty representa a la esposa que fue educada para ser mantenida por su marido y cuidar a los hijos; repite el patrón al casarse con Francis, sin embargo, a lo largo de la serie será cuestionada por diversos personajes, pero sobre todo por su hija Sally.

Megan Calvet (Jessica Paré) es secretaria de Don, de origen franco-canadiense y su segunda mujer, con 26 años de edad. Megan es una mujer apasionada, sencilla e ingenua. Su verdadera vocación (quiere ser actriz) contrasta en todos los sentidos con la esposa, es más liberal y no está dispuesta a dejar su profesión.

En *Mad Men* la familia ha cambiado de 1960 a 1968. Las esposas piden el divorcio a causa de las infidelidades. Peggy, Joan y Megan compiten con los hombres en el mundo profesional.

La homosexualidad

Paralelamente a la lucha por los derechos civiles se da la reivindicación de los derechos de los homosexuales. Vemos dos casos: Salvatore Romano (Bryan Batt) y Joyce Ransay. Romano es el director de arte. Es homosexual y para evitar ser despedido de la agencia se casa con Kitty (Sara Drew), una telefonista de la empresa. Un cliente importante pide abiertamente a los socios de Sterling Cooper que terminen la relación laboral con Romano por su homosexualidad. Los socios acatan el requerimiento. En el primer capítulo de la tercera temporada, la homosexualidad sale a la luz, vemos la relación de Romano con su esposa, nunca se atreve a asumir su sexualidad y ella vive en la insatisfacción. Por otra parte, Don sabe de las preferencias de Romano pero calla. Romano vive la homosexualidad como algo vergonzoso y las consecuencias son el despido y seguramente el divorcio.

⁹ Véase <<http://www.elcinedehollywood.com/2011/09/los-acontecimientos-reales-se-combinan.html>> (consultado el 6 de mayo de 2013).

Sin embargo, emerge Joyce Ramsay, asistente de edición de fotografías de la revista *Life*. Es homosexual, introduce a Peggy Olson en la contracultura de los sesenta, habla abiertamente de su preferencia sexual y lucha por la igualdad en una sociedad que se niega a cambiar.

Población afroamericana

Mad Men refleja cómo el movimiento de los derechos civiles progresa rápidamente en la década de los sesenta. En las tres primeras temporadas, el mundo laboral es dominado por los hombres blancos; sin embargo, encontramos al hombre afroamericano que maneja el elevador y quien intercambia algunos comentarios con Don, así como el personaje de Carla (Deborah Lacey), empleada doméstica y niñera de los niños Draper. Betty y Carla tienen una relación de patrona y trabajadora en el ámbito privado del hogar. En la tercera temporada, juntas escuchan en un programa de radio el discurso “Yo tengo un sueño” de Martin Luther King. Betty comenta: “Quizá no deba suceder justo ahora”. El ama de casa blanca manifiesta su incomodidad frente a la igualdad y la pérdida de privilegios que esto trae.

Cuando Betty ya se ha divorciado de Don, en la cuarta temporada, despiden a Carla, sin explicación y tomando como excusa que Carla permitió la entrada de un amigo de Sally.

En la quinta temporada la serie muestra la incursión de la población afroamericana como igual en la sociedad. Esto se observa cuando un grupo de personas protestan en la calle por los derechos civiles. A los publicistas les parece gracioso echarles agua desde las ventanas de Sterling Cooper Draper Pryce. Los manifestantes, en su mayoría de raza negra, suben a protestar y los publicistas aceptan que su actitud fue incorrecta. En la misma temporada vemos que los ejecutivos de la agencia publicitaria se sorprenden cuando ven que hay varias mujeres afroamericanas esperando para una entrevista de trabajo. Es la primera vez que en Sterling Cooper Draper Pryce se contrata a una secretaria de raza negra: Dawn.

Dawn, como secretaria de Don, adquiere cada vez más importancia en el relato. Al principio está totalmente marginada, pero tiene que interactuar con sus compañeras secretarías y al final de la temporada Joan le dará nuevas responsabilidades, lo cual interpretamos como su integración al mundo de los publicistas.

