

ORIENTACIONES UNIDAD 1

CRISIS, TOTALITARISMO Y GUERRA: DESAFÍOS PARA CHILE Y EL MUNDO A INICIOS DEL SIGLO XX

1

Considera desde las transformaciones culturales del periodo de entreguerras hasta las consecuencias de la Segunda Guerra Mundial. A nivel nacional, se enfoca en la crisis del sistema político parlamentario y la posterior reconstrucción de la institucionalidad a través de la Constitución de 1925.

Palabras clave

Crisis, totalitarismo, guerra, siglo XX, Estado de bienestar, democracia, liberalismo, populismo, superpotencia, hegemonía, genocidio, descolonización, territorio, cultura, sociedad, economía y política.

OBJETIVO DE APRENDIZAJE 1: Relacionar la transformación cultural del período de entreguerras con la ruptura de los cánones culturales y estéticos tradicionales, y reconocer cómo se manifestó en las vanguardias artísticas (por ejemplo, el dadaísmo, el surrealismo, el jazz, la moda, entre otros) y en la aparición de una cultura de masas (cine, radio, publicidad, prensa, deporte).

Estudiantes, en esta unidad, comenzaremos con las transformaciones provocadas por la Primera Guerra Mundial en la sociedad. Tal como se expresa en el objetivo 1 atenderemos a la ruptura con la tradición artística durante la primera mitad del siglo XX y la aparición de la cultura de masas presente hasta el día de hoy. Para ello les envío material adjunto, PPT y videos pertinentes para abordar la materia. Si tiene dudas escriba a docencia.historia@gmail.com

 Nos encontramos históricamente en Europa a principios del siglo XX (1900)



Primero que todo, llamaremos **periodo de entreguerras (1919 - 1939)** al período que transcurre **entre las dos guerras mundiales** estuvo marcado por la crisis de posguerra, el auge económico de EE.UU. (los felices años 20) y posteriormente por su desplome: el crack de 1929, que arrastró económica y socialmente casi al mundo entero, alentando el ascenso del Nazismo y el Fascismo y contribuyendo al estallido de la 2da Guerra Mundial.

VANGUARDIAS ARTÍSTICAS



Dalí y la Persistencia de la Memoria

El término vanguardismo término del léxico militar que designa a la parte más adelantada del ejército, la que confrontaría la «primera línea» de avanzada (en exploración y combate) se utilizó posteriormente para denominar, en el terreno artístico, las llamadas vanguardias históricas, una serie de movimientos artísticos de principios del siglo XX que buscaban innovación en la producción artística.

Con el concepto “ruptura” no nos referimos a una quiebra total o un desprecio del arte del pasado. Muchos vanguardistas se inspiraron en grandes personajes de la historia del arte universal. A mediados del siglo XIX, el academicismo era el modelo arquetípico por el cual una producción era valorada como obra de arte y basaba sus criterios en los postulados clásicos de armonía, simetría y proporción.

COMPARACIÓN ENTRE REALISMO Y VANGUARDIA



Visita la página: <https://redhistoria.com/las-vanguardias-artisticas-historicas/>

¿Qué son las vanguardias? https://www.youtube.com/watch?v=w_NMCah-jvU

TEXTO DEL ESTUDIANTE: Pp. 22 A 27.

CULTURA DE MASAS

El término nació luego de la Revolución Francesa en 1789 ya que, hasta ese entonces, la sociedad en su totalidad no era tenida en consideración. Esta cultura se caracteriza por el

surgimiento de los primeros medios masivos de comunicación, la imprenta, la radio, el cine y posteriormente la televisión e Internet.



La cultura de masas hace referencia a un concepto utilizado en publicidad y marketing en relación al comportamiento del consumidor, aunque durante esta primera cultura de masas los consumidores eran considerados como simples receptores de los estímulos enunciados por las marcas predominantes.

La escuela de Frankfurt argumentó que, gracias a la cultura de masas, fue posible que el capitalismo alcanzara su mayor éxito.



