



EL CONSUMO MUSICAL EN LA FORMACIÓN DE ESTUDIANTES DE LICENCIATURA EN INTERVENCIÓN EDUCATIVA

HERMILA LOYA CHÁVEZ
JOSÉ ANTONIO ÁVILA QUEVEDO
JUAN TENORIO URBINA

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL DEL ESTADO DE CHIHUAHUA

TEMÁTICA GENERAL: PROCESOS DE FORMACIÓN

RESUMEN

En el presente trabajo se reportan resultados parciales de una investigación descriptiva cuyo propósito es conocer el consumo musical y el impacto que puede tener en los procesos formativos de los estudiantes de la Licenciatura en Intervención Educativa. Este reporte corresponde a la identificación del contenido de la letra de las canciones que escuchan los estudiantes durante su proceso de formación, y su relación con su identidad profesional. Para el análisis se generó y aplicó una encuesta, de la cual se recuperó las canciones que los estudiantes escuchan de manera más frecuente, para posteriormente realizar un análisis de discurso de las letras de las canciones.

A partir de la exploración del consumo musical se encontró que los géneros musicales preferidos son, por una parte, el regional, ranchero y sierrero, y por otra, el urbano y pop internacionales. En relación al contenido y su análisis se encontró que existe una disonancia entre los mensajes de estas canciones y los ideales que se marcan desde una visión humanista de la sociedad.

Palabras clave: Consumo Cultural, Formación Profesional, Análisis del Discurso.

Introducción

Se presenta un informe parcial de resultados de una investigación más amplia enfocada a conocer el impacto del consumo musical en la formación profesional de los estudiantes de la Licenciatura en Intervención Educativa (LIE), carrera ofertada por una universidad en el estado de Chihuahua.

Estos resultados son descriptivos y corresponden a una parte de la investigación que constituye la identificación de los géneros musicales y el análisis de los contenidos de las letras de las canciones que consumen los estudiantes de la licenciatura y que se encuentran presentes en su formación a manera de educación informal. Los gustos por la música, según Bordieu (2002) depende del conjunto de relaciones sociales y económicas en las que los estudiantes desarrollan sus vidas. Por su parte, Giroux (2005) plantea que los productos culturales, como la música, van señalando la forma de estar de los sujetos en el mundo, a la par de que sirven como elementos de conformación de la subjetividad. Por ello se busca rescatar las características socioculturales, reflejadas en los mensajes contenidos en el consumo musical de los estudiantes que se están formando en esta licenciatura y relacionarlos con su formación, precisamente porque el campo profesional que ellos atenderán es de educación a través de la herramienta que constituye la intervención.

El problema

El consumo musical forma parte de los elementos de la educación informal como parte de la cultura con la cual ingresan los jóvenes a las aulas universitarias. Esta cultura musical es sólo una parte de su cultura total. Para ellos no representa problema, pues constituye una forma de disfrutar la expresión artística y, para la universidad, por su parte, también lo es desde esa perspectiva, sin embargo, la expresión de las culturas revela formas de pensamiento de los jóvenes de las sociedades actuales que pueden representar una reproducción cultural del sistema socioeconómico, lo cual implica el refuerzo o la resistencia al planteamiento curricular para su formación profesional.

El consumo musical es un medio para explorar la realidad sociocultural y cambiante de los alumnos, influenciada por las modas fluctuantes de carácter multicultural que parten de una diversidad de rasgos culturales que se desarrollan en la sociedad hoy día. Por ello, es importante que en la formación de un profesional educativo se analice este fenómeno, por las implicaciones que tiene en la enseñanza, la interpretación y en la reproducción de la práctica del consumo. También permite hacer una aproximación al capital cultural que poseen los estudiantes, según lo plantea Bordieu (2002).

El origen pluricultural de los jóvenes que ingresan a las universidades no siempre es considerado en los procesos de su formación pues el centro de la actividad universitaria son los programas curriculares y culturales y la universidad deja de lado o no considera el perfil cultural de los estudiantes. El consumo musical, es elemento significativo del carácter socio-cultural de las personas, también tiene relación con el desempeño de los estudiantes y la construcción de su imagen

profesional, ya que implica una serie de significaciones cuando se están formando, que al mezclarse con su propio ser, es decir, con su subjetividad, adquieren sentido. La apropiación no se da en el vacío, se logra engarzar con los referentes del sujeto quien adquiere significación mediante su marco cultural. El marco cultural sirve para que el sujeto le otorgue significado, en este caso al consumo musical. Los contenidos, por tanto, no son transparentes, se interpretan, a partir del marco cultural que rodea y hace suyo el sujeto.

Los estudiantes son sensibles a la expresión musical y desarrollan identidad con los nuevos géneros que pueden estar cargados de contenidos que reflejan una visión de la vida no coherente con los propósitos educativos, misma que puede impactar en su formación, mediando en la formación de una imagen profesional no contemplada en el modelo de formación. El capital cultural es uno de los vectores relevantes a la hora de plantear el proceso de formación de los profesionales de la educación, y una forma de diagnosticar este vector es a través del análisis de los contenidos del consumo musical, en este caso la letra de las canciones que les gusta escuchar.

Pregunta de investigación y objetivos

Ante esta relación entre el consumo musical y la formación profesional se plantea la pregunta de investigación de esta parte del trabajo: ¿Qué características identitarias se pueden detectar en relación al análisis de la letra de las canciones, que escuchan los alumnos del programa de la Licenciatura en Intervención Educativa. El objetivo consiste en identificar el contenido de la letra de las canciones que escuchan los estudiantes durante su proceso de formación, y su relación con su identidad profesional. El objetivo específico es identificar si en los estudiantes existen patrones culturales en relación a los gustos musicales, a partir de analizar los contenidos en boga de consumo musical de los sujetos y su relación con la formación de la imagen profesional que asumen como futuros interventores educativos.

