

Representació de la societat i la política americana a través Hollywood



Marc Colomer Carbassé (NIUB 2012 1301)
Mario Candia Quispe (NIUB 1806 1315)
Edgar Rodríguez Prados (NIUB 2009 1945)

Professor: Àngel Borrego
Metodologia de la Recerca (M1)
INFOCOM

Facultat d'Informació i Mitjans Audiovisuals, Universitat de Barcelona



Sumari

1. Resum (Abstract)	2
2. Introducció del treball	3
2.1 Presentació del tema	3
2.2 Metodologia	4
3. Revisió bibliogràfica	6
3.1 Promoció i difusió de cultura i valors americans	6
3.2 Representació de la societat americana i el racisme al cinema	7
3.3 Promoció i representació de la política a través de pel·lícules	9
3.4 Evolució de la promoció i difusió segons l'època	10
4. Conclusions	12



1. Resum /Abstract

CATALÀ

El cinema, concretament Hollywood, des de la seva creació fa més de cent anys ha estat una de les majors eines de comunicació i propaganda dels governs, en aquest cas, el govern dels Estats Units d'Amèrica. A través de les seves produccions, ja sigui per mitjà de pel·lícules, sèries de televisió o publicitat, l'audiovisual nord-americà ha promocionat i ha difós els valors i la cultura de la societat americana. Valors com la justícia, la valentia, el patriotisme o la democràcia; o conceptes com el somni americà són alguns dels trets principals que ven Hollywood al món. A partir d'aquesta publicitat massiva i constant, el món ha idealitzat la figura del nord-americà com el d'una raça físicament i moralment superior, la qual, inevitablement, és la societat líder del planeta. Aquesta intensa promoció del país va començar, sobretot, durant la Segona Guerra Mundial i a l'etapa de post-guerra, quan els Estats Units van veure en Hollywood l'eina perfecta per, per un costat, promocionar els valors clàssics americans entre les famílies i encoratjar a la societat trista i pobra per la guerra; i per un altre costat, atemorir els enemics mostrant un país fort i valent amb un exèrcit format per súper-soldats patriòtics. Però Hollywood, a més a més de promocionar el ciutadà americà, a través de la seva narrativa, han venut una sèrie de falsos i ofensius estereotips de diverses races, com els afroamericans, els asiàtics i/o els russos. Aquesta "promoció" ofensiva no s'acaba en les races, sinó que també involucra els gèneres, inculcant i promovent la imatge de la dona com un sexe inferior supeditat al poder d'un home, el qual és més fort i intel·ligent. A través d'una sèrie d'articles analitzarem les tècniques i les eines que fa més d'un segle que Hollywood porta utilitzant per fer promoció i difusió dels valors i la cultura de la societat americana arreu del món.

ENGLISH

Since its creation more than a hundred years ago, cinema from Hollywood has been one of the largest government's tools of communication and propaganda. In this case, from the government of the United States of America. Through its productions, either films, TV series or advertising. The American audiovisual field has sold and spread values from American culture and society. Values such as justice, courage, patriotism and democracy; or ideas like the american dream are some of Hollywood's main features which are sold to the world. From this massive campaign of advertising, the world has idealized an image of the American people as a physically and morally superior race, which is the leader society of the planet even if we don't want to. This advertising campaign began during the Second World War and the post-war period, when the United States saw in Hollywood the perfect tool to promote the classic American values among families and encourage the sad and poor society for war. Also to frighten possible enemies by showing a strong and brave country with an army of super-patriotic soldiers. In addition to promoting the American citizen, Hollywood through its narrative, has sold different fake and offensive stereotypes of various races. Such as African Americans, Asians or Russians. This offensive message does not end in races, but also involves the genres, inculcating and promoting the image of women as a subordinate to the power of a men, which are stronger and more intelligent. In this document, we will analyze and resume different studies about the techniques and tools that Hollywood has been using to promote and spread the values and culture of American society around the world.



2. Introducció del treball

2.1 Presentació del tema

Des de l'arribada del primer estudi cinematogràfic al barri de Los Angeles de Hollywood l'any 1911, les pel·lícules que han sorgit de la popularment coneguda com a "meca del cinema" han dominat el mercat audiovisual mundial. Aquesta ciutat allotja varies de les seus d'entitats dedicades a l'estudi i l'apreciació cinematogràfica, com l'Acadèmia de les Arts i les Ciències Cinematogràfiques de Hollywood o l'American Film Institute. Les grans produccions i les grans estrelles dels últims dos segles han sorgit d'aquesta ciutat, però concretament, del barri de Hollywood i dels seus grans estudis cinematogràfics o *Big Five*. Aquest terme s'utilitza per referir-se a les cinc grans productores de producció i distribució de cinema: Warner Bros., Paramount, Columbia, Universal i Walt Disney Studios. Les produccions d'aquests estudis controlen el 90% de quota de mercat del cinema americà i ocupen els dotze primers llocs del rànquing de les pel·lícules més taquilleres del 2018¹. Pel que fa a nivell mundial, el cinema nord-americà, el qual inclou els Estats Units i el Canadà, controla el 48,8% de la quota de mercat del cinema mundial².