1. CONTEXTO HISTÓRICO

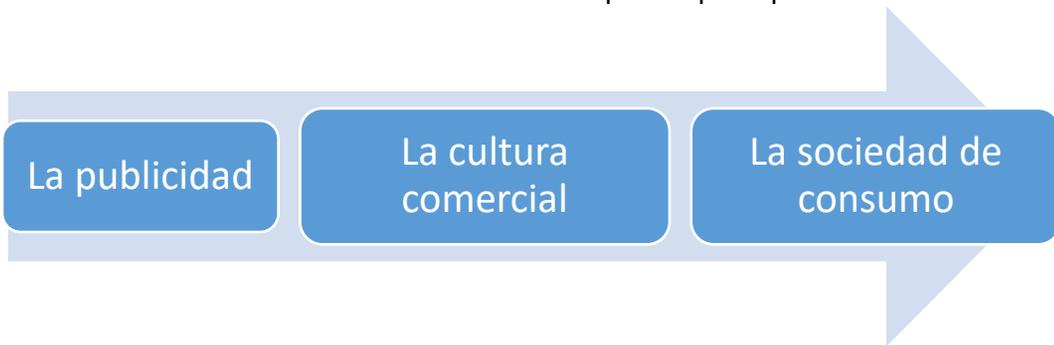
La burguesía surgió a partir del capitalismo y del consumo.

La antesala de la cultura de masas se produjo con la Revolución Francesa. Allí comenzó un nuevo período de orden social, político y económico que fortaleció a la clase burguesa. Los pequeños comerciantes que antes vendían sus productos o mercancías para subsistir bajo en régimen feudal, cobraron fuerza y comenzaron a comercializar en masa sus productos y servicios. Esta masificación de los productos y servicios, sumada a la caída del régimen feudal, dio como resultado el avance y poderío de una nueva clase social: la burguesía (que surgió a partir del capitalismo y del consumo).

De todos modos, no fue hasta mediados del siglo XX que se empezó a utilizar este concepto tal como se lo comprende en la actualidad, que entiende a la cultura de masas como un término íntimamente relacionado con el consumismo.

2. PILARES PRINCIPALES

La cultura de masas es sustentable en la base de tres pilares principales:



3. PRINCIPIOS INTERRELACIONADOS



En la industria del automóvil no se diferenciaba de un modelo u otro.

La cultura de masas presenta una serie de principios interconectados entre sí.

- Centralización. Se centraliza el poder económico en la clase burguesa.
- Uniformidad. Los productos comercializados carecían de diferenciación: eran todos similares. Por ejemplo, en la industria del automóvil no se diferenciaba de un modelo u otro, todos eran fabricados con el mismo método. Así nació el **FORDISMO**.
- Sincronización. Surge la línea de montaje y la producción en serie, que permitió realizar grandes producciones de productos iguales a muy bajo costo para el consumidor.
- Maximización. Se maximizó la productividad y se dio prioridad a los bajos costos de producción en el menor tiempo posible.
- Concentración. La sociedad de estaba concentrada en las urbes o ciudades.

Busque el concepto de FORDISMO es muy importante hasta el día de hoy.

4. LA PRODUCCIÓN EN MASA



Con la llegada de la Revolución Industrial las máquinas tomaron un rol principal. El anterior régimen se caracterizaba por la producción agrícola-ganadera en pequeña escala y por la protección de los señores feudales hacia los campesinos. Muchos de estos campesinos habían decidido ser independientes (libres de los feudales) y comenzaron a producir sus productos de manera independiente. Con el nacimiento de la burguesía y la llegada de la Revolución Industrial, las maquinarias tomaron un rol principal en la producción en masa de los diferentes productos. De este modo, se intensificó el consumo y se amplió hacia territorios más alejados.

5. LA COMUNICACIÓN MASIVA

Debido a la expansión y el aumento en la producción de los productos, se hizo necesaria la intervención de los medios de comunicación. De este modo, se dio nacimiento al rol de la publicidad para poder mediar entre el producto y el consumidor masificado.

Anteriormente los medios de comunicación de masa no eran necesarios ya que los productos se vendían en menor escala. Pero con la llegada de la Revolución Industrial nació la ampliación de los productos y para fomentar el consumo se utilizaron los medios de comunicación.

6. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



La masificación de la televisión marca el inicio de la era de las telecomunicaciones. El primer medio de comunicación masivo que surgió fue el periódico o panfleto. Antes existieron medios ambulantes de comunicación que se encargaban de “cantar” o relatar las noticias de otras tierras ya que el

común de la población no sabía leer ni escribir.

