



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

Carrera de Comunicación

TEMA:

La industria de la música y la construcción de identidades en la juventud

Trabajo de Graduación previo a la obtención del Título de Licenciado en Comunicación

AUTOR:

Mateo Alexander Freire Lescano

TUTOR:

Mg. Jenny de los Ángeles Proaño Zurita

Ambato-Ecuador

2024-2025

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del Trabajo de Titulación sobre el tema: “LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES EN LA JUVENTUD.” realizado por el señor Mateo Alexander Freire Lescano, estudiante de la carrera de Comunicación de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el informe investigativo reúne los requisitos suficientes para que continúe con los tramites y consiguiente aprobación de conformidad con el numeral 7.2 de los Lineamientos generales para la aplicación de Instructivos de las modalidades de Titulación de las Facultades de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, 15 de enero del 2025



Jenny de los Ángeles Proaño Zurita

CC: 1713480661

AUTORÍA

El presente proyecto de investigación titulado: “LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES EN LA JUVENTUD” Es absolutamente original, autentico y personal, en tal virtud, el contenido, efectos legales y académicos que se desprenden del mismo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Ambato, 15 de enero del 2025



Mateo Alexander Freire Lescano

CC: 1754882528

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga uso de este Trabajo de Titulación como un documento disponible para la lectura, consulta y procesos de investigación. Cedo los derechos de mi trabajo de Titulación, con fines de difusión pública, además autorizo su reproducción dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ambato, 15 de enero del 2025



Mateo Alexander Freire Lescano

CC: 1754882528

APROBACIÓN DE LA COMISIÓN CALIFICADORA

La comisión calificadora del presente trabajo conformada por los señores docentes..., revisó y aprobó el informe final del proyecto de investigación titulado “LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDADES EN LA JUVENTUD.”, presentado por el señor MATEO ALEXANDER FREIRE LESCANO de acuerdo al numeral 9.1 de los lineamientos generales para la aplicación de instructivos de las modalidades de titulación de las facultades de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato,.....2025

DEDICATORIA

A mis padres quienes siempre me apoyaron en todo momento desde el primer día que ingresé a la universidad y siempre me cuidaron y velaron por mi bienestar, apoyándome en viajes, dejando cosas de lado por mí y siempre confiando en que voy a ser un gran profesional.

A mi hermano pequeño que fue mi apoyo y compañero en duros momentos, a pesar de la distancia los días en que nos veíamos eran un respiro a toda la tormenta que existía, gracias por ser un apoyo incondicional y demostrarme con ternura que el niño interior lo llevamos todos.

A mi novia que siempre ha estado en los buenos momentos, pero sobre todo en los malos, ella que en las adversidades me mostraba una gran sonrisa y me aliviaba cuando todo parecía derrumbarse, gracias por ser ese pilar que sostenía mi alma cuando sentía que no podía más y por esperarme siempre sin importar lo lejos que estábamos.

A mi abuelita por estar siempre pendiente, recibirme con un abrazo cuando llegaba a casa y demostrar fortaleza, gracias por los consejos que me brinda y la protección que me hace sentir, siempre agradecido con toda mi familia.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, que siempre me cuida sin importar que tan lejos me encuentre y recibirme con sonrisas y abrazos.

A mis tías que me dieron un lugar en donde estar y sentirme cómodo mientras estaba en Ambato y hacerme sentir bien y en tranquilidad.

A mis amigos, que siempre sacaron risas y momentos de tranquilidad y diversión.

A los docentes de la carrera de comunicación que con sus enseñanzas sé que puedo explotar mi potencial y pronto convertirme en su colega.

A la Mg. Jenny Proaño, por apoyarme en este camino y estar pendiente del proceso de este proyecto de investigación, gracias además por las enseñanzas brindadas en las horas de clase.

A la música, por acompañarme en todo momento, sea viajando, haciendo tareas, cuando estaba solo, mi acompañante en todo lugar en donde estuve.

INDICE GENERAL DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA.....	iii
DERECHOS DE AUTOR.....	iv
APROBACIÓN DE LA COMISIÓN CALIFICADORA.....	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INDICE GENERAL DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
ABSTRACT	xiii
CAPÍTULO I.....	1
I. MARCO TEÓRICO.....	1
1.1 Antecedentes investigativos	1
1.2 Industrias Culturales	8
1.2.1 De las industrias culturales a las industrias creativas	8
1.2.2 El aura en la mercantilización de la música	11
1.2.3 Cultura y comunicación de masas.....	12
1.3 Música popular.....	13
1.3.1 La mesomúsica en la cultura de masas	13
1.3.2 El poder de la estandarización musical	14
1.3.3 El estilo de la música un lenguaje simbólico	15
1.4 Identidad juvenil	17
1.4.1 Construcción de Identidades en los jóvenes	17
1.4.2 La biomúsica para manejar las emociones.....	18
1.4.3 Las prácticas culturales de las tribus urbanas	19
1.5 Música y globalización	20
1.5.1 La hibridación latinoamericana en la música popular	20
1.5.2 Globalización y estandarización musical	21
1.6 Medios y tecnología	22

1.6.1	Persuasión de los medios en la música	22
1.6.2	Internet el medio de convergencia juvenil	23
1.6.3	Mas allá de solo escuchar música, performance musical	24
1.7	Objetivos	25
1.7.1	General:	25
1.7.2	Específicos:	26
CAPÍTULO II.....		27
II. MARCO METODOLÓGICO.....		27
2.1	Materiales y Recursos	27
2.1.1	Materiales.....	27
2.1.2	Recursos Humanos.....	27
2.1.3	Recursos Tecnológicos.....	27
2.2	Métodos.....	27
2.3	Encuesta	29
CAPÍTULO III.....		32
III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....		32
3.1	Resultados y discusiones.....	32
Tabla 2: Datos estadísticos		32
CAPÍTULO IV		47
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		47
4.1	Conclusiones	47
4.2	Recomendaciones.....	48
Material de referencia		50
Referencias Bibliográficas		50
Anexos.....		52

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Antecedentes.....	2
Tabla 2: Datos Estadísticos.....	32
Tabla 3: Las tendencias musicales en redes me motivan a escuchar nueva música y siento que algunos géneros musicales expresan mis valores y creencias.....	45
Tabla 4: Prueba de chi cuadrado de las tendencias musicales en redes me motivan a escuchar nueva música y siento que algunos géneros musicales expresan mis valores y creencias.....	45

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Género musical rock y la música que escucho refleja mi personalidad.....	33
Figura 2: Género musical pop y la música que escucho refleja mi personalidad.....	34
Figura 3: Género musical hip-hop y la música que escucho refleja mi personalidad.....	35
Figura 4: Género musical reguetón y la música que escucho refleja mi personalidad.....	36
Figura 5: Género musical indie y la música que escucho refleja mi personalidad.....	37
Figura 6: Género musical tradicional y la música que escucho refleja mi personalidad.....	38
Figura 7: Idioma preferido de música y escucho música en otros idiomas para acercarme a otras culturas.....	39
Figura 8: Plataformas de escucha y los medios influyen en mis preferencias musicales.....	41
Figura 9: Idioma preferido de música y mi estilo personal se inspira en la música que escucho.....	42
Figura 10: Géneros musicales y recomendación de grupos.....	43

RESUMEN EJECUTIVO

La música forma parte de la vida de todas las personas, desde que se tiene consciencia la música se puede disfrutar, pero además la música sirve como un medio de expresión, una forma de comunicación y un conjunto de valores o de costumbres. Con eso en mente, hay que tomar en cuenta que, la etapa de la juventud en las personas es en donde se puede explorar y conocer sobre varios temas, ya que es la transición a ser un adulto, por esto, la música puede ser una herramienta que facilite tratar estos temas, aliviar pensamientos intrusivos, manejar emociones y un medio para compartir con personas de la misma edad o superior. El trabajo de investigación “La industria de la música y la construcción de identidades en la juventud” analiza los géneros musicales escuchados por los jóvenes como un medio para la construcción de identidades en la juventud y no solo como un medio de entretenimiento. El objetivo de la investigación es determinar la relación que existe entre los diferentes géneros musicales y la construcción de identidades en la juventud. La metodología utilizada es cuantitativa, utilizando una muestra de 377 jóvenes estudiantes de la Universidad Técnica de Ambato presentes en el Campus Huachi, se realizó una encuesta en la que se preguntó preferencias musicales junto a varias situaciones en las que se escucha música. Se destaca que géneros como el Pop, el Hip-Hop, el Rock y el Reguetón en conjunto de plataformas como YouTube o Spotify moldean las preferencias musicales de los jóvenes y con ello construyen sus identidades, validando así la hipótesis de que la música influye en la identidad juvenil. Se concluye que la música no solo refleja valores y emociones individuales, sino que sirve como nexo para que los jóvenes se integren a otros grupos con intereses en común, esto se ve reforzado por la capacidad que tienen las industrias culturales para proyectar géneros musicales que se conectan con lo local y lo global.

Palabras Claves: industria musical, identidad, estilo musical, juventud, industrias culturales.

ABSTRACT

Music is a part of everyone's life. From the moment we become aware, music can be enjoyed, but it also serves as a means of expression, a form of communication, and a set of values or customs. It is important to consider that youth is a stage in life where people can explore and learn about various topics, as it is the transition to adulthood. For this reason, music can be a tool to address these topics, alleviate intrusive thoughts, manage emotions, and serve as a means of connection with peers or older individuals.

The research project "*The Music Industry and the Construction of Identities in Youth*" analyzes the musical genres listened to by young people as a means of constructing identities during youth, not merely as a form of entertainment. The objective of this research is to determine the relationship between different musical genres and the construction of identities in youth.

The methodology used is quantitative, with a sample of 377 young students from the Universidad Técnica de Ambato at the Huachi Campus. A survey was conducted asking about musical preferences and various situations in which music is listened to. The study highlights those genres such as Pop, Hip-Hop, Rock, and Reggaeton, along with platforms like YouTube and Spotify, shape young people's musical preferences and, consequently, their identities. This validates the hypothesis that music influences youth identity.

It is concluded that music not only reflects individual values and emotions but also serves as a link for young people to integrate into groups with shared interests. This is reinforced by the ability of cultural industries to project musical genres that connect both locally and globally.

Keywords: music industry, identity, musical style, youth, cultural industries.

CAPÍTULO I

I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes investigativos

En el presente trabajo de investigación se tomaron en cuenta principalmente siete investigaciones, esto gracias a su fundamentación teórica y los temas de estudio de cada uno, esto ayuda a ver a la música como una forma para expresarse cultural y artísticamente, que además tiene un papel significativo en la vida de los jóvenes, influyendo en cómo construyen y distinguen sus identidades. La sociedad muestra que los diferentes géneros musicales están ampliamente disponibles y son consumidos por muchos jóvenes, cada uno con sus propios gustos musicales. Sin embargo, la comprensión de cómo estos géneros musicales están relacionados con la construcción de identidades juveniles sigue siendo un área de investigación en la actualidad.

Tabla 1: Antecedentes

Título	Autor/es	Institución	Año	Categoría	Link
Juventud, identidad y cultura: El rock radical vasco en la década de los 80	Paulí Dávila Balsera Josu Amezaga Albizu	Ediciones Universidad Salamanca	2010	Artículo	https://revistas.usal.es/tres/index.php/0212-0267/article/view/6767
Identidad, juventud y música pop	Dulce A. Martínez Noriega	Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco	2010	Artículo	https://tramas.xoc.uam.mx/index.php/tramas/article/view/534
La construcción de la identidad en los jóvenes del sur de Quito en torno a la música extrema	Edward Titusunta	Universidad Central del Ecuador	2023	Proyecto de Investigación	https://www.dspace.uce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/8e44b91c-ff44-4ec9-bfba-f8bc1ac2f27b/content

La música tradicional ecuatoriana. Elementos de identidad y expresión de pobreza, exclusión y subalternidad en el centro histórico de Quito	Priscila Naranjo	Flacso Ecuador	2012	Tesis	https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/9186
Sociolingüística, identidad, música carranguera	Ofelia Cárdenas	Cuadernos de Lingüística Hispánica	2020	Artículo	http://www.scielo.org.co/pdf/clin/n35/2346-1829-clin-35-111.pdf
El proceso de construcción identitaria de los estudiantes de bachillerato a través de sus relaciones con la música tradicional ecuatoriana.	Xavier Calle	Universidad de Cuenca	2021	Tesis	https://dspace.ucuenca.edu.ec/items/c2afb31e-235c-436d-8a94-b6f6e96bc13a

La construcción de la identidad juvenil a través de la música	Jaime Hormigos Antonio Martín Cabello	Universidad Rey Juan Carlos	2008	Artículo	https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1220361.pdf
---	--	-----------------------------	------	----------	---

Nota: Tabla de elaboración propia.

Mediante un análisis a varias investigaciones, se observa cómo la música es un instrumento fundamental en la construcción de identidades de los jóvenes. En primer lugar, Balsera y Amezaga (2010), en su artículo “Juventud, identidad y cultura: El rock radical vasco en la década de los 80”, se enfoca en determinar los gustos y preferencias de la juventud de esa época.

Analizando el rock radical vasco como una respuesta a las dificultades sociales y políticas de la época. La música en este sentido sirvió para movilizar la resistencia cultural y crear espacios de socialización para la juventud vasca, conectando con temas como la identidad, la lengua y la resistencia política.

Utilizando una metodología de revisión bibliográfica, este artículo se basa en el análisis sobre todo de grupos de la época como: Kortatu, Eskorbuto y La Polla Records, llegando a que las letras de las canciones y la estética del punk jugaron un papel central en la articulación de esta identidad en contra de las formas tradicionales de autoridad.

Finalmente, los autores concluyen que el uso del euskera, la crítica a la política y la rebelión contra los poderosos fueron elementos que conectaron a los jóvenes con el movimiento radical. Aunque la música fue el principal medio de expresión, el fenómeno trascendió lo musical para convertirse en un símbolo de resistencia.

Por otro lado, Martínez (2010), en su tesis doctoral “Identidad, juventud y música pop”, investiga las funciones y significados dados a la música pop por los jóvenes, influenciados por las industrias culturales y musicales que ha hecho de la música pop un producto que influye directamente en la construcción de identidades juveniles.

La autora utiliza una revisión bibliográfica de diversos autores para relacionar la identidad con el consumo de la música y la cultura juvenil, analiza los lazos sociales que se generan debido a la música pop como un producto de consumo simbólico y hace referencia a subculturas juveniles como los góticos, fresas, raperos, entre otros.

Este artículo permite un acercamiento con la música pop como fenómeno de consumo y comunicación, que tiene un gran impacto en la vida de los jóvenes, moldeando su identidad. A través del consumo de este género musical, los jóvenes construyen no solo su identidad, sino también formas de interacción social, creando grupos que se diferencian por sus gustos musicales y las actividades que hacen relacionadas a la música que escuchan, gracias a esta investigación se puede evidenciar que si hay una relación entre la música que escuchan los jóvenes y su identidad.

Desde otra perspectiva, Titusunta (2018) en su trabajo doctoral “La construcción de la identidad en los jóvenes del sur de Quito en torno a la música extrema”, analiza el proceso para la construcción de identidades en jóvenes de la ciudad de Quito a través del metal extremo y sus subgéneros, teniendo en cuenta factores como su lugar de residencia, calidad de vida, estatus social, entre otros. Titusunta destaca cómo la música extrema sirve como un medio de resistencia y afirmación de la identidad frente a contextos de marginalización y exclusión social.

La metodología empleada en este trabajo es cualitativa haciendo uso de instrumentos como entrevistas abiertas a jóvenes del sur de Quito que participan en la escena musical local, dando como resultado que este género musical sirve como un refugio identitario alejado de los valores tradicionales de las familias quiteñas y sirviendo como un medio para canalizar emociones como la frustración. Además, sirve como forma de resistencia frente a la exclusión que tienen los jóvenes del sur de Quito entrevistados con la sociedad, siendo el metal extremo una respuesta a las normas sociales y que se utiliza para establecer una comunidad propia.

Asimismo, Naranjo (2012) en su tesis “La música tradicional ecuatoriana. Elementos de identidad y expresión de pobreza, exclusión y subalternidad en el centro histórico de Quito”, menciona que la música tradicional ecuatoriana sirve como constructora de identidades, se ve reflejado en la música que se interpreta en el centro histórico de los quiteños, algunos de sus intérpretes son músicos invidentes o sin recursos económicos, la autora con esto busca dar visibilidad a estos artistas para recuperar también la identidad cultural del centro de la capital de los ecuatorianos.

Se realizaron entrevistas con los músicos del centro histórico y otros actores del entorno, como comerciantes ambulantes y consumidores de la música tradicional, además de que la autora fue participe en la interacción que tuvieron los músicos con la gente. Con esto se evidencia que la música tradicional ecuatoriana es interpretada principalmente por músicos marginados, que provienen de sectores excluidos. Estos artistas, al interpretar canciones que hablan de pobreza, migración y desamor se sienten sin sentido de pertenencia en la sociedad quiteña.

En esta tesis, se muestra cómo el género musical tradicional no solo es una muestra de la identidad cultural, sino también una expresión de las luchas y resistencias frente a la pobreza y la exclusión social.

“Identidad boyacense, música carranguera” es un artículo en el cual Cárdenas (2020) explica los rasgos de identidad del ciudadano boyacense, ya sea su vestimenta, jerga y sus costumbres,

a partir del análisis del contenido de las canciones de Jorge Velosa, principal exponente de la música carranguera y se presenta la relación entre lenguaje, valores, identidad y cultura.

Este trabajo sostiene que la música carranguera no es solo una forma de expresión artística, además es una forma de preservar y transmitir la identidad cultural campesina en un mundo globalizado y con muchas culturas que han hibridado.

La autora analiza las letras de las canciones del autor Jorge Velosa utilizando un análisis de contenido como su metodología, en particular el tema "Yo también soy boyaco", para identificar los rasgos presentes en el dialecto cundiboyacense con un análisis social y lingüístico para identificar qué elementos se han tomado de la cultura boyacense.

