**TALLER 6**

**¿QUÉ FUE LA CULTURA DE MASAS?**

|  |  |
| --- | --- |
| Nombre |  |
| Fecha | 28-03-2025 |

**Objetivo: Explicar la cultura de masas a través de fuentes para valorar la vida en democracia**

**Instrucciones:**

* Observa las fuentes que se presentan y responde las preguntas:
1. ¿Qué elementos caracterizan la cultura de masas según las fuentes?
2. ¿Cómo influyeron la publicidad y los medios de comunicación en la expansión de la cultura de masas?
3. ¿De qué manera el deporte, la publicidad y el cine reflejan el fenómeno de la cultura de masas?
4. ¿En qué medida la cultura de masas democratizó el acceso a la cultura?
5. ¿Crees que la cultura de masas sigue influyendo en la actualidad de la misma manera?
6. Redacta un texto en el que expliques, con tus palabras, qué es la cultura de masas y cómo impactó en la sociedad del siglo XX. Usa ejemplos de las fuentes para justificar tu respuesta.

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.

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”.

Memoria chilena (S.i.). *Cultura de masas*.

Fuente 2:

“En la segunda mitad de los años veinte el fútbol se constituyó sin lugar a duda en el deporte rey, el número de equipos se multiplicó, los estadios de los principales equipos de llenaron de espectadores y sus instalaciones fueron rápidamente desbordadas, sus principales figuras se convirtieron en los nuevos ídolos populares compitiendo con las recién aparecidas estrellas del celuloide, o las más tradicionales del mundo del toreo y de las cupletistas. Los grandes equipos de fútbol se embarcaron en la construcción de nuevos y grandes estadios para acoger a las masas que ya empezaban a acudir en tropel a los campos de fútbol, los campos se cerraron y el incremento de los ingresos por la venta de localidades, junto con la creciente competencia entre los equipos empujaron hacía la profesionalización del deporte, con el fin de retener o contratar a las nuevas estrellas sociales. El deporte adquiría una nueva dimensión acorde con los nuevos tiempos de la sociedad de masas emergente, su carácter de espectáculo de masas, cuya más acabada expresión estuvo representada por el fútbol, seguido a distancia por el boxeo, el ciclismo, las carreras, el frontón o las carreras de galgos”.

Otero, Luis. (2003). *Ocio y deporte en el nacimiento de la sociedad de masas*.

Fuente 3:

“Como en ninguna década anterior, la de 1920, evidenció la presencia de una cultura de masas. En esos años, la cultura popular fue conmovida intensamente por lo sistemas de producción en cadena, los nuevos medios de comunicación y un consumo cada vez mayor.

No solo fue afectada la cultura popular sino, simultáneamente, la alta cultura y la marginal.

Millones las personas que pudieron, entonces, acceder a la música y la literatura, aunque éstas le llegaran en formato vulgar, simplificadas, a través de la radio, de la prensa masiva y del cine.

Tanto ricos como pobres, patrones y empleados, ocupaban miles de salas cinematográficas, cada vez más espaciosas, para fascinarse con artistas que, desde la pantalla, aparecían con faldas arriba de sus rodillas, e, incluso, con un cigarrillo en la mano.

La cultura de masas ofrecía la ilusión de la inclusión, es decir, permitía –y permite- que cualquier individuo, aun los más desfavorecidos económica y socialmente, puedan, aunque más no sea por unos instantes, sentirse partícipes de un evento colectivo, o de un sueño imposible”.

El historiador (S.i.). *El cine de los años ’20 y la cultura de masas*.