A més a més de realitzar les grans produccions dels últims dos segles, Hollywood i les seves sèries i pel·lícules han introduït una sèrie d'elements i conceptes tant en la cultura cinematogràfica com en la cultura popular. Del continent americà han sorgit la majoria dels gèneres cinematogràfics com el western o la sèrie B o termes que estan molt presents avui en dia com els de blockbuster (o èxit de vendes) o merchandising (marxandatge). Però Hollywood no només ha aportat coses en l'apartat tècnic i en l'artístic, sinó que també en el narratiu. El cinema nord-americà, al llarg dels seus gairebé 110 anys d'història, per un costat, ha dissenyat moltes de les tècniques narratives que encara s'utilitzen avui en dia, i per un altre costat, ha creat una extensa paleta d'estereotips culturals, la majoria de vegades erronis amb la realitat i força ofensius amb el col·lectiu representat. Hollywood, ha venut al món que tots els asiàtics saben kungfu; tots els llatins són amants apassionats o ballarins de salsa; tots els àrabs són terroristes o tots els russos són antics agents del KGB que treballen per la màfia. Però el cinema nord-americà clàssic no només ha influït en les races sinó també en els sexes; les dones estan sotmeses a complir un paper d'ajudant o de secretaria i d'esposa o mare, mentre que els homes són els herois i els salvadors.

Però, si Hollywood ha sabut vendre alguna cosa bé al món és la imatge d'Amèrica com una terra d'oportunitats i somnis; i l'americà com un heroi, moralment i físicament superior, disposat a sacrificar-se per la llibertat i la justícia. L'exemple més gran d'aquest personatge estereotípic el trobem en el Capità Amèrica³. Aquest superheroi de la companyia Marvel

¹ Colaboradores de Wikipedia. *Anexo:Películas con mayores recaudaciones (2018)* [en línia]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019 [Data de consulta: 5 de desembre de 2019]. Disponible a:

<[https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Pel%C3%ADculas_con_mayores_recaudaciones_\(2018\)&oldid=121709170](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Pel%C3%ADculas_con_mayores_recaudaciones_(2018)&oldid=121709170)>

² Audiovisual451. *Asia inclina el mercado cinematográfico mundial* [en línia]. (2019) Audiovisual451. [Data de consulta: 1 de desembre 2019] Disponible a: <<https://www.audiovisual451.com/asia-inclina-el-mercado-cinematografico-mundial/>>

³ Noppakao, Tanagarn. *Captain America: The American Made Character* [en línia]. (2018) M.A. Student, Department of English, Faculty of Humanities, Naresuan University. KKU International Journal of Humanities and Social Sciences. Vol. 8. Núm. 1. Pàg. 126-153. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://www.tci-thaijo.org/index.php/KKUJ/article/view/109847/86264>>



Comics fou creat durant la Segona Guerra Mundial i era el reflex perfecte dels Estats Units i la societat americana; una societat valenta, justa i patriòtica. Hollywood, és un model que no només porta venent des dels seus inicis la imatge del somni americà, sinó que ell mateix és el somni americà. És una fàbrica de somnis que sedueix, atrapa, sorprèn i atrau moltíssimes persones d'arreu. Hollywood és la millor i més eficaç oficina de comunicació social dels Estats Units. A través d'aquest, milions de persones de tot el món han rebut el missatge sublimar que els Estats Units i els americans són els líders inevitables del planeta; mentre que la resta de sistemes socials i polítics que rebutgen l'estil americà fracassen.

Podríem pensar que aquestes són pràctiques realitzades en èpoques que es necessitava i/o es volia, per un costat, encoratjar a la societat americana, i per un altre costat, atemorir i desmoralitzar als enemics. Recordem que personatges tan patriòtics com el Capità Amèrica o L'Oncle Sam han sorgit dels creatius de Hollywood en una època tan dura com la Segona Guerra Mundial. Però ens trobem en el fet que entre que aquestes pràctiques han estat tan explotades en el passat i que encara avui en dia les trobem presents en molts productes audiovisuals americans; que moltíssima gent segueix relacionant aquells falsos estereotips dels americans amb la realitat. Enfront d'aquesta situació, el nostre grup ha volgut analitzar i explorar quines són aquestes pràctiques i com Hollywood fa més de cent anys que promou i difon la cultura i els valors americans arreu del món comparant els diferents estudis i treballs de diferents autor per fer-ne una síntesi ordenada per temes concrets.

2.2 Metodologia

Per poder comprendre com el cinema americà mostra tots aquests estereotips hem realitzat diverses cerques en diversos motors de cerca i bases de dades especialitzades en documentació, igual que en articles de caràcter científic, per tal de poder definir i representar d'una millor manera el seu contingut.

Per dur a terme una cerca optima, hem optat per fer cerques a partir d'una sèrie de paraules claus anteriorment designades i utilitzades en totes les bases de dades; igual que una sèrie de filtres, la qual cosa ens ha permès obtenir el nombre més gran de textos adients amb el nostre interès d'informació.

Per a realitzar les cerques i obtenir uns resultats més adequats, hem utilitzat una combinació entre les paraules claus i operadors booleans, principalment, AND i NOT. Les paraules emprades han sigut:

- "American cinema"
- "Hollywood"
- "Hollywood movies"
- "Society"
- "American culture"



Amb aquests termes, podem recuperar moltíssima informació, alguna útil, alguna no gaire. Per aquest motiu hem utilitzat els filtres que teníem a disposició en les diferents bases de dades, per tal d'obtenir resultats més acotats. Els filtres que hem utilitzat han estat: "Open Acces", documents disponibles a text complet; "Article" o articles de llibre; "Keyword" o per paraules clau; i per focalitzar-nos més en la nostra temàtica, "Arts and Humanities" i/o "Social Sciences"; i finalment, per llengua de l'escripta, que acostumava a ser en anglès.