Con esto se llega a la conclusión de que este género musical es importante en la consolidación de una identidad de los ciudadanos boyacenses, ya que, se enaltecen elementos de la vida rural, el vestuario tradicional y los alimentos típicos de la región. Las letras de Velosa, al narrar las experiencias de los campesinos, ayudan a mejorar la pertenencia cultural de los habitantes de Boyacá, Colombia.

En una línea similar, Calle (2021), en su tesis “El proceso de construcción identitaria de los estudiantes de bachillerato a través de sus relaciones con la música tradicional ecuatoriana”, estudia los procesos identitarios en jóvenes estudiantes de Cuenca, este trabajo de investigación vuelve a tratar la música tradicional ecuatoriana identificando los prejuicios que tienen estudiantes y que los alejan de este género musical.

Utilizando encuestas a 141 estudiantes, Calle analiza la influencia que tiene la música tradicional en la construcción de identidades personales y grupales de los estudiantes, destacando cómo la música transmite valores y tradiciones culturales, además de que a través de entrevistas se evidencia memorias, experiencias y cercanía de los estudiantes con la música tradicional ecuatoriana, llegando a que la mayor parte de los estudiantes no se sienten identificados con la música tradicional ecuatoriana.

Muchos jóvenes encuestados prefieren escuchar otros géneros musicales un poco más globalizados como el pop y el reguetón, mientras que la música tradicional ecuatoriana es percibida como algo pasado de moda y asociada a generaciones mayores.

Otro importante resultado que se dio fue que se encontraron prejuicios en la música tradicional, asociados a la ruralidad, el pasado y la exclusión social. Estos estereotipos se ven reflejados en el bajo interés de los jóvenes estudiantes por aprender sobre este género musical.

Otro artículo que trata este tema es el de Hormigos y Cabello (2008), el cual estudia la música popular y su influencia en identidades juveniles, este artículo sostiene que la música sirve como un espacio que usan los jóvenes para conocer su identidad, sobre todo en un mundo globalizado que tiene varias culturas distintas, la música en este contexto se utiliza para entender las dinámicas de comportamiento juvenil.

En este artículo se utiliza una revisión bibliográfica de documentos y autores como Pierre Bourdieu para analizar a la música popular y su relación en el proceso de construcción de identidad en los jóvenes. Con esto se llega a que existen varias subculturas juveniles que han utilizado la música como una forma para distinguirse del resto y construir identidades colectivas. Cada subcultura ha adoptado géneros musicales específicos que refuerzan sus valores y estéticas, como los “raperos”, “punkies” o “mods”.

Además, se analiza a la música desde otra perspectiva, no solo como una forma de consumo de las industrias culturales, sino más bien como una forma de creatividad juvenil. Los jóvenes moldean su identidad con lo que tienen en su entorno, incluyendo la música, que se transforma en una herramienta para expresar valores y estilo de vida.

1.2 Industrias Culturales

1.2.1 De las industrias culturales a las industrias creativas

Las industrias culturales producen productos que son de consumo masivo, los que pueden ofrecer variedad y elección, aunque no es tanto así, muchos ya tienen un estándar el cual contiene patrones limitados o incluso moldes que se siguen. En el caso de la música, se puede reducir a fórmulas que se repiten o ritmos monótonos que siempre se repiten, en estos casos se limita la creatividad y la diversidad en cuestión musical, por lo que muchas personas pueden verse influenciadas por esto y tienden a seguir estas modas musicales, generando así una identidad colectiva en varios casos.

La música es parte del día a día de las personas, se escucha música en todas partes, ya sea en un vehículo, en el hogar, o incluso en el lugar de trabajo o estudio, esto forma parte de la cultura de cada persona, Theodor Adorno y Max Horkheimer (1998) mencionan que "La cultura marca en la actualidad todo con un tipo de similitud. Cine, radio y revistas constituyen un sistema. Cada sector se armoniza en sí mismo y todos entre ellos" (p.165).

Lo que se quiere decir es, que esto no sería posible sin la comunicación, la cual actúa como el canal a través del cual los productos de las industrias culturales llegan a sus audiencias. Los medios de comunicación tradicionales, como la televisión, la radio o el cine, así como los

nuevos medios de comunicación, funcionan como distribuidores y promotores de contenidos culturales. Las industrias culturales dependen de los medios de comunicación para alcanzar a los consumidores, con esto generan demanda y logran establecer tendencias que influyen en el consumo cultural.

Esta relación va más allá de solo transmitir información, puesto que, las industrias culturales participan en la creación de identidades que se comunican a los consumidores, los cuales interpretan esto dependiendo su contexto social. Este proceso es clave para comprender a las industrias culturales como constructoras de contextos sociales, símbolos y en su mayoría aportando a la construcción de identidades colectivas en grupos sociales o individuales en cada persona.

Adorno y Horkheimer (1998) afirman lo siguiente:

Todo el mundo es manejado a través de los filtros de la industria cultural. La antigua experiencia del espectador de cine, que ve el exterior, como continuación del espectáculo que acaba de evidenciar, porque quiere reproducir fielmente el mundo desde una perspectiva en donde la vida cotidiana se ha vuelto el hilo conductor de la producción”. (p. 171)

Las industrias culturales han logrado que la gente observe a los productos que consumen como una parte de su cotidianidad, por ejemplo, en el pasado cuando las personas salían de observar una cinta de video en las salas de cine podían sentir que lo que veían en la realidad era similar a lo que pasaba en los productos que consumían.

Esa sensación también se ha expandido a la industria de la música moderna, todo se filtra a través de lo que se consume de los medios, ahora existe una línea entre la vida real y los productos culturales que no es muy clara, puesto que, las canciones actuales dan una falsa sensación de ser genuinas, no responden a la realidad, sino que, responden a lo que quiera el mercado generando patrones para todos sus consumidores.

En el caso de las personas jóvenes, estos modelos preestablecidos afectan en la construcción de su identidad, ya que adoptan estilos y géneros que parecen genuinos, pero en realidad, responden a un diseño estipulado por la industria. Ahora, consumir música pasó de ser una forma de expresión a ser un estado de entretenimiento pasivo, por ejemplo, géneros actuales como el pop o el reguetón tienen la repetición de temas como el amor, el dinero y la fama, influenciando en la forma en que ellos ven el mundo.

Hoy en día, las industrias culturales no logran abarcar todos los nuevos medios que han estado surgiendo a partir de las TICS. Esto ocurre porque en el momento histórico, político, económico, social y cultural en que este concepto fue elaborado el mundo era diferente a lo que es ahora, además de que los medios tecnológicos daban sus primeros pasos y no se sabía con certeza a donde iban (Lebrún, 2014).

La tecnología de antes era primitiva, las tendencias y los intérpretes eran otros, los productos ofertados por las industrias culturales eran un legado del conocimiento tradicional y de los elementos creativos de cada cultura, los que se difundían artísticamente; ahora con el auge tecnológico los productos y servicios que se ofertan provienen de la creatividad, las habilidades, la innovación y el talento de cada individuo.

Es por esto que viene un nuevo concepto, las industrias creativas que son “esencialmente, las que resultan del pensamiento de las personas para realizar mensajes y/o contenidos que toman relevancia en tanto son difundidos entre círculos amplios de la sociedad” (Trejo, 2017, p. 251).

Lo que significa que el ingenio humano en la creación de productos y servicios se alinea a la creatividad y la capacidad de comunicar ideas que no solo se enfocan en adaptar lo anterior, sino en generar nuevos contenidos que tienen sentido en la actualidad, llegando con más fuerza a las audiencias. Esta evolución del concepto saca a flote la importancia de los nuevos procesos de comunicación como intermediarios entre los creadores y la sociedad, pues ya no son solo verticales y unilaterales. Con ello se enfatiza la relación de cercanía entre productor y consumidor que tiene una capacidad para conectar en una era de auge tecnológico.

Los usuarios ahora son los dueños del mercado y las tendencias, Lebrún (2014) menciona que “la digitalización de los contenidos ha formado muchas posibilidades de desarrollo a nuevos negocios que están promoviendo el perfeccionamiento del mercado” (p.55). Por lo tanto, las nuevas tendencias pueden ser dirigidas por líderes de opinión más cercanos a la realidad, los que pueden manejar los contenidos que se quieren ofertar.

Autores como los ya citados Theodor Adorno y Max Horkheimer hablan sobre la industria cultural como un filtro que maneja a la sociedad, solo que ahora los nuevos líderes de opinión son personas con cualquier dispositivo que genere contenido, por ello es más fácil para los jóvenes el crear una identidad siguiendo un patrón determinado impuesto por las celebridades de internet.

1.2.2 El aura en la mercantilización de la música

La música pasó de ser una forma de expresión cultural a una mercancía que puede ser explotada hasta más no poder para obtener ganancias, cuando se empieza por elaborar una canción es el momento en el que la creatividad y la expresión toman papel en la misma, sin embargo, si la persona que está creando la letra o el ritmo quiere compartir su creación con otras personas, es en ese momento que empieza a ser un valor de consumo.

Si la canción es tan llamativa que llega a masificarse, se hablaría ya de que su autor debería contactar una discográfica y en este caso se convertiría en una mercancía, que siguiendo a Karl Marx (1975) es, ante todo, un objeto exterior, un elemento que teniendo en cuenta sus cualidades logra satisfacer las necesidades humanas de cualquier tipo. La naturaleza de las necesidades humanas no es importante, puesto que, puede venir de las necesidades fisiológicas o emocionales, tampoco es relevante cómo la mercancía satisface estas necesidades, sea de forma directa como medio de subsistencia, o de forma indirecta como medio de producción.

No solo eso, sino que cosas tan únicas e irrepetibles como disfrutar de un concierto en vivo, ahora se pueden consumir de forma masiva y repetible gracias a la reproducción técnica, esto ha permitido a las personas el acceso a diferentes géneros y estilos que antes quizá no estaban disponibles. El escuchar música era un espectáculo que no se repetía a menudo, ahora los jóvenes consumen música en nuevos formatos, más rápidos y cortos que pueden repetirse las veces que se desee, esto que genera una experiencia más superficial y menos conectada con lo auténtico.

La música ha perdido eso que la hacía especial, esa esencia que tenía en cada nota, en cada letra y ahora se ha convertido en un producto meramente hecho para el consumo de las personas, la reproducción de las cosas ha cambiado la forma en que se percibe el mundo, al masificarlos, se pierde esa sensación de autenticidad o singularidad “aura”. Ahora incluso las cosas que solían ser únicas se han perdido en lo similar, puesto que, en este contexto las industrias culturales han acostumbrado a las personas a tener esa percepción (Benjamin, 2003).

La música dejó de tener ese contenido cultural y expresivo que era una característica fundamental que poseía, ahora lo que prima en la industria de la música es la producción, la distribución y la reproducción, con el fin de obtener ganancias y así imponer un estilo de consumo para cada persona.

Según Walter Benjamin (2003) la obra de arte ha sido siempre esencialmente susceptible de reproducción. Lo que los hombres habían hecho, podía ser imitado por los hombres (p. 18).

Con estas palabras, Benjamin quería dejar en claro que el arte en esta era deja de contar historias, ahora solo es una reproducción con el único objetivo de conseguir ganancias mediante la industria, ahora el presente se reproduce de una manera superficial.

El aura como decía Benjamin era lo que le daba ese toque valioso a una obra de arte, lo que plasmaba la belleza que deslumbraba a simple vista o que enamoraba a cualquiera que deseaba adquirirla, todo esto se ha perdido poco a poco con el paso del tiempo gracias a la reproductibilidad técnica, ya no hay representaciones artísticas con significados extraordinarios, ahora es simplemente un producto más del mercado, sea por obra del ser humano o incluso de los dispositivos electrónicos, ahora por ejemplo, la incursión de la inteligencia artificial como una herramienta para reproducir estas obras mediante órdenes dadas aún por el ser humano. La historia del producto se desvanece, lo único que queda es su forma comercial.

1.2.3 Cultura y comunicación de masas

Al hablar de cultura de masas, hay que referirse a la forma de producción masiva y consumo de los productos culturales para las personas en la sociedad. Horkheimer y Adorno (1998) aseguran que la cultura de masas surge como un concepto que viene de la industrialización y la mercantilización de productos culturales, donde el arte y la cultura son mercancías hechas para un consumo masivo de las personas, la industria cultural produce un contenido estándar, el que busca entretener y controlar a las masas, con esto se busca limitar la creatividad y la autonomía de los consumidores.

La industria musical es parte fundamental de la cultura de masas, la música se produce y se comercializa a través de medios que llegan a todo el mundo, estos ayudan a que sea consumida por gran parte de la población, los jóvenes en particular tienen acceso a esta industria que promueve el conformismo y frena la particular característica que tenía la música, de ser una industria que llamaba a la acción y generaba movimiento en este grupo social.

La capacidad de reproducir canciones en cualquier momento y lugar significa que la música puede ser llevada a cualquier parte, convirtiéndose en un pilar de la cotidianidad de las personas, influyendo en como perciben la realidad. Al igual que otras formas de arte, se ha transformado en un bien de consumo masivo de fácil acceso a través de plataformas como Spotify o YouTube. Al momento de construir su identidad, los jóvenes se ven influenciados

por los algoritmos de estas plataformas que brindan sugerencias sobre qué escuchar en base a las tendencias actuales y preferencias del consumidor, en este caso la persona que quiere escuchar música.

Estas plataformas se encuentran en internet, que es el más grande sistema de intercambio de información en el mundo, millones de personas están conectadas a este sistema gracias a los dispositivos electrónicos, desde su casa, lugar de trabajo o estudio, por lo que, pueden acceder a esta información, en el caso de la música, existen plataformas especializadas para escucharla y para acceder a todos sus beneficios se debe pagar por ello.

Manuel Castells (2009) habla en *Comunicación y Poder*, acerca de que la comunicación de masas puede llegar a todas las personas, esto se debe a que se conforma y se gestiona a través de relaciones de poder que tienen relación con la industria de los medios de comunicación y en la política estatal, por eso el poder de la comunicación reside en el centro del funcionamiento de la sociedad (p. 23).

Según Castells, los medios de comunicación para las masas son gestionados mediante relaciones de poder, esto significa que la música que llega a los jóvenes está determinada por el interés económico y político de un sector. Los géneros musicales y las tendencias que dominan las plataformas de distribución de la música y los medios tradicionales no son neutrales, siempre responden a interés que son parte de un sistema de comunicación controlado por una estructura de poder.

Una parte de los medios de comunicación para las masas es la industria musical, esta se convierte en un elemento que puede moldear las identidades en jóvenes, debido a que la música que llega a muchas personas no es algo que nace de la espontaneidad y creatividad de cada persona, esto más bien es gestionado por las grandes empresas que dominan el mercado y definen los mensajes que se pueden escribir a través de ella. Este escenario es perfecto para que las nuevas generaciones de jóvenes acoplen esas ideas, siendo influenciados por las dinámicas de poder de los medios, esto limita la autoexpresión que realiza cada joven en la sociedad y la forma en que se expresa al mundo.

1.3 Música popular

1.3.1 La mesomúsica en la cultura de masas

La música forma parte del imaginario colectivo constituyéndose como un elemento generador de identidad que ha estado presente desde el principio de la humanidad, esta ha tenido la capacidad de influir en varios campos, como el social, psicológico o intelectual siendo para

muchas personas un elemento fundamental en como forjan su identidad. Con su capacidad de convocar multitudes, la música ha provocado que los miembros de cada sociedad se aglomeren en un grupo con intereses y prácticas en común.

En la lengua inglesa, el concepto “popular” tenía una connotación de ser algo perteneciente al pueblo, algo corriente o común. No obstante, esto cambia con la música para evitar confusiones con el término, hubo un pionero que dio un giro a la lengua proponiendo el término mesomúsica en vez de música popular, Carlos Vega (1997) dice que la mesomúsica es el conjunto de creaciones consagradas al esparcimiento, a la danza de salón, a los espectáculos brindados, a las ceremonias masivas, a los actos, los juegos, entre otros, adoptados por las naciones culturalmente modernas, en estos últimos siglos la mesomúsica ha sido favorecida gracias a los avances en la comunicación, hasta el punto en que hoy pueden encontrarse excepciones de su influencia en sociedades antiguas (p. 64).

Para Vega (1997), la mesomúsica no solo se limita a un tipo de música de consumo, sino que también forma parte de un contexto cultural más amplio, el cual incluye prácticas sociales y que se puede aplicar tanto en contextos urbanos como en rurales. Entonces, la música que consumen los jóvenes ya sea a través de medios de difusión como la radio, la televisión o las plataformas como YouTube o Spotify es parte de la mesomúsica, ya que su función es entretener a las sociedades. A diferencia de la música “cultura”, que está más asociada con la alta cultura y personas que tengan capacidad económica, la mesomúsica es más accesible por su comercialización y forma parte de la juventud cotidiana, mientras más acceso más facilidad para construir identidades.

Los avances de la comunicación han permitido que la música llegue a partes que antes no podía llegar, por lo tanto, el concepto de mesomúsica se amplía, esta difusión significa que los jóvenes en su proceso de construir identidades no solo se ven influenciados por lo que tienen cerca, sino que, la industria de la música permite que adapten culturas de otras partes del mundo siendo una cultura musical global.

1.3.2 El poder de la estandarización musical

En las sociedades contemporáneas los bienes culturales se producen en serie, a partir de modelos con un estándar en común que se reproduce de forma mecánica a escala global. Canciones, revistas, videojuegos o películas se producen siguiendo dicho formato. Este es en gran medida, el motivo por el cual estos bienes carecen de estética, de autenticidad o de expresividad, perdiendo el aura que ya se mencionó anteriormente.

Adorno y Horkheimer (1998) mencionan que en la industria cultural el individuo es un ser ilusorio no sólo por la estandarización de sus modos para producir. El ser humano es aceptado solo cuando su forma de ser, que conecta con lo común, no genera ninguna duda (p. 199).

En el caso de la música, se puede pensar que se ofrece variedad y elección, aunque no es tanto así, muchos ya tienen un estándar el cual contiene patrones limitados o incluso moldes que se siguen. Se puede reducir a fórmulas o ritmos monótonos que siempre se repiten, en estos casos se limita la creatividad y la diversidad en cuestión musical, por lo que muchas personas pueden verse influenciadas por esto y tienden a seguir estas modas musicales, generando así una identidad colectiva en varios casos.