El anuncio de la muerte de Martin Luther King en marzo 1968 marca un giro en los personajes de *Mad Men*: Peggy fracasa en su intento de comprar un departamento; Henry, el esposo de Betty, analiza las nuevas condiciones

políticas para replantear su carrera política; Randall Walsh (William Mapother) intenta convencer a Draper y sus creativos de que hagan una campaña para su aseguradora, basada en el miedo a las protestas; Pete Campbell, solo en un departamento por sus infidelidades, intenta regresar al hogar, y Don que va en el coche con sus tres hijos se ve rodeado por las protestas y los incendios¹⁰.

La vida cotidiana

La vida cotidiana en *Mad Men* está llena de alcohol y tabaco. La secretaria lo primero que hace al iniciar el día es ofrecer un whisky a su jefe, los personajes fuman en todos los espacios posibles sin ninguna restricción. Vemos en pantalla fumar a embarazadas y adolescentes. Según un estudio que analizó este tema en *Mad Men*, concluyó que en las primeras cinco temporadas se fumaron 1194 cigarrillos (421 en boca de mujeres y 773 en hombres)¹¹.

Varios de los personajes son alcohólicos y la campaña publicitaria que la compañía realiza para Lucky Strike está teniendo problemas. Los médicos han comenzado a señalar que fumar perjudica la salud.

El consumo de drogas aparece en la primera temporada cuando Don está con su amante Midge Daniels (Rosemarie DeWitt) en una reunión, en la cual todos fuman marihuana; Don se integra y fuma junto a ellos. Cuando Midge ofrece heroína a Don éste se separa de ella. Hay que señalar que Midge es la presentación en la serie de la contra cultura y del movimiento hippie con sus flores y su propuesta de amor libre. En la quinta temporada aparecen otras drogas como el LSD. Cuando Roger y su entonces esposa Jane lo consumen, éste describe la experiencia como muy placentera, la cual le abrió las puertas de la percepción. Finalmente, en la sexta temporada un doctor ofrece a los empleados que tienen que quedarse a trabajar toda la noche en la campaña de Chevrolet una inyección de vitamina B¹².

La sensibilidad artística va cambiando en los personajes. Roger Cooper cuelga un cuadro de Rothko en su oficina y decide que lo abstracto es interesante. Mientras Don trata de convencer a los Rolling Stones para que realicen un *spot* para las latas de alubias Heinz y rechaza a Los Beatles después de verlos en Shea Stadium con su hija Sally. Por su

parte, Megan compra el disco llamado *Revolver* e insiste en que escuche la canción *Tomorrow never knows*.

El cine tiene una presencia constante en *Mad Men*. La serie narra como durante la mañana del 5 de agosto de 1962, poco antes de que varios de los empleados comiencen sus vacaciones, Marilyn Monroe es encontrada muerta en su domicilio de Los Ángeles¹³. O cuando Don y su hijo Bobby van al cine a ver *El planeta de los simios*, Don comenta con Megan la angustia que le produce no saber qué siente por su hijo y como la escena final de la película explica que la desaparición de Nueva York representa el fin del mundo tal como Don lo conoce¹⁴.

La televisión, la telefonía y los aviones también tienen un impacto esencial en la creación de una sociedad de masas mucho más cohesionada y homogénea que nunca antes en su historia. Los personajes ven en la televisión lo que pasa en el mundo. La muerte del presidente Kennedy, el asesinato de Martin Luther King, la guerra de Vietnam o los diferentes disturbios en Estados Unidos.

Toda esta cotidianidad de los publicistas de Madison Avenue resulta creíble por la ambientación realizada por Claudette Didul-Mann. Las modificaciones en la decoración de los cincuenta a los sesenta resultan reflejados en la serie, tanto en las calles como en los interiores; los muebles, los cuadros, las cocinas, las oficinas, las habitaciones, las casas; todos los detalles están planeados y resultan de los mejores atractivos de la serie¹⁵.

En *Mad Men* John Dunn y Janie Bryant fueron los expertos encargados del vestuario de la serie. Especial cuidado en el maquillaje, accesorios, peinados y ropa. Reconstruyen con materiales originales la moda de la época. Cabe señalar que la sociedad se va transformando y democratizando en la medida que cambian los escenarios y la moda.

