



# **Tradiciones culturales y su consumo musical en los jóvenes**

Gómez Rueda Luis Felipe

Guerrero Quijano Shirley Tatiana

Infante Vargas Marbel

Solano Sarmiento Julieth Dayana

Torres Barrios Angie Katherine

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia

2018

# **Tradiciones culturales y su consumo musical en los jóvenes**

**Gómez Rueda Luis Felipe**  
**Guerrero Quijano Shirley Tatiana**  
**Infante Vargas Marbel**  
**Solano Sarmiento Julieth Dayana**  
**Torres Barrios Angie Katherine**

Trabajo de grado presentado como requisito parcial para optar al título de:

**Comunicador Social**

**Componente profesional Comunicación Organizacional / Periodismo**

Director (a):

Docente investigador

**Dr. Julio Eduardo Benavides Campos**

Universidad Autónoma de Bucaramanga  
Facultad de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes  
Programa de Comunicación Social  
Bucaramanga, Colombia

2018

## Resumen

Los avances tecnológicos han marcado de manera directa a nuestra sociedad, puesto que dicho desarrollo ha facilitado de muchas maneras el estilo de vida de los consumidores de contenido musicales, revolucionando las comunicaciones y dando camino a la música y demás expresiones artísticas, que son generalmente conocidas como industrias culturales.

Dentro del proyecto, se busca investigar acerca de las tradiciones culturales y el consumo musical en los jóvenes en dos periodos que consideramos importantes para el desarrollo de este, con una muestra poblacional de 50 adultos y 50 jóvenes para un total de 100 encuestados. En primer momento hablamos de un público que en la época de los 60 tenía de 15 a 25 años y en segundo momento la época actual.

Para la recolección de información optamos por desarrollar el instrumento metodológico, la encuesta, con base a esto logramos evidenciar, que el 68% de la población adulta dirigió su respuesta hacia la radio, y en los jóvenes son tendencia las plataformas digitales.

Finalmente se concluye, que la música dejó y deja un rastro sobre cada persona, pues les ayuda a crear identidad, y a forjar un mundo libre de limitaciones culturales.

### **Palabras clave:**

Tradiciones culturales / Creación de identidad / gusto musical / consumo cultural / Emergencia tecnológica

## **Abstract**

Technological advances have directly marked our society, because this development has facilitated in many ways the lifestyle of consumers, revolutionizing communications and giving way to music and other artistic expressions, which are generally known as cultures industries.

Within the project, we seek to investigate cultural traditions and consumption in young people in two periods that we consider important for the development of this, with a population sample of 50 adults and 50 young people for a total of 100 respondents. At first we talked about an audience that in the 60's era was between 15 and 25 years old and in the second moment the current era.

For the collection of information we opted to develop the methodological instrument, the survey, based on this we can see that 68% of the adult population directed their response to the radio, and digital platforms tend to be young. Finally it is concluded that the music left and leaves a trace on each person, because it helps them to create identity, and to forge a world free of cultural limitations.

## **Keywords**

Cultural Traditions / Identity creation / Musical taste / Cultural consumption / Technological emergency

# Contenido

<b>Resumen</b> .....	III
<b>Lista de figuras</b> .....	VI
<b>Lista de tablas</b> .....	VII
<b>Introducción</b> .....	2
Planteamiento problema.....	2
Formulación de la pregunta.....	3
Objetivos.....	3
Justificación .....	4
<b>Capítulo 1. Marco teórico</b> .....	7
1.1. Estado del arte.....	11
1.1.1. Consumo cultural y representación de identidades juveniles .....	11
1.1.2. Sociología de la Juventud .....	13
1.1.3. Legado de la música con luz propia .....	13
1.1.4. El consumo de la música en la era digital.....	15
<b>Capítulo 2. Metodología</b> .....	16
2.1. Definición de la muestra .....	16
2.2. Tipo y método de investigación .....	17
2.3. Instrumentos de recolección de información .....	17
2.3.1. Encuestas .....	18
2.3.2. Validación.....	20
<b>Capítulo 3. Análisis</b> .....	21
3.1. Resultados.....	48
3.1.1. Encuesta jóvenes.....	48
3.1.2. Encuesta adultos.....	66
<b>4. Conclusiones</b> .....	73
<b>A. Anexo: Formato de encuesta adultos</b> .....	75
<b>B. Anexo: Formato de encuestas de jóvenes</b> .....	77
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	81

## Lista de figuras

**Figura 3-1: ¿Cuál es su ocupación?**

**Figura 3-2: ¿Cuál es su nivel educativo?**

**Figura 3-3: ¿Por qué medio tecnológico suele escuchar música?**

**Figura 3-4: ¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?**

**Figura 3-5: ¿Con qué frecuencia escucha música?**

**Figura 3-6: ¿Cuáles son esos géneros musicales prefiere? (En esta pregunta el encuestado podía escoger tres opciones, es por esto que el total final de respuestas es 150)**

**Figura 3-7: ¿A qué horarios acostumbra escuchar la música de su preferencia?**

**Figura 3-8: ¿Qué actividades realiza mientras escucha la música de su preferencia?**

**Figura 3-9: ¿Con quién escucha la música de su preferencia?**

**Figura 3-10: ¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?**

**Figura 3-11: ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué?**

**Figura 3-12: ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué?**

**Figura 3-13: En la época de su adolescencia ¿Por qué medio escuchaba música?**

**Figura 3-14: ¿Qué género de musical solía escuchar en su juventud?**

**Figura 3-15: ¿Aún escucha ese tipo de música?**

**Figura 3-16: ¿Cuál cree usted la razón de su gusto musical?**

**Figura 3-17: ¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?**

**Figura 3-18: ¿Cómo el gusto musical marco aspectos en su vida?**

## Lista de tablas

Tabla 3-1: ¿Cuál es su ocupación?

Tabla 3-2: ¿Cuál es su nivel educativo?

Tabla 3-3: ¿Por qué medio tecnológico suele escuchar música?

Tabla 3-4: ¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?

Tabla 3-5: ¿Con qué frecuencia escucha música?

Tabla 3-6: ¿Cuáles son esos géneros musicales prefiere? (En esta pregunta el encuestado podía escoger tres opciones, es por esto que el total final de respuestas es 150)

Tabla 3-7: ¿A qué horarios acostumbra escuchar la música de su preferencia?

Tabla 3-8: ¿Qué actividades realiza mientras escucha la música de su preferencia?

Tabla 3-9: ¿Con quién escucha la música de su preferencia?

Tabla 3-10: ¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?

Tabla 3-11: ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué?

Tabla 3-12: ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué?

Tabla 3-13: En la época de su adolescencia ¿Por qué medio escuchaba música?

Tabla 3-14: ¿Qué género de musical solía escuchar en su juventud?

Tabla 3-15: ¿Aún escucha ese tipo de música?

Tabla 3-16: ¿Cuál cree usted la razón de su gusto musical?

Tabla 3-17: ¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?

Tabla 3-18: ¿Cómo el gusto musical marco aspectos en su vida

## Introducción

El siguiente trabajo analiza las costumbres que han sido legados en la muestra poblacional escogida y el consumo musical de los jóvenes actualmente. Esta investigación se centra en aspectos culturales, específicamente el ámbito musical, puesto que con ella tejeremos un camino donde abordaremos temas como los cambios sociales, la creación de identidad; así mismo la forma en que la comunicación y el uso masivo de las nuevas y/o los avances tecnológicos han dado un aporte significativo a la construcción identitaria del contexto social y la forma de escuchar música. La muestra poblacional escogida se divide 50 personas adultas que en 1960 tuvieron un rango de edad de 18 a 25 años y 50 personas jóvenes que actualmente tienen entre 18 a 25 años.

Utilizamos la encuesta y la entrevista puesto que percibimos que son los instrumentos pertinentes para que la información tenga un enfoque cuantitativo y cualitativo, con base a esto logramos evidenciar que el 68% de la población adulta dirigió su respuesta hacia la radio y en los jóvenes son tendencia las plataformas digitales. Se puede concluir que en la actualidad la música es un factor característico de una cultura, pues expresa las problemáticas y sentimientos, mientras crea nuevos rasgos que identifican a sus grupos.

Lo comunicativo tiene un papel esencial en el desarrollo de la investigación ya que es un factor esencial de supervivencia que abarca un espectro más allá de la especie humana que engloba todo lo que gira a nuestro alrededor con las tradiciones y costumbre e inclusive nuestra misma historia

## Planteamiento problema

“Los jóvenes de la actualidad son objetos de consumo”<sup>1</sup> como lo menciona Rossana Reguillo en su libro “emergencias de culturas juveniles: estrategias del desencanto”, puesto que ahora compartir sus gustos a través de medios, es mucho más rápido y eficiente que hace 20 años atrás. El avance de las TIC han hecho un canal de difusión más significativo con la música, la evolución con la web 2.0, ha sido evidente. Reguillo ha centrado sus tesis académicas en analizar desde distintas perspectivas a los jóvenes principalmente y a todo lo que comprende su entorno, es por eso que dentro de su libro de “Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa”<sup>2</sup> expresa como “el gusto se definía básicamente por dos cosas: el género musical (al que se adscriben los jóvenes y su red o grupo de pares) y, por repertorios completos, es decir, el gusto y el consumo se articulaba a un género, un grupo, un disco, un álbum, prevalecía una especie de “definición” musical vinculada a una forma de leer el mundo”<sup>3</sup>.

Las cuestiones identitarias se van forjando desde la infancia mediante sonidos musicales, televisivos y demás que se generalizan no en la escucha enfatizada sino en el oír efímero. Se han utilizado con recursividad los avances tecnológicos que han facilitado en cierta manera disfrutar de estos sonidos en una mayor frecuencia; aparatos como celulares, televisores y la internet, le han resuelto la vida al consumidor de estos medios al volver tan factible el escuchar música.

La cultura se construye en relación mutua con los actos significativos y simbólicos que giran en torno a la música, las tradiciones culturales desde los años 60 han utilizado de la música como un apoyo de enriquecimiento para estas mismas. Las experiencias importantes de las tradiciones culturales se presentan desde la época

---

<sup>1</sup>REGUILLO CRUZ, Rosana. Emergencias culturales. Estrategias del desencanto. Bogotá: Grupo editorial norma, 2000.

<sup>2</sup>REGUILLO CRUZ, Rosana. Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. 2001. [en línea] (<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/ppperiod/comsoc/revista18/6.pdf>)

<sup>3</sup> Ibíd., p. 13.

antigua es por eso que con el pasar del tiempo, el contexto de cada momento de la música se han presentado cambios significativos. Uno de los máximos exponentes George Herbert Mead del interaccionismo simbólico pone así gran énfasis en la importancia del significado e interpretación como procesos humanos esenciales. La gente crea significados compartidos en prácticas culturales a través de diferentes manifestaciones, como, por ejemplo: las fiestas de cumpleaños, los 15 años de las hijas e inclusive las ferias de la ciudad.

Es preciso recolectar información cualitativa respecto a las tradiciones culturales y el consumo en los jóvenes debido a que han agregado novedades a las antiguas tradiciones que se han abarcado a lo largo de los años, resulta relevante visibilizar esta práctica, analizar esta temática y sentar las bases para investigar el rompimiento que generan los medios a estas tradiciones para facilitar la evolución.

## **Formulación de la pregunta**

¿Es la música un factor constituyente del comportamiento disruptivo que han tenido los jóvenes en cuanto a las herencias musicales y las tradiciones culturales?

## **Objetivos**

## **Objetivo general**

Analizar las tradiciones culturales, las identidades y el consumo musical en jóvenes generado a través del tiempo y los cambios tecnológicos tales como las plataformas digitales y el consumo masivos de las TIC.

## **Objetivos específicos**

- Identificar aspectos socioculturales de las tradiciones musicales en distintos momentos de la historia, es decir, la época de los 60 y la actual.
- Analizar los gustos musicales, que presentan una serie de cambios en la población juvenil, para identificar el consumo y la identidad.
- Establecer las prácticas culturales que se desarrollan en torno a la música y evidenciar sus cambios a través de las TIC.

## **Justificación**

El interés particular de nuestro proyecto de investigación tiene como finalidad establecer un panorama que se fundamenta en cómo ha evolucionado la música y como esta sigue siendo constructor de identidad en los jóvenes. Las brechas analizadas se centrarán en dos épocas, una se centrará en los años sesenta y la otra tiene como escenario la actualidad, dicha transversalidad será o acarreará toda la evolución que conlleve la época analizada.

Existen dentro de este trabajo investigativo diversas aristas o campos a estudiar dentro y fuera de la música, en sus inicios y en su contemporaneidad. En su forma de comunicar sentimiento desde época primitivas, un ejemplo claro son los años 60 que es señalada con frecuencia como una época de cambios sociales y políticos “ El contexto político y social en el que vivían aquellos jóvenes de la posguerra no era para nada alentador. El rock, entonces, cumplió con esa función liberadora de represiones y permite a la audiencia salir de su insatisfacción y los problemas que los preocupan”<sup>4</sup> las tribus acompañaron con cánticos sus rituales, y las características de dichos cánticos varían dependiendo del tipo de celebración.

Es tan fuerte la relación música-cultura, que es casi imposible mencionar una época o periodo de tiempo sin relacionarla a los artistas y géneros musicales propios, “Este criterio de clasificación remite a las figuras que ambos grupos emulan como imagen de su representación del ser joven. Generalmente en ambos grupos de jóvenes están relacionados con los grupos de música o sus cantantes favoritos”<sup>5</sup> es por esto que nuestro grupo desea analizar por medio de encuestas, entrevistas, y documentos teóricos relacionados, para concluir a lo largo de los años lo que se ha conservado en múltiples gustos y costumbres, dentro de ellos la música como reflejo de nuestro actuar, pensar y relacionamiento interpersonal.

Del mismo modo “La música presenta mil engranajes de carácter social, se inserta profundamente en la colectividad humana, recibe múltiples estímulos ambientales

---

<sup>4</sup> AGUILAR, Miguel. Rock y sociedad en la década de los 60's y 70's: La relación social y política entre el fenómeno de la música rock y su impacto en la sociedad. Universidad Iberoamericana. Mexico. Pag. 3.

<sup>5</sup> BERMÚDEZ, Emilia. Consumo cultural y representación de identidades juveniles. Universidad del Zulia, 2001, Pag. 22.

y crea, a su vez, nuevas relaciones entre los hombres” (Como se cita HORMIGOS, Jaime & CABELLO, Antonio. 2004)<sup>6</sup>.

No es la cultura ni los problemas sociales los que definen la música, así como tampoco es la música la que define la identidad cultural de un grupo, sino que la música es un factor característico de una cultura, pues expresa las problemáticas y sentimientos, mientras crea nuevos rasgos que identifican a sus grupos.

Con base en lo anterior, se hace evidente que el análisis musical de un grupo nos puede decir mucho sobre el comportamiento y la forma de pensar del mismo, puesto que como ya lo decíamos detrás de los contenidos culturales/artísticos hay factores que se convierten en gestores de identidad dentro de los contextos sociales. Razón por la cual es más que justificado caracterizar y estudiar la música con el fin de comprender la razón del comportamiento humano, enmarcado dentro de los espacios y acontecimientos de su propia época.

Por tal motivo, con este trabajo se pretende encontrar una relación ideológica entre el tipo de música, sus oyentes y sus principales exponentes. Aclarando que la identidad musical en la actualidad va mucho más allá de acontecimientos sociales, pues gracias a la existencia de la tecnología, la selección musical se hace más por gustos y compatibilidad ideológica.

---

<sup>6</sup> HORMIGOS, Jaime & CABELLO, Antonio. La construcción de la identidad juvenil a través de la música. Universidad Rey Juan Carlos, España.2014.

## Capítulo 1. Marco teórico

Es evidente que las sociedades contemporáneas aún conservan el mismo gusto por la música, sin embargo, la interpretación es una herencia mutante que dependerá siempre de los contextos sociales, culturales, políticos, económicos y religiosos para su desarrollo. La diferencia de las dos muestras poblacionales es de 60 años, por ende, existen distintos aspectos que han cambiado en ese contexto, tales como: el gusto, el género, la forma en cómo se escucha y la forma en cómo construye identidad.

Ahora bien, como ya lo dijimos, la música se convierte en parte fundamental para la construcción de identidad en donde los jóvenes gestan una apropiación pertinente de las expresiones que hay detrás de cada letra y por supuesto, también se apropia de un significado o valoración cultural.

Sin importar el contexto, la juventud lleva consigo el sentimiento de alegría y valor al lucir con orgullo la insignia de los nuevos portadores de la cultura, pues hace de ellos un movimiento masivo donde el pensar deja de ser de uno solo y se convierte en un pensamiento colectivo, debido a que se condensan grupos sociales y hacen que la música se convierta en la brújula de la vida, es por esto que “[...] los jóvenes son limitados en función de movilizarse como futuros actores sociales, aumentando su capacidad innovadora para interpretar y transformar las redes simbólicas que construyen la realidad en la que hacen parte, la cual los obliga a cohesionarse como símbolos y códigos con significado que según la percepción de la vida le dan sentidos a aquellos vacíos filogenéticos como sujetos de deseo”<sup>7</sup>.

Actualmente, la condición de la juventud es entendida como el “periodo entre la madurez biológica y la madurez social”<sup>8</sup>, y es ahí cuando hablamos del despliegue al sistema familiar, pues los jóvenes se convierten en seres independientes, autónomos y que tienen claridad sobre las divergencias culturales. A causa de esto

---

<sup>7</sup> MAX-NEEF, Manfred. Acto creativo. En conferencia dictada. Bogotá, 1991.

<sup>8</sup> CUBIDES, Humberto. Et al. Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades. Bogotá: siglo del Hombre editores, 1998. P.4

se diversifican las concepciones musicales en el mundo que son fundamento para demarcar los signos que los diferencian de las representaciones impuestas, edificando de este modo el concepto "identidad" o "identidades" y, a su vez vínculos simbólicos constituyentes de las tribus urbanas y subculturas juveniles.

Las diferentes inclinaciones musicales juegan un papel central como elementos de identificación y diferenciación para las culturas juveniles, puesto que “el descubrimiento de las músicas, de los ritmos, de las letras de las canciones los pone en contacto con visiones afines que van a integrarse sin demasiadas dificultades en las expresiones de carácter más local”<sup>9</sup>. No solo se trata de un consumo pasivo de la música como fue en los años setenta “los grandes del Rock muestran su insatisfacción en la filosofía y la religión de la sociedad capitalista”<sup>10</sup>, llamando la atención con sus ritmos y propuestas musicales.

Los “*asimilados*”, los llamados mercados flexibles, así los denomina Rossana Reguillo en su artículo “Jóvenes en la encrucijada contemporánea: en busca de un relato de futuro, son aquellos que han asumido las condiciones del mercado y que aceptan las lógicas y mecanismos a su alcance”<sup>11</sup> de acuerdo a esto, son los jóvenes quienes han discrepado acerca de lo que hoy se conoce como cultura, como tradición, pues le dan una característica joven abordando temas desde una perspectiva crítica.

Con el pasar de los años, las tradiciones y costumbres han transcurrido por diferentes receptores dentro del contexto juvenil, pues la música ha protagonizado diferentes momentos, como lo fueron los comienzos del rock dejando una gran marca en el mundo a través del disco y la radio, “esta música era considerada por la letra de sus canciones ser ‘izquierda’, aun así el rock fue un instrumento eficaz

---

<sup>9</sup> REGUILLO CRUZ, Rossana. Emergencias culturales. Estrategias del desencanto. Bogotá: Grupo editorial norma, 2000. 49-73;97-139

<sup>10</sup> *Ibíd.*, p. 13.

<sup>11</sup> *Ibíd.*, p. 13.

de establecer el orden de ideas y proponer de una manera ingenua y utópica, para un mundo mejor”<sup>12</sup>.