Las canciones populares que generan una sensación de comodidad en la mente de las personas al ser claramente predecibles en su desarrollo reflejan y contribuyen desde lo cotidiano a una narrativa sobre la realidad. En una relación de correspondencia, la música popular lleva la ficción a la realidad y aporta un toque de ficción a las vivencias diarias.

Esta estandarización tiene el poder de cambiar la identidad cultural, puede conducir a una pérdida de identidades de un sector que ha adoptado patrones culturales globales, el problema que tiene esto es que lleva a una trivialidad de los contenidos con temas sencillos que no llaman a la acción, abordando los problemas sociales superficialmente y promoviendo la simpleza en la juventud. Todo esto es para que los contenidos ofertados sean más digeribles para los consumidores, se trata de producir temas fáciles en la música popular, letras ligeras que contrastan con lo que significaba la música.

El poder de la estandarización musical va más allá de su capacidad de reproducción, ya que también es importante dentro de lo cultural en la sociedad de masas. Las sociedades actuales, los medios de comunicación y las industrias culturales son importantes en la difusión y estandarización de la música. De acuerdo con la crítica de Adorno y Horkheimer (1998), este proceso de estandarización transforma la música en un producto diseñado para el consumo masivo, reduciendo la creatividad y homogeneizando las experiencias musicales de los consumidores juveniles.

1.3.3 El estilo de la música un lenguaje simbólico

La estandarización como ya se mencionó en el anterior punto, transforma la música en un producto que es masificado y reproducido dependiendo los contenidos que se quieran ofertar, a pesar de eso, la música aún tiene una promesa por cumplir, su estilo, cada género musical

tiene su propio estilo, ritmos, letras y busca una conexión con los valores universales. El estilo es el camino a través del cual lo que se expresa busca una forma que tomar.

El contenido o el mensaje que una obra pretende transmitir se manifiesta a través de su particular estilo, dependiendo los géneros musicales, el estilo varía y el mensaje también. Siguiendo a Adorno y Horkheimer (1998) se dice que en toda obra de arte el estilo es una promesa. Cuando lo que se expresa a través del estilo se convierte en parte de formas universales como el lenguaje musical o verbal, debería conectarse con la idea de una universalidad auténtica (p. 175).

Aquí se habla del arte y sus formas que conectan con algo que todas las personas pueden llegar a entender o identificarse con ello, algo universal. En la música, por ejemplo, cada canción tiene su propio lenguaje y a través de este la música debería aspirar a superar ese sentido de individualidad, no hay que confundirse con lo popular o lo que esté de moda, esa no es la trascendencia que se desea, más bien, se tendría que llegar a eso que es importante para la sociedad y a pesar del paso del tiempo, siga en vigencia con valores profundos para las personas.

Esto significa que lo que se escucha en una canción no debe interpretarse de forma literal, sino como símbolos que transmiten algo, un significado implícito que quiere comunicar un propósito. Cada elemento de la canción como su letra, ritmo y tono es un signo que tiene significados y que con cada interpretación de las personas cambia dependiendo su contexto, lo que permite comprender más allá de lo obvio, es por esto que las personas construyen sus identidades a través de lo que escuchan, porque interpretan la canción en base a lo que están pasando. Ferdinand de Saussure (1945) dice que la palabra símbolo se utiliza para designar al signo lingüístico o significante. Pero existen problemas para admitirlo, justo gracias al primer principio, el símbolo tiene la característica de no ser totalmente arbitrario, no está vacío, ya que existe un vínculo natural entre el significante y el significado. El símbolo de la justicia, por ejemplo, no podría reemplazarse con un objeto cualquiera, debe ser interpretado por la balanza (p. 94).

La música con su estilo tiene la capacidad de ir más allá de ser algo superficial, al igual que el lenguaje simbólico, esta puede llegar a las emociones y experiencias de las personas. La música es un símbolo universal, ya que puede hacer sentir o pensar en cosas sin necesidad de palabras, estos que sean entendidos por cualquier persona. Por ejemplo, una tonada suave puede expresar paz o tristeza (dependiendo quien la escuche), mientras que un ritmo rápido

puede transmitir euforia o alegría. Así como Saussure dice que la balanza es un símbolo de justicia, por su connotación de equilibrio, el estilo de la música tiene la capacidad de simbolizar sensaciones que se pueden entender sin importar el idioma o la cultura, con esto explicado, los jóvenes consiguen escuchar una melodía e interpretarla dependiendo su situación, muchas veces hay canciones que parecen ser escritas para cada uno de ellos, sin embargo esto se debe a que la música es un símbolo que dependiendo su estilo, sirve para acompañar cualquier ocasión en la que los jóvenes pueden construir sus identidades.

1.4 Identidad juvenil

1.4.1 Construcción de Identidades en los jóvenes

La identidad es lo que hace diferente a los seres humanos y los distingue de otros de manera personal y colectiva, los jóvenes se definen como personas según la autodefinición que tengan y el rol que desempeñen dentro de su grupo social. La juventud es una etapa como ya se mencionó que sirve para que los jóvenes se descubran y redescubran el mundo, desde una perspectiva más adulta.

Al construir una identidad se deja de lado la percepción colectiva y se maneja un reconocimiento individual siguiendo a Giménez (2005) la identidad es una de las medidas obligadas de los actores sociales y representa en cierta parte el lado subjetivo de la cultura, tener una identidad significa conocerse a uno mismo, reconocerse como lo que se es, y también darse a conocer y ser reconocido por los demás de esa manera (p. 90).

La identidad es un aspecto fundamental para las personas dentro de la sociedad, el tener una identidad significa que cada persona sabe quién es y que se reconoce a sí mismo como un elemento de la sociedad. A la vez, esto implica mostrar a las demás personas una esencia que acepten y que reconozcan a cada uno por ella, esta identidad refleja cómo se ven los jóvenes ante el mundo y como quieren que el mundo los observe, siendo una pieza personal de la cultura en la que residen, aunque se pueden combinar identidad dependiendo los grupos a los que se pertenezca.

Según Bolaños (2007) se dice que la identidad se puede ver como algo construido, algo que ya está dado biológicamente, lo que lleva metodológicamente a un enfoque descriptivo superficial. Esto es erróneo, porque no se nace con la identidad, se va adquiriendo a lo largo de la vida de cada persona, mediante la influencia que se tenga con familiares, amigos, autoridades o personas con las que hayan relacionado.

Esta idea es la que da a saber que los jóvenes ya no se ven obligados a adherirse a identidades fijas o preconstruidas, sino que pueden experimentar con varias formas de ser. La música es un espacio en el que los jóvenes exploran múltiples facetas de su identidad, combinando influencias de su entorno, así como elementos de su cultura, sin olvidar las tendencias que marquen los medios en su entorno, la identidad así se construye poco a poco y con las decisiones que los jóvenes vayan tomando en su vida, los grupos de los que sean parte, los productos culturales que consuman y las emociones que expresen en sus relaciones personales.

1.4.2 La biomúsica para manejar las emociones

La música tiene un impacto emocional en los jóvenes, ayudando a que procesen experiencias personales o emociones que hayan tenido que se convierten en parte de su identidad. La música influye en la autopercepción que tienen los jóvenes y maneja sensaciones que pueden ir desarrollándose.

A través de la música, los jóvenes conectan con sus emociones, usando canciones y géneros específicos para expresar sentimientos de amor, tristeza o alegría, la música se vuelve una herramienta para la autoexploración y las expresiones de cada persona.

Así pues, aparece la biomúsica, que ofrece una nueva perspectiva del desarrollo personal y el equilibrio de las emociones, según Palomares Cobo (2014) el objetivo de esto es equilibrar y mantener un buen funcionamiento de toda la estructura mental y física, buscando la armonía de cada persona. Al manejar las emociones, se inicia un proceso de desarrollo personal que permitirá expresar la inteligencia emocional partiendo del interior de cada ser humano (p. 57).

La biomúsica ofrece un acercamiento a las emociones de los jóvenes, como ya se explicó esto es importante al momento de la formación de sus identidades, ya que se enfoca en regular emociones y tener el equilibrio de cada uno manejado, esto funge como herramienta poderosa para que los jóvenes en su proceso de construcción identitaria puedan solventar los conflictos emocionales y sociales que presenten.

Esto es gracias a que la música no solo actúa como un medio para la expresión subjetiva, sino que es el camino para poder manejar emociones y facilitar el desarrollo de una identidad que este equilibrada emocionalmente.

Siguiendo a Lacárcel (2003) “La música es sonido, el sonido es vibración, la vibración es energía que se transmite en forma de ondas que llegan a nuestro oído y de él al cerebro. Pueden ser de diferente naturaleza: agradables, desagradables, excitantes, tranquilizadoras...etc”.

El cerebro de las personas capta estas vibraciones de la música y así transmite mensajes significativos en mayor o menor medida, dependiendo de la persona que escuche, las vibras musicales sirven también para el manejo de situaciones, como lo dice Lacárcel, hay vibras agradables, tranquilizadoras, o excitantes. A menudo, las personas suelen escuchar música en sus actividades diarias, los jóvenes en su día a día escuchan música para ir a su lugar de estudio, otros para hacer limpieza de su hogar, hay jóvenes que escuchan música cuando les rompen el corazón, cuando van de fiesta, o incluso cuando están en su tiempo libre.

La música genera emociones en los jóvenes que permiten acompañar las situaciones de la vida diaria, esto también genera una cercanía con las personas de su alrededor, con las que comparten vivencias y experiencias, gracias a la música se puede manejar las emociones que los jóvenes sienten y expresan en su sociedad.

1.4.3 Las prácticas culturales de las tribus urbanas

La juventud es un periodo de vida en que las personas aumentan su necesidad de pertenecer a algo y de identificarse con ello, muchas veces preguntándose cosas de la adultez y cuestionando varios problemas que se presentan a su edad. Las subculturas nacen como un lugar que comprende expresiones intelectuales y artísticas, además caracteriza a los individuos y los grupos que tienen similitud en sus hábitos culturales. Para Rubio y San Martín (2012) la tribu urbana se da lugar cuando las subculturas se expresan en un territorio específico, este espacio constituye una unidad con una igualdad cultural, lingüística, de valores y de sentido de pertenencia, que refuerza la residencia de los jóvenes en este sitio (p. 200).

Como lo eran las tribus primitivas, en ellas no existía la división de clases, en este caso nadie es más que nadie en una tribu urbana, todos son similares en cuestión a que o quien sigan. Si antes su ideología se centraba en la supervivencia, ahora la ideología depende de cada grupo, basándose en los hábitos culturales que tengan y al artista o grupo musical que sigan su ideología se basa en hacer lo que consideren que está bien siguiendo a su referente.

En el pasado las tribus primitivas adoraban las fuerzas naturales, en el presente las tribus urbanas no adoran, pero siguen con fervor muchas veces a sus ídolos, comprando sus discos o apoyándolos con una suscripción en las plataformas, teniendo un distintivo característico

del artista musical o adoptando formas de actuar que se relacionan al ícono que siguen. Los jóvenes llegan a asimilar estas prácticas culturales y construir su identidad, ya lo dice Gayo (2013) de acuerdo a la teoría del capital cultural planteada por Pierre Bourdieu, las prácticas culturales de las personas están influenciadas por la forma en que, sin darse cuenta, adoptan patrones de comportamiento, de pensamiento, valores y emociones. Estos patrones, sumado a las diferencias del acceso a recursos culturales o económicos determina en gran parte como se actúa (p. 143).

Las prácticas culturales, los gustos y comportamientos de los jóvenes, no son elecciones puramente de elección individual, están influenciadas por lo que han internalizado sin darse cuenta a lo largo de su niñez y adolescencia, valores, creencias y formas de ver las cosas dependiendo su entorno social. La educación y el nivel económico que han tenido en estas etapas también es relevante para la construcción de su identidad, por eso muchas veces los gustos cambian dependiendo la clase social.

Por esto, los ídolos mediáticos han sido sinónimos de referencia para los jóvenes en las tribus urbanas, influenciando en la adopción de sus estilos y creencias diferentes a las del otros grupos mediante los géneros musicales que escuchen. Las tribus urbanas comparten una jerga interna que incluye un lenguaje verbal, escrito y no verbal, un ejemplo puede ser: antes las tribus primitivas dejaban pictogramas con mensajes, ahora las urbanas hacen graffitis con significados entendibles para sus miembros.

1.5 Música y globalización

1.5.1 La hibridación latinoamericana en la música popular

En un mundo globalizado, la música popular se mezcla con las influencias globales y locales, esto genera nuevos géneros y expresiones que permiten a los jóvenes combinar identidades tradicionales y modernas en una propia. El mundo industrial no solo ha permitido el intercambio de información entre culturas, sino que también ha logrado que estas culturas puedan combinarse en una sociedad globalizada, en donde los jóvenes adoptan estilos en base a sus referentes sociales y además se ven influenciados por los medios que controlan lo que se oferta y lo que se dice en las industrias culturales, en el caso de la industria musical, las canciones hoy en día brindan un entretenimiento pasivo en lugar de un llamado a la acción.

Desde el punto de vista de Néstor García Canclini (2001) Se ha pasado de sociedades dispersas en muchas comunidades campesinas con culturas tradicionales, nacionales y homogéneas, en algunas regiones con raíces indígenas, sin tanta comunicación con el resto de las naciones, a

una población urbana, donde se sitúa una oferta simbólica heterogénea, renovada por una interacción persistente de lo local con redes nacionales y transnacionales para comunicarse (p. 265).

García Canclini aporta una perspectiva latinoamericana analizando la profunda influencia que la globalización y las industrias culturales han tenido en países de América Latina y cómo no, la música al ser parte de estas industrias obviamente está marcada por la hibridación cultural gracias a la expansión urbana, lo de adentro y lo de afuera se junta, así como lo tradicional y lo moderno. Esta mezcla para los jóvenes da paso a la creación de identidades nuevas que muchas veces están condicionadas por el consumo global y sus patrones.

La música popular permite a los jóvenes conectar con tendencias globales, aunque a su vez, en vez de hacerlos parte de ellos, los modifican a su contexto para sentirse parte de ellos, los asimilan a su localidad dándoles un nuevo significado, nuevas interpretaciones y enriqueciendo sus experiencias identitarias. Esto es posible al mezclar ritmos y estilos que manifiesten su pasado cultural y local, con influencias modernas y globales adaptadas de otras culturas. Por ejemplo, el reguetón, es un género musical que mezcla ritmos del Caribe con influencias de la música urbana y electrónica, esto claramente muestra cómo los jóvenes adaptan estilos para construir identidades que se componen de los elementos tradicionales y modernos que decidan fusionar.

1.5.2 Globalización y estandarización musical

El mundo latinoamericano actual está ligado a un pasado común, en estas tierras ricas en recursos, vivieron por muchos años muchas culturas indígenas, que no fue hasta la colonización que no solo dejaron territorios devastados, sino que, impusieron costumbres a los habitantes de esta región, esto en la actualidad se ve reflejado como una identidad propia que se ha logrado con el paso del tiempo, uniendo rasgos de ambos mundos, no solo eso, sino que ahora la sociedad es más rápida, más pasiva, menos cuestionadora y con muchas necesidades.

Es por eso que Adorno y Horkheimer (1998) explican que los estándares habrían surgido en un comienzo gracias a las necesidades que tienen los consumidores, de ahí que fueran aceptados sin oposición, ya que, este es el círculo de manipulación y de necesidad que los refuerza, en donde la unidad del sistema se afianza más y más (p. 166).

En la industria musical, estos estándares nacen por las necesidades que tienen los consumidores, esta industria brinda entretenimiento pasivo que no hace pensar o cuestionar

las formas en las que se maneja, influenciando en las necesidades y reforzándolas para crear un ciclo en el que se moldee los gustos y las preferencias musicales de las personas. Los jóvenes pasan por una etapa manejable en su vida y con todo lo dicho sobre la necesidad de pertenencia a un grupo pueden caer en este círculo de manipulación para que continúen consumiendo lo que la industria les ofrece.

Otra perspectiva que se tiene sobre este condicionamiento la encontramos con García Canclini (2001) el cual explica que lo que hace el artista está condicionado por un sistema de relaciones establecido por los dueños de las industrias vinculadas a la producción y comercialización de las obras, más que por la estructura global de la sociedad (p. 36).

La industria musical globalizada puede llegar a nivelar lo que se oferta, pero los jóvenes adaptan estos productos a sus realidades locales y personales creando identidades híbridas. Esto quiere decir que, aunque la globalización permite que grandes industrias culturales promuevan géneros musicales que se convierten en fenómenos de consumo mundial, como el pop o el reguetón, los jóvenes ya no son solo recipientes de estas tendencias, ahora encuentran formas de reinterpretar estos productos musicales estandarizados, dándoles sentido en su contexto.

Una forma de ello podemos encontrar en el género de música indie, el cual no es muy sonado ni estandarizado, pero sin embargo ha crecido en estos últimos tiempos como un proceso de reinterpretación que permite a los jóvenes construir identidades, ya no solo son influenciadas por las industrias culturales y los medios globales, sino que también integran elementos de su entorno social y cultural específico.

1.6 Medios y tecnología

1.6.1 Persuasión de los medios en la música

Los medios masivos y las plataformas digitales son muy importantes en la propagación de la música popular, determinando qué géneros y artistas se vuelven influyentes para los jóvenes. Estos no obligan a nadie a consumir lo que ofertan, son más bien sutiles, utilizan la persuasión para llegar a cada una de las personas, haciéndolas sentir importantes.

“La imagen, el carisma o los dotes de persuasión son cualidades que se buscan en los líderes de opinión, estas cualidades son expuestas ante un gran público mediante la representación y la práctica de los medios de comunicación” (Espinar, et al., 2006, p. 48).

En la industria musical es similar, en vez de tener líderes políticos están los dueños de las discográficas y los propietarios de las plataformas en las que se reproduce música. Los medios de comunicación además de transmitir información también influyen en la opinión de las personas, los medios son capaces de seleccionar que géneros musicales, que artistas y que bandas tendrán más difusión, esto incide en lo que llega a los jóvenes, los cuales construyen su identidad a través de estas preferencias musicales.

