



FCEI Fundamentos de la
Comunicación y la
Información II

BLOQUE I:
CULTURA DE MASAS Y CULTURA MEDIÁTICA

TEMA 1

**Sociedad de masas y
cultura de masas**

CONTENIDOS

- La transición del s. XIX al XX: las bases de la sociedad de masas
- De la masa social a la sociedad de masas
- Cultura de masas, cultura de élite, cultura popular
- Apocalípticos e integrados
- De los medios a los medios de masas
- La naturaleza del consumo
- El sujeto en la sociedad de masas

1

La transición del s. XIX al XX:
las bases de la sociedad de
masas





La consolidación de la economía como fenómeno social de referencia

- Auge de la burguesía
- Individuo y producción
- Sociedad y distribución de riqueza
- Auge de las grandes urbes
- Nuevas formas de vida



El paso del capitalismo de producción al capitalismo de consumo

- Colapso del modelo basado en la producción
- Expansión social del ocio
- Separación de propiedad y producción: economía financiera
- Desarrollo tecnológico: se amplía el tiempo de vida social
- Grandes urbes
- Reorientación hacia el consumo

© Juan Miguel Aguado 2011

Collier's for August 25, 1931



Keep your eyes on
The horizon.
Here come
The Hupmobiles of 1931.
The floor's in!
Gleaming, beautiful,
Stylish, smart.
A year
And an idea
Ahead of the times.
Now,
But time
To the old Huppy tradition
Of mechanical excellence
Beyond reproach.

•
The four
Straight Eights,
Borns of engineering,
Pioneering,
Developing Straight Eights
For six straight years,
Even the very
Birth of the Straight-Eight
Idea.

•
The Country Six
Smooth, fast,
Built to last,
Built for beauty
Yet
Built for duty!
Topping its field
In everything
But price!

•
You have
A road,
You have two hands,
A foot for the throttle,
Two eyes.
Take a Huppy
Six or Eight
Let demonstration,
Not conversation,
Tell you
Which name car
Your hard-earned dollars
Should buy!

HUPMOBILE
1931 SIXES AND EIGHTS

THE COMPLETE 1931 HUPMOBILE LINE
 Price 1931 Country Six, 70 H. P., \$ 2900
 Price 1931 Country Eight, 80 H. P., \$ 3100
 Price 1931 Six, 4 Cylinders, \$ 1600
 Price 1931 Eight, 8 Cylinders, \$ 2200
 Price 1931 Custom Eight, 80 H. P., \$ 3200



THE 1931 100 HORSE POWER EIGHT CABRIOLET



La consolidación de la epistemología científica como actitud vital

- Objetivismo y racionalismo
- Representación, control e intervención
- Relación con el entorno
- Tecnología vs. magia
- Racionalidad instrumental



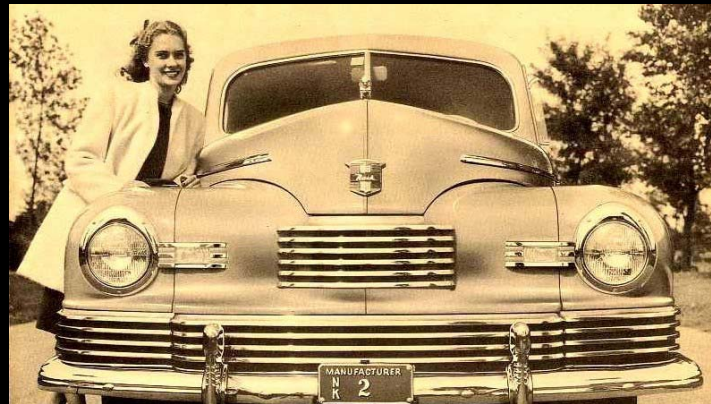
El auge tecnológico y el mito del progreso

- Ciencia-> Tecnología -> Economía -> Sociedad
- La tecnología hace posible la adaptación de la vida social a las nuevas formas de producción y consumo
- Creencia en el progreso ilimitado
- El futuro como territorio a colonizar
- Tecnología, ocio y espectáculo



La racionalización de las formas sociales

- Grandes urbes + tecnología + ocio
- Economización de la vida social
- Formalización de las relaciones sociales y de la vida cotidiana
- De la solidaridad orgánica a la solidaridad mecánica



