

LOS AÑOS 20 EN ESTADOS UNIDOS

Luego de la Primera Guerra Mundial, comenzó en Estados Unidos una época de prosperidad, la misma fue llamada "**LOS DORADOS AÑOS 20**" o "**LOS AÑOS LOCOS**".

TEXTO 1 "Hay, pues, que buscar el carácter original del período, menos en el alza de los ingresos que en una oferta extraordinaria de los productos, si no todos baratos, al menos alcanzables por una gran mayoría de consumidores. Es el consumo de masas, la vanguardia de una civilización de masas, lo que caracteriza fundamentalmente la América de los años veinte. ¿Cómo fue posible este consumo masivo? Mediante los progresos paralelos de la producción y la distribución.

Progresos de la producción que algunas cifras bastan para caracterizar: 4 mil automóviles fabricados en 1900, 1.500.000 en 1921 y 4.800.000 en 1929; la venta de aparatos de radio multiplicada por 14 entre 1922 y 1929.... Avances debidos únicamente a los de la productividad, ya que la mano de obra había permanecido casi constante de 1919 a 1929. Para algunos productos, los progresos fueron fulminantes. Tal es el caso del automóvil: eran precisas catorce horas de trabajo para producir un vehículo en la primera fábrica, clásica, de Henry Ford, pero no se necesitaban más que noventa y tres minutos con el procedimiento en cadena que utilizó por primera vez en 1914; y, desde octubre de 1925, las cadenas Ford lanzan un automóvil cada diez segundos. Avances debidos también a los métodos de venta llamados científicos», en realidad, explotación sin piedad de los viajantes y representantes de comercio, mantenidos constantemente en tensión para obligarles a «forzar» las ventas. Progresos debidos sobre todo a la generalización del crédito, de la venta a plazos, maravilloso medio para hacer consumir ingresos aún no ganados.

Mejoras debidas, finalmente, a lo que quiere ser una nueva ciencia: la publicidad, que ocupa hacia 1930 a más de 600 mil personas, consume más de la mitad de la producción de la industria de la imprenta, cubre entre el 50 y el 75 % de las páginas de la prensa e invade el radio. La publicidad ha aprendido ya a jugar con el elemento irracional que existe en el comportamiento de cada cliente, real o potencial, para obligarlo a consumir. No sin razón, los años veinte han sido llamados, a veces, *The Ballyhoo Years*: el tiempo de la confusión mental. El consumo masivo debe traer consigo la felicidad, una dicha que describen complacientemente los mass media..."

Pierre Leon: Historia económica y social del mundo. Tomo 5: 1914-47. Madrid 1979. Pag. 212

2- Durante la década del 20 la población de Estados Unidos llega a 23 millones de habitantes, por ello se controla la corriente inmigratoria con una serie de leyes que regulan y restringen la llegada de extranjeros pues "América debe seguir siendo americana".

4- "La ley seca (1917 y 1919) produjo importantes efectos mientras estuvo en vigor. Uno de ellos, satisfacía parcialmente a los promotores de la disposición ya que el consumo individual de alcohol disminuyó. La ley seca fomentó la aparición de organizaciones criminales. Al declararse ilegal la obtención de bebidas alcohólicas se creó automáticamente una red de venta clandestina. Eran sindicatos del crimen que traficaban con el producto ilegal por todo el país y que rápidamente sustituyeron a las pequeñas bandas locales..."

COOPER J. "Los felices veinte en EE. UU." Historia 16

5- Chicago fue la capital de los negocios de las bebidas y del crimen en los años 20. Las muertes por alcoholismo aumentaron un 600% en estos años. Al Capone, es en 1925, amo y señor de Chicago, responsable de más de 400 asesinatos, aplastó a toda aquello que se opusiera a su objetivo de controlar los negocios clandestinos.

3- También adquirió fuerza el Ku Klux Klan, quien tenía como víctimas a los negros, a los judíos y también a los católicos. Su lema era "**nativo, blanco y protestante**". Su zona de acción fue especialmente el oeste de EE UU (Texas, Oklahoma, Alabama, Georgia).