El hipismo, una cultura que marcó un gran auge en los 60, “desde su llegada se convirtió en un folclor ancestral y cultural indígena, estableciendo comunas en el que los hippies se dedicaron a la artesanía, a vender ropa hindú, incienso”<sup>13</sup>. Muchos cantantes adhirieron este movimiento a su estilo de vida y componiendo canciones.

A fines de la década de los 60 la cultura punk comenzó su boom mediático, ya sea por sus apariciones en las calles como así también por el gran desarrollo que tenía su música. Cautivaba a los jóvenes, llamando su atención gracias a sus melodías violentas o sus letras de rechazo a la sociedad.

“La cultura punk siempre fue una cultura marginada y se la ha considerado la sombra de la sociedad ya que maneja pensamientos muy oscuros y una forma particular de ver la vida y la sociedad”<sup>14</sup>. El punk pasó por varias etapas desde el rechazo hasta la adoración, surgiendo como un movimiento social pero pronto se transformó en lo que es hoy en día: “una moda” sin entender su verdadero significado. Para poder entender más a fondo la transición de las tradiciones culturales a través de la historia en los jóvenes por medio de las nuevas tecnologías, es de suma importancia en primer momento conocer el concepto de tradiciones, es decir, de lo que es cotidiano dentro de un contexto social y a su vez cuáles son los factores más influyentes para desarrollar dicho significado en la mente de los jóvenes enfocado a las tradiciones y a la identidad misma de cada sujeto. “Si entendemos que hablar de cultura es hablar de un “nosotros” que constituye la base de las identidades sociales, fundadas en las formas simbólica”<sup>15</sup>.

---

<sup>12</sup> TIRADO, Álvaro. Los años sesenta- Una revolución en la cultura.2014

<sup>13</sup> GADEA, Carlos. Vanguardias político-culturales y la prehistoria de lo posmoderno en América Latina.

<sup>14</sup> *Ibíd.*, p. 20.

<sup>15</sup> País Andrade, Marcela Alejandra. Cultura, juventud, identidad: una mirada socioantropológica del Programa Cultural en Barrios. Buenos Aires, AR: Estudios Sociológicos Editora, 2011. ProQuest ebrary. Web. 14 Octubre 2017. Pg. 42.

La cultura puede clasificarse en diferentes patrones y conductas sociales que rigen nuestra forma de actuar dentro de una comunidad y que su vez crea modelos en nuestra identidad, estableciendo diferencias entre los diferentes individuos que hacen parte de un entorno.

La música o demás contenidos culturales no solo se deben ver como un comportamiento ligado a las estructuras del sistema social, pues adquirir o formar parte de algo fuera de ello hace hablar de la cultura como algo creativo, algo que está cumpliendo objetivos de gustos, intereses e inclinación que envuelve todo un proceso de identidad. Ahora bien la música como instrumento de unión social, - donde es llevada a la práctica comercial y lucrativa de los procesos económicos, “ante esto, se hizo necesario reevaluar las nuevas modalidades que asumió la oferta y la demanda de los consumos culturales las cuales parecían generar, desde hace décadas, nuevas formas en que los sujetos eran y se representaban como pertenecientes o no a determinados sectores sociales que disfrutaban del tiempo ocioso”<sup>16</sup> dicho esto la música tuvo gran impacto en la industria, generando interés en la sociedad por consumir de manera instantánea lo que se escuchaba en el momento.

---

<sup>16</sup> *Ibíd.*, p. 21.

## 1.1. Estado del arte

### 1.1.1. Consumo cultural y representación de identidades juveniles<sup>17</sup>

Se ha abierto un debate mundial significativo acerca del mercado y consumo de bienes simbólicos, de la construcción de un imaginario globalizado y acerca de las nuevas maneras de articular lo propio o lo local<sup>18</sup>

Actualmente el consumo cultural ha dejado de ser algo de temas financieros, económicos y de áreas a fines, pues ahora entra en el concepto de un proceso social que implica representaciones simbólicas, culturales y sobre todo de la construcción de identidades, costumbres y gustos musicales. Mediante el proceso de globalización se abre problemáticas e interrogantes sobre cómo las nuevas prácticas de consumo pueden afectar el sentido de aquellos que son actores sociales.

Según García Canclini, existen barreras gubernamentales, organizaciones e instituciones religiosas, que han desorientado el término 'consumo cultural', pues si bien hay una relación entre consumismo y sociedad de consumo, pero el consumo cultural trasciende a los jóvenes o a la juventud en su esencia, pues las posiciones que ellos conservan acerca de la conceptualización de dicho término es muy variada, debido a sus tradiciones, sociales y familiares, de ellas extraen el ser de lo tradicional y lo de ahora; lo que arrastra consigo la mirada errónea sobre la complejidad del mundo cultural y construcción de lo imaginario de la juventud.

---

<sup>17</sup> BERMÚDEZ, Emilia. Consumo cultural y construcción de representaciones de identidades juveniles. Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos. Maracaibo, Venezuela

<sup>18</sup> Ibid. pag. 4.

Ahora bien, el consumo es la interpretación del conjunto de tradiciones culturales, que desprenden aquellas identidades sociales del medio para expresar diferencias. Los hábitos son el papel central en la construcción de ese gusto y la clasificación de los medios, que orientan hacia la práctica de consumo, pues este enfoque se desarrolla como los signos distintivos y su relación de los símbolos de distinción para lograr satisfacer la necesidad llamada identidad. 'El consumo en el sistema del capitalismo occidental de finales del siglo XX puede verse como un proceso social que implica símbolos y signos culturales y no como un simple proceso económico utilitario'<sup>19</sup>

El valor de lo simbólico prevalece de los procesos de apropiación del ser humano, pues al darle un significado sobre los valores de uso, genera un cambio sobre la percepción del otro formando una relación donde interactúan y asignan sentido a la construcción de identidad o a la trascendencia de lo tradicional. Los principios de personalidad se construyen sobre diversas bases y elementos sólidos, que le dan un giro a los condicionantes que impone la dinámica social, así mismo como hay jóvenes que no tiene como referentes a sus tradiciones, experiencias e historia, pues todos los procesos globales impulsan nuevos avances tecnológicos y mediáticos que cambian y que según su contexto construyen las experiencias de vida sobre los símbolos culturales provenientes de múltiples lugares, pero que generan una fugaz permanencia.

“La apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que someten, los motivos de su selección”<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> BERMÚDEZ, Emilia. Consumo cultural y construcción de representaciones de identidades juveniles. Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Centro de Estudios Sociológicos y Antropológicos. Maracaibo, Venezuela.

<sup>20</sup> Ibid

### **1.1.2. Sociología de la Juventud. Una revisión - Taguenca Belmonte, Juan Antonio**

La década de los 60 y 70 fue una coyuntura vital para la proliferación de las nuevas juventudes. Dicha pluralidad social juvenil se vitalizó en defensa de los derechos humanos, en la rebelión hacia la represión monárquica o estatal, en la inclusión de las nuevas sexualidades y las nuevas formas de ser, entre otras. La sociología es la ciencia que estudia el comportamiento del contexto social, aquí en este artículo se enfatiza en el comportamiento de la juventudes, en cómo la música u otras formas de hacer arte influyeron en el derrocamiento de dictaduras, en la rebelión producida por minorías como los disturbios en Stonewall que dio inicio a la lucha de los derechos homosexuales en protesta contra una radada policial que tuvo lugar el día 28 de junio de 1969 en Estados Unidos, entre otras. A su vez, el autor también cómo después de dichos actos denotaron que existe un contexto cada más diferente y empezaron con la creación de políticas públicas que beneficien a los jóvenes, a tal punto que 1985 fue el año de la juventud. A partir de dicha notoriedad de los jóvenes se han creado desde distintas periferias actividades o cátedras que aborden las temáticas que rodeen tales como problemáticas sociales, familiares y demás.

### **1.1.3. Legado de la música con luz propia**

En los años 60 la agrupación Cofradía de la Flor Solar, se encargaron de que una letra rime con la música, los errores, los antojos y hasta las propias limitaciones era algo positivo y artístico, esto fue lo que marcó en la época del rock platense.

Federico Moura, modificó la acentuación en el tema imágenes paganas, de ahí en adelante otros cantantes platenses empezaron hacer el mismo, “fingir sus voces”, como dice Sergio Pángaro como una “vida casting”.

Entre fines de los años 70 y empezando los 80, Virus y Patricio Rey, le dieron fin a la era del rock nacional y en la época de los 90 llegó el legado platense que brilló con luz propia; Virus renovó el erario del Rock nacional bajo la influencia de la new-wave y synth-pop. Marcelo Moura citó como influencias necesarias de esa época a: Roxy Music, David Bowie, psychedelic Furs y Devo.

Aunque las canciones pop fueron las que acabaron con la era del rock platense de los años 90, los únicos que lograron sobrevivir en este género fueron los Peligrosos Gorriones, se caracterizaban por tener un sonido más denso; Muchos artistas platenses no buscaban la fama ni el dinero, solo les importaba la parte artística como Gustavo Astarita (cantante de la Mr.A), que decía: “ al estar en la plata no me preservo yo, pero se preserva la obra de arte”.

El Rock platense en los años 90, sufrió la marginación; surgieron los babasónicos, fue un género, electro-rock; también surgieron los primeros Hippies: La Cofradía; los primeros punks: Los Baraja; los primeros modernos: Virus; los primeros sónicos (Las Canoplas); el primer grupo trance (Audioperú); los primeros que hicieron resurgir el rock barrial (Guasones).

El punk es un género que experimenta oscuridad, gusto por el kitsch y lo bizarro; son letras no lineales que hacen parte del repertorio platense. Al principio de los años 90 aparecen grupos como Estelares, Los Peligrosos Gorriones. Una característica que los identificaba era que no gritaban; uno de estos artistas que han influenciado el rock platense, es Andrés Calamaro, canciones como: (ready-mades).

El periodista David Nassi, director de la desaparecida revista El Avispero, explicó que rock platense se nutrió con las virtudes de Pandolfo; fue el primero que trajo al rock argentino la influencia de grupos británicos como: The Cure, Joy Division y Orange Juice.

Los cantantes platenses profesan la ética de la vivisección, se caracteriza por cultivar un rock de ritmos ágiles y veloces, guitarras nerviosas, palabras intrépidas

y una toma de distancia permanente de las expectativas del público. La identidad platense no se construye solo de lo musical sino desde lo social.

El rock platense de los años 90 tuvo que esperar hasta la actualidad para alcanzar reconocimiento en el ámbito nacional; con esto vino muchos cambios, cambio de ciudad, nuevas discográficas, contratos, obligaciones que poco a poco fueron perdiendo su identidad. Como dice el periodista Oscar Jalil: “cada diez años el rock platense engendra monstruos”.

#### **1.1.4. El consumo de la música en la era digital**

“Los consumos musicales juveniles se han convertido, desde la irrupción de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en un objeto de estudio privilegiado para entender la articulación entre música, jóvenes y nuevas tecnologías”<sup>21</sup>. Se ve claramente cómo los jóvenes han cambiado sus hábitos de consumir melodías, debido a que la tecnología ha contribuido a que la música sea un elemento omnipresente en la vida de los adolescentes.

La música debe ser considerada como algo primordial del consumo cultural, debido a que los jóvenes construyen una identidad social que son procesos relacionados que se conforman en la interacción social. “Existen diferentes formas de identificación cuyos límites de adscripción se establecen principalmente por la posición de los otros y no por una definición grupal compartida que trate de ganar sus propios espacios de reconocimiento”<sup>22</sup>, esto permite analizar las distintas configuraciones del mundo en el mercado de consumo y las industrias culturales.

Las generaciones han estado marcadas por la tecnología y la música se ha beneficiado de ella a lo largo del tiempo por los cambios respecto a la portabilidad,

---

<sup>21</sup> RIVERA, Sergio & CARRICO, Bruno.. Los consumos juveniles de música en la era digital: un estudio de caso en la Zona Metropolitana de Querétaro. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. 2015.

<sup>22</sup> CUBIDES, Humberto.. Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilizaciones. Bogotá. 1998.

la miniaturización y la inmaterialidad, es por esto que “Los jóvenes de las diferentes generaciones han consumido música y la han usado para diversos fines, lo cual hace de la tecnología una variable crucial en la configuración de sus prácticas de consumo musical”<sup>23</sup>.

## Capítulo 2. Metodología

El tema de nuestro proyecto de investigación se establece con el título “tradiciones culturales y su consumo en los jóvenes”. Dicho proyecto tiene como finalidad analizar el consumo de música en los jóvenes, es por esto que durante su transcurso se llevará a cabo una comparación en dos momentos (años 60 y actualidad), esta transversalidad recogerá la evolución que obtenga la época analizada. Empezamos con una recolección de información, en la cual investigamos diferentes autores de teorías de culturas juveniles como Rossana Reguillo y referentes en teorías de consumo como Néstor García Canclini.

### 2.1. Definición de la muestra

Los sitios pensados también estratégicamente para captar la información de los jóvenes fueron específicamente el parque San Pío y la Universidad Autónoma de Bucaramanga, allí en estos dos lugares se consiguieron las respuestas que se tienen del segmento de jóvenes. Existe, como se puede observar, un rango de equitativo entre hombres y mujeres encuestados en la parte de jóvenes debido a que allí el contexto si permitía equilibrar las respuestas para lograr obtener o abstraer la percepción de dos perspectivas diferentes. En los adultos el contexto de encuestados no equilibrado debido a factores del escenario en donde se aplicó

---

<sup>23</sup> RIVERA, Sergio & CARRICO, Bruno. Los consumos juveniles de música en la era digital: un estudio de caso en la Zona Metropolitana de Querétaro. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá. 2015.

el instrumento recolector de información, dichos escenarios fueron parque, iglesias, plazas de mercado, entre otros.

## **2.2. Tipo y método de investigación**

El tipo de investigación utilizada dentro de esta investigación, es comparativa, puesto que en una primera instancia queremos evidenciar ¿Qué tanto ha cambiado el contexto musical y los jóvenes? Claramente, evidenciar diferencias u similitudes es la mejor manera de comprender y dar respuesta a las incógnitas planteadas, a su vez, enfoque de esta investigación está centrado en el análisis de los aspectos socio culturales, es decir, tiene un método netamente cualitativo puesto que basará en la comparación de información recogida de manera tangible (datos) e intangible (relatos y demás cosas que se nos pudiese contar). A su vez, para narrar el contexto de la época actual se contará con el mismo instrumento, la encuesta, y se recogerá información por medio de análisis a plataformas digitales como lo son *YouTube*, *Spotify*, *Deezer*, *iTunes*, entre otras.

## **2.3. Instrumentos de recolección de información**

Los instrumentos que se utilizarán para la respectiva recolección de información se dio por medio de la aplicación de 100 encuestas a un público que es claramente pertinente para que dicha información esté segmentada de manera equitativa y se pueda recoger información precisa con un alto porcentaje de probabilidad, pues al tener 100 encuestados podemos tener una mirada más amplia sobre el tema de investigación, por ende, este público segmentado de la manera más pertinente y equitativa nos arrojaría una percepción más holística , a su vez estas nos dictaminan percepciones distintas por el contexto escogido debido a que las preguntas desglosaron diferencias no planteadas como hipótesis. De esas encuestas se realizarán 50 para personas que tuvieron alrededor de 15 a 22 años en 1960, debido a que es un rango de edad generacional de 60 años, lo que nos

ayudará a tener un pensamiento más condensado sobre las decisiones que fueron cruciales dentro del contexto social.

Dichos instrumentos fueron basados en un diseño tradicional, pues las encuestas además de analizar aspectos socio-culturales de las dos épocas, buscan tener un acercamiento conversacional con dicha muestra. Si bien las encuestas fueron diseñadas pregunta con diferentes opciones de respuestas, pues nuestro enfoque a la hora de formular el enunciado, no era sólo recoger una respuesta, sino que dicho resultado arrojará toda una serie de experiencias, costumbres, aspectos relevantes que enriquecieron la información y el resultado de nuestra investigación.

Dentro de este instrumento postulamos incógnitas a partir de gustos musicales, tradiciones culturales y preferencias sociales; preguntas tales como: ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué? ¿Qué género de música solía escuchar en su juventud? entre otras.

### **2.3.1. Encuestas**

El diseño metodológico aplicado tuvo como fin responder a la pregunta ¿Cómo vamos a recolectar la información? Además, se definió los factores y aspectos que serían la base para formular las preguntas a responder (Gustos musicales y tradiciones culturales), así mismo, el tipo de preguntas, si serían cerradas de múltiples respuestas o preguntas abiertas.

## **Adultos**

- 1. En la época de su adolescencia ¿por qué medio escuchaba música?**
- 2. ¿Qué género de música solía escuchaba en su juventud?**

3. **¿Aún escucha ese tipo de música?**
4. **Si su anterior respuesta fue no ¿Qué música escucha actualmente?**
5. **¿Cuál cree usted es la razón de su gusto musical?**
6. **¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?**
7. **¿Cómo el gusto musical marco aspectos de su vida?**

## **Jóvenes**

1. **¿Por qué medio tecnológico suele escuchar música?**
2. **¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?**
3. **¿Con qué frecuencia escucha música?**
4. **¿Cuáles son esos géneros musicales prefiere?**
5. **¿A qué horarios acostumbra escuchar la música de su preferencia?**
6. **¿Qué actividades realiza, mientras escucha la música de su preferencia?**
7. **¿Con quién escucha la música de su preferencia?**
8. **¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?**
9. **¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué?**

**10. ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué?**

## **2.3.2. Validación**

### **Encuesta piloto (Jóvenes)**

La prueba piloto se realizó con el fin de validar la claridad de las preguntas y así obtener una base de datos sólida y así desprender la encuesta final.

Comentarios de encuestados:

En la encuesta que realizaron, los jóvenes de 15 a 25 años (50 encuestados), nos retroalimentaron sobre la preguntas y su respuesta fue que se confunden con la pregunta número cinco, ya que tiene variedad en sus respuestas, que distorsiona dicha encuesta y que probablemente por tener la opción de respuesta abierta era posible que no se llegaran a lograr dicho objetivo ya que muchas personas prefieren no contestar dicho punto, también nos surgió profundizar en la pregunta número cuatro: “¿Cuáles son esos géneros musicales que prefiere?” ya que se encuentra interesante y se puede llegar a tener resultados interesantes en dicho análisis.

### **Encuesta piloto (Adultos)**

#### **Desarrollo**

Respecto a la prueba piloto que se realizó a las personas adultas, fue un poco más complicado ya que muchas de estas no relacionaban bien sus respuestas con las

preguntas en especial: “¿Qué género de música solía escuchaba en su juventud?” en ocasiones empezaban a contar sus anécdotas e historias de vida respecto a la música.

### **Comentarios**

Para las personas adultas la encuesta estaba bien relacionada con el tema a tratar, pues entendían las preguntas, aunque a veces se desviaba del tema, lograban responder las preguntas, solo una de ellas opino que las preguntas debía haberse proyectado a ser más abiertas. Entre otras, sin comentarios de corrección o subgerencias.

## **Capítulo 3. Análisis**

La muestra poblacional definida dentro de la metodología del trabajo investigativo, fueron de 100 personas, la que se segmenta entre 50 jóvenes que en el 2018 están dentro de las edades de 18 a 25 años, y 50 adultos quienes en el año 1960 tuvieron el mismo rango de edad. La información recolectada arroja que existe un lapso de 58 años entre los dos segmentos poblacionales de jóvenes y adultos.