També, hem revisat la bibliografia de tots els documents que hem recuperat i que ens han semblat interessants pel treball, per tal de veure si ens podrien portar a algun altre document que fos semblant o exacte al que buscàvem, i així decidir, posteriorment, quins textos incorporariem a la nostra revisió bibliogràfica. Les bases de dades i motors de cerca que hem utilitzat són:

- JSTOR
- Scopus
- LISA (Library and Information Science Abstract)
- Google Scholar
- Dialnet
- Revistes del CRAI UB com:
 - FILMHISTORIA
- Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona



LISA: Library and Information Science Abstracts

Tot i utilitzar un gran nombre de bases de dades i motors de cerca, ens hem trobat amb algun cas, com per exemple Dialnet, que ens ha donat problemes amb els resultats, ja que, tot i ser útil a l'hora de cercar segons quina informació, els textos que ens ha ofert aquesta base de dades han estat poc concordants amb el tema que estem tractant i, per tant, han quedat fora de la tria.



Pel que fa a la llengua dels documents analitzats el 98% dels articles que hem triat estan en llengua anglesa. Aquest fet entenem que és normal, ja que, per un costat, ens trobem en un tema d'àmbit geogràfic anglosaxó, i per un altre costat, la majoria de textos indexats en les bases de dades o estan traduïts o estan directament escrits en aquesta llengua.

Un cop recuperats un gran nombre de textos, vam decidir fer una tria i establir quins són aquells que mostren de la millor manera les idees que volem mostrar al text. La idea principal era treballar com el cinema americà i, més en concret, Hollywood, mostra i promou els valors, la cultura i la societat americana. Això no ha estat un exercici simple, ja que ens ha portat força temps mirar i analitzar tots els textos, i posteriorment, extreure, un a un, allò que ens era útil i prescindir d'allò que no. Molts dels nostres textos parlen de temàtiques com pot ser el denominat "somni americà", com es mostren certs estereotips nord-americans, com mostren els seus espais i les ciutats americanes, la simbologia i el patriotisme, molt relacionat amb la seva bandera, o de la mateixa manera, com afecta la política i com aquesta es representa en les grans pantalles.

3. Revisió bibliogràfica

3.1 Promoció i difusió de cultura i valors americans

A partir del que diu Wanwarang Maisuwong, autor de l'article "*The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World*"⁴ entenem que el cinema és un mitjà que arriba a una gran quantitat d'espectadors i capta molt l'atenció tant dels agents estatals (governamentals) com dels no estatals (empreses privades). El motiu principal darrere d'aquesta atenció és obvi, la capacitat que té aquest mitjà de comunicació per llançar missatges a escala global. Enfront d'aquesta idea, Hollywood esdevé un agent clau. Les pel·lícules, en general, tenen la capacitat de modelar un idea i fer-la arribar d'una manera concreta al públic, d'acord amb Maisuwong. La seva habilitat per fer-ho, en gran part es deu al fet que disposen d'imatge en moviment i so.

Per una banda trobem la promoció de la cultura americana i de la societat i estil de vida dels Estats Units. Una promoció de l'americanisme que deixa a interpretació de la resta del món posicionar-se a favor o en contra. En aquest àmbit, l'impacte de Hollywood ha sigut gegant, d'acord amb l'article de Sandra Colvier al "*Whiter Law Review*"⁵. Aquestes pel·lícules poden arribar a interpretar-se com una invasió a la cultura nacional de cada país per tal de distribuir i vendre globalment un model de cultura basat en la cultura americana. Una representació de "l'imperialisme cultural", com diu Maisuwong. Una promoció evident de la seva cultura a causa de l'acceptació general dels Estats Units com una superpotència a

⁴ Maisuwong, Wanwarang. *The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World* [en línia]. (2012) Thammasat University. International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT). Vol 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <https://www.ijert.org/research/the-promotion-of-american-culture-through-hollywood-movies-to-the-world-IJERTV1IS4194.pdf>

⁵ Colvier, Sandra. *Hollywood and Free Speech: The Contribution of the First Amendment and U.S. Media to the World-Wide Promotion of Democratic Values* [en línia]. (1995-1996). Pàg. 271-278. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible per usuaris de la UB a: https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein_journals/whitlr17&div=23&id=&page=>.



escala mundial en quasi tots els camps, tant econòmics com polítics. Tot i que la promoció de la política és un tema del qual parlarem més endavant.

Per altra banda, trobem la difusió dels valors democràtics americans. Colvier diu que Hollywood ha fet una contribució substancial al fet que les audiències pensin en el significat dels valors com la democràcia en situacions que poden afectar la seva pròpia vida. Valors com la llibertat, la lliure expressió i/o el patriotisme són els més representats, tot i que molts cops les pel·lícules de Hollywood han sigut acusades de promocionar valors com la violència. Gran part dels valors que difon es podrien resumir dient que se centra a realitzar una difusió global de la primera esmena de la constitució dels Estats Units, "*la Llibertat de culte, d'expressió, de premsa, petició, i de reunió*"⁶. És a dir, les pel·lícules són, potencialment, els emissors més poderosos de la primera esmena. Alguns exemples clars d'aquesta difusió de valors són: "*The Truman Show*" (1998), "*The curious case of Benjamin Button*" (2008), "*The Social Network*" (2010) i "*Forrest Gump*" (1994).