Cambios en la concepción del sujeto social

- Crisis de la concepción tradicional 'prometeica' del sujeto
- Pérdida del 'encantamiento'
- Tensiones sociales
- Orientación hacia una concepción 'dionisiaca' de la vida y la identidad

2

De la masa social
a la sociedad de masas





La llegada de las masas

A lo largo del s. XIX las masas adquieren protagonismo político y social creciente

- Convulsiones políticas (revoluciones nacionalistas, anarquismo, revolución soviética, etc.)
- Transformaciones socio-económicas (grandes urbes, cinturones industriales, masas obreras...)
- Nuevas formas de espectáculo (cine, radio, exposiciones y ferias internacionales...)

Cautela, sospecha y rechazo...



- Nietzsche, Tocqueville, Kierkegaard o Buckhardt habían advertido ya sobre los cambios sociales de los que eran síntoma
- Durkheim: Las masas y el Affaire Dreyffus
- Gustave Le Bon: La comuna de París; masas y líderes
- Gabriel Tarde: Medios y masas; homogeneización
- Graham Wallas: Política y emoción
- Freud: La masa como inconsciente colectivo
- Ortega y Gasset: La masa como patología social

- La única concepción positiva: revolucionarios de izquierda

La masa

Concepción negativa

Alienante
Instintiva-irracional
Manipulable
Simplificadora
Dogmática
Carente de conciencia histórica
Bajo nivel cultural
Irresponsable
Ciega
Infantil

Concepción positiva

Anti-elitista
Instintiva
Imprevisible
Renovadora
Irreprimible
Creativa
Asociada a la cultura popular
Coherente
Juvenil
Transformadora

- Conjunto multitudinario y disperso de individuos
- Conjunto desestructurado
- Carente de identidad propia reconocible. No genera pertenencia
- Cohesión emocional
- Ausencia de perspectiva temporal
- Composición heterogénea y conductas homogéneas

Elías Canetti: Masa y Poder (1960)



Masa de acoso

Cohesión emocional en torno a la persecución de una amenaza común

Masa de guerra

Cohesión emocional en torno al enfrentamiento a un enemigo común



Elías Canetti: Masa y Poder (1960)