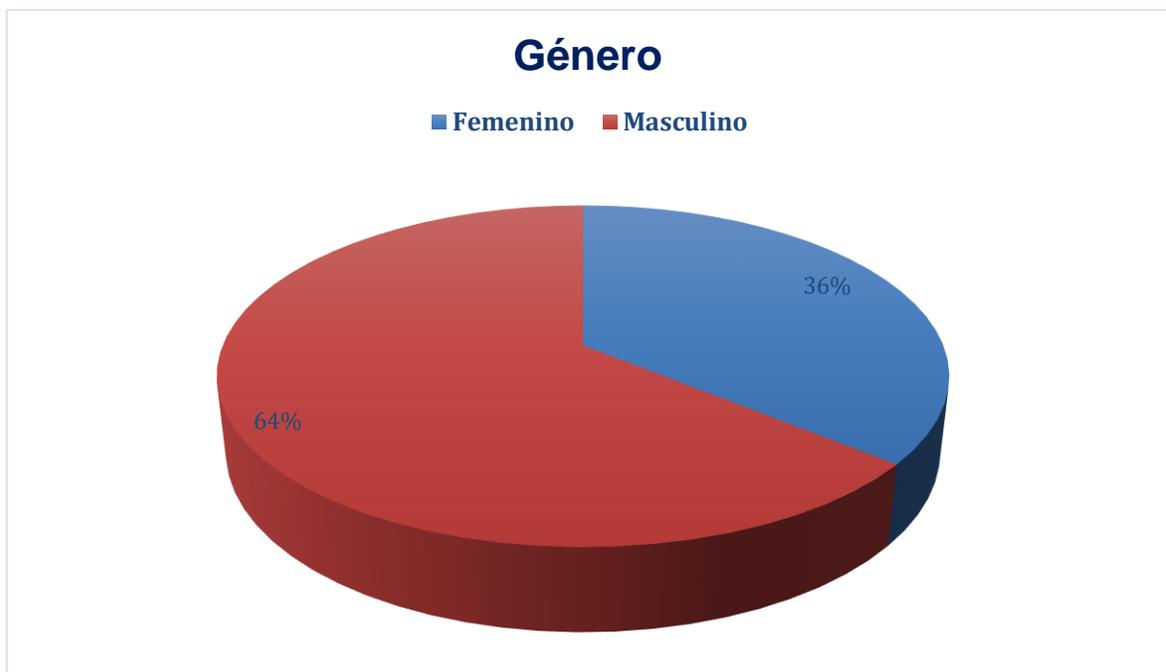
Las experiencias que surgieron en términos de confianza hacia el grupo de trabajo por parte de los encuestados, son de cierta manera los avances que facilitan la comprensión del contexto de la época desde distintas periferias tales como: gastronomía, educación, política, sociedad, tradiciones y claramente, desde la cultura, se desliga el eje focal de esta investigación, la música. Ahora, se debe recalcar que cada segmento poblacional escogido como muestra tiene claramente la finalidad de comprender los dos lados de la balanza del contexto de las épocas escogidas en esta investigación.

El análisis de las dos encuestas se hará de manera paralela buscando así comparar las respuestas para tener una comprensión más clara de las dos épocas. La primera pregunta para las dos encuestas (Adultos – Jóvenes) estuvo enfocada

al género (sexo) de los encuestados, dicha recolección de información sucedió conforme al contexto, las respuestas fueron las siguientes:

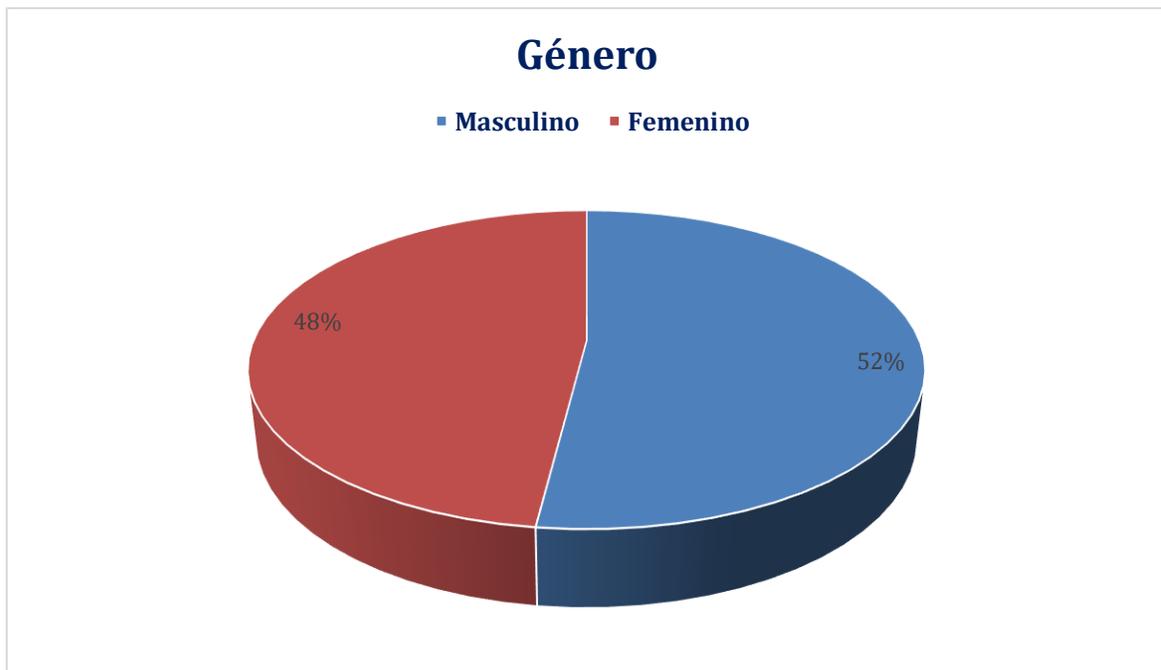
- **Encuesta adultos**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	18	36%
Femenino	32	64%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



- **Encuesta jóvenes**

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	26	52%
Femenino	24	48%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Ahora, en los jóvenes podemos evidenciar que un 86% son estudiantes universitarios de pregrado, es decir que 43 personas tienen acceso a educación y 24 de estas personas son mujeres; La siguiente pregunta tiene similitud para las dos partes de los encuestados porque esta tuvo como objetivo captar información sobre por cuál medio los 100 encuestados escuchaban y escuchan su género

preferido en etapas como la adolescencia, por esto la pregunta de la población adulta se formuló en pasado:

**En la época de su adolescencia ¿Por qué medio escuchaba música?**

<b>Medios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Discos	5	10%
Discotecas	3	6%
Presentaciones públicas	3	6%
Fiestas	5	10%
Radio	34	68%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Por razones lógicas y predecibles en el momento en que se estructuró la encuesta de los adultos, existía una inclinación por parte del equipo de trabajo, a que la radio iba a tener un mayor porcentaje y esto lo sabíamos por las experiencias de nuestros padres, abuelos y personas adultas, porque son ellos los principales espectadores de este trance crucial de tecnología, solo ellos saben cómo hemos llegado hasta aquí en términos de evolución. Esta inclinación justamente partió desde la percepción grupal, en donde primer lugar se encontraba la radio y el segundo fueron las otras posibles opciones diferentes a la radio, tales como: discos musicales, fiestas, presentaciones públicas y discotecas. El segmento de los adultos brindaron un preludio sobre las posibles respuestas que se obtendrían de los encuestados y efectivamente fue así, porque en el trabajo de campo muchas personas específicamente las que participaron de la encuesta y las que no, elogiaron a la memoria con recuerdos de su infancia entre lágrimas y gracejos, en que manifestaron que era “la radio Sutatenza nació en 1947 como una emisora rural de carácter cultural”<sup>24</sup> la que tenía más popularidad por aquella década y es a quien le expresan agradecimiento por la distracción o el entretenimiento que esta pudo generales. La radio mencionada empezó a constituirse en 1950 y fue teniendo el auge pertinente de la época puesto que la radio era en ese entonces casi de los únicos medios de distracción que tuvieron las personas en la década del 60 y 70, acompañado de programas de televisión como “El show de Jimmy”.

En efecto, de la muestra poblacional también se concluye que, como ya lo dijimos, la radio con un 68% era para los encuestados un instrumento donde pasaban su tiempo de ocio, que obtenían después de realizar las labores de la casa o por buenas calificaciones<sup>25</sup>. Las demás opciones, tuvieron una acogida mínima y esto concluye a que un 10% equivale a los discos musicales, las fiestas y, las discotecas y presentaciones públicas se redimen en un 6%.

---

<sup>24</sup> VACA, Hernando. (1947-1989). Procesos interactivos mediáticos de Radio Sutatenza con los campesinos de Colombia. [file:///C:/Users/497883/Downloads/2497-Texto%20del%20art%C3%ADculo-8660-2-10-20131213.pdf].

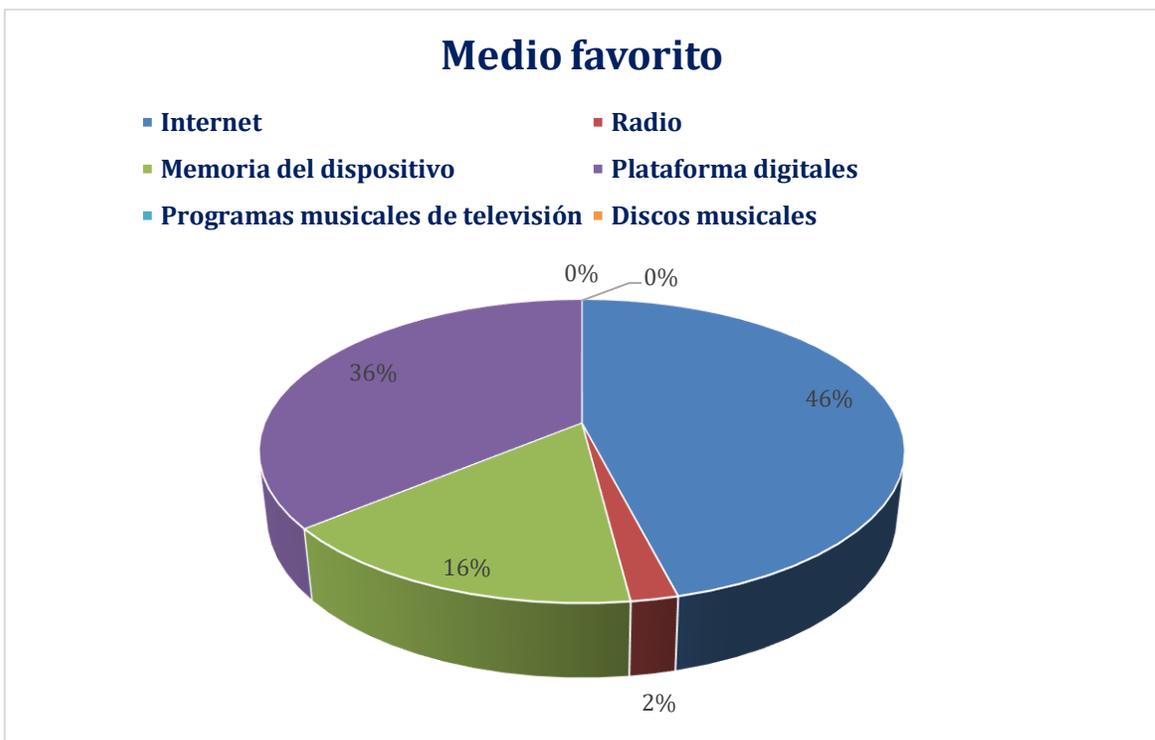
<sup>25</sup> Dicha aseveración surge entre la amena socialización mutua de la encuesta.

Con base a la anterior afirmación es pertinente analizar qué tanto han cambiado los índices de las respuestas ya mencionadas en un contexto como el actual: ¿Podría seguir la radio ocupando el primer lugar como principal instrumento de entretenimiento de los jóvenes actualmente? Y efectivamente, podríamos decir que no porque tenemos el pleno conocimiento de la concepción novedosa de evolución tecnológica, puesto que las plataformas en su medida han sabido desterrar y mitigar el uso de la radio como medio de distracción o como su principal instrumento para escuchar música. Dentro de las bases sólidas conceptuales que fundamentan este proyecto, está la autonomía que visible o de fácil análisis entre los dos contextos o épocas abordadas; ahora, con base a este tema se podría aseverar que hay cosas que paralelamente han cambiado, como por ejemplo, la forma de escuchar música y la autonomía que caracteriza a los jóvenes de ahora no es la misma autonomía de las personas que tuvieron 18 a 25 años en 1960 o en este segmento de adultos ¿Pudo haber existido entre ellos el valor de ser completamente autónomos o sus decisiones iban ceñidas a lo que pensaba la jerarquía familiar? ¿Podría existir esa influencia de los padres en las decisiones de los jóvenes de ahora? Por otro lado ¿Los encuestados en el ámbito de los jóvenes invertirán dinero en la compra de discos musicales o los famosos ‘elepés’? ¿Qué ocurrió en ese paso de los instrumentos o medios físicos a las intangibles plataformas digitales? Otra pregunta que se realizó al segmento poblacional de jóvenes fue la siguiente:

**¿Por qué medio tecnológico suele escuchar su música preferida?**

<b>Medio favorito</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Internet	23	46%
Radio	1	2%

Memoria del dispositivo	8	16%
Plataformas digitales	18	36%
Programas musicales de televisión	0	0%
Discos musicales	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Se observa un cambio drástico, La radio pasó de ser la más votada en la encuesta de adultos y aquí, en la encuesta de jóvenes solo obtuvo 1 voto. Las otras opciones que lideran esta encuesta son la Internet con un 46% y las plataformas digitales

(*YouTube*, *Spotify*, *Deezer* y demás) con un 36%. Las siguientes preguntas se analizarán de manera simultánea.

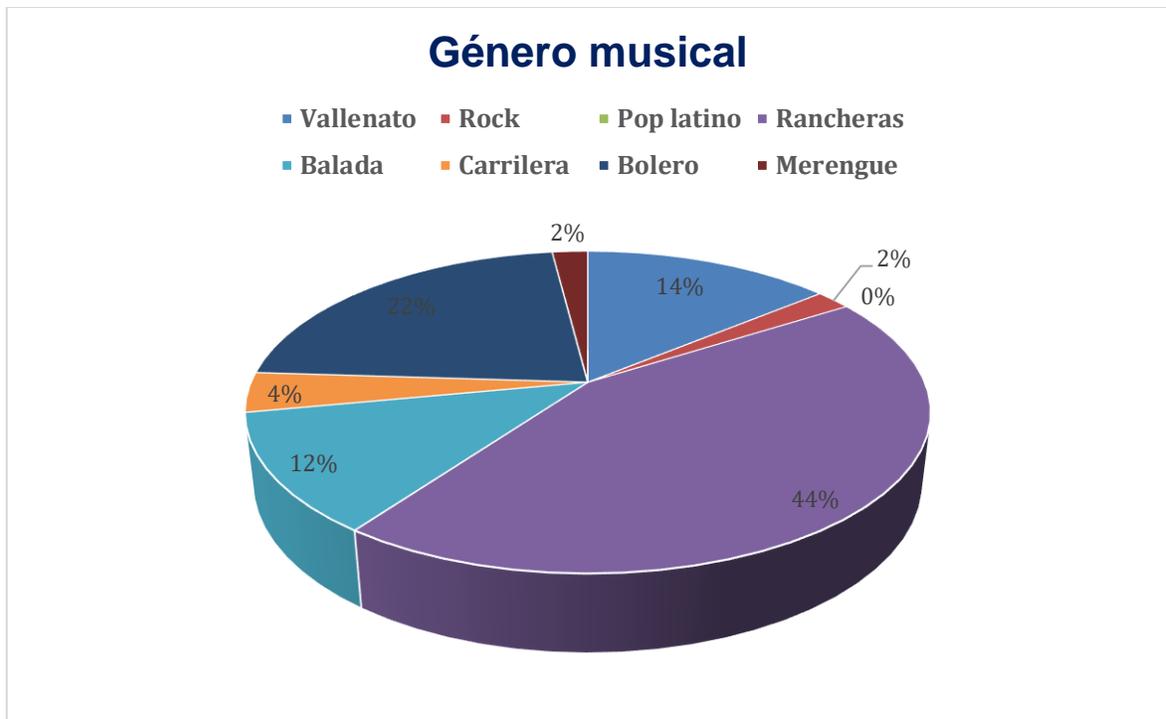
Por otra parte, si la investigación se hubiese hecho diez años atrás en donde apenas el auge de las plataformas como *YouTube* estaban tomando forma, esta respuesta de la “Internet y las plataformas digitales” no hubiesen sido una opción, puesto que en el año 1987 el medio que utilizaban para escuchar música era los fonógrafos que fue la primera máquina en capaz de grabar y reproducir sonido, debido a que estos conceptos modernos se forjaron con la llegada de las Web 2.0. Por otra parte, se podría aseverar que la opción que tendría más respuestas –en ese entonces-, sería la de “memoria de su dispositivo móvil (música descargada)”, esto también partiendo especialmente plataformas o páginas que debían descargarse en internet (Ares) y fue la que le dio la apertura a la demás, que persistió y a pesar de las fallas que le hacía a la computadora por los virus que traía consigo, la gente se sintió cómoda con ella.

Hablar de géneros musicales puede ser un tema con muchas aristas, principalmente porque se entraría en la búsqueda de la coyuntura del por qué ese gusto musical y no otro. Ahora, partiendo de la anterior idea se podría aseverar que el gusto musical de cada uno de los encuestados depende con cierto grado exclusividad a las costumbres o al entorno social, familiar, político y religioso en donde gira la persona. Como lo dice Andrade Marcela se hizo necesario reevaluar las modalidades de consumo culturales las cuales parecían generar formas en que los sujetos eran y se representaban en sectores sociales que disfrutaban de su tiempo de ocio, uno de estos fue la música generando interés en la sociedad.

Dentro de la encuesta hubo dos preguntas relevantes, una de estas fue para abordar el tema del gusto musical y la otra para saber la constancia o el grado de periodicidad con que el encuestado escucha actualmente su género preferido y lo resultados fueron los siguientes:

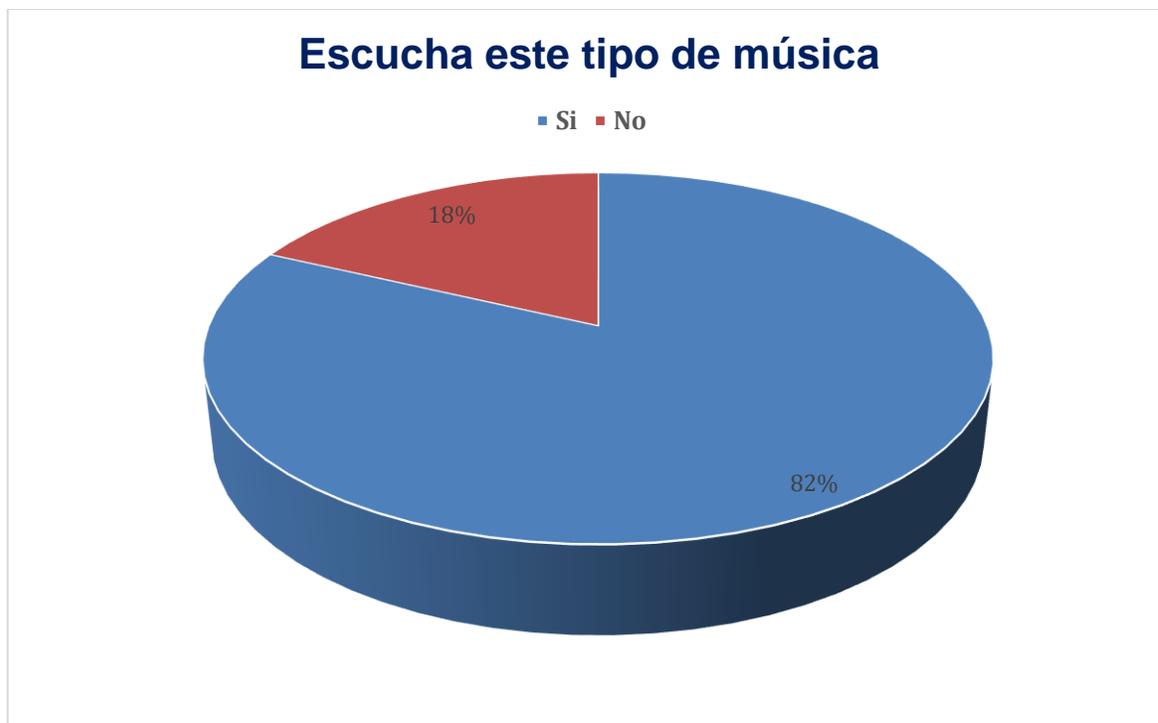
**¿Qué género de musical solía escuchar en su juventud?**

<b>Género musical</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Vallenato	7	14%
Rock	1	2%
Pop latino	0	0%
Rancheras	22	44%
Baladas	6	12%
Carrilera	2	4%
Bolero	11	22%
Merengue	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**¿Aún escucha ese tipo de música?**

Escucha este tipo de música	Frecuencia	Porcentaje
Sí	41	82%
No	9	18%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Al analizar la información planteada en el gráfico, evidenciamos que existe un alto porcentaje en rancheras y no en vallenatos, a su vez también que pop latino en la encuesta de adultos no tiene votos ¿Por qué? Estas preguntas a simple vista no suelen ser tan fáciles de responder, es decir, que la respuesta se contraste con el simple hecho de evidenciar cifras, no es suficiente al menos desde la perspectiva cualitativa y también porque la construcción del entorno o de todo lo que pasaba en los años 60 en cuanto a música, es un telón que se forjó y se seguirá forjando con base a relatos y experiencias de los encuestados, más no con vivencias propias y personales. Las respuestas a estas y otras incógnitas forjan divergencias que enriquecerían la investigación, principalmente porque no hay un punto de equilibrio en la votación, se ve claramente cómo la ranchera pondera muy alto con 22 votos y los boleros con 11 votos.