Youtube, Spotify, Apple Music, plataformas gigantes para acceder a una variedad sin fin de artistas y géneros musicales influyen directamente en la formación de las identidades juveniles, ya que, manejan los estándares de qué se va a ofertar, cuándo se va a ofertar y cuánto se va a ofertar. Estos servicios de streaming musical moldean las preferencias de los consumidores con el uso de herramientas que tienen en sus aplicaciones, lo más común en estos sitios es el uso de algoritmos, supuestamente creando un mundo musical ideal, un lugar en donde el usuario tiene la última palabra en sus elecciones, creando listas de reproducción personalizadas al gusto de cada persona, o recomendando géneros que pueden encajar en sus preferencias.

Esto es nada más un espejismo de la realidad, a pesar de tener un algoritmo funcional, las plataformas siguen manejando qué y quienes van a sonar, aquí está el truco, pues crean una falsa ilusión de control a cada usuario que continúa utilizando el servicio porque se siente identificado. Por esto la persuasión y la sutileza son muy importantes, pues con esto encierran al consumidor en un ciclo de consumo sin fin, en donde manejen los contenidos que se ofertan de forma sutil, sin necesidad de obligar a nada.

1.6.2 Internet el medio de convergencia juvenil

Las plataformas digitales permiten a los jóvenes acceder a una diversidad de géneros musicales que influyen en su identidad. Estas plataformas están albergadas en la mayor red de comunicación a nivel global: El internet, que, por ser una red social, ofrece espacios de comunicación, intercambio de ideas y flujo de información.

En estas mismas plataformas de streaming la identidad de los jóvenes no solo puede ser moldeada por las industrias culturales, sino que también, se ofrecen espacios virtuales para la expresión de emociones e intercambio de opiniones con otros usuarios que tengan los mismos gustos y preferencias musicales, esto ayuda a reforzar el sentido de pertenencia en un grupo al encontrarse con personas que tienen intereses en común.

Según Manuel Castells (2009) el correo electrónico es un medio de comunicación individual, a pesar de todas las copias que hay y los masivos medios que existen. El internet es mucho más amplio que eso, la World Wide Web es una red que se utiliza para el envío e intercambio de información (p.100).

Desde esta perspectiva, el internet se ha vuelto un medio esencial para que los jóvenes se comuniquen, interactúen y se organicen entre grupos sociales, pudiendo formar tribus urbanas por medio de redes digitales. Las plataformas de streaming y las redes sociales permiten a los jóvenes no solo consumir música, sino que en base a lo que escuchan, usarla para expresar y compartir sus identidades, aliándose con personas que tengan gustos similares para formar una comunidad. El internet permite que la música no solo sea vista solo como una forma de entretenimiento, sino una herramienta para la construcción de identidades juveniles, generando así un cambio en la comunicación.

“El internet ha revolucionado las comunicaciones al mejorar la capacidad de comunicarse, facilitar el intercambio de información y mejorar su accesibilidad. Además, ha permitido la interacción entre personas sin importar en qué lugar se encuentren” (Espinar, et al., p. 130).

Gracias a este concepto, se puede inferir que la sociedad moderna es una sociedad rápida y de bolsillo, en donde los servicios de streaming son la tendencia global, pues estos permiten llevar a todas partes los contenidos que se quiera ver o escuchar sin importar en donde se encuentren los usuarios. Los jóvenes son los que mejor aprovechan esta tecnología, puesto que, como las canciones pueden ser llevadas a cualquier lugar, también pueden servir en cualquier ocasión y con cualquier grupo social, de forma grupal en una fiesta con amigos se puede reproducir un género alegre y bailable, en una salida romántica se puede ambientar el momento con una tonada suave, o en algún momento de tristeza personal muchas veces se sobrelleva el sentimiento con un ritmo melancólico.

1.6.3 Mas allá de solo escuchar música, performance musical

La música no solo se escucha, se ve y se siente, un caso es la forma en que se presenta (a través de videos musicales, arte de portadas, moda de los artistas, etc.) que juega un papel crucial en la manera en que los mensajes emocionales para los jóvenes son comunicados y recibidos. El performance musical, al ser un componente comunicativo, permite a los jóvenes expresar su identidad y conectarse con los demás a través de un lenguaje visual que

complementa el contenido lírico y sonoro. El performance es un término polisémico, pero se analizará como un acto realizativo del habla.

John Austin (1990) dice que los realizativos también pueden enfrentar otras limitaciones que afectan todas sus formas de expresión y a pesar de que estas carencias podrían ser enmarcadas en un término más general, no se ocupan deliberadamente (p. 63).

Los artistas musicales, a través de la interpretación de sus canciones y expresión musical, no solo producen sonidos, también realizan acciones que expresan significados. Sin embargo, al igual que los actos realizativos de los que habla John Austin, el éxito o efectividad de estos performance musicales depende del contexto en que se hagan, por ejemplo, la habilidad del interprete, la conexión que brinde con la audiencia, los medios que utilice para comunicar un mensaje y el ambiente que transmita. Si alguno de estos elementos no es bueno, la performance puede sufrir de las mismas deficiencias que un acto realizativo, esto afecta al impacto emocional y la capacidad para transmitir significados.

La música ya no se limita a un espacio físico o a un momento en vivo, como eran los conciertos anteriormente. Ahora puede ser pregrabada, editada y difundida masivamente a través de plataformas de internet. Esto permite que los jóvenes puedan vivir performances musicales a través de la tecnología, sin importar en donde se encuentren gracias al amplio alcance del internet, además el artista realiza el performance pensando en sus audiencias como globales.

Por ejemplo, los jóvenes pueden usar elementos del performance de ciertos géneros (como la vestimenta asociada al rock o al hip hop) para identificarse con un grupo específico, comunicando visual y sonoramente sus emociones y valores compartidos. Es fundamental hablar de una comunicación no verbal que crea una conexión emocional entre los miembros del grupo y externos. Los medios de comunicación vuelven a tener importancia con estos performances al manifestarlos en mayor menor medida, dependiendo de las tendencias actuales que estén ofertándose.

1.7 Objetivos

1.7.1 General:

Determinar la relación que existe entre los diferentes géneros musicales y la construcción de identidades en la juventud.

1.7.2 Específicos:

- Definir los diferentes géneros musicales y los procesos de la industria musical percibidos por los jóvenes.
- Analizar los procesos sociales de los jóvenes incluyendo la influencia de la música para comprender cómo construyen sus identidades.
- Proyectar el concepto de industrias culturales en el contexto contemporáneo para ver la relación entre la música y las identidades.

CAPÍTULO II

II. MARCO METODOLÓGICO

2.1 Materiales y Recursos

Para este trabajo de investigación los materiales y recursos empleados son los siguientes:

2.1.1 Materiales

El trabajo de investigación se realiza mediante el uso de varios materiales operativos y de consumo. Primero, los materiales de consumo utilizados en esta investigación son: una computadora portátil, un teléfono celular e insumos de oficina.

Por otra parte, para los materiales operativos se necesita servicio de internet de buena calidad, el uso de energía eléctrica para la carga de los dispositivos, todo esto para tener los mejores datos e información necesaria para este trabajo de investigación.

2.1.2 Recursos Humanos

Para el análisis del trabajo de investigación se contará con la participación de jóvenes estudiantes presentes en la Universidad Técnica de Ambato para que respondan la encuesta planteada, además se cuenta con la ayuda de la tutora la Mg. Jenny De Los Ángeles Proaño Zurita para el desarrollo del trabajo.

2.1.3 Recursos Tecnológicos

El internet es la herramienta indispensable en esta investigación, para la búsqueda de información y el procesamiento de datos. Así también, el uso de Google Forms para realizar las preguntas de la encuesta y softwares de procesamiento de información como Excel o la herramienta SPSS para el análisis y el cruce de variables.

2.2 Métodos

Para el diseño de esta investigación se utilizará el concepto de metodología cuantitativa, siguiendo a Babativa (2017) su propósito es explicar cuantitativamente todas las actividades en forma de predicción a través del planteamiento de una hipótesis, la cual sirva para minimizar los elementos de riesgo y darles confiabilidad y validez a los resultados, de la manera en que se requiera (p. 7).

Con la metodología cuantitativa, se obtienen resultados generalizables para una amplia población, en este caso los jóvenes, para ello se necesita una muestra diversa, la que permite estudiar de mejor manera el caso de la industria musical y la construcción de identidades en la juventud, permitiendo tener datos organizados que sean de ayuda para luego ver si la hipótesis que se plantea es correcta o no.

La investigación también es de carácter explicativo pues “se encarga de explicar la razón de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto” (Arias, 2012, p. 26). Esto es fundamental, pues se debe partir desde una hipótesis, que se debe ver si se cumple o no, se puede verificar si la música tiene que ver con la construcción de identidades en los jóvenes.

En este modelo se utilizan datos estadísticos que hacen a la investigación cuantificable, estos datos se analizan a detalle y se procesan con softwares estadísticos, clasificándolos para ver las variables que correspondan a cada pregunta, esto se hace con la finalidad de revisar la validez de la hipótesis y llegar a una conclusión.

La investigación se concentra en la industria de la música y la construcción de identidades en la juventud, para ello se necesita de la población que siguiendo a Iglesias y Cortés (2004) se define como el total de elementos o individuos que tengan la característica que lo que se está estudiando. La población objetivo es la población inicial que se quiere investigar (p. 90). Por lo que, la población objetivo de esta investigación es de 17.663 estudiantes matriculados en la Universidad Técnica de Ambato en el periodo académico septiembre 2023-febrero 2024, el lugar se define debido a que la universidad es un lugar idóneo para encontrar jóvenes de 18 a 29 años edad, además de que es un lugar en donde concurren criterios distintos y contextos diversos.

La universidad es un lugar que, además permite obtener una muestra diversa que refleja mejor a la población general, esto hace que los resultados de la investigación sean más aplicables y relevantes para diferentes grupos sociales. Volviendo con Iglesias y Cortés (2004) la muestra es cualquier fracción de la población que se realiza para estudiar las características en su totalidad, partiendo de una cierta parte de la población (p. 90).

Utilizando un muestreo aleatorio simple con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, la muestra obtenida es de 377 estudiantes, muestra representativa para el contexto de la investigación, en esta muestra se encuentra diversidad, que ayuda a minimizar los sesgos al momento de obtener los resultados, puesto que diferentes perspectivas pueden influir en las conclusiones de la investigación, en esta muestra se espera que los jóvenes estén involucrados en la formación de sus identidades a través de diversas influencias, entre las cuales se encuentra la música.

En esta investigación se recopilarán datos estadísticos por ser cuantitativa, para lo cual se necesita un instrumento de recolección, el que mejor encaja es el cuestionario que para Arias

(2012) es una forma de encuesta que se hace de forma escrita utilizando un formulario formato en papel o en línea que contiene una serie de preguntas (p. 74). La información que brinde el cuestionario es útil, ya que sirve para generar validez de los datos recopilados de una forma organizada, esto gracias a herramientas de medición, además de que cada pregunta tendrá relevancia en este cuestionario para ayudar en la investigación.

Existen tanto preguntas abiertas o cerradas, en esta investigación se trabaja con las cerradas que volviendo a Arias (2012) son las preguntas que establecen posteriormente varias opciones de respuesta para que el encuestado pueda elegir (p. 74). Con esto se asegura que todos los encuestados entiendan y respondan de manera similar las cuestiones planteadas, las preguntas cerradas ayudan a comparar las respuestas de mejor manera y mejorar el análisis final de cada pregunta, además de que se permite una estandarización de las respuestas que facilita la recopilación y el uso de los datos estadísticos.

Esta investigación maneja escalas tipo Likert, que para González del Pozo y García (2019) son las escalas en donde las categorías de respuesta pueden estar comprendidas entre tres y siete niveles o grados; y que tienen de objetivo el recopilar información acerca de sus actitudes y preferencias de las personas (p.126). Esta escala es perfecta porque encaja adecuadamente al tema que se investiga, en este caso la construcción de identidades de los jóvenes a través de la música.

2.3 Encuesta

La encuesta elegida como instrumento de investigación se divide en varios puntos, cada pregunta está elaborada para analizar la relación entre la industria musical y la identidad desde varias perspectivas, esto para luego analizar mediante un cruce de variables lo relevante que ofrezcan los resultados, para ello se divide en:

Datos Demográficos: Se pregunta varios factores demográficos para ver si pueden influir en los gustos musicales y en la forma en que los jóvenes construyen una identidad mediante la música.

- **¿Cuál es su edad? En números.**
- **¿Cuál es su género?**
- **¿Cuál es su lugar de residencia?**

Preferencias Musicales: En esta pregunta se busca ver que géneros musicales se escuchan con mayor frecuencia entre los jóvenes, esto permite identificar los estilos musicales que tienen presencia en su vida cotidiana y permite ver si algunos géneros están ligados al contexto de cada encuestado.

- **¿Con qué frecuencia escucha los siguientes géneros musicales?**
- **¿En qué idioma prefiere escuchar música?**
- **¿De sus últimas 5 canciones escuchadas, cuántas han sido en un idioma diferente al español?**

Situaciones en las que escucha música: Esto permite comprender los contextos en los que la música acompaña la cotidianidad de los encuestados, estos factores ayudan a entender a la música como herramienta que contribuye a construir y manejar identidades mediante situaciones cotidianas. Al conocer en qué situaciones prefieren escuchar música, se puede observar si la música cumple un rol importante en la rutina de los jóvenes.

- **¿En qué situaciones escucha música?**

Plataformas utilizadas para escuchar música: Con esta pregunta se busca ver la influencia de la digitalidad y las plataformas tecnológicas en el consumo de cada encuestado, además de analizar cuál es la plataforma que domina la industria musical.

- **¿Qué plataformas utiliza para escuchar música?**

Relación entre Música e Identidad: Estas afirmaciones buscan analizar la incidencia directa de la música en la construcción de identidades, ya que sirve como forma de expresión y ayuda al sentido de pertenencia.

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación:

- **La música que escucho refleja mi personalidad.**
- **Escuchar ciertos géneros musicales me ayuda a sentir que pertenezco a un grupo.**
- **La música me permite expresarme y entender mejor quién soy.**
- **Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias.**
- **Mi estilo personal (ropa, accesorios, actitudes) se inspira en la música que escucho.**
- **Escucho música en otros idiomas para acercarme a otras culturas.**

Influencia de los Medios y las Redes Sociales en la Identidad Musical: Esta pregunta permite observar qué tan influyentes son las redes y los medios en las decisiones musicales de los encuestados, lo cual puede influir en la estandarización de gustos y la construcción de una identidad que tiene que ver con las tendencias de una cultura de masas.

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación:

- **Los medios de comunicación y las redes sociales influyen en mis preferencias musicales.**
- **Mis amigos y entorno social influyen en mi elección musical.**
- **Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música.**

Subculturas musicales: En esta pregunta se busca explorar si los jóvenes tienen algún sentido de pertenencia en alguna subcultura, esta pregunta es fundamental para el análisis de como se ve cada encuestado y si se siente parte de un grupo más grande con una identidad definida.

- **Indique si se siente identificado con alguno de estos grupos:** Ninguno-Rock/Punk-Hip hop/Rap-Indie-K-Pop-Otros

Subcultura: Estas preguntas ayudan a observar la relación de la música y la creación de conexiones sociales, mediante esto se analiza si en verdad la música ayuda a la creación de grupos de identidades compartidas con gustos similares.

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

- **La música me ha ayudado a conocer a personas con gustos similares.**
- **Recomiendo música a mis amigos para convencer que se unan a alguno de estos grupos.**

Estas preguntas sirven para realizar un cruce y generar tablas que permitan conocer si la industria musical influye en la construcción de identidades en la juventud, además se comprueban los objetivos, con un análisis más profundo que incluya la influencia de las industrias culturales, los círculos sociales y los factores persuasivos de la música en su influencia en los jóvenes.

CAPÍTULO III

III. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1 Resultados y discusiones

La encuesta que fue validada por expertos se realizó en la Universidad Técnica de Ambato y se recolectaron 377 respuestas a estudiantes presentes en el campus Huachi, siendo los resultados los siguientes:

Tabla 2: Datos estadísticos

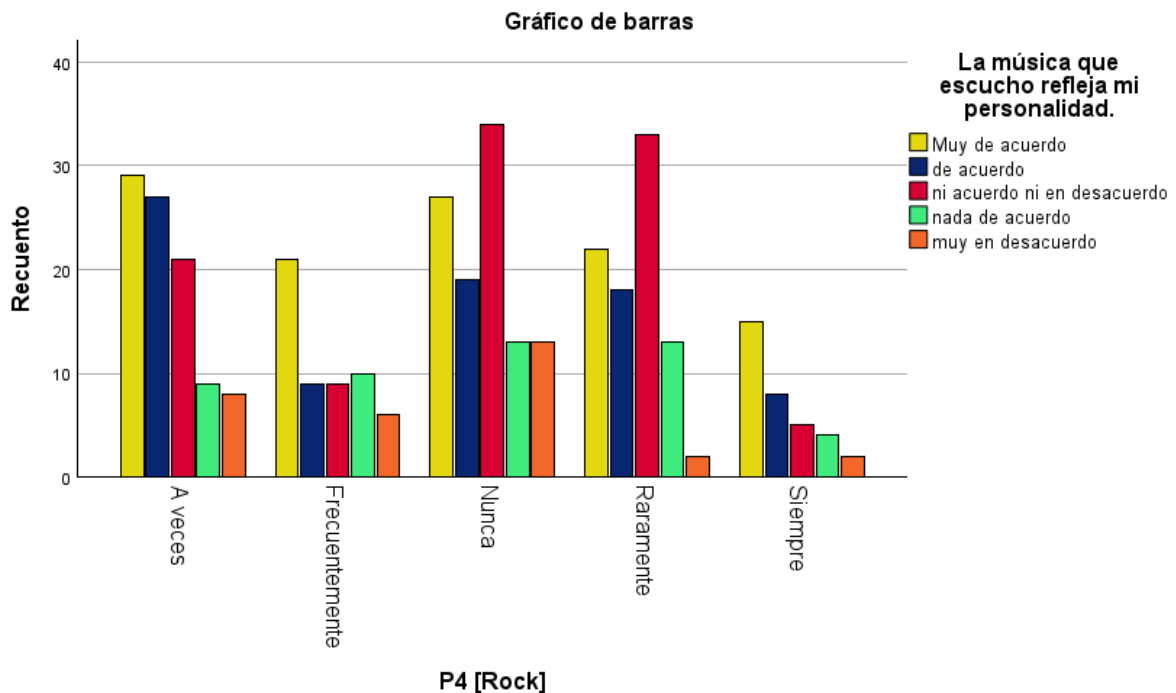
Estadísticos

¿Cuál es su edad?		
N	Válido	377
	Perdidos	2
Media		21,34
Mediana		21,00
Mínimo		18
Máximo		29

Nota: Tabla de elaboración propia.