Masa de inversión

Cohesión emocional en torno a la alteración futura del status quo

Masa de lamento

Cohesión emocional en torno al sufrimiento o la pérdida compartida



Masa festiva

Cohesión emocional en torno al disfrute compartido





© Juan Miguel Aguado 2011

s. XX: De las masas de conflicto a las masas festivas

- Industrialización
- Economía de consumo
- Trauma de la 2GM y Guerra Fría

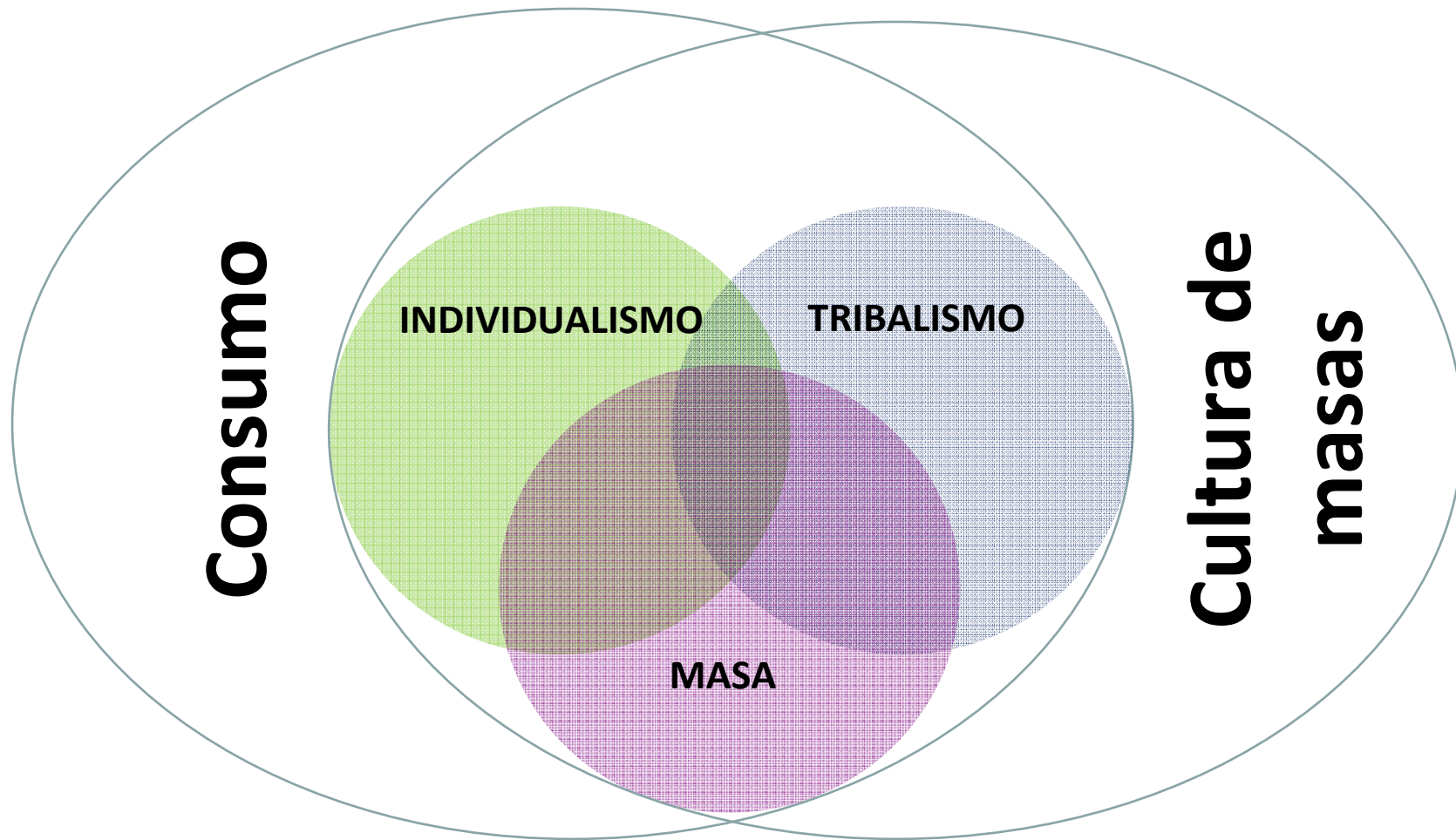
Antecedentes en el Barroco:

- Sensación de pérdida
- Preocupación por la estética del movimiento
- Importancia de la imagen
- Gusto por el artificio, la simulación...
- Individualismo vs. colectivismo

De la masa como enemigo amenazante a la masa como **subproducto del nuevo estado de cosas...**