La ranchera –según cuentan los encuestados- era el género favorito no de ellos, sino de sus padres, es más, cuando traen a colación dichos recuerdos en cuanto al gusto musical, lo denominan como una “herencia”. Esta ponderación de las rancheras, claramente, tiene una razón de ser porque aparte de ser el género de

la época y de ser una herencia familiar “ante esta situación en la que la música ha sido absorbida por criterios estrictamente comerciales, todos aquellos estilos minoritarios, al apartarse de la corriente principal, se convierten, paradójicamente, en elementos importantes de donde arrancan poderosos criterios de identidad, especialmente para el público juvenil” (Hormigos y Cabello, A, 2004) <sup>26</sup>. Es por esto que se asevera que conforme a la +proliferación de la música y sus géneros, ha sido consecuente también la discrepancia y pluralidad social que cada vez tomó fuerza en países como: Estados Unidos, México y Brasil. De México podemos rescatar ese gusto o ese consumo por la ranchera, además, hay que ver también que los exponentes de la música de aquel entonces eran justamente cantantes de este género musical como: Antonio Aguilar, Pedro Infante y demás.

La siguiente pregunta de los adultos fue acerca de conocer, si las personas encuestadas aún escuchan el tipo de música que escuchaba en los años 60, a lo cual obtuvimos respuestas que no esperábamos, puesto que el 82% respondió que sí seguía escuchando la misma música que en su época, mientras que un 18% aseveró que no porque a medida que fue pasando el tiempo tuvieron nuevos gustos e inclusive llegaron nuevos géneros musicales que tuvieron una acogida por parte de los adultos. A través de las respuestas expresadas con antelación acerca de si aún escuchan este tipo de música, hemos concluido que, aunque seamos objeto de constantes cambios, las generaciones anteriores aún conservan sus gustos musicales y costumbres culturales en su gran mayoría.

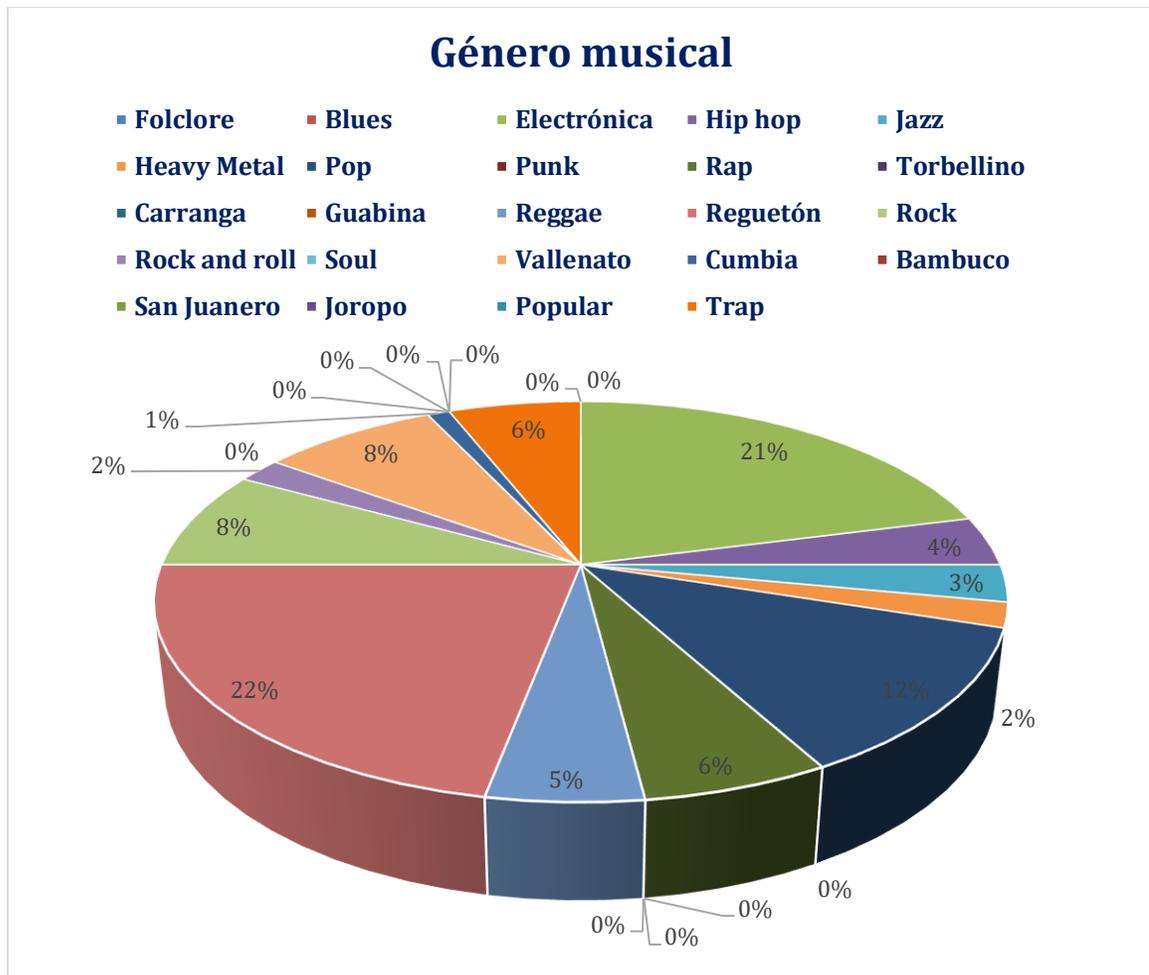
Y las gráficas en cuanto a preferencias de gusto musicales de los jóvenes, nos arrojan los siguientes datos:

**¿Cuáles son esos géneros musicales prefiere? (En esta pregunta el encuestado podía escoger tres opciones, es por esto que el total final de respuestas es 150)**

---

<sup>26</sup> HORMIGOS, Jaime & CABELLO, Antonio. La construcción de la identidad juvenil a través de la música. Universidad Rey Juan Carlos, España.2014.

<b>Género musical</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Folclore	0	0%
Blues	0	0%
Hip hop	6	4%
Jazz	5	3%
Heavy metal	3	2%
Pop	16	12%
Punk	0	0%
Rap	0	0%
Torbellino	0	0%
Carranga	0	0%
Guabina	0	0%
Reggae	8	5%
Reguetón	32	22%
Rock	12	8%
Rock and roll	4	2%
Soul	0	0%
Vallenato	12	8%
Cumbia	2	1%
Bambuco	0	0%
San Juanero	0	0%
Popular	0	0%
Joropo	0	0%
Otro: Trap	10	6%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>



Es evidente que han nacido nuevas formas o géneros musicales con cierto grado de adaptabilidad al oído de los jóvenes, es por tal motivo que se incluyeron géneros musicales básicos y aquellos que surgieron gracias a los avances tecnológicos como: electrónica, trap, reggaetón, chispúm, house, techno y demás. Todos los resultados de las encuestas de los jóvenes es el resultado de una construcción identitaria gestada según el contexto. “Encontramos procesos de fusión en los dos géneros antes descritos, pero por su lejanía en el tiempo (tango, bolero) o por producirse entre áreas culturales latinoamericanas (nueva canción), resultan menos evidentes que aquellos procesos más recientes que fusionan la música

folklórica y popular latinoamericana con el jazz, el rock y la música de arte”<sup>27</sup>. Dichas aseveraciones se realizan partiendo de la coyuntura de ser estos países los pioneros en estos géneros musicales. En resumidas cuentas, se concluye que el contexto colombiano es una adaptación americana de estos nuevos géneros.

De igual manera, era predecible que géneros tradicionales como la guabina, el torbellino, la carranga, el joropo, el sanjuanero y la música popular no tuviesen votos debido a que son géneros que actualmente no pertenecen a la cultura juvenil, específicamente si hablamos del segmento poblacional ciudadano, puesto que este no tiene un interés elevado por consumir este tipo de contenidos musicales que tienen un trasfondo cultural y autóctono, claro está que los género actuales también hacen parte de la esencia cultural de los jóvenes; sino que su inclinación por los gustos musicales está de cierta manera ligado a el consumo salvaje de nuevos géneros.

Existe una diferencia entre los gustos musicales de los jóvenes de ahora y aquellos que lo fueron en 1960 y esto se deduce por simple consentimiento de saber que somos una sociedad cambiante y que nuestro interés y gustos de hoy no serán los mismos de mañana. Evidenciar o tratar de entender ¿cómo hemos llegado hasta acá? Es fácil, partiendo de la idea de que somos una sociedad mutante, que discrepa conforme a la evolución o el porvenir de los años, que se adapta y encuentra la medida exacta para que este sea un mundo cada vez más incluyente desde todas las periferias. La autonomía de los jóvenes para poder deleitarse con el género musical de su preferencia y no con el género heredado por sus padres, hoy ya no es un problema porque el acceso a las plataformas está a un clic de distancia con millones de canciones. Ahora bien esta acción no se lograba hace 58 años, pues en ese tiempo no había la evolución en el ámbito tecnológico que hay ahora, el único medio –según los encuestados adultos- era la radio y además, este también estaba al alcance de la mayoría de los hogares.

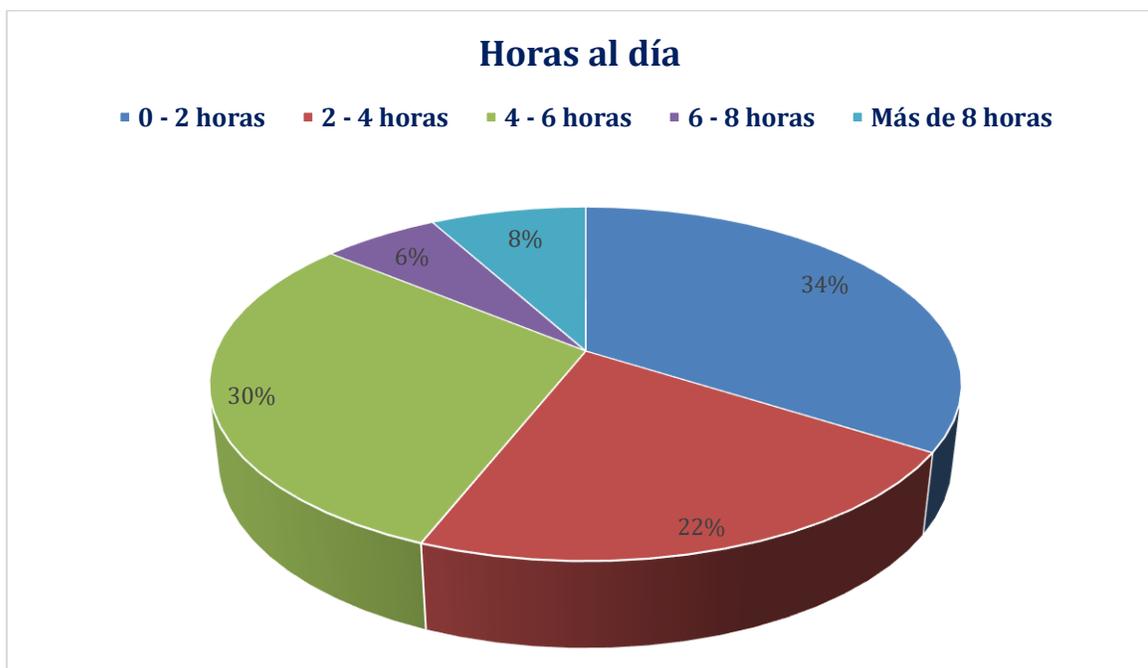
---

<sup>27</sup> RODRÍGUEZ GONZÁLES, Juan Pablo. Hacia el Estudio Musicológico de la Música Popular Latinoamericana. Chile. 1986. Pag 66.

Por otro lado, en la encuesta de jóvenes se abordó las siguientes preguntas:

**¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?**

Horas al día	Frecuencia	Porcentaje
0 - 2 horas	17	34%
2 - 4 horas	11	22%
4 - 6 horas	15	30%
6 - 8 horas	3	6%
Más de 8 horas	4	8%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



Según La información captada en esta pregunta es relevante para nuestra investigación ya que nuestro eje central es las tradiciones culturales y consumo musical, puesto que saber cuántas horas dedican al consumo de contenido nuestros encuestados y así poder concluir si para esta generación de millennials la música hace parte de su día a día.

### ¿Con qué frecuencia escucha música?

<b>Cuándo escucha música</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Todos los días	48	96%
Tres veces por semana	2	2%
El fin de semana	0	0%
De lunes a viernes	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

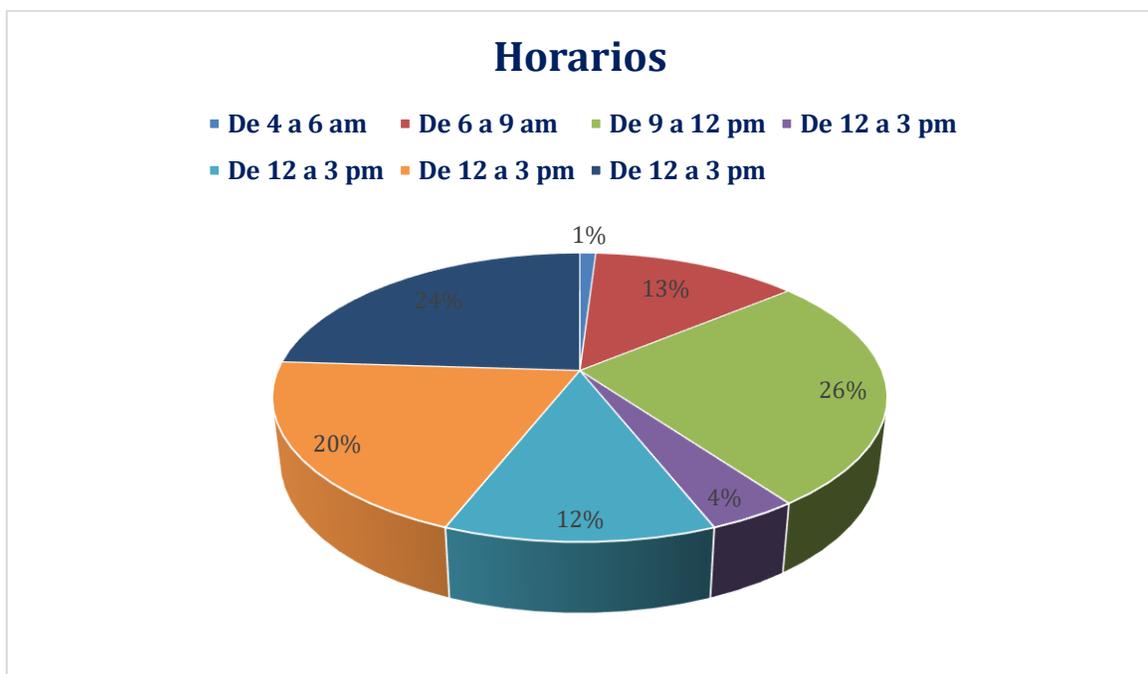


Los resultados de esta pregunta fueron que el 96% de las personas escuchan música todos los días, lo que corrobora que los contenidos musicales hacen parte de sus vidas.

**¿A qué horarios acostumbra a escuchar la música de su preferencia?**

Horarios	Frecuencia	Porcentaje
De 4 a 6 am	1	1%
De 6 a 9 am	13	13%
De 9 a 12 pm	26	26%
De 12 a 3 pm	4	4%

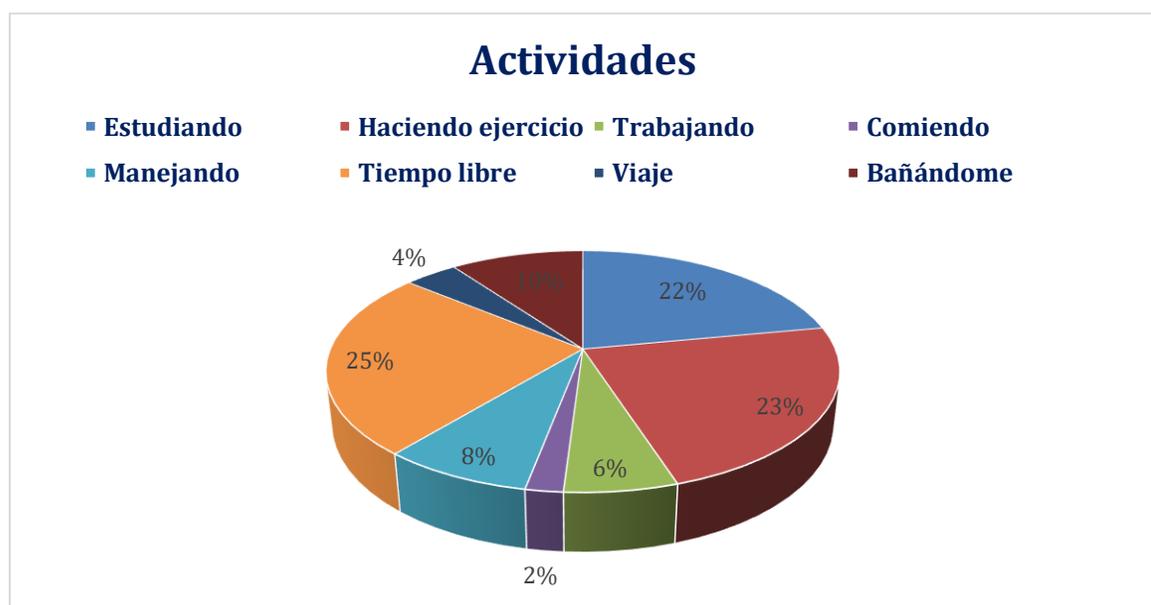
De 3 a 6 pm	12	12%
De 6 a 10 pm	20	20%
De 10 a 1 pm	24	24%
<b>Total</b>	100	100%



Analizamos de la información tomada de los encuestados que uno de los horarios que en los que más se escucha música es en el tiempo de ocio de las personas que ejercen una labor diaria.