La edad de los encuestados tiene un promedio de 21 años, la edad que se repite con mayor frecuencia en la encuesta es 21 años, con una edad mínima de 18 años y una edad máxima de 29 años, en Ecuador La Ley Orgánica de las Juventudes (2022) en su artículo 1 establece que “se considera joven a todas las personas comprendidas entre los 18 y 29 años” por lo que se determina que todos los encuestados son jóvenes que participaron en esta investigación y sus datos son relevantes para entender la construcción de identidades con la música.

Figura 1: Género musical rock y la música que escucho refleja mi personalidad.

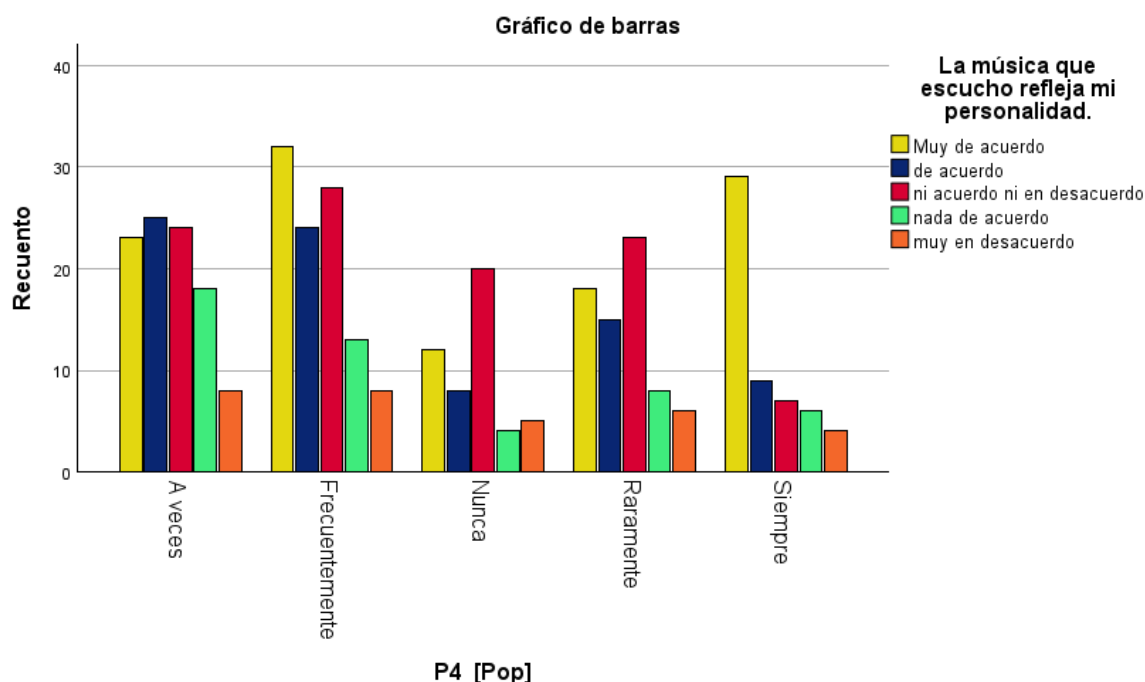


Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

En este gráfico de barras se observa la relación entre la frecuencia en que los encuestados escuchan ciertos géneros musicales y la percepción que tienen con respecto a si la música refleja su personalidad. Analizando los resultados, se puede ver que los jóvenes encuestados que “a veces” (25%) o “frecuentemente” (15%) escuchan rock tienen una alta tendencia a estar “muy de acuerdo” en que la música que escuchan refleja quienes son, esto indica que este grupo de personas encuentra en el rock un espacio para expresar su personalidad. Los jóvenes que respondieron que “nunca” (28%) escuchan este género musical, siendo la mayoría de encuestados son los que más respondieron que están “muy en desacuerdo”, como este género no es escuchado no tiene incidencia en el reflejo de su personalidad.

Esto contrasta con las personas que "siempre" (9%) escuchan rock, aunque sean la menor parte de encuestados, tienden a estar “muy de acuerdo” en que este género refleja su personalidad, esto propone que el escuchar este género musical habitualmente se asocia a una identificación personal con el rock. Los jóvenes encuestados que respondieron que escuchan rock “raramente” (23%), tienen dudas sobre si este género musical podría reflejar su identidad, ya que, en sus respuestas predomina el “ni acuerdo ni en desacuerdo”, al escuchar rock pocas veces no es determinante para reflejar su personalidad.

Figura 2: Género musical pop y la música que escucho refleja mi personalidad.



Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

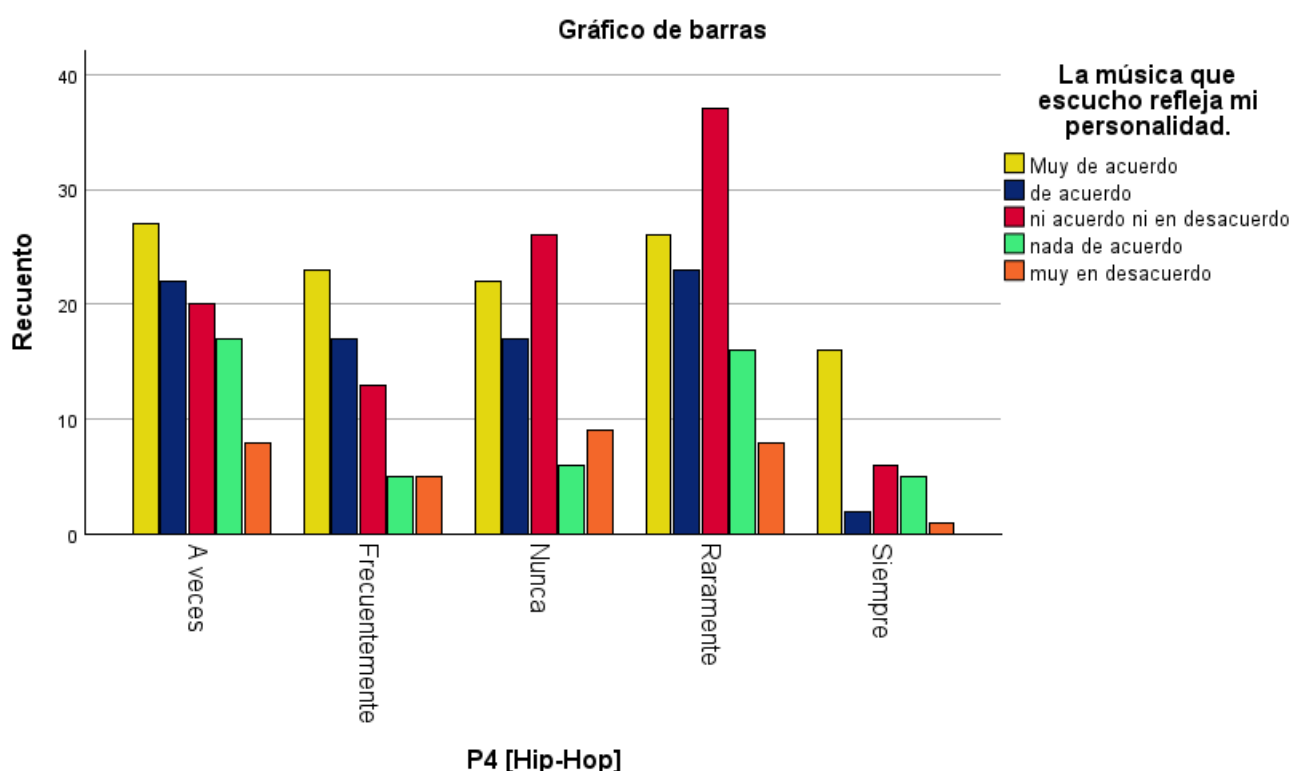
El pop es el género musical en el que la mayoría de encuestados respondieron que escuchan “siempre” o “frecuentemente” con un 42% entre ambos, siendo este casi a mitad de los encuestados, esto se alinea a la idea de lo popular, en este gráfico de barras es interesante analizar que las personas que más escuchan pop están “de acuerdo” o “muy de acuerdo” con que la música refleja su personalidad, lo cual propone que es un factor clave al momento de construir identidades personales. Como es el género más escuchado por los encuestados se habla de mesomúsica, que volviendo al concepto de Vega (1997), la mesomúsica no solo se limita a un tipo de música de consumo, sino que también forma parte de un contexto cultural más amplio, el cual incluye prácticas sociales y que se puede aplicar tanto en contextos urbanos como en rurales.

Al contrario, de los resultados de aquellos jóvenes que “nunca” escuchan pop, siendo solo un 12%, aquí la respuesta que predomina es que están “muy en desacuerdo” o “nada de acuerdo” con que este género musical incide en su identidad, el pop no permite una identificación en su identidad y por eso se genera un rechazo al momento de reflejar su personalidad.

Personas que escuchan pop “raramente” con un 18% de encuestados, tienen un equilibrio en sus opiniones se percibe una distribución variada de opiniones, predomina el “ni de acuerdo ni

en desacuerdo”, lo que muestra una relación moderada entre la escucha del pop y la identidad personal. Por otra parte, los jóvenes que respondieron "a veces", con un 28% tienen una dispersión de opiniones, ya que, para algunos de ellos el pop si refleja su personalidad, otros no le toman importancia a este género para el reflejo de su identidad, el pop puede ser un factor de identificación personal pero no el que más los permite expresarse.

Figura 3: Género musical hip-hop y la música que escucho refleja mi personalidad.

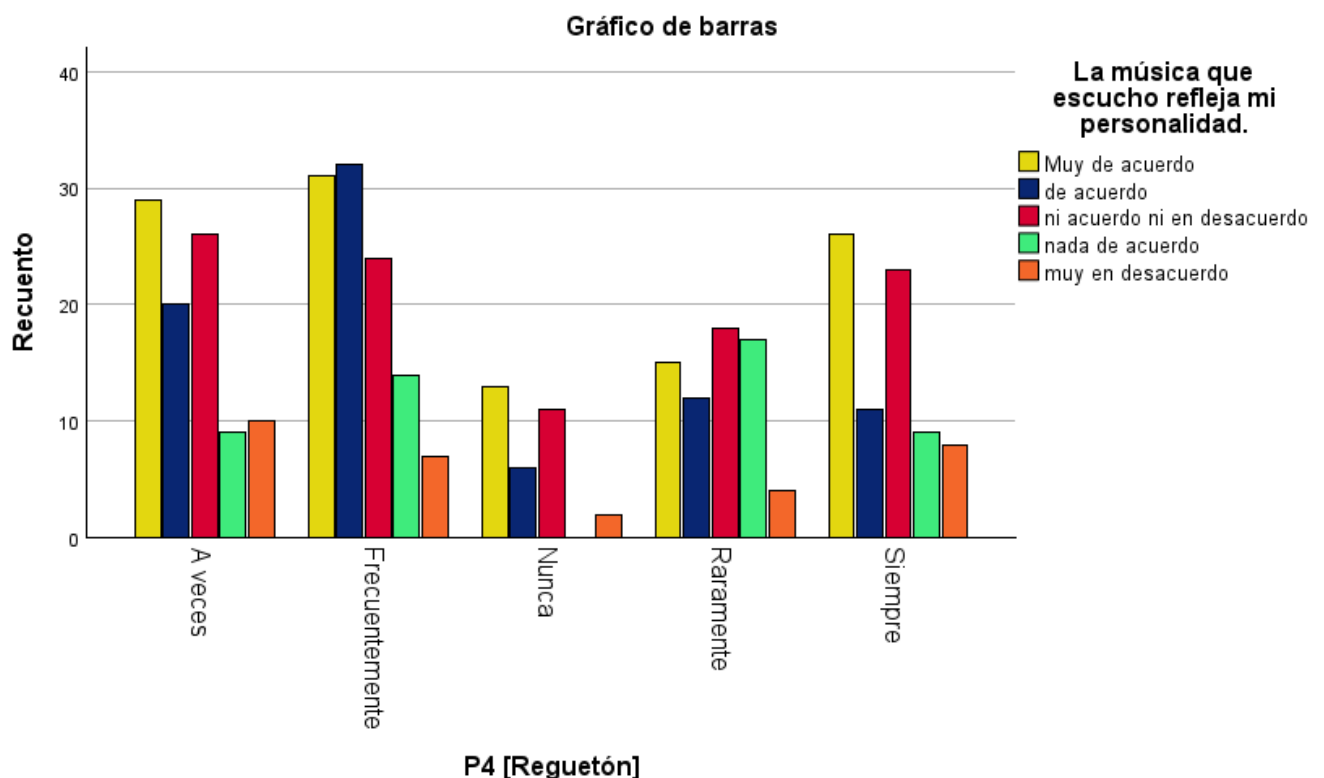


Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

El Hip-Hop, un género musical que ha sido un medio de resistencia para muchas personas y que se observa en los resultados de la encuestas, comenzando desde quienes escuchan Hip-Hop con mayor frecuencia, tal es el caso de las personas que respondieron “frecuentemente” (17%) o “siempre” (8%) , que tienen una tendencia a estar “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en que la música refleja su personalidad, esto refuerza el pensamiento de que el Hip-Hop es un medio de expresión ante los demás. Por otra parte, las personas que respondieron que escuchan Hip-Hop “raramente” o “nunca” con un 50% entre ambos, respondieron de una forma más dispersa, lo que implica una desconexión de este género musical con su identidad. Por último, las

personas que escuchan Hip-Hop “a veces” (25%) están “muy de acuerdo” con que este género musical representa su identidad personal, por lo que, a pesar de escucharlo a veces sienten algo de conexión con el Hip-Hop que a pesar del paso del tiempo se mantiene como un género de manifestación y afirmación identitaria en los jóvenes, aunque se evidencia también que se ha vuelto una mercancía, retomando a Karl Marx (1975) es, ante todo, un objeto exterior, un elemento que teniendo en cuenta sus cualidades logra satisfacer las necesidades humanas de cualquier tipo. Esto gracias a que, las letras del Hip-Hop han cambiado y ahora la personalidad de los jóvenes ya no sea gente que quería luchar contra el sistema, sino que ahora sea alguien que quiere conseguir dinero, lujos, fama, como lo dicen las canciones actuales de Hip-Hop.

Figura 4: Género musical reguetón y la música que escucho refleja mi personalidad.



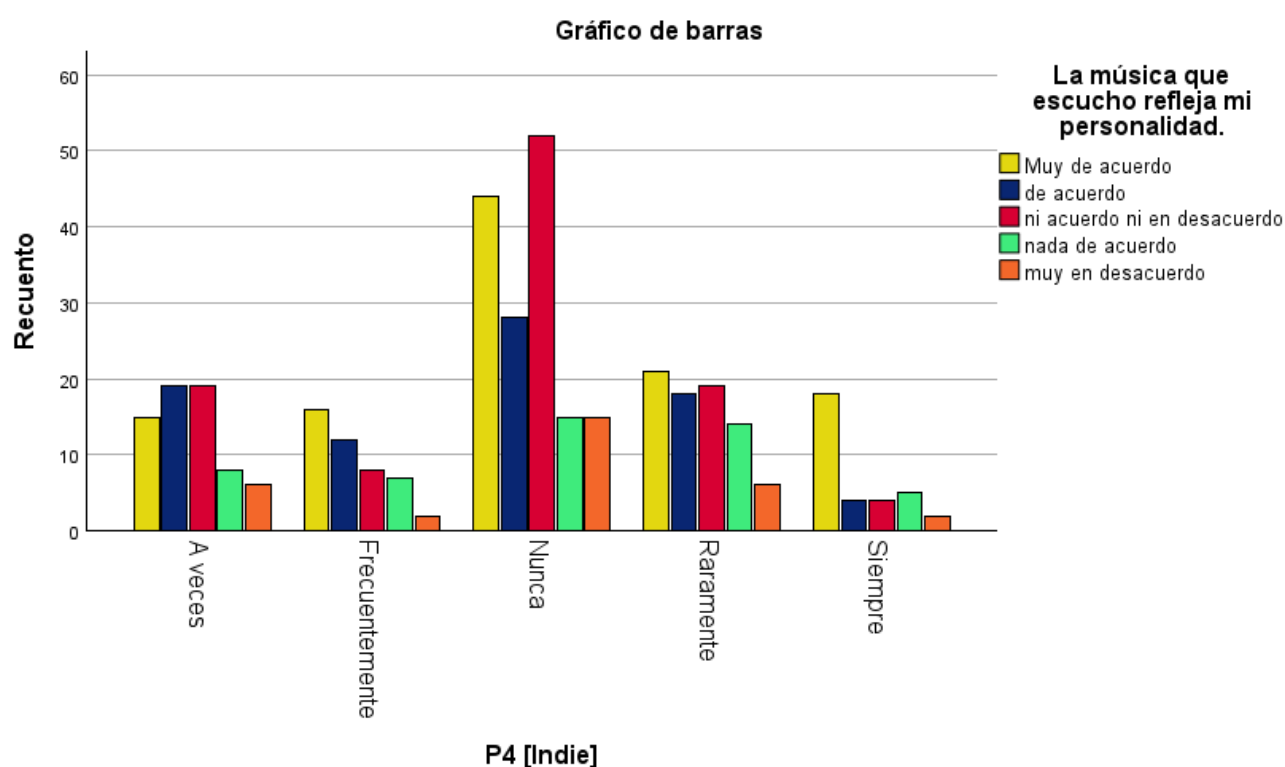
Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

El reguetón según la encuesta es el género musical que con mayoría se escucha “frecuentemente” (28%), al analizar las respuestas, los jóvenes demuestran tener una opinión neutral sobre el reflejo de su identidad mediante este género musical, no pasa lo mismo con las personas que “siempre” (22%) escuchan reguetón, ya que, en este punto, los jóvenes si se

sienten “muy de acuerdo” en que el reguetón refleja su personalidad, ya sea mediante sus letras o estilo. De acuerdo con la perspectiva crítica planteada por Adorno y Horkheimer (1998), este proceso de estandarización transforma la música en un producto diseñado para el consumo masivo, reduciendo la creatividad y homogeneizando las experiencias musicales de los consumidores juveniles.