Les pel·lícules i les sèries americanes han inundat el mercat d'entreteniment audiovisual, tant de valors democràtics, com d'estereotips de la cultura pop amb poc sentit. Només cal mencionar la cultura i admiració de la violència justificada de les armes que es troba ben establerta als Estats Units. La conclusió a la qual arriba Colvier és que Hollywood ha fet més bé que mal a la societat. Queda clar que les pel·lícules de producció estatunidenca mereixen cert reconeixement per exposar a milions d'espectadors el funcionament de la democràcia d'una manera entretinguda però, al mateix temps, amb la capacitat de fer-lo reflexionar.

3.2 Representació de la societat americana i el racisme al cinema

De la societat americana podem extreure, segons Novita Indriani, que els valors que busquen mostrar als seus fills, en aquest cas, adoptius, vénen de la mà dels conceptes de la llibertat, la igualtat, l'honestat, l'ajuda i el suport als altres, la importància de treballar de valent per aconseguir els teus objectius i la responsabilitat que ha de tenir un amb els seus actes. Aquests són valors que tenen un sentit lògic, ja que volen una millor vida pels seus fills i, a través de les pel·lícules que analitza l'autora en el seu text, "*Representation of values through popular literature: a case study on transracial adopting in american movies*"⁷, entenem com aquests valors són mostrats a les pel·lícules. En el cinema, la ideologia que també es vol representar, és la de "tots els humans som creats per igual". Tot i això, a l'article referent als valors de la societat americana podem extreure certes discrepàncies, ja que, a més a més de parlar-nos d'un caràcter egocèntric i focalitzat en el jo, també ho fa sobre el fet de centrar-se en un mateix i en la seva família. Entenem per tant que el cinema

⁶ Col·laboradors de la Viquipèdia. *Llista d'esmenes de la Constitució dels Estats Units* [en línia]. Viquipèdia, l'Enciclopèdia Lliure, 2019 [data de consulta: 11 d'octubre del 2019]. Disponible a: https://ca.wikipedia.org/wiki/Llista_d%27esmenes_de_la_Constituci%C3%B3_dels_Estats_Units.

⁷ Indriani, Novita. *Representation of values through popular literature: a case study on transracial adopting in american movies* [en línia]. (2015) RUBIKON, Journal of Transnational American Studies. Vol. 2. Núm. 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <https://journal.ugm.ac.id/rubikon/article/view/34242>.



americà, sent un gran mitjà de comunicació i difusió d'ideals, busca mostrar una ideologia que, certament, és utòpica i inexistent, ja que la societat americana és totalment diferent de com ens la volen mostra. Tot i que una de les finalitats que poden tenir les productores americanes ve referent a donar uns certs ideals als nens adoptius, aquests tenen la seva pròpia identitat i no totes les famílies defineixen el bé i el mal de la mateixa manera.

El cinema americà no només reflecteix la cultura del bé i els aspectes positius de la societat sinó que, tal com esmenta *Igor Barrenetxea* a "*La otra cara del Sueño Americano vista en el cine*"⁸, veiem com aquestes produccions també donen veu a les protestes del poble americà. Podem veure com són tractats els jubilats als Estats Units; les relacions i les crisis que poden existir entre les famílies independentment de la seva classe social i/o el tractament de les drogues i els addictes a aquestes. Una societat que es mostra orgullosa del seu grau de llibertat, es troba envoltada de creuades militars a tot el món i, a més, és el país democràtic amb major nombre de morts per armes de foc. Per tant, podem entendre que, aquest denominat "somni americà", és simplement una il·lusió molt ben elaborada. En el text d'Igor Barrenetxea es treballa el reflex de la societat americana descontenta amb el sistema existent i, per tant, en el cinema de no ficció o en els documentals que mostren la realitat de gran part de la població americana i no pas, el cinema de ficció que, tal com indica el seu nom, no acostuma a ser gaire realista.

La mostra de la societat americana també es pot veure reflectida per l'existència del racisme en els films. Tot i que és cert que hi ha hagut una progressió a anar deixant de banda aquest racisme per part de les noves generacions, també podem extreure que l'individu "negre", s'ha tractat durant molt de temps amb l'estereotip d'un ésser inferior a les races àries. Aquestes mostres de racisme comencen en els films dels anys 40, i no és fins a mitjans dels 70, que acaben. Tot i això, aquesta ideologia i aquest tipus de pràctiques encara es pot veure en algunes pel·lícules, un nombre molt inferior al de les pel·lícules dels anys esmentats anteriorment. Les noves generacions i, en concret els joves afroamericans, entenen el racisme com un anacronisme⁹.

Tot i l'existència d'aquest racisme, amb la lluita que actualment s'està fent en contra d'aquest, ja als anys 30 i 40, Walter White, secretari executiu de l'Associació Nacional per a l'Avenç de les Persones de Color (NAACP), va lluitar juntament amb la gent de color, per poder acabar amb el racisme a Hollywood. La "meca del cinema" va ser acusada de funcionar com una mena d'eina propagandística, mostrant a la societat una imatge errònia dels afroamericans. En aquestes pel·lícules es mostrava una societat on el color de la pell definia el teu rang en la societat; els blancs eren superiors als afroamericans. Finalment,

⁸ Barrenetxea, Igor. *La otra cara del Sueño Americano visto por el cine* [en línia]. (2004) FILMHISTORIA. Vol. 14. Núm. 2-3 [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <http://www.publicacions.ub.edu/bibliotecaDigital/cinema/filmhistoria/2004/Ensayo_la%20otra%20cara%20del%20Sueno%20Americano%20_1.htm>