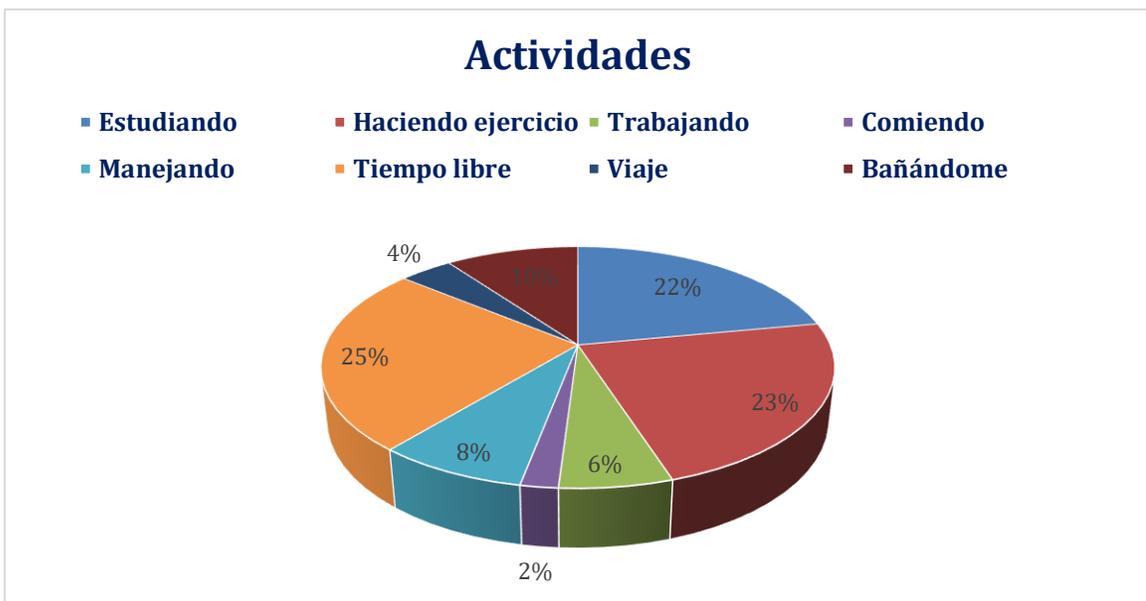
### ¿Qué actividades realiza, mientras escucha la música de su preferencia?

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Estudiando	22	22%
Haciendo ejercicio	23	23%
Trabajando	6	6%
Comiendo	2	2%
Manejando	8	8%
Tiempo libre	25	25%
Viaje	4	4%
Otro: Bañándome	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**¿Con quién escucha la música de su preferencia?**

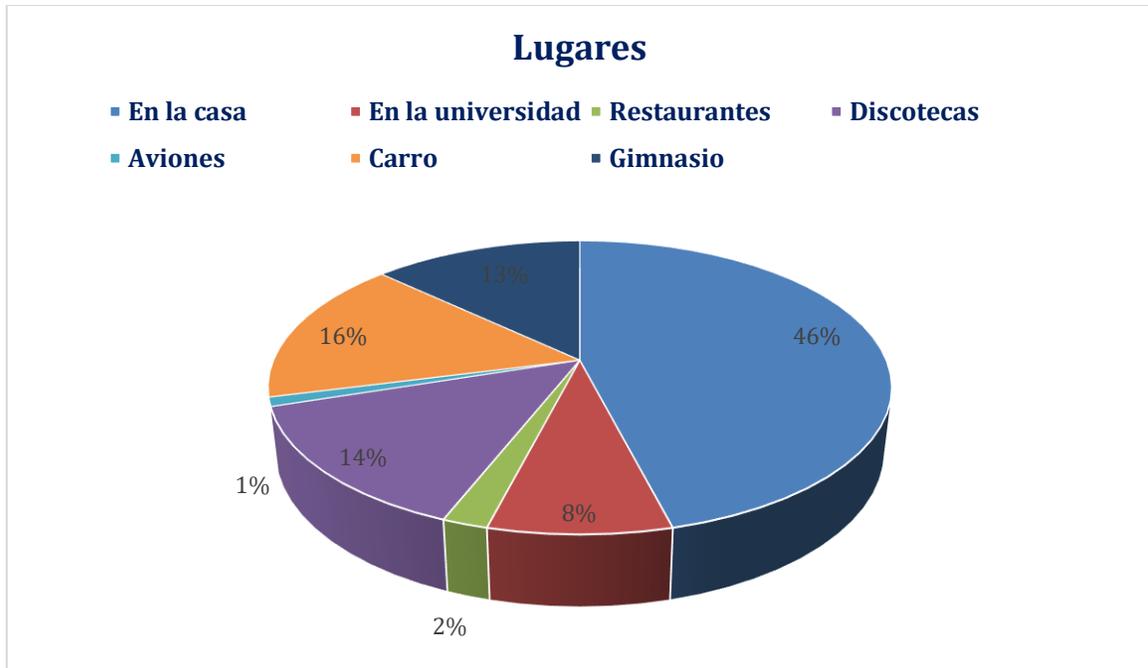
Con quién	Frecuencia	Porcentaje
Solo	49	49%
Con amigos	37	37%
Con familiares	1	1%
Personajes desconocidos	0	0%
Con su pareja	13	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



Se corrobora que las personas deciden escuchar música en su tiempo libre, debido a que cuentan con la disposición de horas de descanso.

**¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?**

<b>Lugar</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
En la casa	46	46%
En la universidad	8	8%
Restaurantes	2	2%
Discotecas	14	14%
Aviones	1	1%
Carro	16	16%
Otra: Gimnasio	13	13%
<b>Total</b>	100	100%



Ahora, si se retoman fragmentos del inicio de este análisis en donde de manera específica se habla de la radio como medio de distracción, ocio y entretenimiento, se observa que, primeramente, eso de “la música a un solo clic” está inmersa en nuestra rutina diaria y que está en la facilidad de ponerse auriculares y darle play a la lista de reproducción. Relativamente los jóvenes no concebimos –aunque suene apocalíptico- no una vida sin nuestros género musical o canciones preferidas, así que no existe otro por qué para explicar que el 96% de los encuestados escucha música todo el día y a todo momento. Como lo menciona Rossana Reguillo en su libro de “Emergencias culturales”<sup>28</sup> que los jóvenes han asumido las condiciones del mercado musical, aceptando los cambios culturales de las épocas. A su vez hay que analizar también dónde o en qué lugares y con quiénes se realiza esta actividad de escuchar música.

Los medios tecnológicos, específicamente los electrónicos tales como: teléfono, computador y televisión, siempre han sido instrumentos de distracción y diversión para la población en general, en la encuesta de jóvenes todavía siguen cumpliendo

<sup>28</sup> REGUILLO CRUZ, Rossana. Emergencias culturales. Estrategias del desencanto. Bogotá: Grupo editorial norma, 2000.

el mismo rol, pero hay cosas que dentro de mismo contexto han cambiado ¿Por qué?

Los relatos de las encuestas adultas nos hicieron entender que este plan de entretenimiento y ocio en aquella época se resumía a la final en una integración familiar donde se reunían y compartían un espacio de tertulias acompañadas de diferentes géneros de música antes de la hora de dormir. Es por esto que decimos que efectivamente algo ha cambiado y surge la incógnita de ¿Será que toda esta evolución no ha reducido a un espacio mínimo en donde solo existimos nosotros como individuo? Esta pregunta tiene algo particular y es que fue formulada para obligatoriamente ser respondida marcando dos opciones, es decir, hubo 49 respuestas y esto denota que 49 personas de las 50 que pertenecen a la encuesta de jóvenes marcaron esta como primera opción. ¿Qué pasó con las actividades de ocio que se realizaban en pro de reunir a la familia entorno a la sala del hogar? En la encuesta de adultos también se hicieron preguntas que se conectaban desde varios aspectos cronológicos y cualitativos que retroalimentan la investigación, los resultados fueron:

<b>Razón del gusto musical</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Siente que hace parte de su identidad	3	6%
Sus costumbres que se quedaron con el tiempo	16	32%
Genera compañía y sensación	8	16%
Es fuente de entretenimiento	21	42%
Genera libertad y espacio	2	4%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

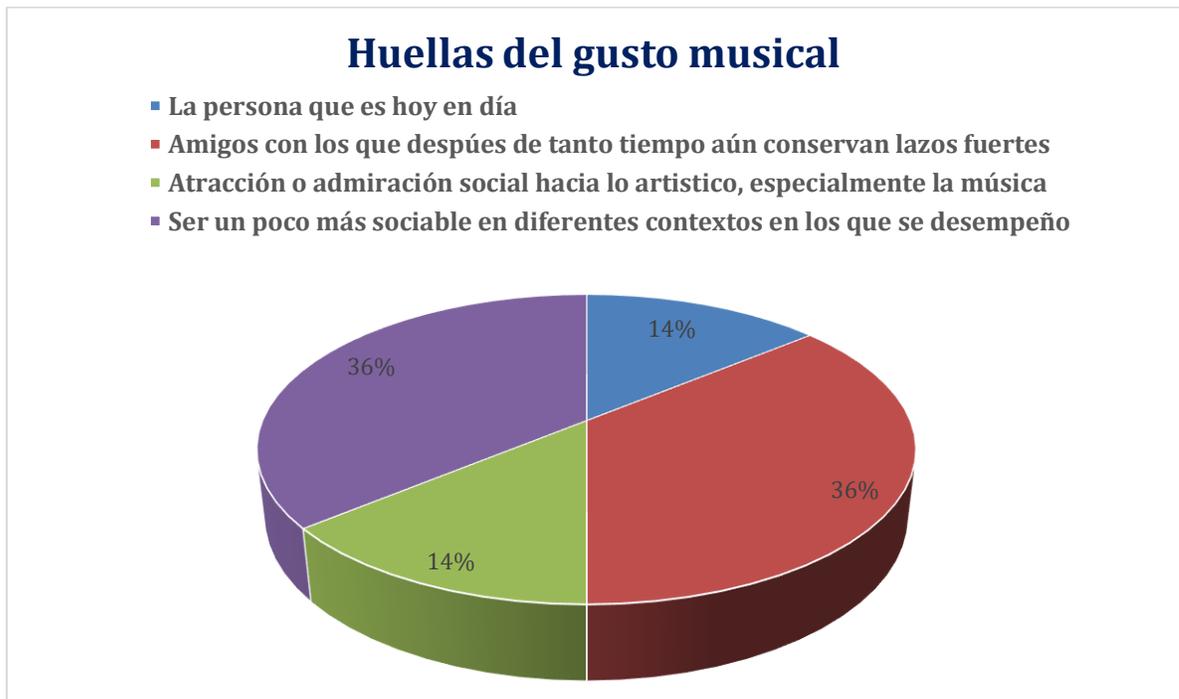


En dicho resultado encontramos que los encuestados escuchan música para su entretenimiento.

**¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?**

Huellas del gusto musical	Frecuencia	Porcentaje
La persona que es hoy en día	7	14%
	18	36%

Amigos con los que después de tanto tiempo aún conservan lazos fuertes		
Atracción o admiración social hacia lo artístico, especialmente la música	7	14%
Ser un poco más sociable en diferentes contextos en los que se desempeñó	18	36%
<b>Total</b>	50	100%

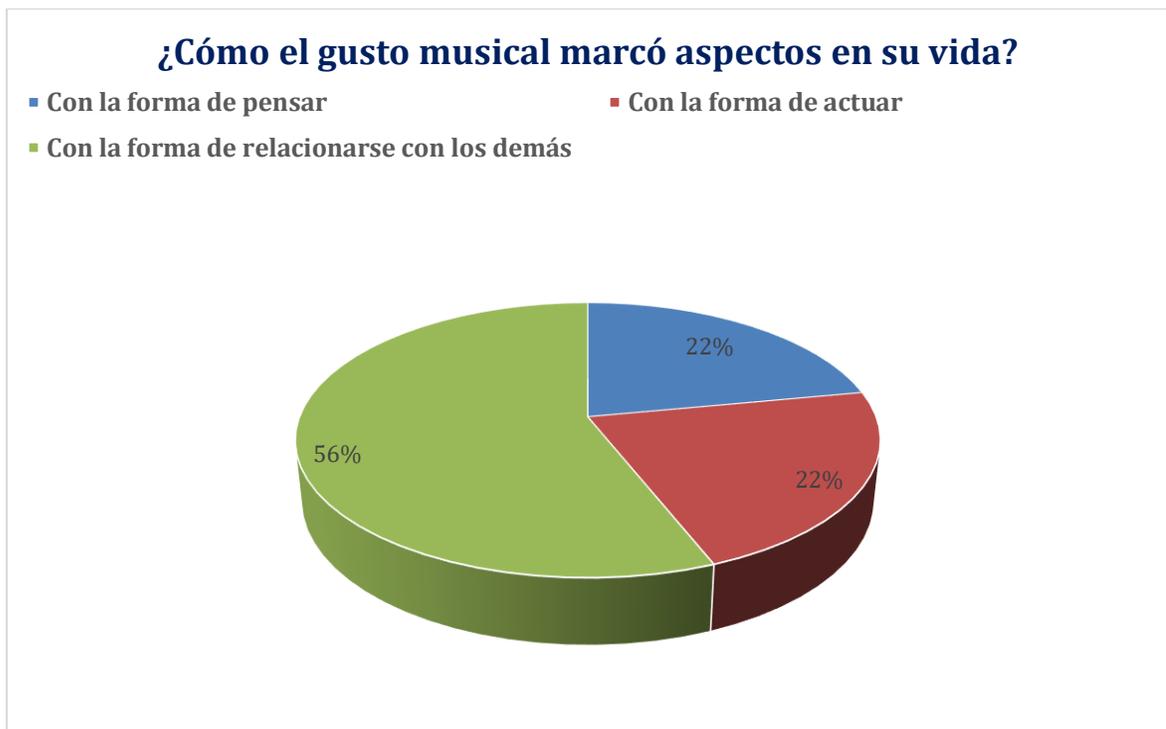


Vemos que la música es el principal medio de vínculos sociales del día a día donde estamos expuestos a las relaciones interpersonales.

### ¿Cómo el gusto musical marco aspectos en su vida?

Influencia musical	Frecuencia	Porcentaje
Con la forma de pensar	11	22%

Con la forma de actuar	11	22%
Con la forma de relacionarse con los demás	28	56%
<b>Total</b>	50	100%



Se afirma que los gustos musicales reflejan mucho acerca de la personalidad de una persona e inclusive se reflejan en su actuar, por ello enfatizamos una de nuestras preguntas acerca de, ¿Cuál era la razón de su gusto musical? Y nos encontramos con cinco variables en sus respuestas, que van desde la acción de solo entretenerse y otros donde un poco más privados, como hacer parte de su propia identidad. Donde el 32% del segmento de los adultos eligieron que son costumbres que se quedaron con el tiempo.

A lo largo de nuestro trabajo práctico y analítico ha sido notorio que la música deja un rastro sobre cada persona e inclusive traza la vida de algunas otras, por lo menos entre conversaciones amenas y un buen café los encuestados nos narran cómo los cantantes en su medida eran forjadores de identidad, nos contaban como en la época a los hombres les lucía el bigote sutil y moderado que tenían Pedro Infante y demás exponente de la música ranchera en México. Y es así como todo transcurre y se evidencia cómo las personas públicas o artistas se convierten a la final en un referente a seguir, lo mismo pasa con todos estos factores que se forjan justamente gracias al contexto en donde uno reside, a las cosas que lee y escucha.

Lo expresado anteriormente da muestra que la música enlaza aspectos emocionales, sentimentales y sociales, puesto que la música es eso, es escuchar, aprender y luego sentir identidad en lo que se escucha, así cada ser humano es cambiante como todo en este mundo, cada ser humano debe encajar en una órbita ya no tan global y objetiva, sino subjetiva e individualista.

Se concluye que a lo largo de los años se han conservado gustos y costumbres, dentro de ellos la música como reflejo de nuestro actuar, pensar y relacionamiento interpersonal. A raíz de ello se han generado diversos cambios y avances sociales, he ahí el motivo por el cual hemos llegado hasta al punto en que el avance de la tecnología nos ha cambiado la forma en cómo consumimos música y seguiremos estando en esa rutina discrepante global.

## **3.1. Resultados**

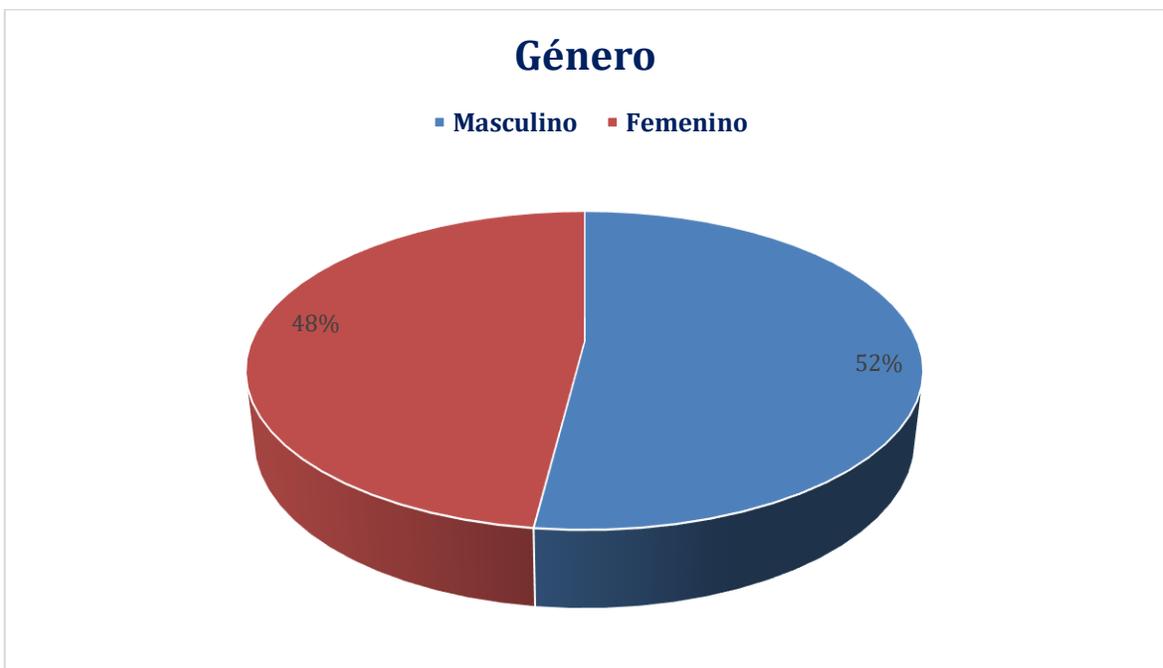
### **3.1.1. Encuesta jóvenes**

En conclusión, con los resultados obtenidos de nuestra prueba piloto, logramos consagrar preguntas concretas para llegar a un resultado verídico sobre los gustos

musicales y tradiciones culturales que los jóvenes tienen o han ido forjando en su contexto social en los jóvenes.

La aplicación del instrumento metodológico tuvo lugar en las calles de la ciudad de Bucaramanga partiendo desde la Universidad Autónoma de Bucaramanga, pues se quiso abordar a diferentes públicos, quienes cumplían con el rango de edad de nuestra muestra y así hacer la correcta recolección de la información.

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Masculino	26	52%
Femenino	24	48%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**Tabla 1.** ¿Cuál es su ocupación?