En el caso de los encuestados que escuchan reguetón “raramente” y “a veces” (42%), se evidencia una dispersión de opiniones, esto quiere decir que este género musical es uno más del montón para ellos, por lo que no saben si en verdad refleja o no su identidad y en el caso de los encuestados que respondieron que “nunca” (8%) escuchan reguetón pasa algo curioso y es que ninguna persona respondió que está “nada de acuerdo” y pocas personas respondieron estar “muy en desacuerdo”, esto además es interesante ya que es en este género musical en el cual la menor cantidad de encuestados respondió “nunca” (8%) escuchar reguetón, lo que habla sobre la estandarización de este género y su repercusión en la identidad de los jóvenes.

Figura 5: Género musical indie y la música que escucho refleja mi personalidad.

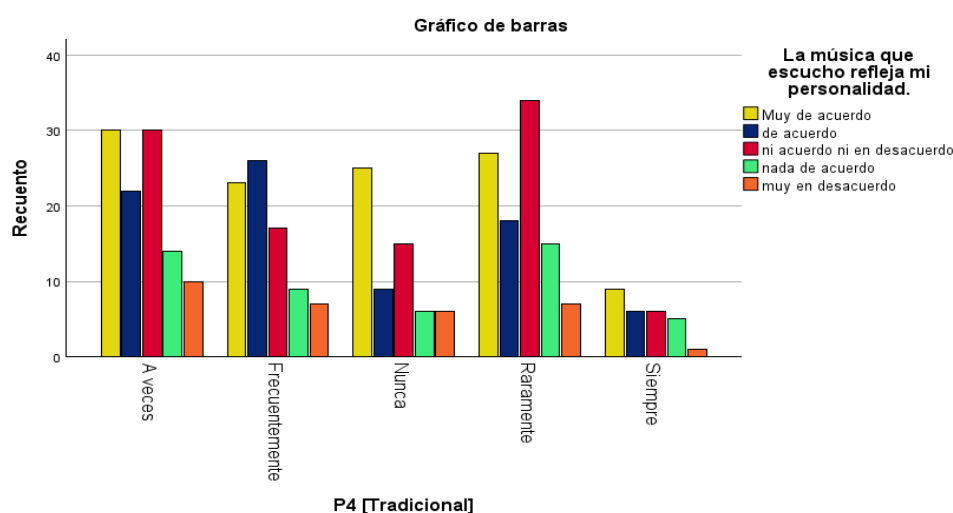


Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

El análisis para el género indie parte desde los jóvenes encuestados que respondieron que “nunca” (41%) escuchan este género musical, pues tienen los valores más altos en estar “ni de acuerdo ni en desacuerdo” y bastantes en “muy en desacuerdo”. Esto es relevante ya que indica que una parte significativa de los jóvenes no relaciona su identidad con la música indie, quizá sea por el desconocimiento de este género musical, ya que, no es parte de la industria tan globalizada y trata con artistas emergentes.

Por otra parte, las respuestas de los jóvenes en las categorías “raramente” y “a veces” (38%) muestran una relación entre estar “de acuerdo” y “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, lo que sugiere que podrían acoplar al género indie como un reflejo de su identidad, pero sin dejar de lado otros géneros musicales que los representan de mejor manera. A pesar de ser pocas las personas que respondieron que escuchan el género indie “siempre” y “frecuentemente” (21%) son las que más respondieron estar “muy de acuerdo” con que este género musical representa su identidad. Este género musical integra partes del entorno social de los jóvenes, lo que rompe lo dicho por García Canclini (2001) al hablar de la estandarización lo que hace el artista está condicionado por un sistema de relaciones establecido por los dueños de las industrias vinculadas a la producción y comercialización de las obras, más que por la estructura global de la sociedad (p. 36). Esto se explica ya que, al ser un género que aborda temáticas de personalidad y hablar de lo local, estos pocos encuestados se sienten muy identificados y la música refleja su identidad siendo auténticos y no dejándose llevar tanto por la estandarización de la industria.

Figura 6: Género musical tradicional y la música que escucho refleja mi personalidad.

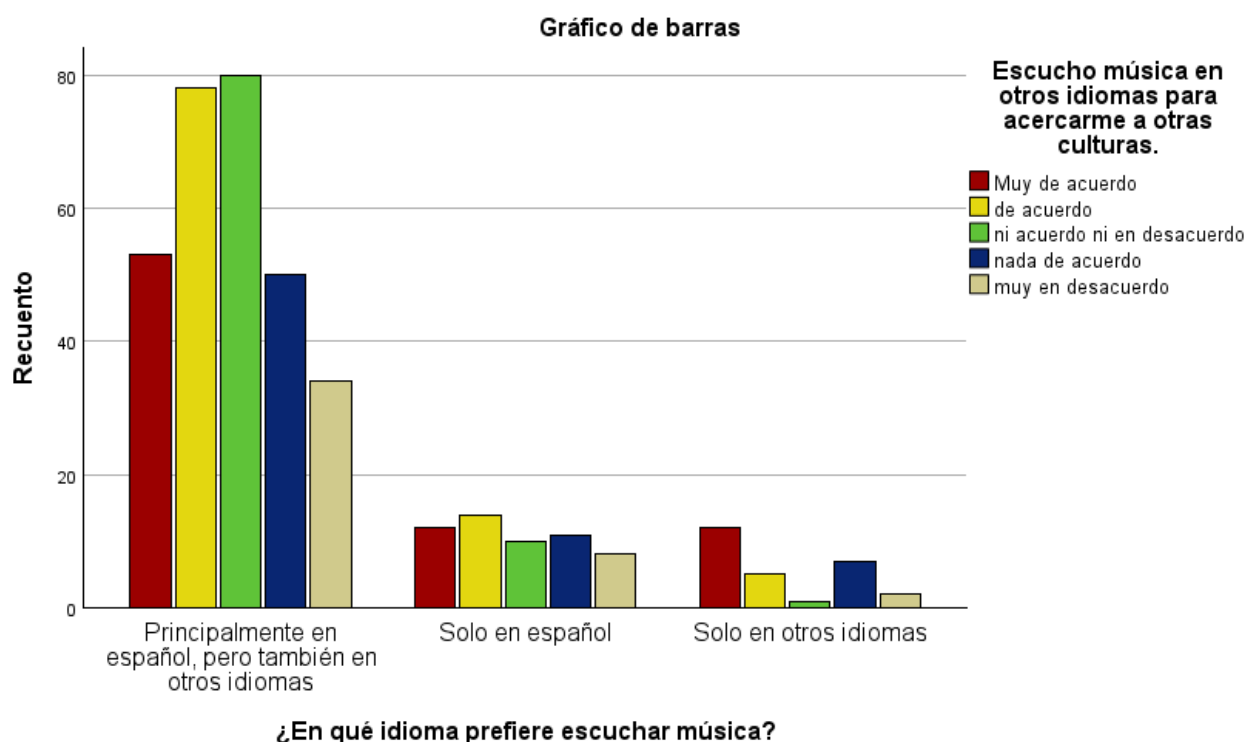


Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

Se entiende por este género musical a las canciones tradicionales de cada país, por lo que los encuestados que siguiendo este concepto respondieron "a veces" (28%) , tienen un número considerable de respuestas en “ni acuerdo ni en desacuerdo” también hay otros que concuerdan estar de acuerdo la afirmación, esto genera un resultado de cierta conexión con lo tradicional. Las personas que escuchan este género musical “nunca” y “raramente” (43%) comparten su respuesta en que están “muy de acuerdo” en que la música refleja su personalidad, por lo que se deslindan de la idea de reflejarse en música tradicional y acercarse más a otros géneros musicales.

Los jóvenes encuestados que responden “frecuentemente” (22%) están en un nivel normal, en que la música tradicional y otros géneros podrían llegar a reflejar su personalidad, ya que al ser una parte que si escucha esta música pues tendrían más conexión con lo típico. Pocos jóvenes respondieron que escuchan este género musical “siempre” (7%), esto refleja un desapego de las raíces de la música y a pesar de eso tienen ciertas opiniones divididas, aunque ganando por poco el estar “muy de acuerdo” con el reflejo de la música tradicional en su personalidad, esto por sus experiencias vividas y su contexto en el país.

Figura 7: Idioma preferido de música y escucho música en otros idiomas para acercarme a otras culturas.



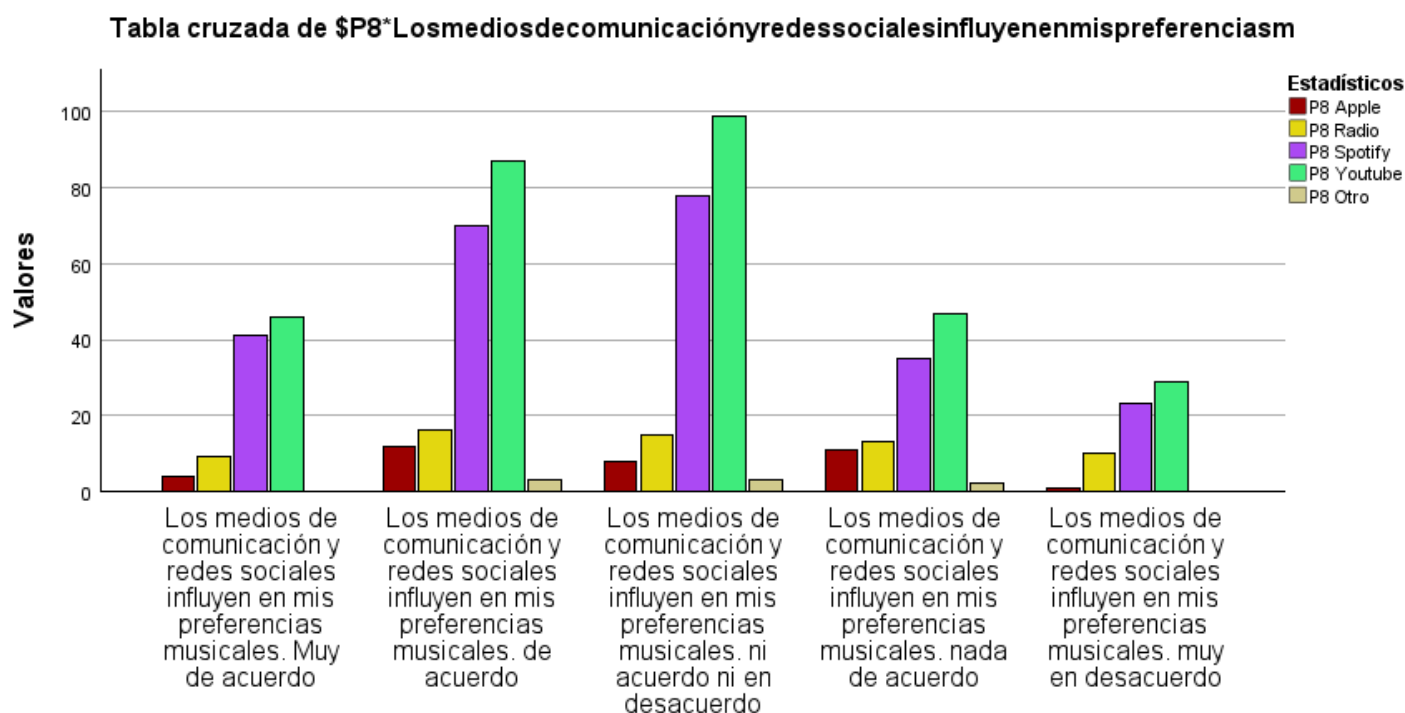
Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

En el siguiente gráfico de barras se evidencia un cruce entre el idioma de la música y si escucharla en otros idiomas hace que los encuestados, esto debido a la importancia del idioma como un nexo entre la construcción de identidades en los jóvenes y la relación directa con un mundo globalizado. La mayor parte de jóvenes encuestados respondieron que prefieren escuchar música “principalmente en español, pero también en otros idiomas”, con un 78% de respuestas en este primer grupo se evidencia que gran parte de las personas que respondieron “muy de acuerdo” y “de acuerdo” lo que significa que, para ellos, la música en otro idioma es un puente para conocer y acercarse a otras culturas. Además, los encuestados reflejan un poco de neutralidad al tener varias respuestas significativas de “ni de acuerdo ni en desacuerdo”, esto puede significar que, a pesar de conocer la música en otros idiomas, no la asocian con una cercanía a lo anglosajón o a otras culturas alejadas de lo hispano. Al analizar las respuestas de los encuestados que acumuladas sus respuestas de “nada de acuerdo” y “muy en desacuerdo” suman algo importante, los jóvenes que escuchan música en otros idiomas fuera del español no ven esto como una actividad que puede brindar una conexión con otras culturas siguiendo las canciones de artistas en otros idiomas.

Pasa algo curioso con el grupo que escucha música “solo en español” (15%), ya que los encuestados que respondieron “muy de acuerdo” y “de acuerdo” coinciden en que escuchar música en otros idiomas permite una cercanía con otras culturas, esto refleja que en su día a día, tienden a tener una identidad asociada al idioma español y que de escuchar música en otros idiomas podrían acercarse a otras culturas. Aunque lo curioso viene aquí, ya que, existe un grupo considerable de encuestados que respondieron estar “nada de acuerdo” y “muy en desacuerdo”, lo que significa que el consumo exclusivo de la música en su idioma natal representa un sentido de pertenencia local o nacional, que se ve reforzado al escuchar música solo en español.

Pocas personas son las que respondieron que prefieren escuchar música “solo en otros idiomas” (7%), aunque es interesante el analizar sus respuestas porque predominan las afirmativas que son “muy de acuerdo” y “de acuerdo”, esto deja en evidencia que para estos jóvenes la música en otros idiomas es una herramienta para acercarse a otras culturas, sus respuestas pueden estar asociadas a un interés por lo global o de tener una conexión con comunidades extranjeras para tener una identidad con elementos internacionales, posible gracias a las redes sociales. No obstante, hay pocas respuestas las cuales indican “estar nada de acuerdo” y “muy en desacuerdo”, que, aunque son pocas hay que tomarlas en cuenta pues este consumo de música en otros idiomas, no siempre se relaciona con un acercamiento a las culturas extranjeras.

Figura 8: Plataformas de escucha y los medios influyen en mis preferencias musicales



Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

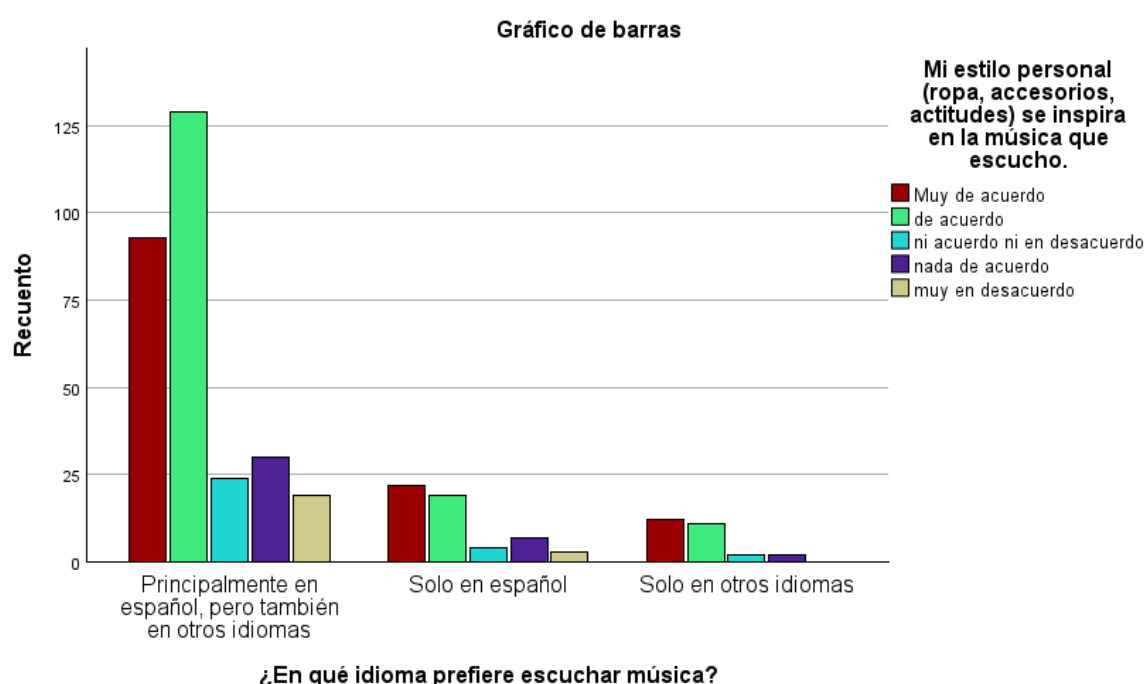
El siguiente gráfico de barras habla sobre las plataformas de escucha musical y la influencia de los medios en las preferencias musicales, analizando las respuestas, hay una gran parte de encuestados que prefiere “YouTube” para escuchar música, los mismos que respondieron “muy de acuerdo” y “de acuerdo” al reconocer la influencia de los medios en sus preferencias, lo que convierte a esta plataforma como la predominante en los jóvenes encuestados. Lo mismo ocurre con la plataforma “Spotify”, que tiene una influencia en gran parte de los encuestados, ya que, respondieron estar “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en que los medios influyen en sus preferencias musicales. La persuasión es un factor determinante en estas plataformas, en la encuesta se comprueba que son las que dominan la industria, para saber el por qué, hay que volver a un concepto “La imagen, el carisma o los dotes de persuasión son cualidades que se buscan en los líderes de opinión, estas cualidades son expuestas ante un gran público mediante la representación y la práctica de los medios de comunicación” (Espinar, et al., 2006, p. 48).