⁹ Sheridan, Earl. *Conservative Implications of the Irrelevance of Racism in Contemporary African American Cinema* [en línia]. (2006). *Journal of Black Studies*. Vol. 37, Núm. 2. Pàg. 117-192. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <https://www.jstor-org.sire.ub.edu/stable/pdf/40034409.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_expensive%252Fcontrol&refreqid=celsior%3Af652bde94cc22bc8b095fe91a9c26317>.



amb molts esforços i queixes en contra, van ser escoltats per Hollywood i van obligar a les productores i als directors a retractar-se i deixar de mostrar actituds racistes cap a la comunitat afroamericana, i així deixar de ser percebuts culturalment i socialment¹⁰ com a inferiors. A més a més, ha afavorit avui en dia a una progressió de canvi d'ideologia amb l'aparició de cineastes femenines de raça afroamericana¹¹, donant una doble veu per la lluita contra el racisme i a favor del feminisme, tot i que encara els hi quedi temps per guanyar la lluita al complet.

3.3 Promoció i representació de la política a través de pel·lícules

La cultura i la societat no són els únics estereotips americans promoguts i difosos per les pel·lícules de Hollywood. En aquest àmbit, com va mencionar Maisuwong al seu article¹², els agents estatals són aquells agents governamentals. És a dir, podem establir un vincle clar i directe entre el govern dels Estats Units i Hollywood. En la influència del poder institucional sobre la indústria cinematogràfica cal destacar el suport logístic. Cedir material d'arxiu, personal o informació d'organismes de defensa nord-americans per la producció d'una pel·lícula, tal com indica Antonio Argudo en el seu treball "*Hollywood y propaganda ideològica durante la era Reagan (1981 – 1989)*"¹³. El vincle que s'estableix és de mútua dependència, principalment per la qüestió de les forces armades i els conflictes bèl·lics. Un punt incisiu en la política americana que esdevé clau en la promoció cinematogràfica. El poder i la influència que exerceixen les institucions governamentals dels Estats Units afecten directament a la imatge que es dona d'aquestes a les produccions de Hollywood.

Primer cal aclarir que no hi ha una censura com a tal establerta pel govern, però la relació que hi ha entre Hollywood i el govern és tan estreta que la representació de la política americana als cinemes majoritàriament és positiva. Alguns exemples clars són pel·lícules sobre la com: "Independence Day" (1996), "Olympus has fallen" (2013), "Zero Dark Thirty" (2012). D'aquesta última en concret, hi ha un estudi interessant de *Michelle C. Pautz*¹⁴ sobre el canvi d'opinió de l'audiència sobre la política americana després d'haver vist la pel·lícula, que no analitzarem en aquest treball. Trobem que moltes pel·lícules d'aquest estil són en

¹⁰ Lorts, J.T.. *Hollywood, the NAACP, and the cultural politics of the early civil rights movement* [en línia]. (2011) The University Press of Kentucky. Pàg. 39-69. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://search.ebscohost.com.sire.ub.edu/login.aspx?direct=true&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-84903222016&lang=es&site=eds-live>>.

¹¹ Mills, B. *Old Stereotypes Made New: A Textual Analysis on the Tragic Mulatto Stereotype in Contemporary Hollywood* [en línia]. (2019) *Howars Journal of Communications* Vol. 30. Núm 5. Pàg. 411-429. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://bit.ly/2YgzK8v>>.

¹² Maisuwong, Wanwarang. *The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World* [en línia]. (2012) Thammasat University. *International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT)*. Vol 1. [Data de consulta: 2 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://www.ijert.org/research/the-promotion-of-american-culture-through-hollywood-movies-to-the-world-IJERTV11S4194.pdf>>

¹³ Argudo Alvarez, Antonio. *Hollywood y propaganda ideològica durante la era Reagan (1981–1989)* [en línia]. (2015) TFG Ciències Polítiques i de l'Administració. Universitat de Barcelona. [Data de consulta: 2 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://hdl.handle.net/2445/66224>>.

¹⁴ PAUTZ, M.C. *Argo and Zero Dark Thirty: Film, Government, and Audiences* [en línia]. (2015) *PS: Political Science & Politics*, vol. 48, no. 1, pp. 120–128. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019] Accés per usuaris de la UB a: <<https://www-cambridge-org.sire.ub.edu/core/journals/ps-political-science-and-politics/article/argo-and-zero-dark-thirty-film-government-and-audiences/889B13ED0B53B2DF7C09372D4ACCECF5#>>>.



part promocionades pel Pentàgon. Sense la col·laboració del govern hauria sigut molt més difícil produir aquests llargmetratges. Argudo argumenta fins i tot que el govern l'interessa no proporcionar cap ajut a pel·lícules crítiques amb les institucions i polítiques americanes. Una espècie de censura passiva que fa difícil que veiem a la cartellera produccions de Hollywood d'aquest tema. Algunes pel·lícules que analitza Maisuwong en el seu article com: "The Departed" (2006), "Shattered Glass" (2003) o "Crash" (2004) que arriben tocar temes no favorables als Estats Units com la censura, la violència o el terror; mentre que en promocionen d'altres que afavoreixen a la política, i lloen elements com la llibertat d'expressió americana o la policia i les forces de servei del país. Moltes vegades les pel·lícules han sigut utilitzades com una crida a la responsabilitat dels ciutadans. En definitiva, Hollywood presenta tots els conflictes com externs al país, un president i unes institucions que se sacrifiquen pel poble i per la seva pàtria i l'establiment de la idea que tots els americans han de donar el seu suport a les institucions perquè tot marxi sobre rodes.