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	43	86%
Empleado	7	14%
Desempleado	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

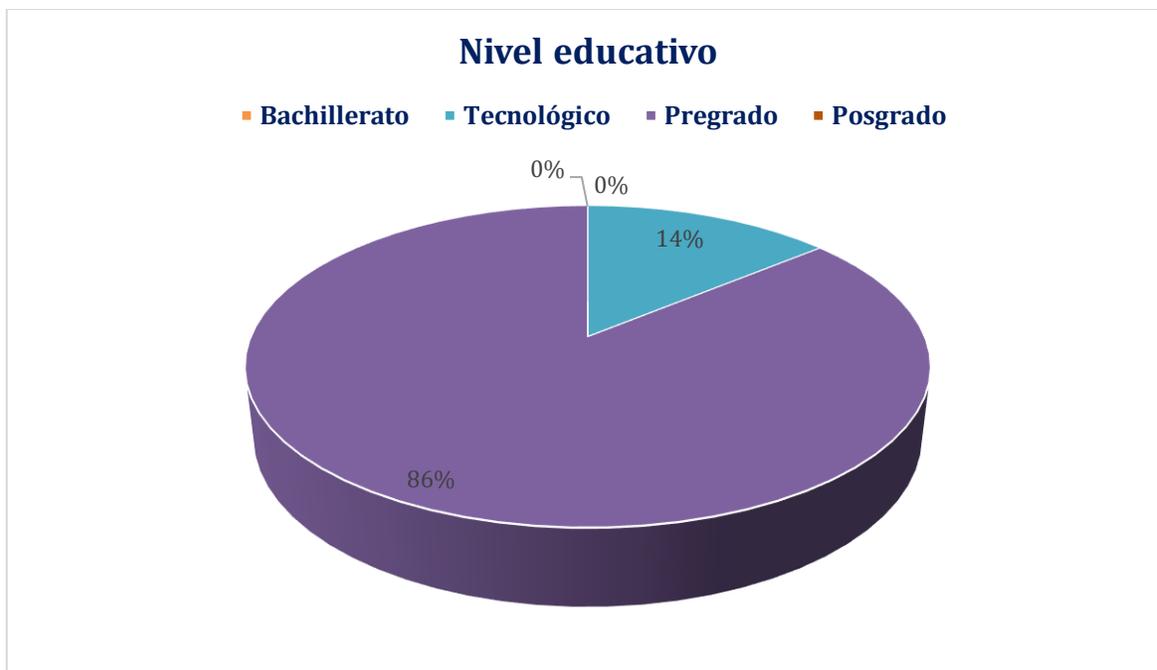
**Figura 1.** Porcentaje de ocupación

Se encuestaron a 50 jóvenes, realizamos las encuestas en universidades, amigos en común y algunas personas que transitaban en la ciudad. EL 86% por ciento que

aceptó contestar la encuesta fueron estudiantes y el 14% empleados, con un total del 50%. Actualmente son más los jóvenes que estudian que trabajan, hay más facilidad de acceder al estudio, por medio de préstamos bancarios, becas. Esto ha ayudado a que los jóvenes con pocos recursos puedan tener un título

**Tabla 2.** ¿Cuál es su nivel educativo?

<b>Nivel educativo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Bachillerato	0	0%
Tecnológico	7	14%
Pregrado	43	86%
Posgrado	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



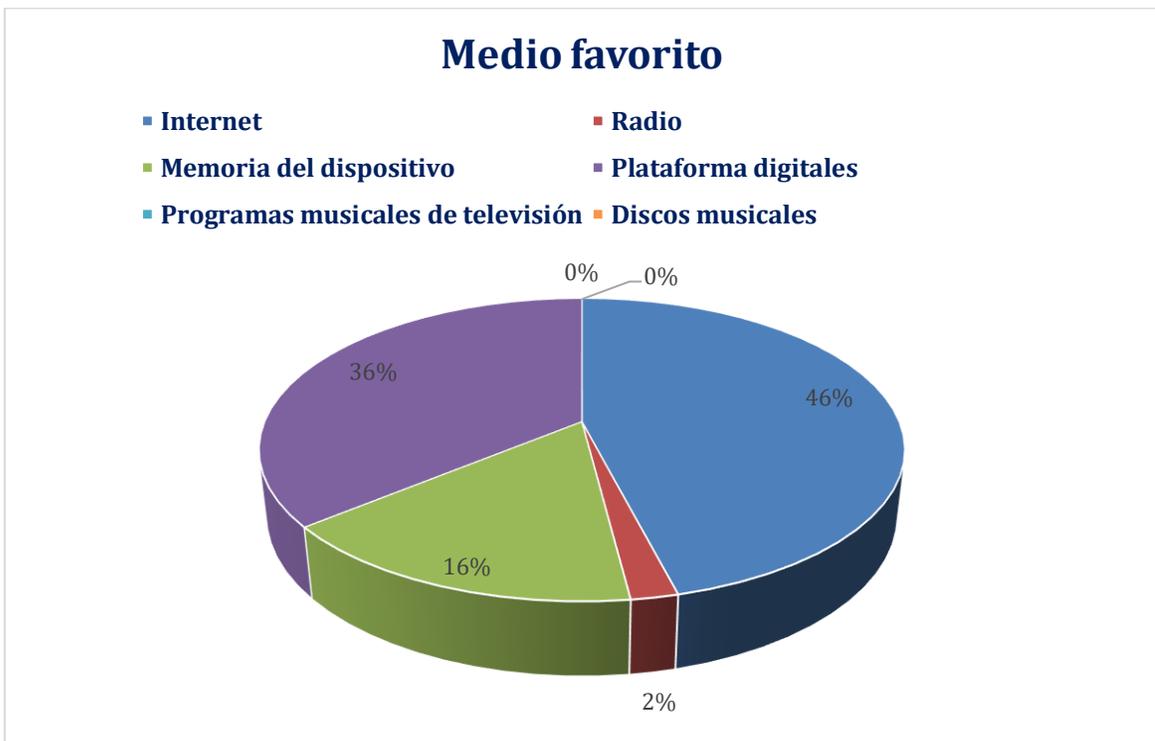
**Figura 2.** Porcentaje de nivel educativo

El 86% de los jóvenes encuestados se encuentran estudiando una carrera universitaria y el otro 7% están en una tecnología. Nos dimos cuenta que la gran mayoría ha podido acceder a una universidad, ha podido realizar sus estudios profesionales, cada día aumenta el nivel educativo.

**Tabla 3.** ¿Por qué medio tecnológico suele escuchar música?

Medio favorito	Frecuencia	Porcentaje
Internet	23	46%
Radio	1	2%
Memoria del dispositivo	8	16%
Plataformas digitales	18	36%

Programas musicales de televisión	0	0%
Discos musicales	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

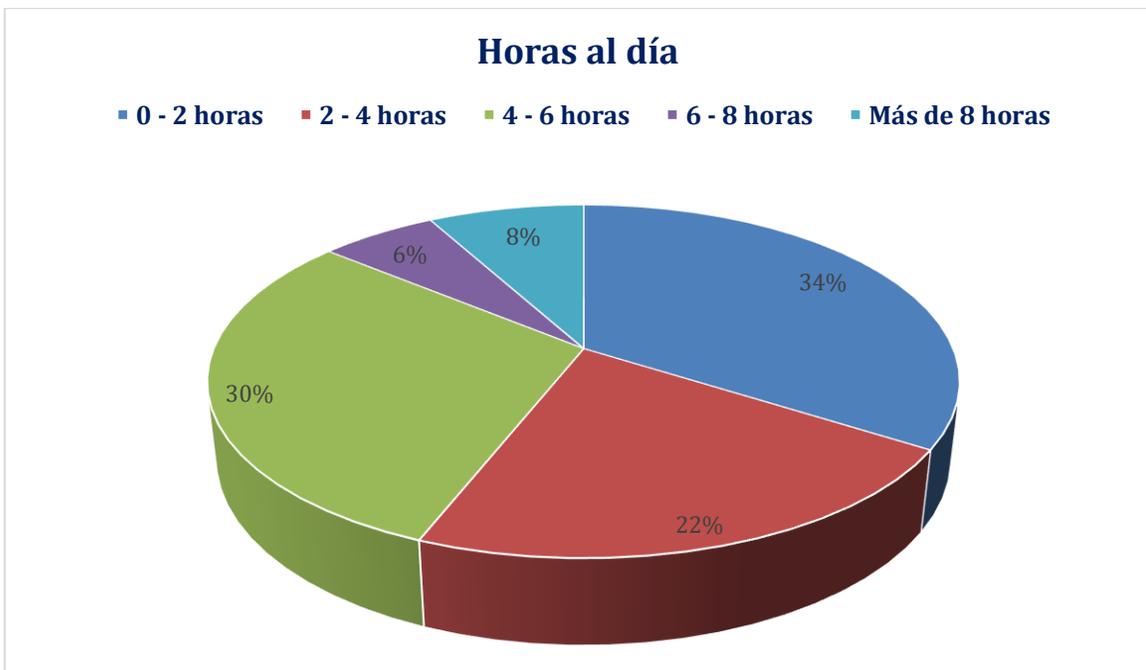


**Figura3.** Porcentaje de medio favorito

Quisimos indagar en qué medio tecnológico los jóvenes están accediendo a la música actualmente, hemos sido testigos de cómo ha evolucionado el mundo tecnológicamente, mejorando y facilitando día a día la vida de las personas. Estamos en la era digital, contamos con internet, plataformas digitales por eso estos dos canales son los más activos para los jóvenes con un 23% y un 8%. Por otra parte, la radio es un canal que ha pasado a un segundo lugar, pero que a pesar de los años y la nueva tecnología, no se acabara.

**Tabla 4.** ¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?

Horas al día	Frecuencia	Porcentaje
0 - 2 horas	17	34%
2 - 4 horas	11	22%
4 - 6 horas	15	30%
6 - 8 horas	3	6%
Más de 8 horas	4	8%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

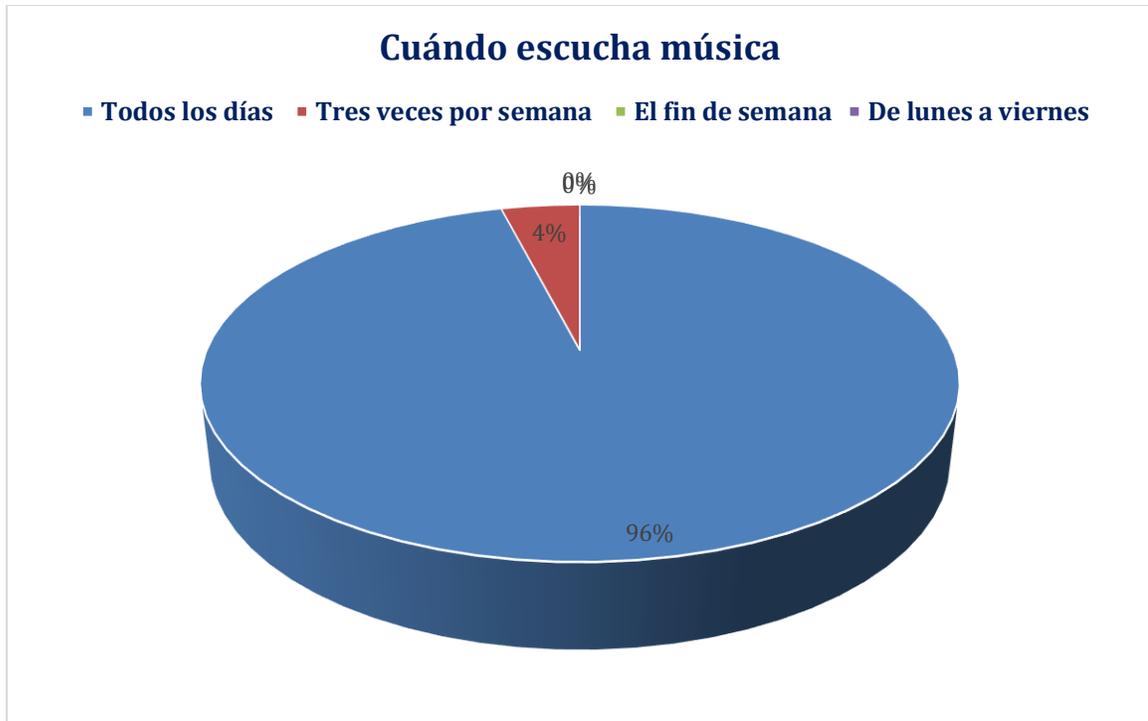


**Figura 4.** Porcentaje de horas al día

Es importante para nosotros saber cuántas horas al día los jóvenes están consumiendo y escuchando música, antes de realizar las encuestas, a muchos de ellos, nos pudimos dar cuenta que la gran mayoría estaba escuchando música, esto nos dio un referente de que ahora gran parte de los jóvenes realizan sus actividades, ya sea académicas o personales escuchando su música de preferencia.

**Tabla 5.** ¿Con qué frecuencia escucha música?

<b>Cuándo escucha música</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Todos los días	48	96%
Tres veces por semana	2	2%
El fin de semana	0	0%
De lunes a viernes	0	0%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**Figura 5.** Porcentaje de escucha de música

Quisimos saber con qué frecuencia los jóvenes escuchan música, qué días a la semana, qué tanto consumen.

**Tabla 6.** ¿Cuáles son esos géneros musicales prefieren? (En esta pregunta el encuestado podía escoger tres opciones, es por esto que el total final de respuestas es 150)

Género musical	Frecuencia	Porcentaje
Folclore	0	0%
Blues	0	0%
Hip hop	6	4%
Jazz	5	3%
Heavy metal	3	2%
Pop	16	12%
Punk	0	0%
Rap	0	0%
Torbellino	0	0%

Carranga	0	0%
Guabina	0	0%
Reggae	8	5%
Reguetón	32	22%
Rock	12	8%
Rock and roll	4	2%
Soul	0	0%
Vallenato	12	8%
Cumbia	2	1%
Bambuco	0	0%
San Juanero	0	0%
Popular	0	0%
Joropo	0	0%
Otro: Trap	10	6%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

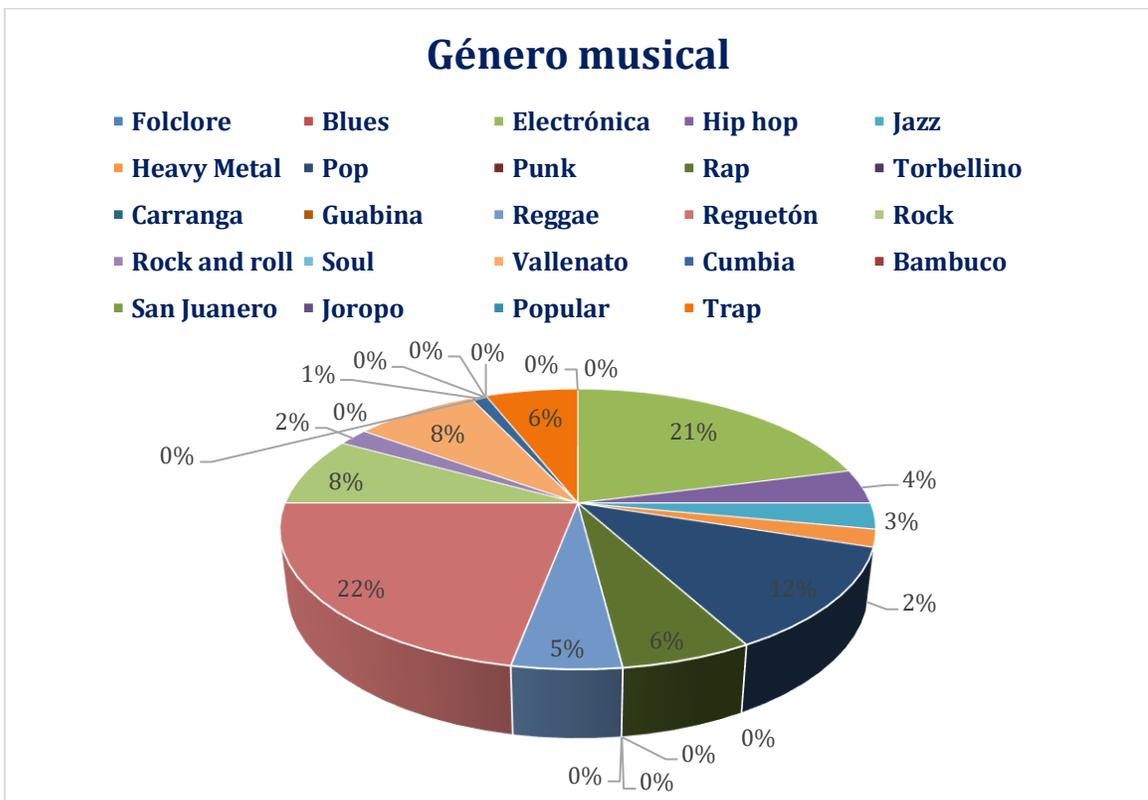
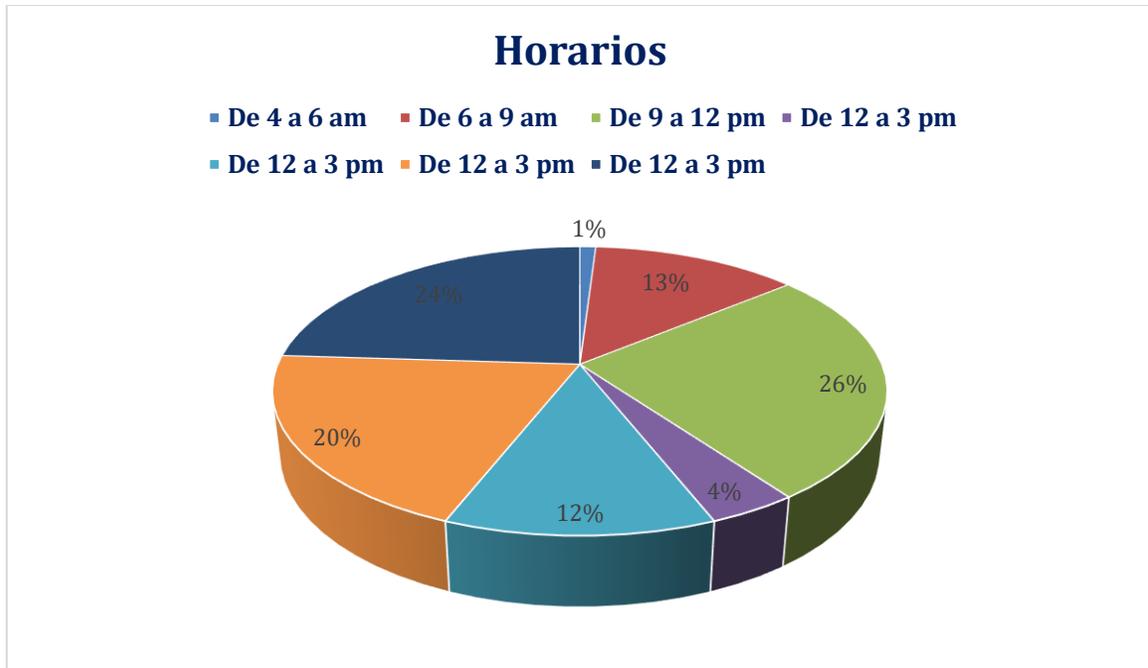


Figura 6. Porcentaje de géneros musicales preferidos

Con la siguiente tabla queríamos evidenciar cuál era el gusto con más acogida por parte de los encuestados juveniles, a su vez qué tanto han cambiado las cosas con la proliferación de géneros musicales debido a la evolución tecnológica.

**Tabla 7.** ¿A qué horarios acostumbra escuchar la música de su preferencia?

<b>Horarios</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
De 4 a 6 am	1	1%
De 6 a 9 am	13	13%
De 9 a 12 pm	26	26%
De 12 a 3 pm	4	4%
De 3 a 6 pm	12	12%
De 6 a 10 pm	20	20%
De 10 a 1 pm	24	24%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



**Figura 7.** Porcentaje de las horas que escucha música

La música es más escuchada por parte de los encuestados en momentos en donde tienen tiempo libre porque evidenciamos que los porcentajes son más elevados en momentos como en la noche, algunos expresaron que cuando regresan a casa aprovechan el tiempo en el bus para escuchar su música.