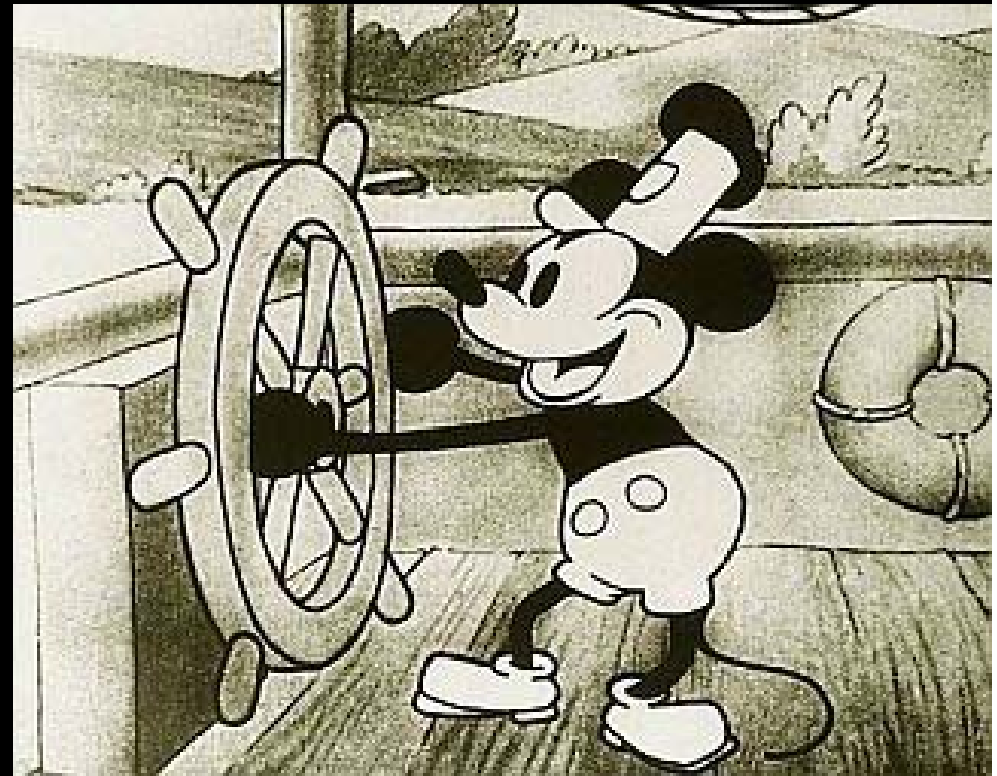
Sociedad de Masas / Cultura de Masas

SOCIEDAD INDIVIDUALISTA DE MASAS



3

Cultura de masas,
cultura de élite
y cultura popular





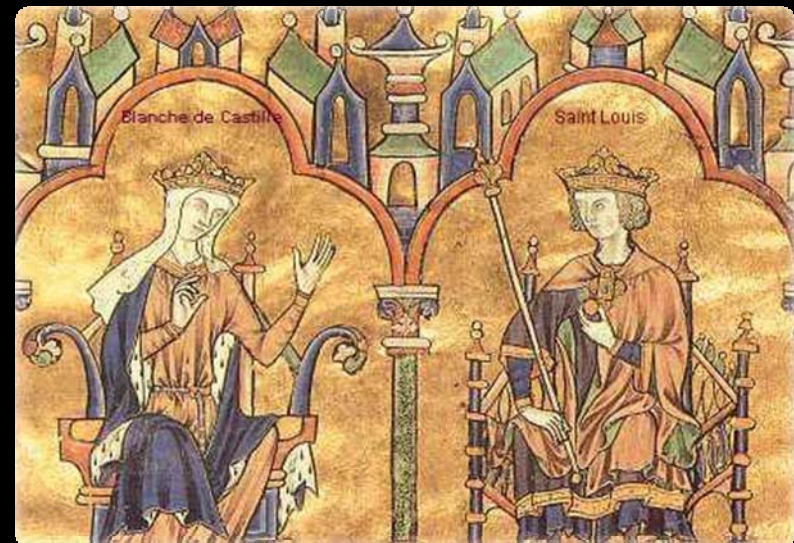
Desde la Edad Media se había consolidado una creciente distinción entre cultura de élite y cultura popular

Cultura popular

- Sin reglas establecidas
- Gusto por la improvisación y la espontaneidad
- Motivos locales reconocibles por el público
- Poca importancia de la autoría, la originalidad, la fidelidad...
- Temas diversos: sacros, banales...
- Enfocada a la comunidad o grupo

Cultura de élite

- Reglas definidas
- Gusto por la virtuosidad y el rigor
- Motivos generales, universales
- Gran importancia de la autoría, la originalidad, la fidelidad...
- Temas definidos: Biblia, historias épicas...
- Enfocada al individuo
- Deviene en el canon de las bellas artes