3.4 Evolució de la promoció i difusió segons l'època

Fins ara hem parlat de la representació de la cultura i la societat americana a través dels mitjans de comunicació i les sèries i pel·lícules de Hollywood. Però aquesta representació no sempre ha sigut igual. Com amb tot, al llarg de la història, la manera com es representen aquests aspectes han anat canviant en funció de l'època; especialment en moments històrics com amb la Segona Guerra Mundial, l'època de la guerra freda o el període modern post-2000. La filmografia estatunidenca ha evolucionat conjuntament amb la societat.

Comencem amb el període de postguerra, on d'acord amb Norman L. Friedman (Departament de Sociologia de la Universitat de l'Estat de Califòrnia a Los Angeles) a "*American Movies and American Culture 1946 - 1970*"¹⁵, al principi no hi havia massa diferències entre les pel·lícules dels anys 30 i les dels anys 40. En aquella època, més aviat es dedicaven a proveir a l'audiència d'entreteniment en forma de pel·lícules de ficció. Mons imaginaris, històries curtes de policies i lladres, musicals i westerns, i molts altres gèneres clàssics de l'audiovisual molt allunyats de la publicitat i la promoció dels estereotips de la cultura americana. Encara que en aquestes produccions trobem alguns trets culturals americans, però no es mostraven de manera clara i directa.

Al llarg del temps els avenços tecnològics en comunicació i difusió han fet possible l'expansió del cinema de Hollywood, especialment durant els anys 60 amb l'època de la guerra freda. El cinema en aquells temps ja havia canviat pel que fa a representar estereotips en les pel·lícules. Els gèneres cinematogràfics es mantenien però l'enfocament havia canviat. Tenint en compte la poca competència que tenien les productores dels Estats Units ja des dels anys 50 amb Europa o Àsia, no va resultar difícil que dominessin el mercat.

¹⁵ Friedman, Norman L. *American Movies and American Culture* [en línia]. (2000) Journal of Popular Culture, Spring, 1970, vol. 3, no. 4. pp. 815 Periodicals Archive Online. [Data de consulta: 2 de desembre de 2019]. Disponible a: <https://search-proquest-com.sire.ub.edu/docview/1297343435/fulltextPDF/6DF6FE31EF074962PQ/1?accountid=15293>.



Un fet que tant *Friedman* com *Maisuwong*¹⁶ coincideixen en els seus articles. En aquest període d'incertesa política i militar amb la Unió soviètica, les forces amb més impacte, a més a més de les militars, eren la dels mitjans de comunicació. Les pel·lícules de producció americanes jugaven un paper clau en la promoció i difusió de valors democràtics com hem mencionat prèviament en el primer apartat. En aquest àmbit, l'individualisme i l'heroisme són dos dels temes més tractats des de finals dels 50 fins a mitjans dels 60. Moltes pel·lícules de l'època representaven estereotips culturals mixtos, és a dir, una barreja de valors tradicionals antics (virginitat, puritanisme i triomfalisme americans) amb una cultura nova de corrents liberals (franquesa sexual i llenguatge audaç amb més permissivitat a l'hora de mostrar cossos nus en les pel·lícules).

Aquesta barreja es veu representada en les pel·lícules de Marilyn Monroe, les telenovel·les de Lana Turner i/o les comèdies de Tony Curtis. Un exemple clar el trobem a la pel·lícula de Billy Wilder, "*The Apartment*" (1960) que representa un corrent molt més relaxat en contraposició al que es representava als anys 40.

Ja en les últimes dècades del segle XX, concretament els anys 80 i 90, el cinema provinent de Hollywood es va encarregar de representar els conflictes i moviments socials de l'època. Destaquen les pel·lícules de context social on es representa la lluita dels nord-americans enfront dels problemes globals. Els directors d'aquesta època també fan representació de la cultura americana moderna, com a país més desenvolupat del món amb tecnologies d'avantguarda i en situacions on els Estats Units són els representants de la humanitat enfront d'amenaques relacionades amb l'extinció de la raça humana, on, curiosament, sempre succeeixen en els Estats Units i són els americans els que han de salvar el dia. Per altra banda és en aquesta època on el govern se li fa més difícil promocionar aquells valors o ideals acords amb les polítiques del govern (vegeu l'apartat 3.3) en el camp cinematogràfic.

L'atenció de les produccions de Hollywood evoluciona conjuntament amb la situació global d'Amèrica dins del panorama internacional. Se centra cada vegada més en fets destacats de la història i la cultura americana de l'actualitat. És a dir, si succeeix algun fet rellevant en el país, ben aviat sortirà una pel·lícula que no tan sols narra aquesta història, sinó que molt sovint també exalta algun valor o ideologia que interressi mostrar del país. Per exemple, la crisi financera de l'any 2008. Aquest és un dels temes recurrents quan es representa la cultura americana dels 2000. D'acord amb Javier Marzal-Felici en el seu article "*The spectacle of excess. Representations of 2008's financial crisis in north american mainstream cinema*"¹⁷, moltes de les pel·lícules no semblen criticar el sistema polític, econòmic i social de l'època. Més aviat semblen legitimar el model econòmic neoliberal destacant més la importància de les emocions i l'espectacle gràfic que la pura realitat.