**Tabla 8.** ¿Qué actividades realiza mientras escucha la música de su preferencia?

Actividades	Frecuencia	Porcentaje
Estudiando	22	22%
Haciendo ejercicio	23	23%
Trabajando	6	6%
Comiendo	2	2%
Manejando	8	8%

Tiempo libre	25	25%
Viaje	4	4%
Otro: Bañándome	10	10%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

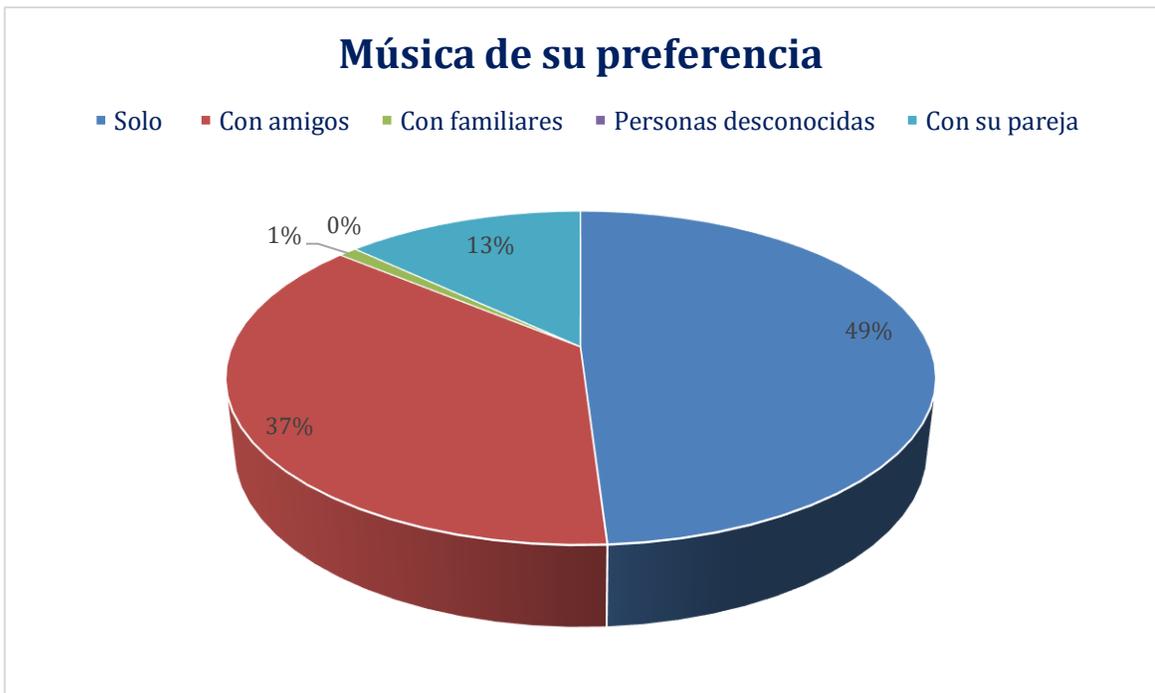


**Figura 8.** Porcentaje de actividades

Pudimos evidencia según la pregunta número ocho ¿Qué actividad realiza, mientras escucha la música de su preferencia? Que la mayoría de los jóvenes realizan la actividad de escuchar música en su tiempo libre, ya que según el encuestado general esta actividad por el tipo de concentración y la capacidad que tiene de distraer su tiempo libre.

**Tabla 9.** ¿Con quién escucha la música de su preferencia?

Con quién	Frecuencia	Porcentaje
Solo	49	49%
Con amigos	37	37%
Con familiares	1	1%
Personajes desconocidas	0	0%
Con su pareja	13	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

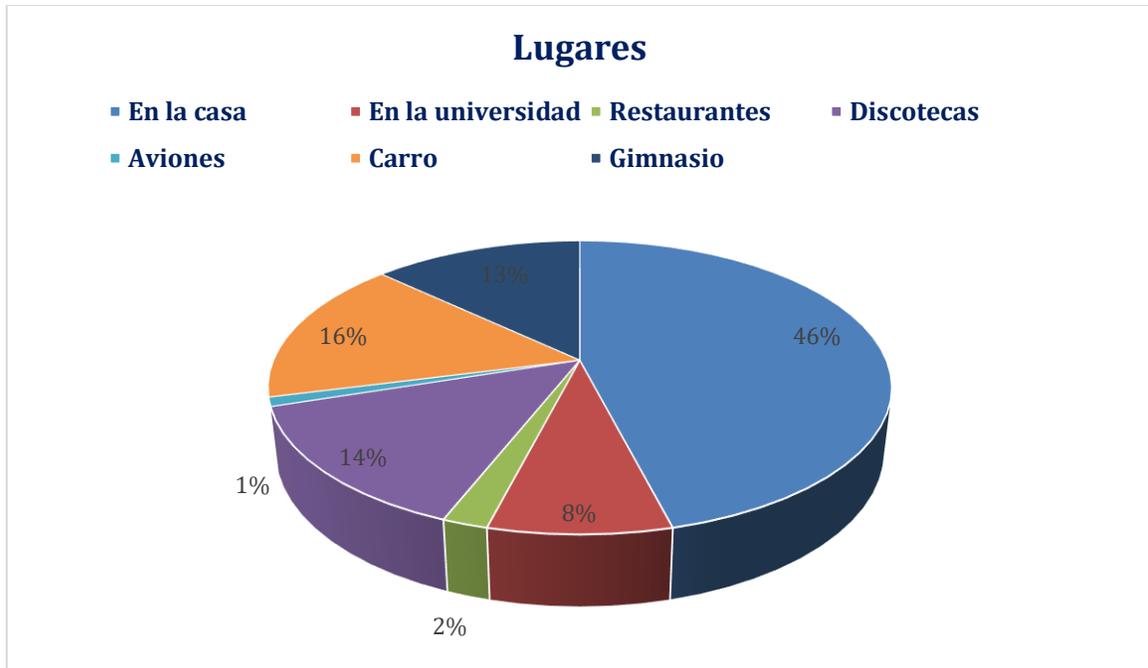


**Figura 9.** Porcentaje de música de preferencia

Analizando la siguiente pregunta, ¿Con quién escucha la música de su preferencia? Tomada de la encuesta realizada con un 49% escucha la música de su preferencia solo, y en esto se pudo evidenciar la disposición de horario de descanso

**Tabla 10.** ¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?

<b>Lugar</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
En la casa	46	46%
En la universidad	8	8%
Restaurantes	2	2%
Discotecas	14	14%
Aviones	1	1%
Carro	16	16%
Otra: Gimnasio	13	13%
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>



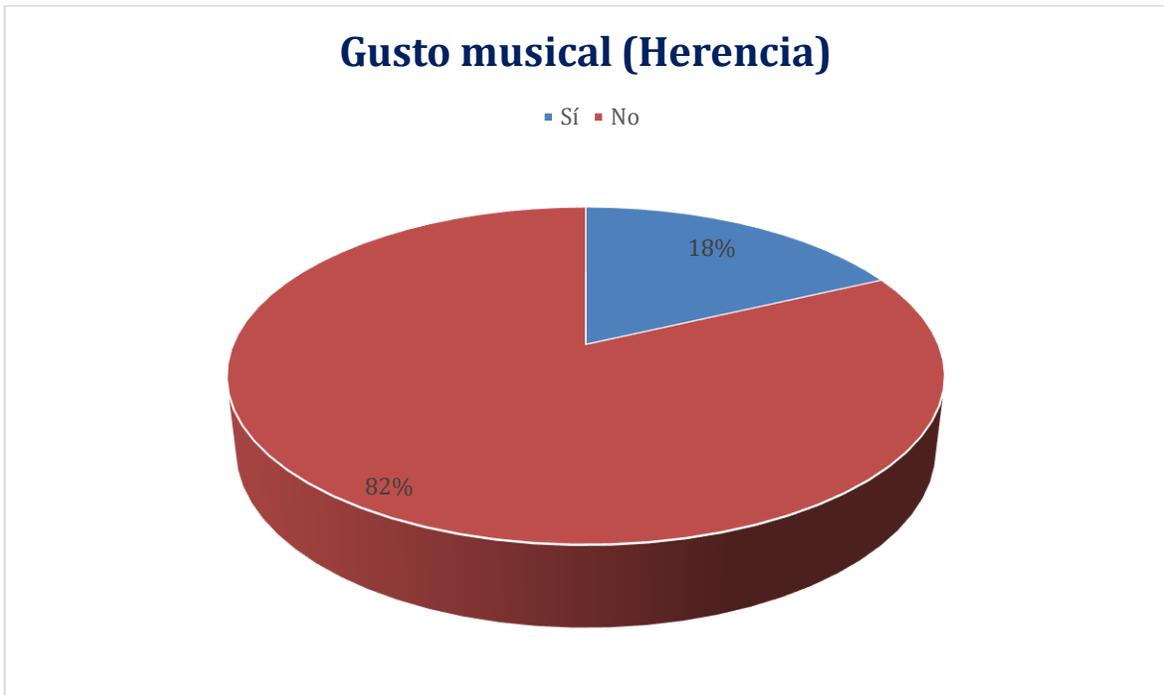
**Figura 10.** Porcentaje de lugar

Por otro lado la décima pregunta ¿En qué lugar escucha la música de su preferencia? Analizamos con un 46% un poco menos de la mayoría, está inmersa en la rutina diaria, por lo que muchos de los jóvenes se les facilita por la actualidad y la evolución de la tecnología, pueden escuchar la música por cualquier parte, con sus auriculares en la radio mientras van en el bus, hacen su ocupaciones entre otras, es aquí donde retomamos la iniciación del análisis de esta investigación.

**Tabla 11.** ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué?

Gusto musical (Herencia)	Frecuencia	Porcentaje
Sí	9	18%

No	41	82%
<b>Total</b>	50	100%



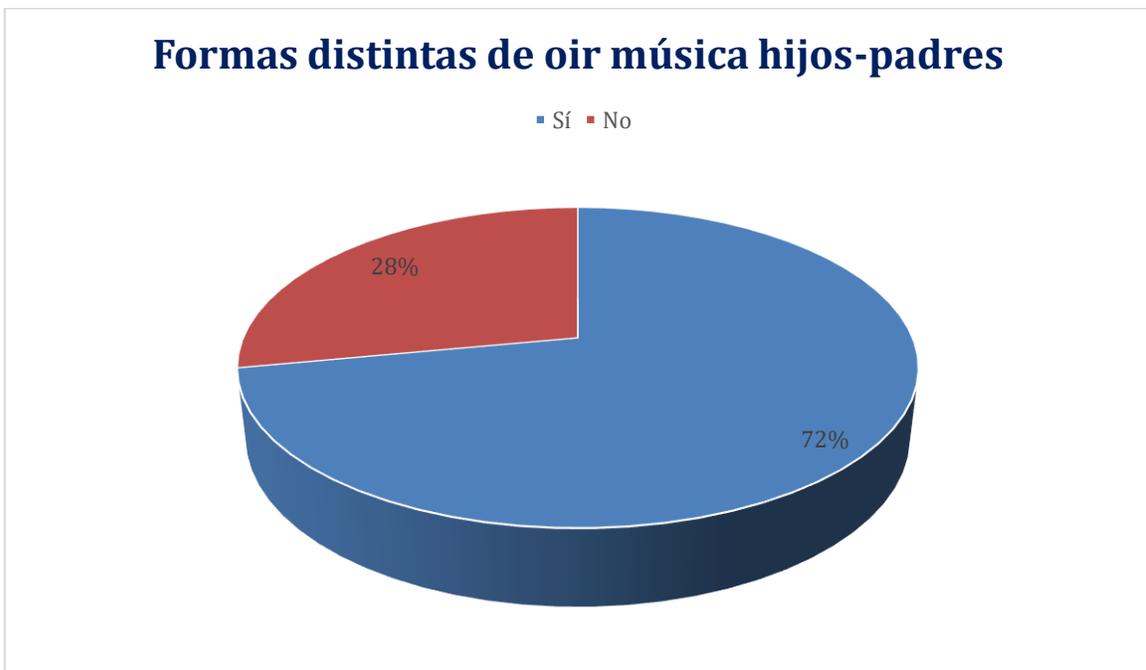
**Figura 11.** Porcentaje de gusto musical (herencia)

Con un 42% de la pregunta ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué? los jóvenes encuestados seleccionaron la opción, es una fuente de entretenimiento, ya que gracias a ellos genera espacios para ellos.

**Tabla 12.** ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué?

Disfrute de la música	Frecuencia	Porcentaje
-----------------------	------------	------------

Sí	36	72%
No	14	28%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



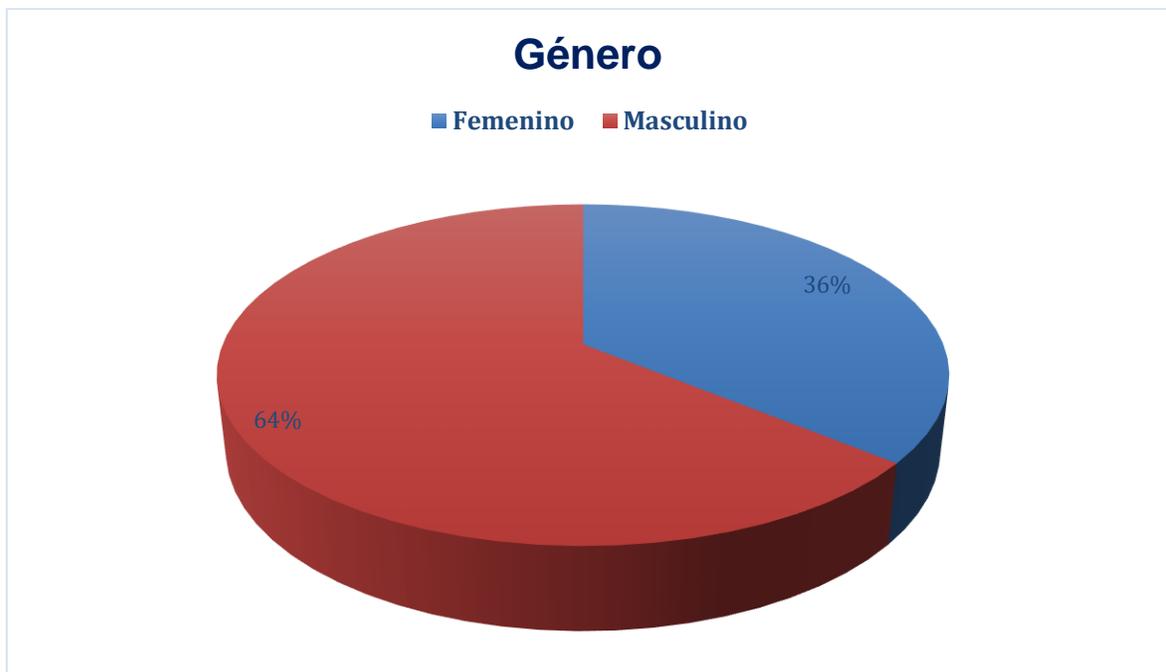
**Figura 12.** Porcentaje de distintas formas de oír música

En este caso y según la pregunta número 12 ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué? Los jóvenes consideran que tanto los amigos o admiración social hacia lo artístico, especialmente la música, por otro lado y otras de las opciones señaladas por los jóvenes es el, ser un poco más sociable en diferentes contextos en los que se desempeña, lo cual se ve que la música es el principal medio social del día a día, donde podemos estar expuesto a las relaciones interpersonales.

### 3.1.2. Encuesta adultos

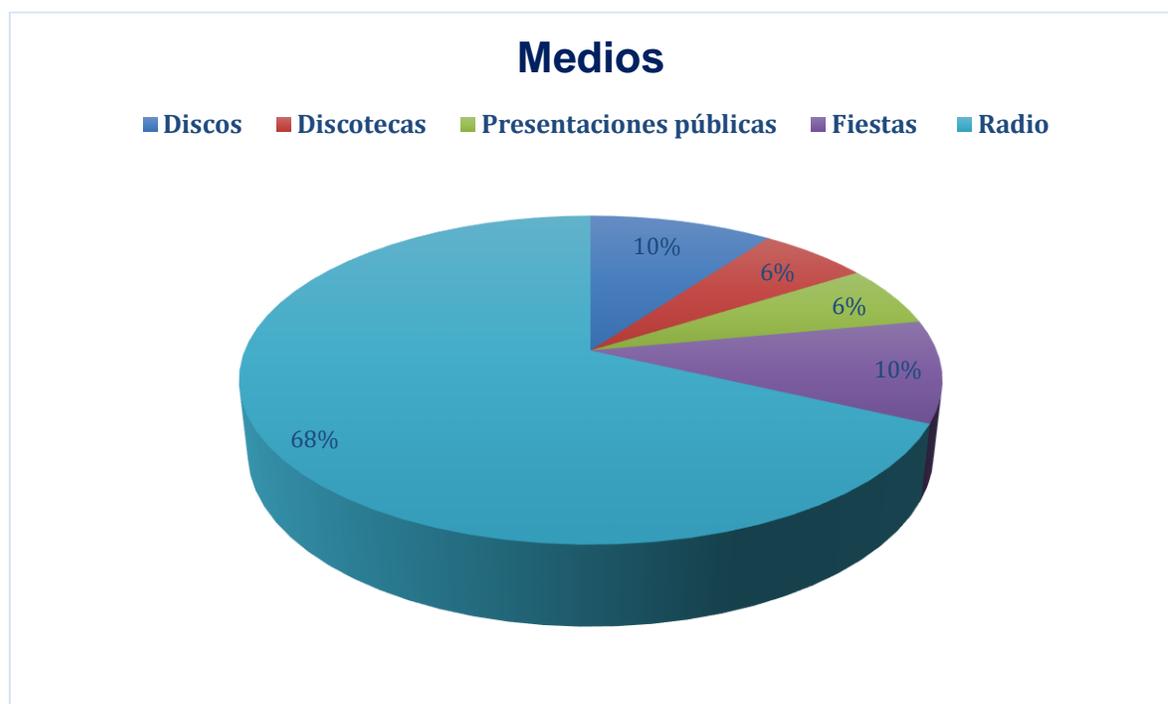
#### Resultados de la encuesta adultos

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	18	36%
Femenino	32	64%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



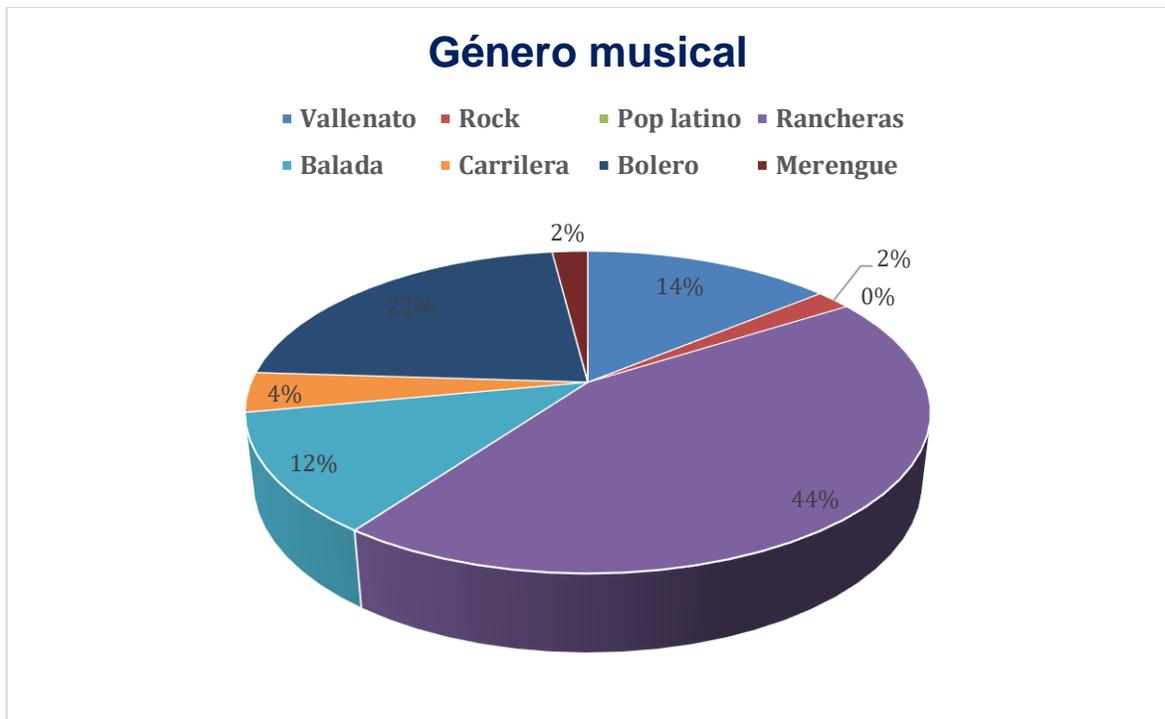
**Tabla 13.** En la época de su adolescencia ¿Por qué medio escuchaba música?