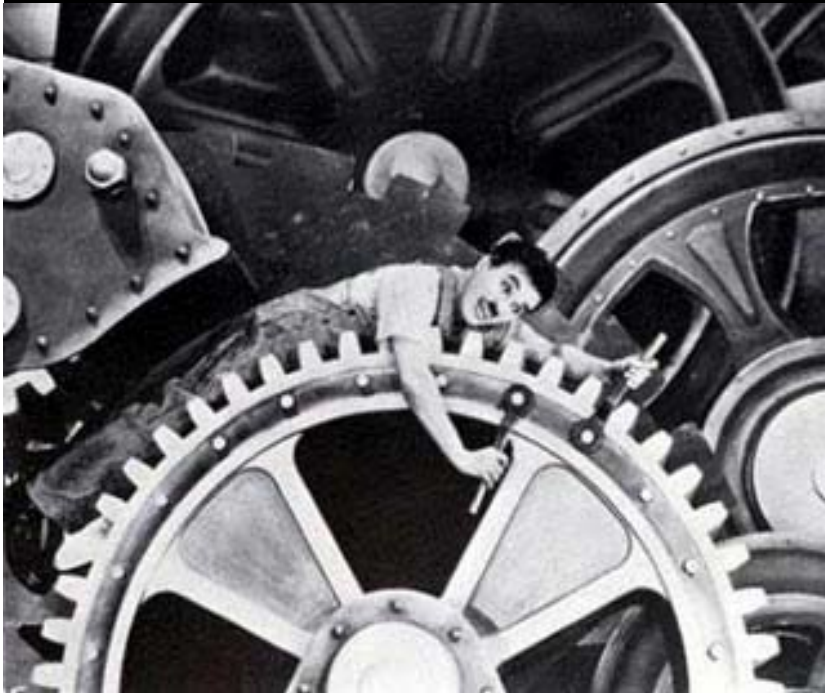




El sujeto masa

impone condiciones culturales diferentes:

- Democratización del gusto (imitación de las élites)
- Fusión entre individualización e indiferenciación



La industrialización y el mercado

Imponen condiciones al proceso de recepción de cultural:

- Adquiere valor de cambio (simbólico)
- Se masifica (estandarización)

CULTURA
+ INDUSTRIA
+ COMERCIALIZACIÓN
+ DINÁMICA DE CONSUMO

CULTURA DE MASAS

(Incluye cultura de
élite y cultura popular
transformadas)



RASGOS DE LA CULTURA DE MASAS (E. Morin)

PRODUCCIÓN

Valor económico/Valor estético
Uniformización/Singularización
Repetición/Novedad
Personalizada/Anónima

CONTENIDO

Fantasía/Realismo
Emoción/Racionalidad
Proximidad/Distancia
Espontaneidad/Planificación

CONSUMO

Individual/Colectivo
Local/Global
Pasado/Presente
Personalizado/Anónimo

CULTURA DE MASAS

NUEVO
ANTIGUO
KITSCH FIGURATIVO
EXCEPCIONAL ABSTRACTO
CORRIENTE CULTURA-POPULAR
EXTRAVAGANTE PARÓDICO NAIF
ELABORADO
SUBLIME PREVISIBLE
FUTURO PASADO
SERIO
VULGAR
REFINADO
ANODINO
INSÓLITO
SUPERFICIAL
CULTURA-DE-ÉLITE



4

Apocalípticos e Integrados

Apocalípticos Integrados

Degradación del gusto
Audiencia pasiva
Estandarización
Manipulación y control
Superficialidad y simplificación
Utilización de la carga emotiva
Predominio de los valores y motivaciones
económicos
Sustitución del mundo social
Colonización cultural
Opacidad
Perpetuación de valores de clase
Planificada e impuesta desde las clases
dominantes

Democratización de la cultura
Audiencia participativa
Diversificación
Creatividad
Amplitud temática y conceptual
Intensidad
Aparición de nuevas formas de expresión
cultural
Globalización e intercambio cultural
Mestizaje
Accesibilidad
Transformación radical
Desarrollo espontáneo desde la propia dinámica
social

LOS MEDIOS EN LA CULTURA DE MASAS

- **Producto institucional emblemático**
La lógica de los medios como lógica cultural
- **Condición de posibilidad y principal motor**
Alimentan la industria cultural y crecen con ella
- **¿Hacia una fusión medio/industria cultural?**





5

De los medios a
los medios de masas



DE LA PRENSA A LA PRENSA DE MASAS

- La prensa nace como medio de las élites burguesas
Vía de participación en la vida pública
Vinculada a la cultura ilustrada
- S. XIX-XX: se convierte en un fenómeno de masas
Cambios sociales, demográficos, económicos...
J. Pulitzer (The World) y W.R. Hearst (SF Examiner)
- Prensa popular y de masas
Noticias espectaculares, escándalos, desastres, crímenes, deportes...
Apasionamiento

LOS NUEVOS MEDIOS DE MASAS



- La radio nace ya como medio de masas
Orientada hacia el espectáculo y el entretenimiento
Capacidad para estructurar ritos y espacios sociales
Nuevas formas de público: Voz/emoción
- Institucionalización del medio
Se consolida la infraestructura y la base institucional de los medios de masas (empresa o Estado)
Se articula la estructura publicitaria como modelo de ingreso: comercialización de audiencias.
- Radio y propaganda
La orientación a lo emocional presente en la prensa de masas se radicaliza en la radio.