¹⁶ Maisuwong, Wanwarang. *The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World* [en línia]. (2012) Thammasat University. International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT). Vol 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://www.ijert.org/research/the-promotion-of-american-culture-through-hollywood-movies-to-the-world-IJERTV1IS4194.pdf>>

¹⁷ J Marzal-Felici, M Soler-Campillo. *The spectacle of excess. Representations of 2008's financial crisis in north american mainstream cinema* [en línia]. (2018) Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 89 a 114. [Data de consulta: 3 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1247/RLCS-paper1247.pdf>>.



Per acabar, ja en l'última dècada podem la principal raó per la qual ha portat Hollywood a produir tantes pel·lícules d'aquest estil és la de dominar altres cultures i establir la seva com a la cultura global. Encara avui dia, malgrat tots els esforços de les comunitats i els països europeus i asiàtics per promoure el cinema local, Hollywood ha actuat d'estàndard (el benchmark com dirien els americans) per la resta del món¹⁸. Un món que contempla com diferent de tot allò que no prové de Hollywood. Ja que gran part de les audiències crescudes en l'etapa de la globalització mundial i la internet, han consumit la difusió de valors i estereotips americans i els han adoptats com seus. Fins al punt que resulta estrany que una producció no americana sigui la més taquillera o la més premiada.

4. Conclusions

Després d'haver analitzat un gran nombre d'articles hem arribat a una sèrie de conclusions. Els Estats Units, concretament, el seu govern ha utilitzat Hollywood com una eina més de promoció turística i cultural. A través d'ella fa molts anys que porta difonent la cultura i els valors nord-americans; és cert que peca d'exageració i dramatisme, però han aconseguit que tot el món conegui la ideologia i els costums de la societat americana; i encara més important, han aconseguit que els mateixos ciutadans se sentin orgullosos de ser d'on són. El principal aspecte que considerem és el fet que el govern, igual que utilitza el cinema nord-americà per difondre la cultura, també l'utilitza per promocionar i justificar accions i conflictes militars o la imposició de noves lleis que restringeixen els drets i les llibertats dels seus propis ciutadans. Finalment, el que voldríem destacar per sobre de tot és l'evolució que s'ha produït al llarg dels anys, però concretament en aquesta última dècada, quan molts dels estereotips o rols de raça i gènere imposats per la societat i el cinema clàssic s'han anat trencant, donant pas a produccions molt més lliures pel que fa al seu contingut i els temes a tractar. És cert que molts dels estereotips imposats per Hollywood, sigui en relació amb els nord-americans o altres races o gèneres, segueixen establerts en la cultura popular, però ens consola que cada vegada més noves corrents creatives i de pensament estan arribant a la "meca del cinema" i estan regenerant aquesta cultura a cops de mall.

IDEA1: difusió de cultura

les possibles motivacions d'Amèrica per fer difusió de la seva cultura són:

1. Propagar el la cara bona i les voluntat d'ajuda dels Estats Units.
2. Donar a conèixer la reputació, poder e influencia americans
3. Promoure el nacionalisme de la gent nord-americana i utilitzar aquest aspecte del com a eina defensiva pròpia per a la interferència o la invasió dels enemics del país.
4. Per alliberar el món i actuar de justiciers Ja que les pel·lícules de Hollywood han utilitzat difondre la llibertat d'expressió per fer que les persones de tot el món s'adonessin dels seus drets humans i s'independitzessin del seus líders "totalitaris".

¹⁸ Maisuwong, Wanwarang. *The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World* [en línia]. (2012) Thammasat University. International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT). Vol 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://www.ijert.org/research/the-promotion-of-american-culture-through-hollywood-movies-to-the-world-IJERTV1IS4194.pdf>>



5. Difondre l'estil de vida, el valor i la ideologia d'Amèrica al món.

Maisuwong és l'autor més crític de tots, creu que no hi ha res de bó en això ja que influeix negativament en la resta del món. Sandra Colvier per altre banda creu que fa més bé que mal. (Que conclouem nosaltres?)

IDEA 2: Política

Tots els estudis concorden en que la maquina de producció audiovisual de Hollywood ha sigut utilitzada com a eina pel govern dels Estats Units com a mitjà de promoció del govern americà per justificar accions i conflictes globals militar o la imposició de lleis que retringeixen la llibertat del seus propis ciutadans. (Antonio Argudo, 2015)

IDEA 3 Evolució cronologia

D'acord amb alguns treballs la història i aconteixements de rellevància han sigut temes recurrents en la filmografia de Hollywood. La segona guerra mundial, el període de guerra freda, el terrorisme o la crisi són alguns exemples.

Esterotips han canviat al llarg dels anys, abans eren molt ofensius i a favor dels blancs, ara s'ha millorat, tot i que hi han certs esterotips que han estat tan explotats que ja són molt difícils d'esborrar de la cultura popular.



5. Referències bibliogràfiques

Argudo Alvarez, Antonio. *Hollywood y propaganda ideológica durante la era Reagan (1981 – 1989)* [en línia]. (2015) TFG Ciències Polítiques i de l'Administració. Universitat de Barcelona. [Data de consulta: 2 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://hdl.handle.net/2445/66224>>.