Spotify y YouTube, ya sea por los algoritmos que tienen permiten una cercanía con el oyente, incluso ofrecen experiencias como una recopilación de todo lo escuchado durante el año, logrando posicionar una idea en sus usuarios. Apple Music, otra plataforma con algoritmos pero que en la encuesta no representa muchas respuestas, sugiere que el contexto de los

encuestados está relacionado a dispositivos que no tienen esta plataforma que se puede utilizar en dispositivos Apple.

Por otra parte, el medio tradicional, en este caso la “radio”, presenta una influencia menor en los jóvenes encuestados, ya que, pocos están “muy de acuerdo” y “de acuerdo” con que este medio influya en sus preferencias, la radio al ser un medio en que el oyente no tiene tanto control no impacta en las preferencias musicales de los jóvenes, con el auge tecnológico la radio ha perdido fuerza. En la categoría “otro” es en donde se recopilieron menos respuestas, incluso ni siquiera apareciendo en los resultados y en el total siendo la de menor reacción. Esto significa que los jóvenes encuestados prefieren las plataformas como YouTube o Spotify que persuaden a los usuarios a utilizarlas y que están posicionadas como las mejores para disfrutar del contenido musical e incluso visual que ofrecen, por lo cual, estas dominan la identidad colectiva de los jóvenes.

Figura 9: Idioma preferido de música y mi estilo personal se inspira en la música que escucho.

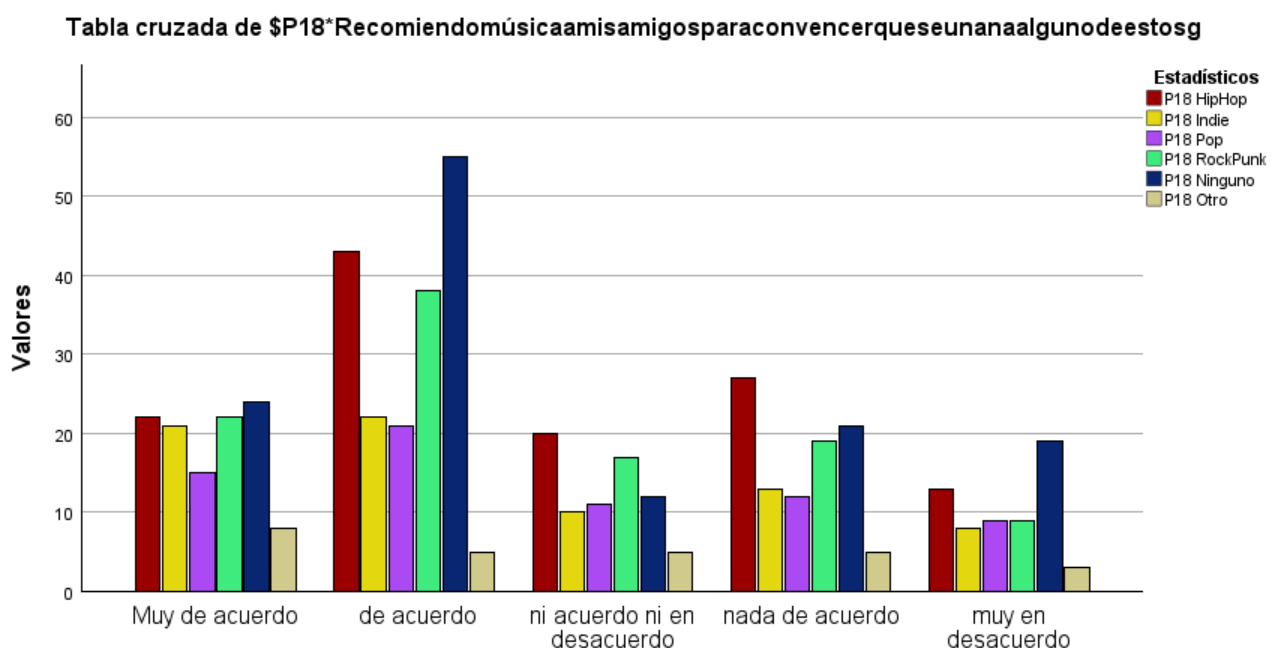


Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

Este gráfico de barras muestra la relación entre la influencia del entorno social en las elecciones musicales y el estilo de los encuestados inspirado en la música que escuchan, por una parte, los jóvenes que respondieron estar “muy de acuerdo” y “de acuerdo” con que su estilo personal se inspira en la música que escuchan tienden a estar en su mayoría “muy de acuerdo” y “de acuerdo” en que su entorno influye en sus elecciones, esto sugiere que existe una relación entre el entorno en el que se encuentran los encuestados al momento de adoptar un estilo relacionado a la música que escuchan, por lo que se busca reforzar una identidad colectiva y un sentido de pertenencia juvenil.

Por otra parte, mientras disminuye la influencia de su entorno en sus elecciones musicales, también disminuye la relación entre la música y su estilo personal, ya que, al observar las respuestas “ni de acuerdo ni en desacuerdo” con respecto a la influencia del entorno se observa que hay más respuestas que están “de acuerdo” a que su estilo se basa en la música que escuchan, pero en las respuestas “nada de acuerdo” y “muy en desacuerdo” que son bastante bajas, indica que los jóvenes que no asocian su estilo personal con la música que escuchan tampoco se dejan llevar por la influencia de su entorno en su elección musical, así que la música sirve como herramienta para construir identidades en los jóvenes, ya que a más influencia del entorno, más actitudes, vestimenta y comportamientos relacionados a la música tienen los encuestados, esto comprueba que los procesos sociales moldean la identidad juvenil.

Figura 10: Géneros musicales y recomendación de grupos.



Nota: Gráfico de barras de tabla cruzada elaborada por el investigador.

En el siguiente gráfico de barras se puede evidenciar el cruce de variables entre las subculturas a las que pertenecen los jóvenes y la identidad de los jóvenes al recomendar música a sus amigos para convencer que se unan a estas subculturas. En géneros musicales como el Hip-Hop o el Rock/Punk se muestra una superior incidencia de los jóvenes encuestados que se identifican con estas subculturas están “muy de acuerdo” o “de acuerdo” (66%) en recomendar música a sus amigos, esto significa que estos géneros musicales funcionan como espacios de reunión social siendo un símbolo de pertenencia cultural.

La música indie, tiene valores un poco menores en los encuestados en cuanto a recomendar música a su entorno (34%), los jóvenes que se identifican con este género recomiendan música como una acción para diferenciarse y crear una subcultura exclusiva relacionada al entorno y lo cercano. Remitiendo el concepto de subcultura de Rubio y San Martín (2012) la tribu urbana se da lugar cuando las subculturas se expresan en un territorio específico, este espacio constituye una unidad con una igualdad cultural, lingüística, de valores y de sentido de pertenencia, que refuerza la residencia de los jóvenes en este sitio (p. 200).

El Pop como se mencionó en los resultados, es el género más escuchado, aunque hay jóvenes que recomiendan música, es en menor medida en comparación con los géneros anteriormente mencionados. Se puede relacionar esto con la masividad del Pop, donde la identificación grupal no es tan cercana y recomendar música ya no es construcción de identidad, más bien se vuelve algo personal y la experiencia se vuelve individual.

La categoría “ninguno” es la que menor medida de respuesta tiene, los jóvenes encuestados que respondieron que no se identifican con ninguna subcultura, siguen recomendando música para tener un puente de interacción, aunque no pertenezcan a ninguna tribu urbana tienen la necesidad de identificación grupal.

Verificación de hipótesis

Variable Independiente: La industria de la música.

Variable Dependiente: La construcción de identidades en la juventud.

Hipótesis Alterna (H1): La industria de la música influye en la construcción de identidades en la juventud.

Hipótesis Nula (H0): La industria de la música no influye en la construcción de identidades en la juventud.

Tabla 3: Las tendencias musicales en redes me motivan a escuchar nueva música y siento que algunos géneros musicales expresan mis valores y creencias.

Tabla cruzada Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música.*Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias.

Recuento

		Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias.					Total
		Muy de acuerdo	de acuerdo	ni acuerdo ni en desacuerdo	nada de acuerdo	muy en desacuerdo	
Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música.	Muy de acuerdo	39	21	30	16	15	121
	de acuerdo	28	52	34	34	10	158
	ni acuerdo ni en desacuerdo	7	17	28	15	4	71
	nada de acuerdo	2	5	8	4	2	21
	muy en desacuerdo	1	0	0	2	3	6
Total		77	95	100	71	34	377

Nota: Tabla cruzada elaborada por el investigador.

En la siguiente tabla se evidencia la relación significativa entre las tendencias musicales que se acopla con la variable independiente y la percepción de los géneros musicales que reflejan valores y creencias en los jóvenes que se relaciona con la variable dependiente, esto confirma que las tendencias en redes sociales refuerzan la relación entre la música y la construcción de identidades juveniles.

Tabla 4: Prueba de chi cuadrado de las tendencias musicales en redes me motivan a escuchar nueva música y siento que algunos géneros musicales expresan mis valores y creencias.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	49,342 ^a	16	<,001
Razón de verosimilitud	46,276	16	<,001
Asociación lineal por lineal	8,061	1	,005
N de casos válidos	377		

a. 8 casillas (32,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,54.

Nota: Tabla cruzada de elaboración propia

Aplicando la prueba de Chi-Cuadrado de Pearson en estas dos variables, se evidencia un valor de significación bilateral menor a 0.05, que valida a la hipótesis alterna que plantea que si existe una relación entre la variable independiente (La industria de la música) y la dependiente (la construcción de identidades en la juventud), además rechaza la hipótesis nula (la industria de la música no influye en la construcción de identidades en la juventud), ya que, al ser el valor menor a 0.05 se interpreta que la probabilidad de que los resultados sean al azar es muy baja, en este caso menor al 5%. Por lo tanto:

Rechazo de H_0 : Se descarta la hipótesis nula que afirma que la industria de la música no influye en la construcción de identidades en la juventud.

Validación de H_1 : Se valida la hipótesis alterna que dice que la industria de la música influye en la construcción de identidades en la juventud.

CAPÍTULO IV

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- La investigación demostró que los géneros musicales influyen de gran manera en la construcción de identidades juveniles, ya que, los jóvenes no solo ven a la música como un medio de entretenimiento o un pasatiempo, sino que, la música se convierte en un reflejo de su personalidad, valores y estilo personal. Los jóvenes identificados por diferentes géneros musicales como el hip-hop, pop o el rock tienen una influencia de estos géneros al momento de representar actitudes, vestirse de cierta forma y formar parte de colectivos con gustos similares.

Las redes sociales y las tendencias musicales sirven como un espacio de convergencia y que motiva a los jóvenes a explorar sitios que traten sobre la música que les gusta, esto consolida la identidad de cada uno de ellos.

- Con base al primer objetivo, se definen como los géneros más escuchados por los jóvenes al pop, el rock/punk, el hip-hop y el reguetón, además se evidencia el consumo de géneros menos llamativos como el indie, o el tradicional. Estos géneros musicales no son solo ritmos sin sentido, sino que representan símbolos y actitudes que los jóvenes acoplan a su vida cotidiana. Por ejemplo, el hip-hop está relacionado con la expresión, la crítica social y la rebeldía, mientras que el pop se asocia más con el entretenimiento y la globalización.

Por otra parte, se observa que los procesos de consumo de la música han evolucionado gracias a la tecnología y la digitalización. Plataformas como Spotify o YouTube son las más utilizadas por los jóvenes al momento de escuchar música, cada uno con su propio algoritmo, esto muestra que el internet facilita el acceso a diferentes géneros musicales, no obstante, queda en evidencia que estas plataformas no son neutrales, ya que gracias a las tendencias persuaden a los jóvenes a consumir ciertos géneros.

- Para el segundo objetivo se puede comprobar que la música es fundamental para ver los procesos sociales en jóvenes, ya que, esta es un medio que sirve para expresar personalidades y para conocer personas con gustos similares. En la investigación se observa que las elecciones de los géneros escuchados no son independientes, sino que están influenciadas por otros factores como el entorno y las tendencias actuales, esto permite a los jóvenes descubrir nuevas canciones o afianzar su identidad al género musical que siempre escuchan.

Los jóvenes se sienten mejor cuando están con personas con gustos similares a los suyos, por esto la música va más allá de poder escucharla, se puede manejar una identidad en base a la vestimenta, los accesorios y las actitudes que se presentan en grupos sociales. Por lo tanto, la música sirve como un medio por el cual la juventud crea procesos sociales, forma grupos y relaciones e interpreta al mundo a su manera, dependiendo que género musical escuchan con más frecuencia.

- Siguiendo el tercer objetivo, la investigación muestra que la industria de la música es una de las expresiones más potentes de las industrias culturales modernas. En la actualidad, en un mundo donde las plataformas digitales y las redes sociales tienen una fuerte presencia, la música se ha convertido en un producto que llega a todo el mundo. Esta globalización musical permite que los jóvenes accedan a una gran variedad de géneros que no solo representan tendencias globales con géneros como el pop o el reguetón, sino también locales como lo indie o lo tradicional, esto moldea sus identidades sin perder las raíces locales.

Muchos jóvenes todavía se identifican con géneros que reflejan su cultura, lo que indica que la música puede actuar como una conexión entre lo local y lo global. La música como parte de las industrias culturales, no solo responde a lo que requiere el mercado, también que también incide en la construcción de símbolos culturales y en la formación de identidades juveniles en un mundo globalizado.

4.2 Recomendaciones

- Impulsar los géneros tradicionales y locales en plataformas digitales como YouTube o Spotify priorizando la música de artistas emergentes del país mediante campañas de marketing para posicionar el género musical tradicional o el indie, resaltando la capacidad de la música para funcionar como un medio en donde los jóvenes puedan expresarse y con ello juntarse con otros jóvenes que tengan gustos similares, esto requiere el apoyo de instituciones culturales y de artistas locales consolidados que apoyen a los emergentes, realizando conciertos para dar a visibilidad a los artistas pequeños e impulsar estos géneros.
- Incentivar a los jóvenes a variar su consumo musical, para que exploren géneros musicales más allá de los que ya están consolidados en las plataformas digitales. Esto puede lograrse a través de talleres musicales que impulsen los géneros locales y expliquen la importancia de escuchar géneros musicales internacionales para animar a una apreciación más amplia de la música como herramienta cultural e identitaria.

Además, es necesario que los jóvenes piensen en cómo la música que escuchan influye en sus valores, actitudes y elecciones personales, en estos talleres los jóvenes pueden integren a comunidades musicales, ya sea virtual o presencialmente, donde pueden compartir sus intereses y fortalecer su sentido de pertenencia.

- Se recomienda implementar algoritmos más inclusivos y diversos que no solo promuevan los géneros musicales más populares, sino que los que representen las identidades locales y alternativas, esto se realizaría de la mano con instituciones que ayuden a promover la industria local. Los jóvenes pueden experimentar la música incluso desde el ámbito educativo, ya que, a través de la música se puede conocer sobre variados temas, historias y relatos que pueden ayudar a explorar más sobre su país o ciudad. Por otra parte, con el uso de redes sociales se puede invitar a los jóvenes a compartir música que refleje sus identidades, con esto se fortalece la identidad nacional en redes y se contribuye al enriquecimiento cultural y a una mayor diversificación de los géneros musicales.

Material de referencia

Referencias Bibliográficas

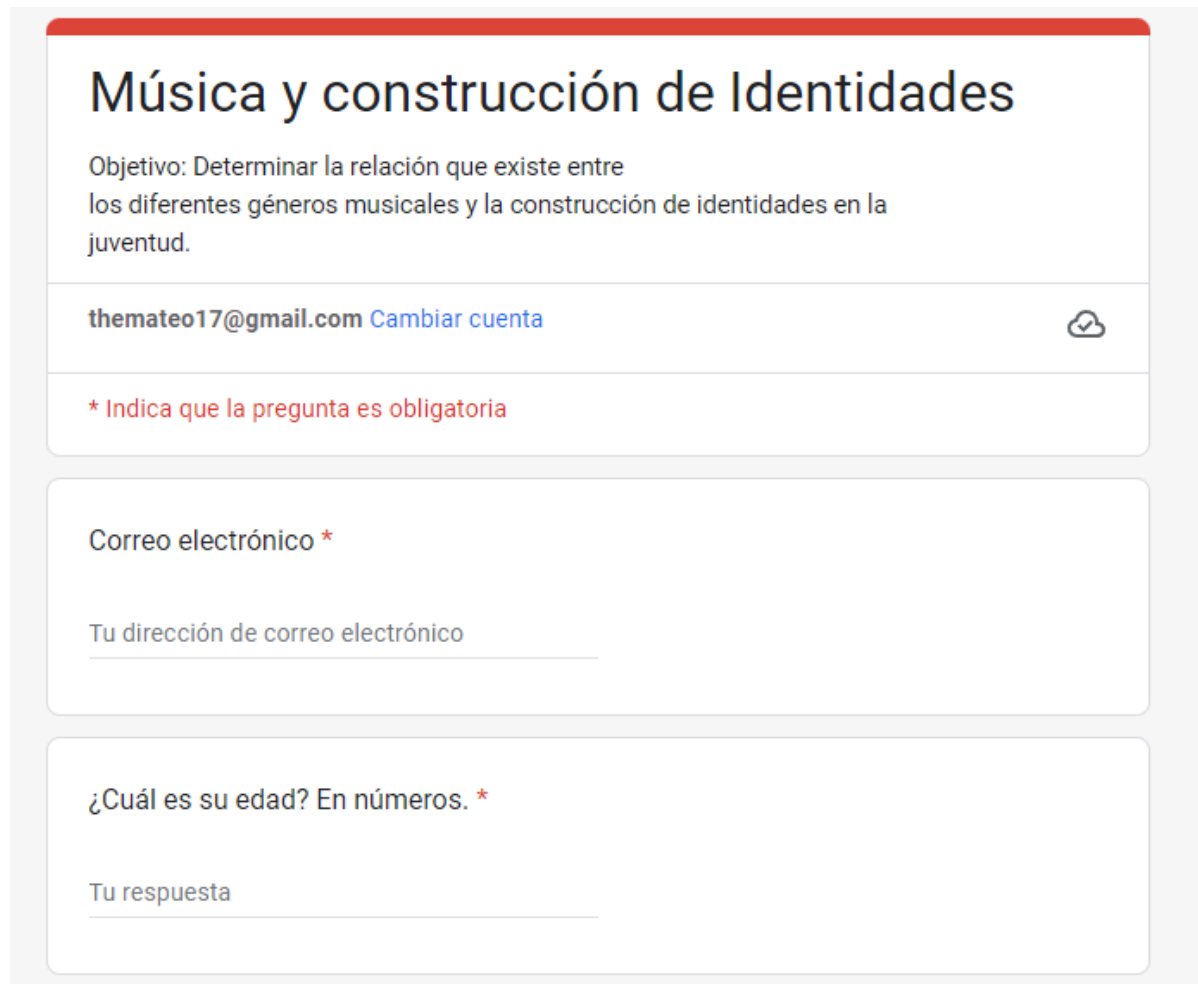
- Adorno, T., & Horkheimer, M. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Editorial Trotta.
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.
- Austin, J. (1990). *Como hacer cosas con palabras*. Ediciones Paidós.
- Babativa, C. (2017). *Investigación cuantitativa*. Fundación Universitaria del Área Andina.
- Balsera, P., & Amezaga, J. (2010). *Juventud, identidad y cultura: El rock radical vasco en la década de los 80*. Historia De La Educación.
- Benjamin, W. (2003). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Editorial Itaca.
- Bolaños, L. (2007). ¿Cómo se construyen las identidades en la persona?. *Ra Ximhai*, 3(2), 417-428, <https://www.redalyc.org/pdf/461/46130211.pdf>.
- Calle, X. (2021). *El proceso de construcción identitaria de los estudiantes de bachillerato a través de sus relaciones con la música tradicional ecuatoriana*. Universidad de Cuenca.
- Cárdenas, O. (2020). *Identidad boyacense, música carranguera*. Cuadernos de Lingüística Hispánica.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, S.A.
- Espinar, E., Frau, C., González, M. J. y Martínez, R. (2006). *Introducción a la sociología de la comunicación*. Publicaciones de Alicante.
- García Canclini, N. (2001). *Culturas Híbridas Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Paidós.
- Gayo, M. (2013). *La teoría del capital cultural y la participación cultural de los jóvenes. El caso chileno como ejemplo*. ULTIMA DÉCADA N°38, <https://www.scielo.cl/pdf/udecada/v21n38/art07.pdf>
- Giménez, G. (2005). *Teoría y análisis de la cultura*. Colección Intersecciones.
- González del Pozo, R., & García Lapresta, J. L. (2019). *Tratamiento ordinal de las escalas cualitativas utilizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas*. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 28, 124–142. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3788>