Medios	Frecuencia	Porcentaje
Discos	5	10%
Discotecas	3	6%
Presentaciones públicas	3	6%
Fiestas	5	10%
Radio	34	68%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

**Figura 13.** Porcentaje de medio

**Tabla 14.** ¿Qué género de musical solía escuchar en su juventud?

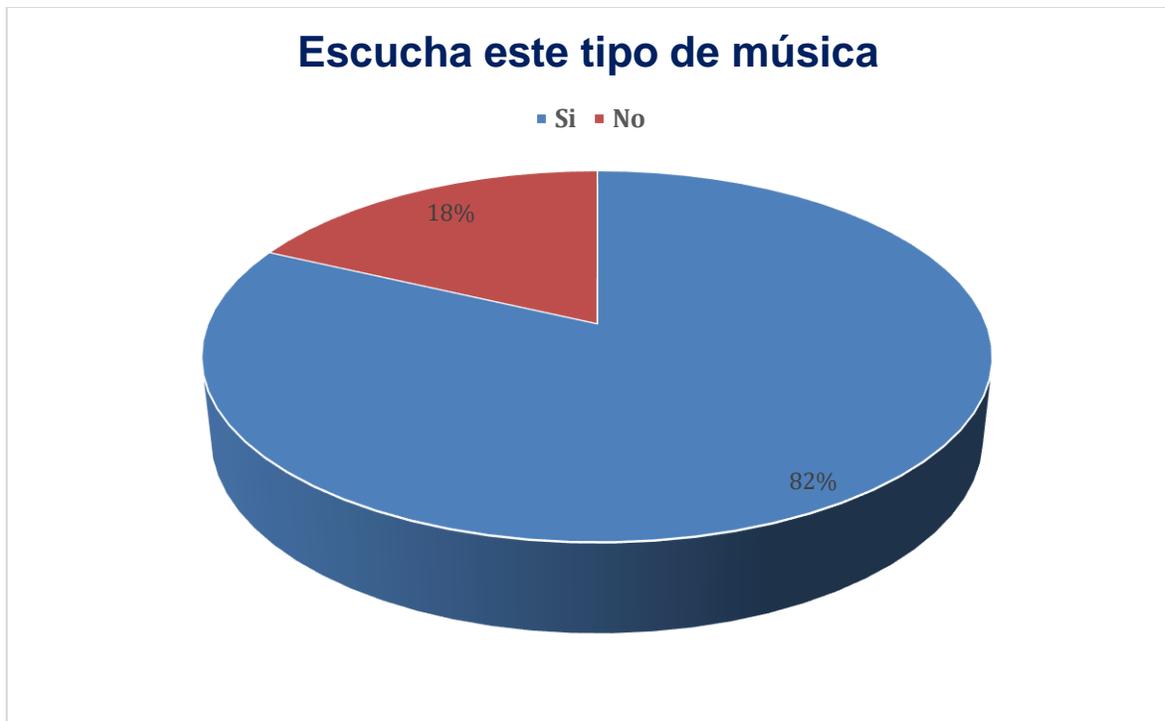
<b>Género musical</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Vallenato	7	14%
Rock	1	2%
Pop latino	0	0%
Rancheras	22	44%
Baladas	6	12%
Carrilera	2	4%
Bolero	11	22%
Merengue	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**Figura 14.** Porcentaje de género de musical

**Tabla 15.** ¿Aún escucha ese tipo de música?

Escucha este tipo de música	Frecuencia	Porcentaje
Sí	41	82%
No	9	18%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>



**Figura 15.** Porcentaje de tipo de música

**Tabla 16.** ¿Cuál cree usted la razón de su gusto musical?

Razón del gusto musical	Frecuencia	Porcentaje
Siente que hace parte de su identidad	3	6%
Sus costumbre que se quedaron con el tiempo	16	32%
Genera compañía y sensación	8	16%
Es fuente de entretenimiento	21	42%
Genera libertad y espacio	2	4%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

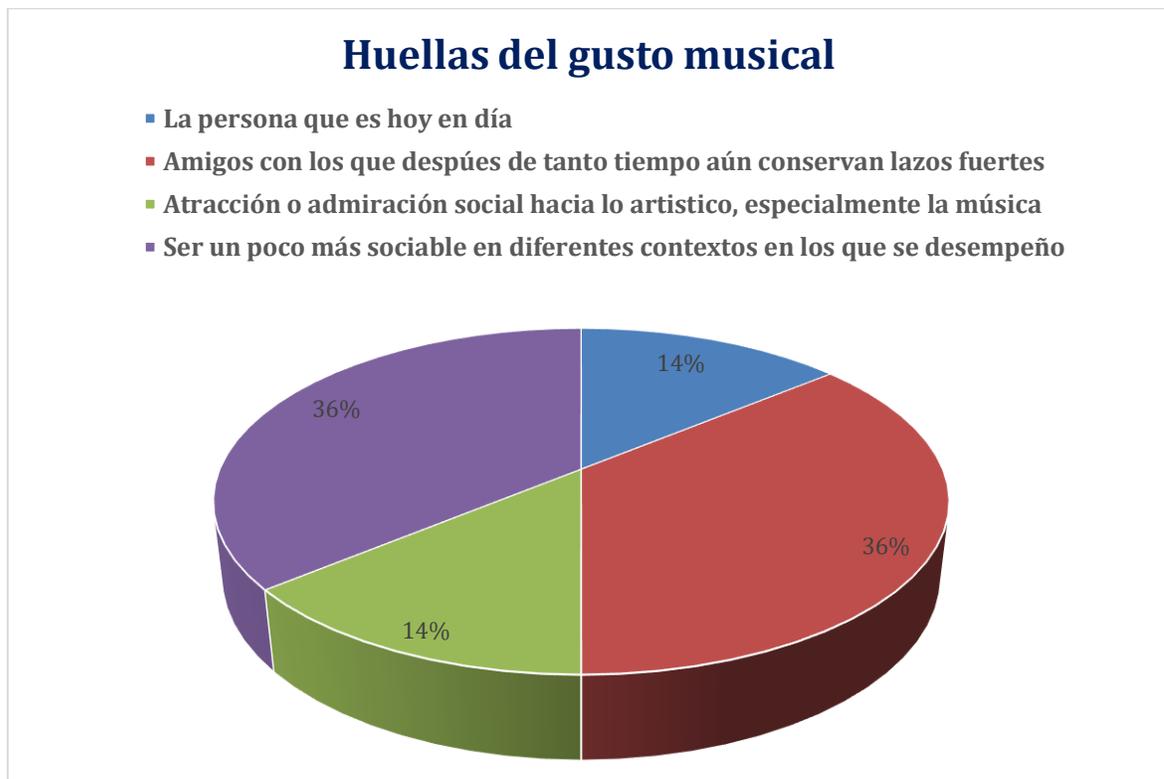


**Figura 16.** Porcentaje de razón del gusto musical

**Tabla 17.** ¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?

Huellas del gusto musical	Frecuencia	Porcentaje
La persona que es hoy en día	7	14%
Amigos con los que después de tanto tiempo aún conservan lazos fuertes	18	36%
Atracción o admiración social hacia lo artístico, especialmente la música	7	14%
	18	36%

Ser un poco más sociable en diferentes contextos en los que se desempeñó		
<b>Total</b>	50	100%

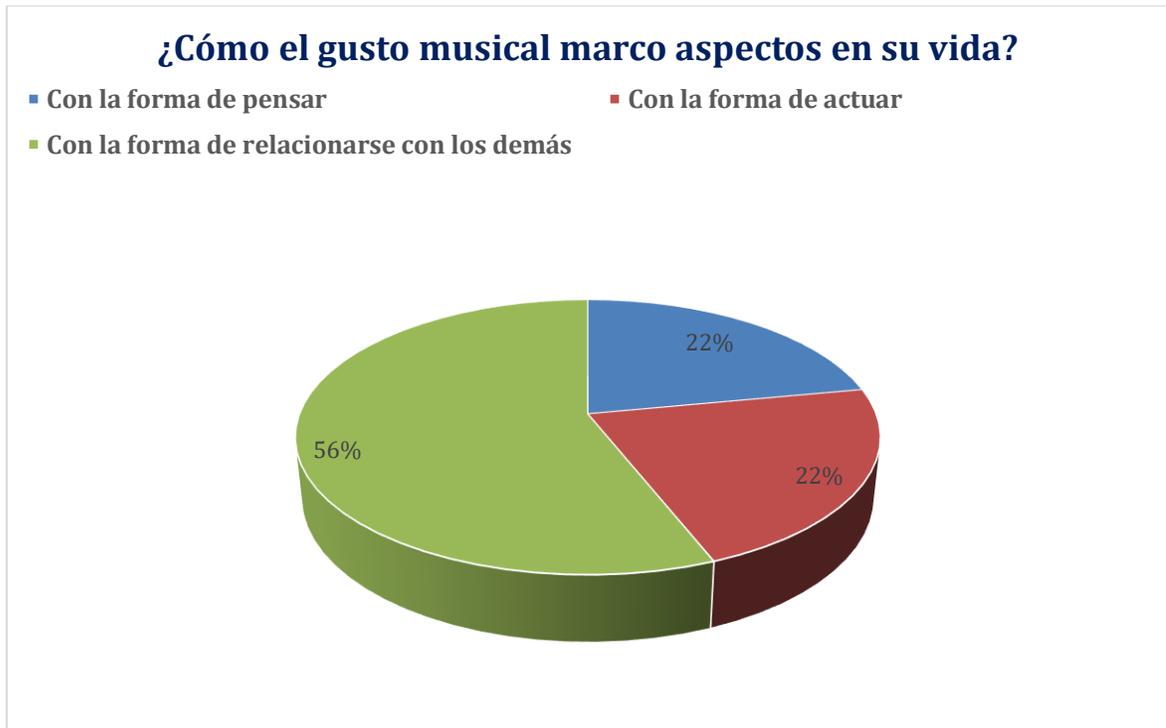


**Figura 17.** Porcentaje de huellas del gusto musical

**Tabla 18.** ¿Cómo el gusto musical marco aspectos en su vida?

Influencia musical	Frecuencia	Porcentaje
Con la forma de pensar	11	22%
Con la forma de actuar	11	22%
	28	56%

Con la forma de relacionarse con los demás		
<b>Total</b>	50	100%



**Figura 18.** Porcentaje de cómo el gusto musical marco su vida

## 4. Conclusiones

Las conclusiones se manifiestan con base a lo que se planteó en el marco teórico y los resultados obtenidos en las encuestas que se realizaron a jóvenes y adultos.

En el marco teórico se plantean varias inquietudes sin resolver, gracias a las encuestas se pudo obtener un resultado final que nos ayudó a resolver las preguntas que nos habíamos plantado. Después de haberlas realizado, se hizo un análisis de todas las encuestas con la información que ya se tenía, es así cómo se manifiestan estas conclusiones:

- Se evidenció la trascendencia cultural que se presentó con la música debido a la influencia de la modernización y la apertura de mercados emergentes, como lo son las industrias disqueras. Estas industrias crean un método de consumo con base a las tendencias musicales que están en constante posicionamiento. Por esta razón los jóvenes se identifican con los nuevos ritmos musicales, ya que se crea una afinidad representada por las tendencias, las cuales generan una moda en la actualidad y crean un respaldo masivo de sus seguidores.
- Se observó que, la música ha sido el factor detonante acerca de la representación de la sociedad, pues las prácticas culturales, tales como, las danzas, representaciones artísticas y las costumbres familiares han permanecido culturalmente dentro de cada comunidad. Esto se facilitó con la implementación de las TIC, debido a que han brindado en el usuario una facilidad de interactuar con los sonidos musicales por medio de plataformas digitales como *YouTube*, *Spotify*, *Deezer* y muchas otras, las cuales han facilitado a los cambios progresivos que se han venido llevando en la industria musical con la implementación de respuestas rápidas a las necesidades de los clientes.

## A. Anexo: Formato de encuesta adultos

### Encuesta adultos (Segmento población de 58 a 75 años)

La siguiente encuesta aborda temas relacionados con la evolución de su gusto musical, la importancia de los escenarios o espacios y quienes han estado dentro de esa evolución y dichos escenarios, todo esto con un grado de frecuencia que se verá representado en fases de tiempo en su vida.

- Seleccione su género  
Masculino \_\_\_  
Femenino \_\_\_
- ¿Qué edad tiene? \_\_\_\_\_

Según crea conveniente, marque con una X su respuesta (Varias opciones)

#### 8. En la época de su adolescencia ¿por qué medio escuchaba música?

- 1.1) Discos
- 1.2) Discotecas
- 1.3) Presentaciones públicas (conciertos, eventos musicales, bazares, festivales)
- 1.4) Fiestas
- 1.5) Radio
- 1.6) Otros

#### 1. ¿Qué género de música solía escuchaba en su juventud?

- 2.1) Vallenato
- 2.2) Rock
- 2.3) Pop latino
- 2.4) Rancheras
- 2.5) Balada
- 2.6) Carrilera
- 2.7) Bolero
- 2.8) Merengue

**2.9) otros****¿Cual?** \_\_\_\_\_**1. ¿Aún escucha ese tipo de música?****3.1) Sí** \_\_\_\_\_**3.2) No** \_\_\_\_\_**1. Si su anterior respuesta fue no, ¿Qué música escucha actualmente?****¿Cuál?** \_\_\_\_\_**1. ¿Cuál cree usted es la razón de su gusto musical?****5.1) Siente que hace parte de su identidad****5.2) Son costumbres que se quedaron con el tiempo****5.3) Genera compañía y sensación****5.4) Es una fuente de entretenimiento****5.5) Genera libertad y espacio****1. ¿Qué huellas dejó el gusto por el tipo de música que solía escuchar?****6.1) La persona que es hoy en día****6.2) Amigos con los después de tanto tiempo aún conservan lazos fuertes de aprecio****6.3) Atracción o admiración total hacia lo artístico, especialmente la música****6.4) Ser un poco más sociable en diferentes contextos en los que se desempeñó****1. ¿Cómo el gusto musical marco aspectos de su vida?****7.1) Con la forma de pensar****7.2) Con la forma de actuar****7.3) Con la forma de relacionarse con los demás****7.4) Otras****¿Cuál?** \_\_\_\_\_

## **B. Anexo: Formato de encuestas de jóvenes**

### **Encuesta Jóvenes**

La siguiente encuesta aborda temas relacionados con sus gustos musicales, la importancia de cuándo y cómo escucha música y de la relación de esta con los gustos de sus padres.

Marque con una x según su respuesta

1. **Género:** M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

2. **Edad:** \_\_\_\_\_

3. **Ocupación:** \_\_\_\_\_

4. **Nivel educativo:** bachillerato, tecnológico, pregrado universitario, posgrado.

5. **¿Por qué medio tecnológico suele escuchar música?** (Marque con una x según su respuesta)

5.1) Internet.

5.2) Radio.

5.3) Memoria de su dispositivo.

5.4) Plataformas digitales

5.5) Programas musicales de televisión

6. **¿Cuántas horas aproximadamente al día dedica a escuchar música?** (Marque con una x según su respuesta)

6.1) 0 a 2 horas

6.2) 2 a 4 horas

**6.3)** 4 a 6 horas

**6.4)** 6 a 8 horas

**6.5)** Más de 8 horas

**7. ¿Con qué frecuencia escucha música?** (Marque con una x según su respuesta)

**7.1)** Todos los días

**7.2)** Tres veces por semana

**7.3)** El fin de semana

**7.4)** De lunes a viernes

**8. ¿Cuáles son esos géneros musicales prefiere?**  
**Escoja máximo 3** (Marque con una x según su respuesta)

<b>a</b>	Folklore	<b>m</b>	Reggae
<b>b</b>	Blues	<b>n</b>	Reguetón
<b>c</b>	Electrónica	<b>o</b>	Rock
<b>d</b>	Hip Hop	<b>p</b>	Rock and Roll
<b>e</b>	Jazz	<b>q</b>	Soul
<b>f</b>	Heavy Metal	<b>r</b>	Vallenato
<b>g</b>	Pop	<b>s</b>	Cumbia
<b>h</b>	Punk	<b>t</b>	Bambuco
<b>i</b>	Rap	<b>u</b>	Sanjuanero
<b>j</b>	Torbellino	<b>v</b>	Joropo
<b>k</b>	Carranga	<b>w</b>	Popular
<b>l</b>	Guabina		

Otro ¿Cuál?
-------------

**9. ¿A qué horarios acostumbra escuchar la música de su preferencia?**  
(Marque con una x dos opciones según su respuesta)

9.1) De 4 a 6 am.

9.2) De 6 a 9 am.

9.3) De 9 a 12 pm

9.4) De 12 a 3 pm.

9.5) De 3 a 6 pm.

9.6) De 6 a 10 pm.

9.7) De 10 a 1 pm.

**10. ¿Qué actividades realiza, mientras escucha la música de su preferencia?**  
(Marque con una x dos opciones según su respuesta)

10.1) Estudiando

10.2) Haciendo ejercicio

10.3) Trabajando

10.4) Comiendo

10.5) Manejando

10.6) Tiempo libre

10.7) Viajando

10.8) Otra... ¿cuál? \_\_\_\_\_

**11. ¿Con quién escucha la música de su preferencia?**  
(Marque con una x dos opciones según su respuesta)

11.1) Solo

11.2) Con amigos

11.3) Con familiares

11.4) Con personas desconocidas

11.5) Con su pareja

11.6) Otra... ¿cuál? \_\_\_\_\_

**12. ¿En qué lugar escucha la música de su preferencia?**

(Marque con una x dos opciones según su respuesta)

12.1) En la casa

12.2) En la universidad

12.3) Restaurantes

12.4) Discotecas

12.5) Aviones

12.6) Carro

12.8) Otra... ¿cuál? \_\_\_\_\_

**13. ¿Considera usted que su gusto musical actual está ligado al gusto musical que sus padres escuchaban? ¿Por qué?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**12. ¿Considera que la forma de disfrutar la música en sus padres es distinta a como la disfruta usted? ¿Por qué?**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

---

---

## Referencias bibliográficas

GADEA, Carlos Alberto. Vanguardias político-culturales y la prehistoria de lo posmoderno en América Latina.

MARGULIS, Mario & URRESTRI, Marcelo. La juventud es más que una palabra. Editorial: Seix Barral, Barcelona 1982.

ORTIZ, Renato. La modernidad y mundo. Estudios sobre las Culturas Contemporaneas, junio, año/vol. III, número 005. Universidad de Colima, México.

PAÍS ANDRADE, Marcela Alejandra. Cultura, juventud, identidad: una mirada socio antropológica del Programa Cultural en Barrios. Estudios Sociológicos Editora ProQuest ebrary. Buenos Aires, Argentina. 2011.

REGUILLO CRUZ, Rossana. Jóvenes en la encrucijada contemporánea: en busca de un relato de futuro. Guadalajara, México 2013.

REGUILLO CRUZ, Rosana. Navegaciones errantes. De músicas, jóvenes y redes: de Facebook a YouTube y viceversa. [En línea] (<http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/comsoc/revista18/6.pdf>)

REGUILLO CRUZ, Rosana. Emergencias culturales. Estrategias del desencanto.

TIRADO MEJÍA, Álvaro. Los años sesenta- Una revolución en la cultura.

