**TALLER 19**

**¿CÓMO CONTRIBUYO LA CULTURA DE MASAS AL PROCESO DE DEMOCRATIZACIÓN?**

|  |
| --- |
| Nombre |
| Puntaje total |  24 pts. | Fecha | 29/05/2023 |
| Puntaje obtenido |  | Calificación |  |

**Objetivo: Explicar el aporte de la cultura de masas a los procesos de democratización del siglo XX a través de fuentes para valorar la defensa y promoción de los derechos para todas las personas**

**Instrucciones:**

* En parejas, imagina que vives en Chile durante la primera mitad del siglo XX y eres editor de una revista durante el auge de la cultura de masas. Generen la portada de una revista en donde aborden los procesos democratizadores estudiados hasta el momento.

Fuente 1:

“La noción de cultura de masas ha sido vinculada con aquellas expresiones y objetos producidos a partir de procedimientos industriales o reproducidos en serie de manera técnica, difundidos en medios de comunicación masiva para un amplio público de consumidores.

Vinculada en Chile con un escenario heterogéneo, los primeros antecedentes de una cultura de masas surgieron hacia inicios del siglo XX, entre las fiestas del Centenario y la crisis económica de 1929, a través de la irrupción de "*medios* nuevos tales como las revistas *magazinescas* y *especializadas*, la fotografía impresa y el cine mudo" (Ossandón, Carlos y Santa Cruz A., Eduardo. *El estallido de las formas. Chile en los albores de la "cultura de masas"*. Santiago: LOM, 2005, p. 9).

En este contexto de celebración y fomento de la producción nacional, paralelamente, se consolidó un nuevo escenario comercial, específicamente urbano, con la aparición de grandes centros comerciales "que combinaron la especialización y diversificación en la venta de productos bajo el alero de un gran establecimiento" (Instituto Nacional de Propiedad Industrial. *Historia gráfica de la propiedad industrial*. Santiago, Chile: INAPI, 2010, p. 59).

Esta nueva forma de comercio, que hizo énfasis en el consumo de productos de uso cotidiano como el té, la cerveza o el vestuario, estuvo estrechamente ligada con la promoción y la publicidad propiciadas por la fuerte competencia entre productores (Instituto Nacional de Propiedad Industrial, p. 57). La publicidad, en este sentido, considerada en sus inicios solo como una técnica de modernización de los métodos de venta, se fue transformando de manera paulatina en el principal agente productor de imágenes comerciales en el ámbito de las comunicaciones y en un dispositivo central de la esfera pública.

La emergencia, durante el siglo XX, de un mercado de consumo masivo, la creación de una industria del marketing y el desarrollo técnico de las tecnologías de reproducción permitieron una transformación cultural que encontró una expresión patente en la publicidad y el diseño de imágenes de productos, logotipos y catálogos que estimularon, según la apreciación de Carlos Ossandón y Eduardo Santa Cruz, "unas sensibilidades que ya no tienen como fuente la cultura ilustrada-letrada. Esta nueva configuración da específicamente cuenta de unos formatos que tienden parcialmente a reemplazar el *juicio* por la *inclinación*, el *raciocinio* por la *vista*, el *autor* por el *orden de los signos*, lo *irrepetible* por lo *repetible*, el *aura* por la *serie*" (Ossandón, Carlos y Santa Cruz A., Eduardo, p. 11)”.

BIBLIOTECA NACIONAL DE CHILE. "Cultura de masas", en: Antecedentes del diseño gráfico en Chile (1931-1970). Memoria Chilena. Disponible en <https://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-349185.html>

|  |
| --- |
| **PAUTA PARA EVALUAR PORTADA HISTÓRICA**  |
| **Criterio** | **Descripción** | **Puntaje obtenido** |
| Diseño | La portada tiene un diseño atractivo y equilibrado, con una composición clara y efectiva.Los elementos visuales (imágenes, ilustraciones, gráficos, etc.) están integrados armoniosamente en la portada y complementan el tema de la revista.La tipografía es legible, coherente y apropiada para el contenido y el estilo de la revista. |  |
| Contenido e información | La portada presenta de manera clara y atractiva el tema central de la revista.La portada incluye información relevante sobre los artículos y temas que se tratan en la revista.La portada presenta información precisa y detallada sobre la fecha de publicación, el número de la revista, el precio y otros detalles relevantes. |  |
| Creatividad y originalidad  | La portada demuestra una aproximación creativa y original al tema de la revista.La portada presenta un enfoque innovador o novedoso al diseño o al contenido de la revista.La portada presenta un tema o concepto que es interesante y atractivo para el público objetivo de la revista. |  |
| Título | El título de la revista es claro y preciso, y transmite de manera efectiva el tema principal que se va a tratar.El título es fácilmente comprensible para el público objetivo de la revista.El título es adecuado y apropiado para el contenido y el enfoque de la revista. |  |
| Imágenes  | La imagen es relevante y pertinente para el tema principal de la revista.La imagen transmite de manera efectiva el mensaje principal que se va a tratar en la revista.La imagen es adecuada y apropiada para el contenido y el enfoque de la revista. |  |
| Coherencia y cohesión | La imagen es coherente y cohesiva con el diseño general de la portada de la revista.La imagen se ajusta a la estética de la revista y se integra armoniosamente con el título y otros elementos gráficos de la portada.La imagen no causa confusión o distracción visual y contribuye al objetivo general de la portada de la revista |  |

Escala de valoración:

4 pts.: La portada cumple todos los criterios de evaluación y es excepcionalmente bien explicada y presentada.

3 pts.: La portada cumple la mayoría de los criterios de evaluación y es bien explicada y presentada.

2 pts.: La portada cumple algunos de los criterios de evaluación y necesita mejorar en algunos aspectos.

1 pt.: La portada no cumple la mayoría de los criterios de evaluación y es deficiente en términos de explicación, investigación o contenido histórico.