LOS NUEVOS MEDIOS DE MASAS



El cine nace como espectáculo puro, como atracción de feria centrada en su dimensión técnica.

Pronto adquiere la condición de gramática artística, pero siempre conectado a la emoción.

Cine e identidad: Proyección e identificación (mecanismos esenciales de la cultura de consumo de masas)

LOS NUEVOS MEDIOS DE MASAS

- La televisión como medio englobador

Aumenta la inmediatez, el efecto de inmersión, la implicación emocional de la radio

Efecto globalizador (enculturación)

- Paleo-televisión:

Enfocada al exterior: TV = ventana

- Neo-televisión:

- La producción estandarizada y el desarrollo del mkt mediático
- El predominio de lo visual como representación (representación de la disposición emocional del espectador)
- La seducción de los públicos como estrategia dominante
- La autorreferencia y la auto-exhibición
- Hipervisibilidad y omnipresencia
- La interpelación y la implicación de los públicos



¿EN QUÉ DIRECCIÓN EVOLUCIONAN LOS MEDIOS?



LA MEDIACIÓN SE INDIVIDUALIZA

- De espectáculos en espacios y situaciones públicas (cine, teatro, deporte...) a espectáculos en espacios y situaciones privados (TV, radio)
- Los procesos y espacios públicos se representan e introducen en la privacidad (son 'vistos' no 'vividos')
- Los espacios/situaciones públicos se privatizan (walkman)

¿EN QUÉ DIRECCIÓN EVOLUCIONAN LOS MEDIOS?