- Hormigos, J., & Cabello, A. (2008). La construcción de la identidad juvenil a través de la música. *Revista Española De Sociología*.
- Iglesias, M. & Cortés, M. (2004). Generalidades sobre Metodología de la Investigación. Universidad Autónoma del Carmen.
- Lacárcel, J. (2003). Psicología de la música y emoción musical. *Educatio*, n. ° 20-21, <https://revistas.um.es/educatio/article/view/138/122>.
- Lebrún, A. (2014). Industrias culturales, creativas y de contenidos. *Consensus* (16803817), 19(2).
- Ley Orgánica de las Juventudes, Asamblea Nacional del Ecuador (2022). https://inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/02/LEY-DE-JUVENTUDES-2022_compressed.pdf
- Martínez, D. (2010). Identidad, juventud y música pop. *TRAMAS. Subjetividad Y Procesos Sociales*.
- Marx, K. (1975). *El capital*. Siglo veintiuno editores.
- Naranjo, P. (2012). La música tradicional ecuatoriana. Elementos de identidad y expresión de pobreza, exclusión y subalternidad en el centro histórico de Quito. Flacso Ecuador.
- Palomares Cobo, I. (2014). BIOMÚSICA. Resolución de conflictos emocionales en el contexto escolar. *Tercio Creciente*, n. °6, págs. 55 - 68, <http://www.terciocreciente.com>.
- Rubio, A. & San Martín, M. (2012). Subculturas juveniles: identidad, idolatrías y nuevas tendencias. *Revista de Estudios de Juventud*, n. °96, https://www.injuve.es/sites/default/files/Revista96_11.pdf
- Saussure, F. (1945). *Curso de lingüística general*. Editorial Losada. S.A.
- Titusunta Arias, E. (2023). La construcción de la identidad en los jóvenes del sur de Quito en torno a la música extrema. Quito: UCE.
- Trejo, R. (2017). Industrias creativas. Cultura, mercado y libertad en el entorno digital. Rodríguez, A (Ed.), *Colaboración entre la Bibliotecología y los sectores productivos y económicos* (pp. 251-267). UNAM.

Vega, C. (1997). Mesomúsica: UN ENSAYO SOBRE LA MÚSICA DE TODOS. Revista musical chilena, 51(188), 75-96. <https://dx.doi.org/10.4067/S0716-27901997018800004>

Anexos

Encuesta aplicada en la plataforma Google Forms:



The image shows a Google Form titled "Música y construcción de Identidades". The form has a red header bar. Below the title, the objective is stated: "Objetivo: Determinar la relación que existe entre los diferentes géneros musicales y la construcción de identidades en la juventud." Below this, the user's email "themateo17@gmail.com" is displayed with a link to "Cambiar cuenta" and a cloud icon. A red asterisk indicates that the question is mandatory. The first question is "Correo electrónico *", with a text input field labeled "Tu dirección de correo electrónico". The second question is "¿Cuál es su edad? En números. *", with a text input field labeled "Tu respuesta".

Música y construcción de Identidades

Objetivo: Determinar la relación que existe entre los diferentes géneros musicales y la construcción de identidades en la juventud.

themateo17@gmail.com [Cambiar cuenta](#) 

* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico

¿Cuál es su edad? En números. *

Tu respuesta

¿Cuál es su género? *

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Prefiero no decirlo

¿Cuál es su lugar de residencia? *

- ☐ Urbano
- ☐ Rural

¿Con qué frecuencia escucha los siguientes géneros musicales? Marque una opción por cada género. *

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Rock	☐	☐	☐	☐	☐
Pop	☐	☐	☐	☐	☐
Hip-Hop	☐	☐	☐	☐	☐
Reguetón	☐	☐	☐	☐	☐
Indie	☐	☐	☐	☐	☐
Tradicional	☐	☐	☐	☐	☐

¿En qué idioma prefiere escuchar música? *

- ☐ Solo en español
- ☐ Principalmente en español, pero también en otros idiomas
- ☐ Solo en otros idiomas

¿De sus últimas 5 canciones escuchadas, cuántas han sido en un idioma diferente al español? *

- | | | | | |
|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| ☐ | ☐ | ☐ | ☐ | ☐ |

¿En qué situaciones escucha música? Marque todas las situaciones que apliquen. *

- ☐ Mientras estudio/trabajo
- ☐ En el transporte
- ☐ En reuniones sociales
- ☐ Acompañando pasatiempos
- ☐ En casa, de forma individual
- ☐ Antes de dormir
- ☐ Otros: _____

¿Qué plataformas utiliza para escuchar música? Marque todas las que usa. *

☐ Youtube

☐ Spotify

☐ Apple Music

☐ Radio

☐ Otros: _____

Relación entre identidad y música

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

La música que escucho refleja mi personalidad. *

Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy en desacuerdo

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Escuchar ciertos géneros musicales me ayuda a sentir que pertenezco a un grupo. *

Muy de acuerdo 1 2 3 4 5 Muy en desacuerdo

☐ ☐ ☐ ☐ ☐

La música me permite expresarme y entender mejor quién soy. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Mi estilo personal (ropa, accesorios, actitudes) se inspira en la música que escucho. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Escucho música en otros idiomas para acercarme a otras culturas *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Medios y Redes

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

Los medios de comunicación y redes sociales influyen en mis preferencias musicales. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Mis amigos y entorno social influyen en mi elección musical. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Subcultura

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

Indique si se siente identificado con alguno de estos grupos: *

- ☐ Ninguno
- ☐ Rock/Punk
- ☐ Hip hop/Rap
- ☐ Indie
- ☐ K-Pop
- ☐ Otros: _____

Recomiendo música a mis amigos para convencer que se unan a alguno de estos * grupos.

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

La música me ha ayudado a conocer a personas con gustos similares. *

	1	2	3	4	5	
Muy de acuerdo	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

13/11/24, 8:55

Música y construcción de Identidades

Música y construcción de Identidades

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Correo electrónico *

2. ¿Cuál es su edad? En números. *

3. ¿Cuál es su género? *

Marca solo un óvalo.

☐ Masculino

☐ Femenino

☐ Prefiero no decirlo

4. ¿Cuál es su lugar de residencia? *

Marca solo un óvalo.

☐ Urbano

☐ Rural

<https://docs.google.com/forms/d/1fnXVMN6LbAS8i0ygHJqF02X8mT7aNqQJ9FWK1MNVvhk/edit>

1/9

5. ¿Con qué frecuencia escucha los siguientes géneros musicales? Marque una opción por cada género. *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Rock	☐	☐	☐	☐	☐
Pop	☐	☐	☐	☐	☐
Hip-Hop	☐	☐	☐	☐	☐
Reguetón	☐	☐	☐	☐	☐
Indie	☐	☐	☐	☐	☐
Tradicional	☐	☐	☐	☐	☐

6. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para relajarme *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

7. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para hacer tareas *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

8. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: La música es una fuente de inspiración para mí. *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

9. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para sentirme acompañado *

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

10. ¿En qué situaciones escucha música? Marque todas las situaciones que apliquen. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Mientras estudio/trabajo
- ☐ En el transporte
- ☐ En reuniones sociales
- ☐ Acompañando pasatiempos
- ☐ En casa, de forma individual
- ☐ Antes de dormir
- ☐ Otros: _____

11. ¿Qué dispositivos utiliza para escuchar música? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Teléfono móvil

☐ Computadora

☐ Equipo de sonido

☐ Otros: _____

12. ¿Qué plataformas utiliza para escuchar música? Marque todas las que usa. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Youtube

☐ Spotify

☐ Apple Music

☐ Radio

☐ Otros: _____

Relación entre identidad y música

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

13. La música que escucho refleja mi personalidad. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

14. Escuchar ciertos géneros musicales me ayuda a sentir que pertenezco a un grupo. *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5		
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

15. La música me permite expresarme y entender mejor quién soy. *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5		
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

16. Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias. *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5		
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

17. Mi estilo personal (ropa, accesorios, actitudes) se inspira en la música que escucho. *

Marca solo un óvalo.

1	2	3	4	5		
Muy	☐	☐	☐	☐	☐	Muy en desacuerdo

Medios y Redes

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

18. ¿Por cuál de estos medios descubre nueva música? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Redes sociales
☐ Plataformas digitales
☐ Medios tradicionales (Radio, televisión)
☐ Otros: _____

19. Los medios de comunicación y redes sociales afectan mis preferencias musicales. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

20. Mis amigos y entorno social influyen en mi elección musical. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

21. Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5
Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

Impacto emocional y subculturas

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

22. La música me ayuda a procesar mis emociones. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

23. La música me ha ayudado a conocer a personas con gustos similares. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

24. Recomendando música a mis amigos para convencer que se unan a alguno de estos grupos. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

25. Indique si se siente identificado con alguno de estos grupos: *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Ninguno
- ☐ Rock/Punk
- ☐ Hip hop/Rap
- ☐ Indie
- ☐ K-Pop
- ☐ Otros: _____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

OBSERVACIONES: REVISAR PREGUNTA 9
AGREGAR PREGUNTA SOBRE MÚSICA EN
OTRO IDIOMA.

Almuni Gumi!

13/11/24, 8:55

Música y construcción de identidades

Música y construcción de Identidades

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Correo electrónico *

Cap dso Cone Mexico
Fidel

2. ¿Cuál es su edad? En números. *

3. ¿Cuál es su género? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Masculino
☐ Femenino
☐ Prefiero no decirlo

4. ¿Cuál es su lugar de residencia? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Urbano
☐ Rural

5. ¿Con qué frecuencia escucha los siguientes géneros musicales? Marque una opción por cada género. *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Rock	☐	☐	☐	☐	☐
Pop	☐	☐	☐	☐	☐
Hip-Hop	☐	☐	☐	☐	☐
Reguetón	☐	☐	☐	☐	☐
Indie	☐	☐	☐	☐	☐
Tradicional	☐	☐	☐	☐	☐

6. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para relajarme *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

7. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para hacer tareas *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

8. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: La música es una fuente de inspiración para mí. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

9. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para sentirme acompañado *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

10. ¿En qué situaciones escucha música? Marque todas las situaciones que apliquen. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Mientras estudio/trabajo
- ☐ En el transporte
- ☐ En reuniones sociales
- ☐ Acompañando pasatiempos
- ☐ En casa, de forma individual
- ☐ Antes de dormir
- ☐ Otros: _____

11. ¿Qué dispositivos utiliza para escuchar música? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Teléfono móvil
- ☐ Computadora
- ☐ Equipo de sonido
- ☐ Otros: _____

12. ¿Qué plataformas utiliza para escuchar música? Marque todas las que usa. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Youtube
- ☐ Spotify
- ☐ Apple Music
- ☐ Radio
- ☐ Otros: _____

Relación entre identidad y música

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

13. La música que escucho refleja mi personalidad. *

Marca solo un óvalo.

- 1 2 3 4 5
- Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

14. Escuchar ciertos géneros musicales me ayuda a sentir que pertenezco a un grupo. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

15. La música me permite expresarme y entender mejor quién soy. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

16. Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

17. Mi estilo personal (ropa, accesorios, actitudes) se inspira en la música que escucho. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

Ce tueras
Folentel 2

Medios y Redes

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

18. ¿Por cuál de estos medios descubre nueva música? *

Marca solo un óvalo.

☐ Redes sociales

☐ Plataformas digitales

☐ Medios tradicionales (Radio, televisión)

☐ Otros: _____

19. Los medios de comunicación y redes sociales afectan mis preferencias musicales. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

20. Mis amigos y entorno social influyen en mi elección musical. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

21. Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

Impacto emocional y subculturas

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

22. La música me ayuda a procesar mis emociones. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

23. La música me ha ayudado a conocer a personas con gustos similares. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

24. Recomiendo música a mis amigos para convencer que se unan a alguno de estos grupos. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

25. Indique si se siente identificado con alguno de estos grupos: *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Ninguno
- ☐ Rock/Punk
- ☐ Hip hop/Rap
- ☐ Indie
- ☐ K-Pop
- ☐ Otros: _____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

*Recibido
Elio Uaya
Ophir*

13/11/24, 8:55

ENCABEZADO

UNIVERSIDAD
FICS
C.C. Música y construcción de identidades

Objetivo -

Música y construcción de identidades

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. Correo electrónico *
2. ¿Cuál es su edad? En números. *
3. ¿Cuál es su género? *
Marca solo un óvalo.
☐ Masculino
☐ Femenino
☐ Prefiero no decirlo
4. ¿Cuál es su lugar de residencia? *
Marca solo un óvalo.
☐ Urbano
☐ Rural

Verificar la sintaxis

<https://docs.google.com/forms/d/1fnXVMN6LbA58I0ygHJqF02X8mT7aNqQJ9FWK1MNVvhk/edit>

1/9

5. ¿Con qué frecuencia escucha los siguientes géneros musicales? Marque una opción por cada género. *

Marca solo un óvalo por fila.

	Nunca	Raramente	A veces	Frecuentemente	Siempre
Rock	☐	☐	☐	☐	☐
Pop	☐	☐	☐	☐	☐
Hip-Hop	☐	☐	☐	☐	☐
Reguetón	☐	☐	☐	☐	☐
Indie	☐	☐	☐	☐	☐
Tradicional	☐	☐	☐	☐	☐

6. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para relajarme *
 Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

7. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para hacer tareas *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

8. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: La música es una fuente de inspiración para mí. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

9. Indique su nivel de acuerdo a la afirmación: Escucho música para sentirme acompañado. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

10. ¿En qué situaciones escucha música? Marque todas las situaciones que apliquen. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Mientras estudio/trabajo
- ☐ En el transporte
- ☐ En reuniones sociales
- ☐ Acompañando pasatiempos
- ☐ En casa, de forma individual
- ☐ Antes de dormir
- ☐ Otros: _____



11. ¿Qué dispositivos utiliza para escuchar música? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Teléfono móvil

☐ Computadora

☐ Equipo de sonido

☐ Otros: _____

12. ¿Qué plataformas utiliza para escuchar música? Marque todas las que usa. *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Youtube

☐ Spotify

☐ Apple Music

☐ Radio

☐ Otros: _____

Relación entre identidad y música

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

13. La música que escucho refleja mi personalidad. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

14. Escuchar ciertos géneros musicales me ayuda a sentir que pertenezco a un grupo. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

15. La música me permite expresarme y entender mejor quién soy. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

16. Siento que algunos géneros musicales expresan mejor mis valores y creencias. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

17. Mi estilo personal (ropa, accesorios, actitudes) se inspira en la música que escucho. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

Medios y Redes

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

18. ¿Por cuál de estos medios descubre nueva música? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Redes sociales
- ☐ Plataformas digitales
- ☐ Medios tradicionales (Radio, televisión)
- ☐ Otros: _____

19. Los medios de comunicación y redes sociales afectan mis preferencias musicales. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

20. Mis amigos y entorno social influyen en mi elección musical. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

21. Las tendencias musicales en redes sociales me motivan a escuchar nueva música. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

Impacto emocional y subculturas

Indique su nivel de acuerdo a cada afirmación.

22. La música me ayuda a procesar mis emociones. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

23. La música me ha ayudado a conocer a personas con gustos similares. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

24. Recomiendo música a mis amigos para convencer que se unan a alguno de estos grupos. *

Marca solo un óvalo.

1 2 3 4 5

Muy ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Muy en desacuerdo

25. Indique si se siente identificado con alguno de estos grupos: *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

☐ Ninguno

☐ Rock/Punk

☐ Hip hop/Rap

☐ Indie

☐ K-Pop

☐ Otros: _____

Google no creó ni aprobó este contenido.

Google Formularios

Colocar datos generales.
objetivos,
revisar la si-taxi