Conclusión

Se puede afirmar que la serie *Mad Men* sí construye-reconstruye la memoria colectiva, pues muestra los hechos históricos que son la base de la democracia norteamericana actual.

¹⁰ Véase <<http://www.letraslibres.com/blogs/en-pantalla/marca-personal-mad-men-flood/>>.

¹¹ Véase <<http://blogs.infobae.com/series-de-tv/2013/04/29/mad-men-5-razones-para-no-perdersela/>> (consultado el 25 de abril de 2013).

¹² Véase <<http://la-serialista.blogs.fotogramas.es/2013/05/23/le-sientan-bien-las-drogas-a-mad-men/>> (consultado el 18 de mayo de 2013).

¹³ Véase <<http://www.elcinedehollywood.com/2011/09/los-acontecimientos-reales-se-cambian.html>> (consultado el 6 de mayo de 2013).

¹⁴ Véase <<http://www.letraslibres.com/blogs/en-pantalla/marca-personal-mad-men-flood/>>.

¹⁵ Véase <<http://blogs.infobae.com/series-de-tv/2013/04/29/mad-men-5-razones-para-no-perdersela/>> (consultado el 25 de abril de 2013).

En este trabajo se explicaron las transformaciones sociales y culturales ocurridas en la sociedad estadounidense de 1960 a 1968, las cuales se pudieron observar en:

- La publicidad: creadora de necesidades a partir de la imagen.
- Los hombres: de ser sólo proveedores sin ninguna debilidad se hacen más humanos y vulnerables.
- Los homosexuales: de vivir discriminados pueden manifestar públicamente sus preferencias sexuales.
- Las mujeres: se incorporan al trabajo, se hacen sujetos de su historia y luchan por su autonomía.
- Los afroamericanos: por las luchas sociales ganan la igualdad social y jurídica.
- La vida cotidiana: no existe ninguna conciencia frente al tabaco y al alcohol, se utilizan drogas, se busca la libertad en el individualismo y el consumo. Llega la contracultura mediante el hippismo, la pintura y la música.
- Cambio estético tanto en la moda como en la decoración.

Referencias

- Bayona Fernández, G. (2002). "Construcción de la memoria colectiva durante el franquismo de los años setenta: Génesis y evolución de la conflictividad laboral". Recuperado de <<http://www.ahistcon.org/docs/Santiago/pdfs/s3d.pdf>> (consultado el 19 de abril de 2013).
- Bellelli, G.; Leone, G. y Curci, A. (1999). "Emoción y memoria colectiva. El recuerdo de acontecimientos públicos". *Psicología Política*, 18, 101-124. Recuperado de <[http://](http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N18-6.pdf)