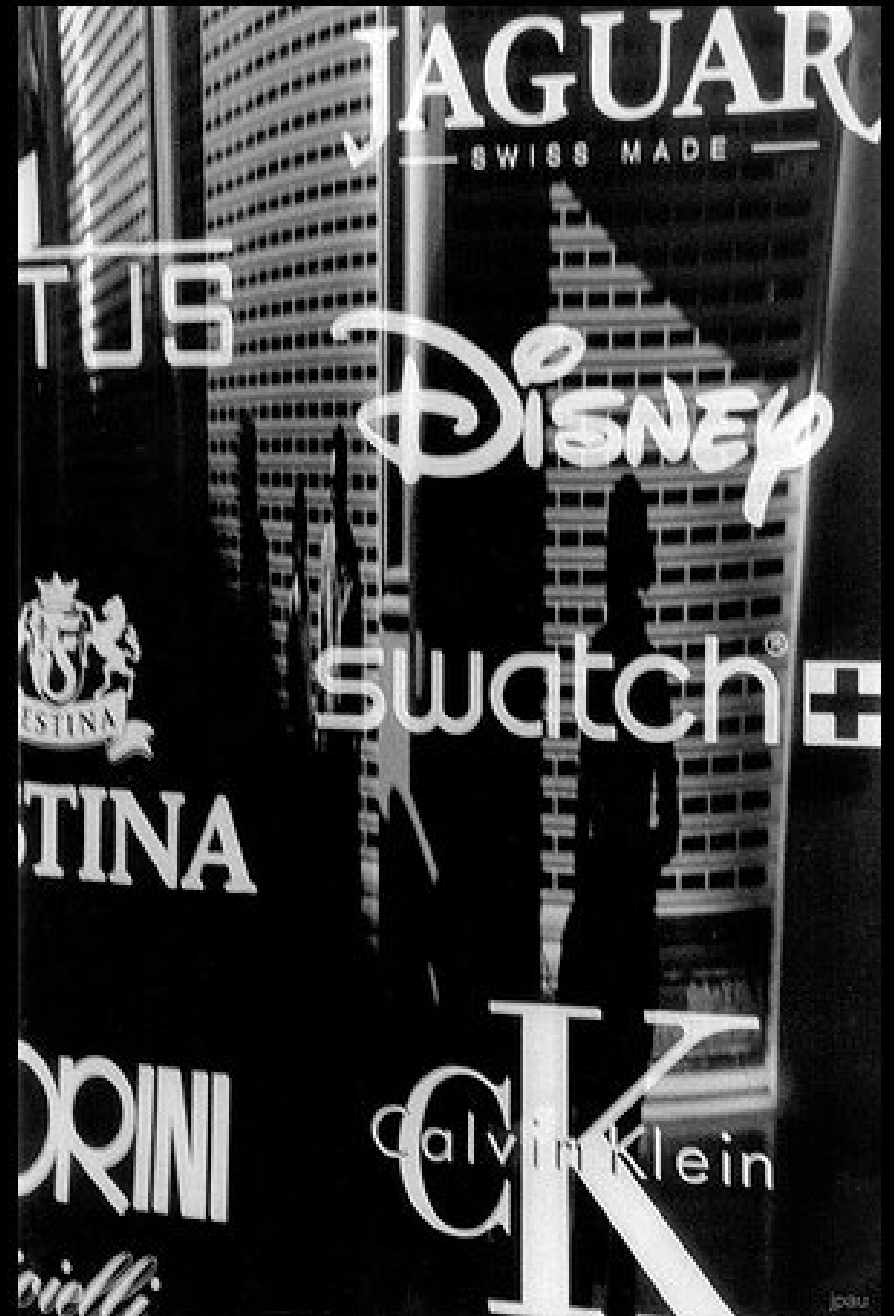


LA NOCIÓN DE 'MEDIO' SE DIFUMINA

- Los medios se integran y consolidan en las industrias culturales
- Forman parte central del conjunto de industrias que comercializan audiencias a través de prácticas de producción de sentido (mensajes)