Audiovisual451. *Asia inclina el mercado cinematográfico mundial* [en línia]. (2019) Audiovisual451. [Data de consulta: 1 de desembre 2019] Disponible a: <<https://www.audiovisual451.com/asia-inclina-el-mercado-cinematografico-mundial/>>

Barrenetxea, Igor. *La otra cara del Sueño Americano visto por el cine* [en línia]. (2004) FILMHISTORIA. Vol. 14. Núm. 2-3 [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <http://www.publicacions.ub.edu/bibliotecaDigital/cinema/filmhistoria/2004/Ensayo_La%20otra%20cara%20del%20Sueno%20Americano%20_1.htm>

Colaboradores de Wikipedia. *Anexo:Películas con mayores recaudaciones (2018)* [en línia]. Wikipedia, La enciclopedia libre, 2019 [Data de consulta: 5 de desembre de 2019]. Disponible a: <[https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Pel%C3%ADculas_con_mayores_recaudaciones_\(2018\)&oldid=121709170](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Anexo:Pel%C3%ADculas_con_mayores_recaudaciones_(2018)&oldid=121709170)>

Col·laboradors de la Viquipèdia. *Llista d'esmenes de la Constitució dels Estats Units* [en línia]. Viquipèdia, l'Enciclopèdia Lliure, 2019 [data de consulta: 11 d' octubre del 2019]. Disponible a: <https://ca.wikipedia.org/wiki/Llista_d%27esmenes_de_la_Constitucio%3%B3_dels_Estats_Units>.

Colvier, Sandra. *Hollywood and Free Speech: The Contribution of the First Amendment and U.S. Media to the World-Wide Promotion of Democratic Values* [en línia]. (1995-1996). Pàg. 271-278. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible per usuaris de la UB a: <<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/whitlr17&div=23&id=&page=>>>.

Friedman, Norman L. *American Movies and American Culture* [en línia]. (2000) Journal of Popular Culture, Spring, 1970, vol. 3, no. 4. pp. 815 Periodicals Archive Online. [Data de consulta: 2 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://search-proquest-com.sire.ub.edu/docview/1297343435/fulltextPDF/6DF6FF31EF074962PQ/1?accountid=15293>>

Indriani, Novita. *Representation of values through popular literature: a case study on transracial adopting in american movies* [en línia]. (2015) RUBIKON, Journal of Transnational American Studies. Vol. 2. Núm. 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://journal.uqm.ac.id/rubikon/article/view/34242>>.

J Marzal-Felici, M Soler-Campillo. *The spectacle of excess. Representations of 2008's financial crisis in north american mainstream cinema* [en línia]. (2018) Revista Latina de Comunicación Social, 73, pp. 89 a 114. [Data de consulta: 3 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://www.revistalatinacs.org/073paper/1247/RLCS-paper1247.pdf>>.

Lorts, J.T.. *Hollywood, the NAACP, and the cultural politics of the early civil rights movement* [en línia]. (2011) The University Press of Kentucky. Pàg. 39-69. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<http://search.ebscohost.com.sire.ub.edu/login.aspx?direct=true&db=edselc&AN=edselc.2-52.0-84903222016&lang=es&site=eds-live>>.



Maisuwong, Wanwarang. *The Promotion of American Culture through Hollywood Movies to the World* [en línia]. (2012) Thammasat University. International Journal of Engineering Research & Technology (IJERT). Vol 1. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a:

<<https://www.ijert.org/research/the-promotion-of-american-culture-through-hollywood-movies-to-the-world-IJERTV1IS4194.pdf>>

Mills, B. *Old Stereotypes Made New: A Textual Analysis on the Tragic Mulatto Stereotype in Contemporary Hollywood* [en línia]. (2019) Howard Journal of Communications. Vol. 30. Núm 5. Pàg. 411-429. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a: <<https://bit.ly/2YqzK8v>>.

Noppakao, Tanagarn. *Captain America: The American Made Character* [en línia]. (2018) M.A. Student, Department of English, Faculty of Humanities, Naresuan University. KGU International Journal of Humanities and Social Sciences. Vol. 8. Núm. 1. Pàg. 126-153. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a:

<<https://www.tci-thaijo.org/index.php/KKUIJ/article/view/109847/86264>>

PAUTZ, M.C. *Argo and Zero Dark Thirty: Film, Government, and Audiences* [en línia]. (2015) PS: Political Science & Politics. Vol. 48. Núm. 1. Pàg. 120–128. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Accés per usuaris de la UB a:

<<https://www-cambridge-org.sire.ub.edu/core/journals/ps-political-science-and-politics/article/argo-and-zero-dark-thirty-film-government-and-audiences/889B13ED0B53B2DF7C09372D4ACCECE5#>>.

Sheridan, Earl. *Conservative Implications of the Irrelevance of Racism in Contemporary African American Cinema* [en línia]. (2006). Journal of Black Studies. Vol. 37, Núm. 2. Pàg. 117-192. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a:

<https://www-jstor-org.sire.ub.edu/stable/pdf/40034409.pdf?ab_segments=0%252Fbasic_expensive%252Fcontrol&refreqid=excelsior%3Af652bde94cc22bc8b095fe91a9c26317>.

[Captain America: The American Made Character](#) (2011-2016/19)

Colvier, Sandra. *Hollywood and Free Speech: The Contribution of the First Amendment and U.S. Media to the World-Wide Promotion of Democratic Values* [en línia]. [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Pàg. 271-278. Disponible per usuaris de la UB a:

<<https://heinonline.org/HOL/LandingPage?handle=hein.journals/whitlr17&div=23&id=&page=>>>.

Barrenetxea, Igor. *La otra cara del Sueño Americano visto por el cine* [en línia]. (2004) FILMHISTORIA. Vol. 14. Núm. 2-3 [Data de consulta: 1 de desembre de 2019]. Disponible a:

<http://www.publicacions.ub.edu/bibliotecaDigital/cinema/filmhistoria/2004/Ensayo_La%20otra%20cara%20del%20Sueno%20Americano%20_1.htm>