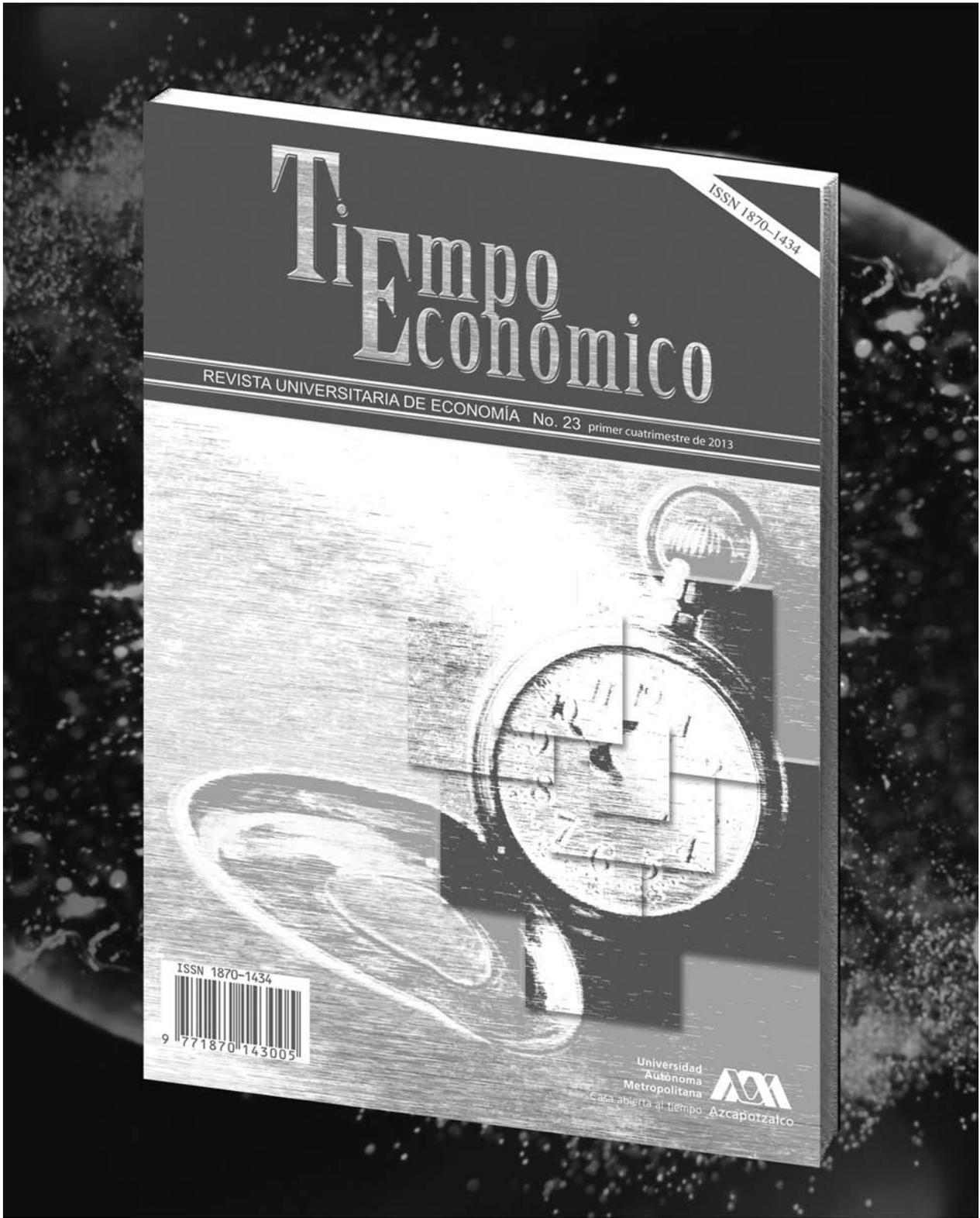
www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N18-6.pdf> (consultado el 4 de mayo de 2013).

- Erreguerena, J. (2011). *Los Superhéroes. La lucha moderna entre el bien y el mal en el cine hollywoodense*. México: Instituto Politécnico Nacional.
- Halbwachs, M. (1997). *La memoire collective*. París: Albin Michel.
- Hobsbawm, E. (1998). *Historia del siglo XX*. Buenos Aires: Grijalbo/Mondadori.
- Onandia Garate, M. (2013). "Tres obras maestras de la ficción televisiva. *The Sopranos, The Wire y Mad Men*". *Ars Bilduma*. Recuperado de <http://www.ehu.es/ojs/index.php/ars_bilduma/article/download/6351/pdf> (consultado el 15 de junio de 2013).

Electrónicas

- <<http://fuertecito.groarl.com/2013/04/23/mad-men-6-04-to-have-and-to-hold/>> (consultado el 30 de mayo de 2013).
- <<http://www.imdb.com/title/tt0804503/>> (consultado el 22 de abril de 2013).
- <http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/chile/Teoria_Politica/Teoria_Politica_part2.pdf> (consultado el 20 de mayo de 2013).
- <<http://libra.msra.cn/Publication/42463558/new-memory-mediating-history>> (consultado el 25 de abril de 2013).
- <<http://www.taringa.net/posts/info/4369480/Vida-cotidiana-en-los-anos-60.html>> (consultado el 20 de abril de 2013).





Universidad
Autónoma
Metropolitana
Casa abierta al tiempo



Azacapotzalco