6 La naturaleza del consumo

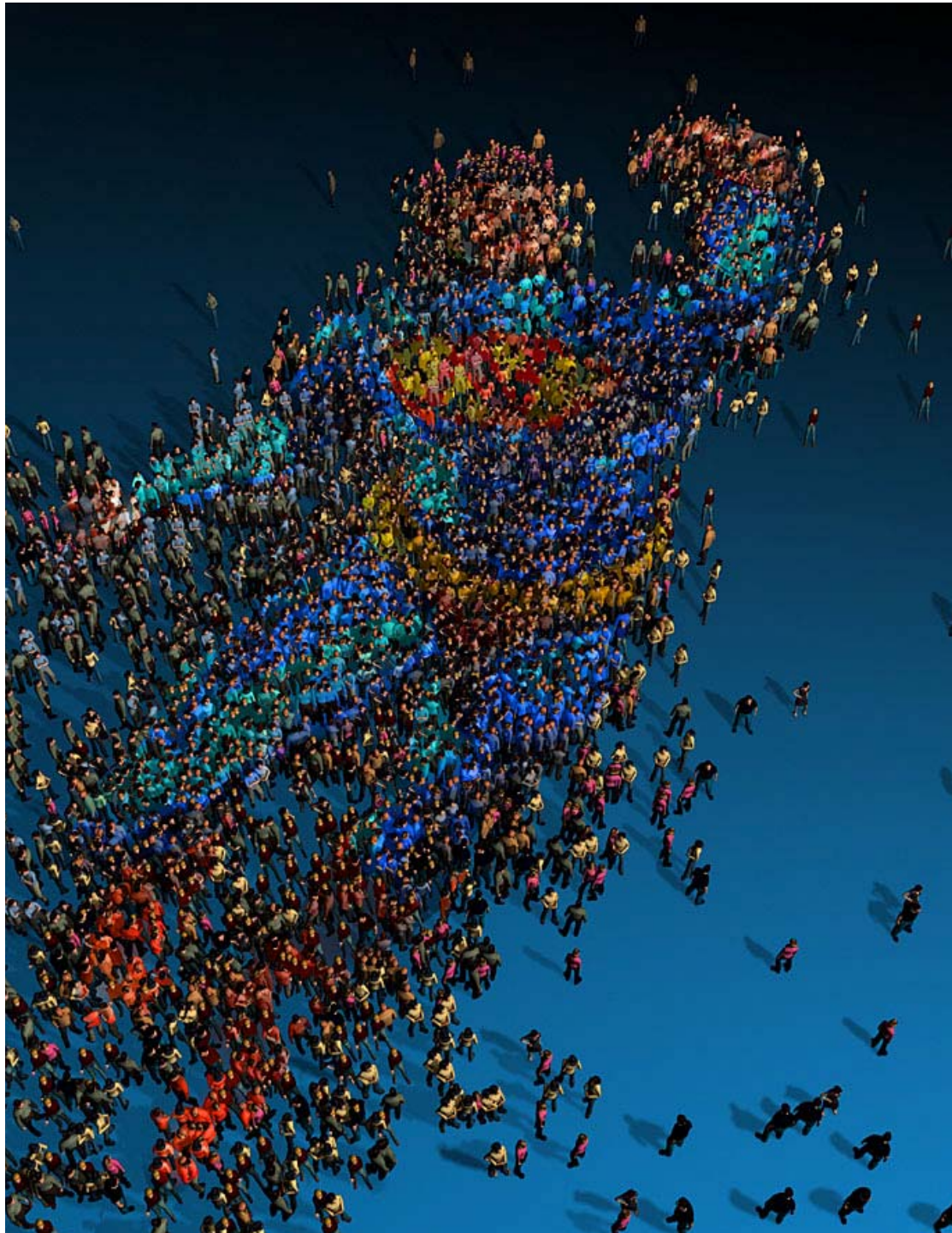


¿QUÉ IMPLICA EL PASO DE UNA ECONOMÍA DE PRODUCCIÓN A UNA DE CONSUMO?



«El problema fundamental del capitalismo contemporáneo ya no es la contradicción entre “maximización de la ganancia” y “racionalización de la producción” (en el nivel del empresario), sino entre una productividad virtualmente ilimitada (en el nivel de la tecnoestructura) y la necesidad de dar salida a los productos».

Jean Baudrillard. *La Sociedad de Consumo*



La respuesta al dilema de una
productividad virtualmente infinita es

PRODUCIR CONSUMIDORES

Para ello es necesario

CONSEGUIR LA ATENCIÓN/INTERÉS

y, a partir de ella,

**GESTIONAR (FUSIONAR)
NECESIDADES/MOTIVACIONES/
DESEOS**



En este contexto

**LA IDENTIDAD SE CONVIERTE EN UN
CONCEPTO-MERCANCÍA CLAVE**

La mitología del consumo se construye
sobre el mito del control sobre la
identidad individual

CONSUMO ES ALGO MÁS QUE ECONOMÍA...



«El consumo es un modo activo de relaciones (no sólo con los objetos, sino con la colectividad y el mundo), un modo sistemático de actividad y una respuesta global sobre la que se funda todo nuestro sistema cultural».

Jean Baudrillard. *Crítica de la Economía Política del Signo*.



- El consumo es una **práctica de mediación** entre los sentidos, los tiempos las prácticas y los actores sociales y los objetos
- El consumo es un **rito social**: construye regularidad y ciclo a partir de contingencias, momentos y discontinuidades
- El consumo es una práctica estandarizada de **gestión de identidad individual**
- El consumo fusiona las lógicas del rito y del entretenimiento popular (juego y performance) y las lógicas de la producción industrial (fragmentación, serialización y obsolescencia)



CULTURA DE CONSUMO



CONSUMO CULTURAL

Cultura y consumo obedecen a la misma lógica profunda:

REGULAR INTERACCIONES ENTRE PERSONAS A TRAVÉS DE OBJETOS

SIGNO ↔ MERCANCÍA

7

El sujeto en la sociedad de masas



EL CONSUMO EXTIENDE LA LÓGICA DE LA ALIENACIÓN AL TERRITORIO DE LA VIDA PERSONAL

- Hedonismo / Nihilismo
- Narcisismo
- Formalización/alienación
- Pasividad
- Aislamiento
- Pérdida de la autenticidad
- Fusión realidad / ficción
- Hipervisibilidad



LECTURAS

BÁSICAS

- Aguado Terrón, J.M. (2004) Introducción a las teorías de la comunicación y la información. Murcia: DM. Capítulo 10, epígrafes 2.3, 3.3 y 5.
- García Jiménez, L. (2007) Las teorías de la comunicación en España. Madrid: Tecnos. Capítulo 3, Epígrafes 2.3 y 3.

COMPLEMENTARIAS

- Eco, U. (1968). Apocalípticos e integrados. De la página 51 a la 72
- Baudrillard (2009). La Sociedad de Consumo. Madrid: siglo XXI. Capítulo 4.
- Documental "The century of the self". Sobre psicoanálisis y consumo de masas. Con subtítulos en castellano.

<http://video.google.com/videoplay?docid=7189292447633419431#>