En el siglo XIX nació la radio, luego la televisión y ya en la década del 80 nació Internet. Todos estos medios de comunicación masivos se utilizan para convencer o persuadir a la masa a comprar productos y servicios.

7. EL CONSUMIDOR



Se consideraba a los consumidores como simples receptores de publicidad. A raíz de esta primera cultura de masas se empieza a tener en cuenta al consumidor. Este primer consumidor era considerado una tabula rasa, es decir, un consumidor llano y vacío al que solo era suficiente persuadir con un mensaje publicitario a través de un medio masivo de comunicación. Durante este primer momento, se consideraba a los consumidores como

simples receptores del mensaje: una masa amorfa y generalizada que no requería de ninguna diferenciación.

De esta primera cultura de masas, se extraen las primeras publicidades gráficas con órdenes desde la publicidad hacia el consumidor, como “Tome Coca-Cola”, “Coma palomitas de maíz”. En este primer período, se puede decir que el consumidor respondía a un lenguaje unidireccional donde solo existía un estímulo y una única respuesta esperada.

En este aspecto la cultura de masas ha evolucionado y el estudio del consumidor ha cambiado notablemente a hasta la actualidad.

8. LA ALIENACIÓN AL CAPITALISMO

Con el nacimiento de la cultura de masas fue posible, mediante los medios de comunicación masivos, instaurar determinados productos, servicios o ideologías.

La cultura de masas colaboró de algún modo en la alienación de la sociedad y la persuasión dio lugar a un conglomerado de personas alienada a la que fue y es posible moldear según lo deseen las empresas o las diferentes ideologías políticas.

Busque el concepto de **ALIENACIÓN** es muy importante hasta el día de hoy.

9. ASPECTOS POSITIVOS DE LA CULTURA DE MASAS

La cultura de masas colabora con el progreso de la sociedad. La cultura de masas fomenta la masificación del consumo colaborando, si se quiere, en la evolución o el progreso de una sociedad determinada en función del consumo. Por ejemplo, el hecho de que se generen productos de mejor calidad incita al consumo.

Esto no solo favorece a la sociedad desde el punto de vista económico, sino que también ayuda a su evolución y progreso. El bajo costo de los productos que se fabrican en la cultura de masas contribuye al alcance de la mayoría de la población.

Y finalmente, gracias a los medios masivos de comunicación es posible que la población se informe sobre determinados acontecimientos sociales, políticos y religiosos.

10. ASPECTOS NEGATIVOS DE LA CULTURA DE MASAS

La cultura de masas instaura en la sociedad determinados aspectos u opiniones haciendo que se comporte como una masa amorfa que solo recibe lo que mediante los medios de comunicación se intenta transmitir.

También se acusa a la cultura de masas de no tener en consideración la subjetividad e individualidad de cada uno de los habitantes de una sociedad, más bien se enfoca en la masificación de la producción a gran escala y a bajo costo: se enfoca en el producto y no en el consumidor.

VISITA LA PÁGINA:

DALÍ Y LA CULTURA DE MASAS <https://www.museoreinasofia.es/multimedia/dali-cultura-masas>

CULTURA POPULAR Y CULTURA DE MASAS



<https://sites.google.com/site/culturaspopularesesphisp/tema-1-cultura-popular-y-cultura-de-masas>. BUSQUE EN ESTA PÁGINA EL VIDEO DE LOS SIMPSONS.



TEXTO DEL ESTUDIANTE: Pp. 26-27, Recursos 9 y 10, 11 y 12.

ACTIVIDADES SUGERIDAS:

1. Analice cuáles son las **CONSECUENCIAS DE LA CULTURA DE MASAS** para la sociedad contemporánea a partir del **VIDEO DE LOS SIMPSONS** y de lo aprendido.
2. Explique las ideas centrales de los **RECURSOS 11 Y 12** en su cuaderno.
3. Realice un **AFICHE** con las ideas centrales o más importantes del periodo de Entreguerras visto en este documento.

FUENTE: "Cultura de masas". Autor: Julia Máxima Uriarte. Para: Caracteristicas.co. Última edición: 17 de enero de 2020. Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/cultura-de-masas/>. Consultado: 25 de marzo de 2020.