

Perfiles de audiencia y comunidad virtual

La cultura de masas



1.4

La cultura de masas se refiere a las expresiones culturales que, por sus particularidades o forma de producción, se pueden asimilar por un grupo grande de individuos. La cultura de masas es diferente a la cultura de élite, que se dirige a grupos sociales que pertenecen a clases favorecidas o privilegiadas y, que, por lo tanto, no tienen tantos individuos.

La cultura de masas generalmente está asociada a la cultura que se produce bajo medidas propias de una industria, que puede tener fines de lucro y que se puede dirigir a los consumidores. Es por esta razón que se usan las herramientas del marketing y publicidad para lograr una excelente difusión y dar como resultado productos o servicios rentables.

Por otro lado, se pueden instituir una serie de medidas importantes sobre lo que se entiende con el nombre de cultura de masas:



- Se sostiene en tres columnas vertebrales principales: la publicidad, la sociedad de consumo y la cultura comercial.
- El concepto se desarrolló a mediados del siglo XX cuando empezó a utilizarse de forma concluyente, a causa de una serie de eventos globales a nivel social o político. Por ejemplo, el surgimiento y extensión de los países totalitarios hasta el uso de inventos contundentes como los medios de comunicación masivos como la radio o la televisión.
- Se encuentra relacionada de forma íntima con la globalización.
- Se une de manera estrecha al consumismo. En muchos casos, la cultura de masas fomenta el poder adquirir y comprar todo tipo de productos.
- Una de las ventajas que trae consigo la cultura de masas es la multiculturalidad.
- Sin embargo, también tiene aspectos negativos como por ejemplo la pérdida de la identidad nacional y la pérdida de algunos valores a causa del consumismo.
- La cultura de masas ha adoptado el deporte, la música, el cine y la televisión, entre otros, como “espectáculos”.

La cultura de masas, entonces, se basa en crear productos que se conciben para lograr la masividad y alcanzar una rentabilidad, muy diferente a una cultura artesanal que goza de toques estéticos o incluso espirituales como su más importante fin. Por lo tanto, la cultura de masas pretende posicionar pensamientos y símbolos en la sociedad, porque el llegar de manera masiva puede lograr una influencia muy alta. Es así como grupos poderosos deciden apelar a esta cultura para emitir mensajes y perdurar en el tiempo. Es por esta razón que esta cultura se entiende como un producto que tiene como fin la implantación en la sociedad de una forma de actuar y de pensar específica.



Por otro lado, los medios de comunicación han servido para que diariamente la sociedad absorba las ideas y las costumbres para que finalmente las sienta como propias, alimentando de a poco un molde que irá calando en las conciencias de los individuos. La televisión, la radio, la prensa, las revistas, e incluso internet han servido para que esto suceda. La misión de los diferentes medios de comunicación (tanto offline como online) es la de informar a la sociedad, darle entretenimiento, abrir la puerta a culturas nuevas, aproximar a los individuos a la realidad global sin moverse del hogar o a conocer maravillas mundiales que muy pocos pueden visitar; pero, lejanos quedaron esos días en los cuales los contenidos eran espontáneos y legítimos, porque actualmente existe una terrible distorsión de la realidad y de la verdad, a causa de los diferentes intereses económicos, políticos y hasta militares.

Para algunos individuos puede resultar decepcionante, porque la verdad es que resulta muy difícil poder hacer a un lado para evadir alguna influencia de la cultura de masas; incluso para las personas que creen que tienen sus propias opiniones, ideas y doctrinas. La realidad es que la sociedad pertenece a un sistema enorme bastante complejo y escrupulosamente entretelado, que cala los sentidos de cada individuo para motivar a pensar de alguna forma o para indicarle cómo aprovechar el tiempo de esparcimiento, e incluso, cómo actuar si se desea rebelarse ante lo que cada cual sienta como injusto.

(Abruzzese, 2004)