Referentes teóricos

Los bienes culturales, como la música, son formas simbólicas, así lo plantea Thompson (1998). Son unidades de acciones, objetos y expresiones significativas que conforman la cultura de las sociedades y se vinculan a procesos históricamente específicos estructurados socialmente, en los cuales se producen, se transmiten y se reciben. La letra de las canciones, como forma simbólica comparte las cuatro características de estas formas: 1. la intencionalidad, definida como la creación de los emisores al transmitir las, 2. la convencionalidad como las reglas y códigos que se manejan contextualmente para codificar, decodificar y descodificar la estructura de relaciones de poder que se plasma en la canción, 3. la referencial como el espacio temporal específico y 4. la contextual como elemento articulador de los significados a partir de condiciones sociales. Las condiciones de producción, circulación y recepción de las formas simbólicas suceden en un contexto histórico en el que fluyen las relaciones de los sujetos sociales y que les dan sentido. Las relaciones de poder influyen en los significados de las formas simbólicas. Para contextualizar una forma simbólica desde

la perspectiva estructural se considera un escenario espacio- temporal de los sujetos que producen, que reciben y resignifican a ésta, misma que es relevante en medida de que constituyen el pensar y hablar de una sociedad y que a través de su habla comunica el contenido de su pensamiento a través de otros pensamientos y, generalmente, a través de otras palabras.

La legitimación de las formas simbólicas se genera mediante un proceso en el que intervienen muchos factores, por ejemplo, Bourdieu (1987) plantea que en el campo social se produce la cultura a través de instituciones legitimadas y legitimadores del arte culto, artistas y grupos, contestatarios y medios masivos de comunicación. El autor también ha estudiado que el campo de la producción cultural es un territorio de luchas entre dos subcampos: El de la producción cultural restringida y el de la producción a gran escala, cuyo principio es la posesión de capital simbólico objetivado entendido como la posesión de objetos valorados en el campo y en modos particulares y distinguibles de consumo de ese campo. El subcampo de la producción restringida es el que se identifica con las bellas artes con la llamada alta cultura o de élite que tiene a su disposición a las instituciones como los museos, galerías, teatros, bibliotecas. Por su parte el subcampo de la cultura a gran escala y también conocido como el de la cultura de masas en él se encuentran los medios masivos de comunicación que a manera de industrias culturales y mercado colocan una serie de productos. Estos campos se analizan en esta investigación.

Bourdieu (1997) establece una homología entre las posiciones de los productores en el campo de la producción cultural y el rol de los consumidores en su espacio social lo cual implica que para cierto tipo de productos hay un público específico ubicado en un lugar específico, no obstante, el significado no es de correspondencia directa ya que en el campo social las relaciones de clase establecen luchas y alianzas entre grupos o fracciones de ellos.

El producto considerado como cultural según García Canclini (1993) se caracteriza por el valor simbólico pero además implica el manejo de estructuras simbólicas que le permiten al individuo reconocer dicho valor simbólico. Por ende el consumo cultural, en este caso, la música, ocurre cuando se hayan logrado el manejo de las estructuras simbólicas que tienen sentido para el estudiante dentro de su espacio social y cultural.

La música como consumo cultural de los jóvenes

Según Green (2008) las personas jóvenes experimentan los acercamientos musicales de muchas maneras, dentro de la escuela y fuera de ella, a través de sus iguales y de sus familias, en las organizaciones como las iglesias y a través de la variedad de reproductores en el medio en que viven. La música es también un referente de identidad, López Cabello (2013) en tanto que a través de ella se puede interpretar sentimientos y valores que confieren un sentido de pertenencia a los sujetos. Estos sentimientos y valores han sido expresados como actitudes políticas y críticas, o como en el caso particular de los sujetos adolescentes, la música representa una actitud vital, un poder posicionarse frente al otro y frente a los otros, un espacio de interpelación, un espacio identitario para

los jóvenes que pueden ir desde una posición política, hasta la posibilidad de constituirse en una herramienta de aprendizaje. La música se convierte en un acto educativo cuando el sujeto interpelado, a su vez, logra interpelar a otros sujetos, diseminando el sentir de la música y detonando su significación en las actitudes, valores y relaciones con los familiares, y en lugares como la escuela, el trabajo y otros espacios.

La letra de las canciones

Se considera relevante analizar las letras de las canciones porque son prácticas discursivas que contienen mensajes para promover, crear e imponer imágenes sociales, políticas, económicas, culturales, religiosas, morales e ideológicas que implican la acción social, mismas que posicionan a quienes escuchan y repiten las canciones para desarrollar procesos de identidad o de negación así como de reproducción de estas imágenes.

Metodología

Es una investigación cultural que desarrolla un estudio descriptivo de las preferencias musicales de los estudiantes de la licenciatura, mismo que se realizó mediante una encuesta exploratoria de 64 preguntas para recaudar datos sociodemográficos, géneros que escuchan y canciones que ejemplifiquen esos géneros, a la par de explorar si han cambiado sus gustos musicales conforme avanzan en la carrera y aplicada a la población de estudiantes de segundo semestre de la carrera, utilizando la plataforma virtual de la Universidad para su aplicación. La población se encuentra integrada por los sujetos inscritos en 9 campus, las características de la residencia de los sujetos son: localidades grandes, medias y chicas, urbanas y rurales, enclavadas en la sierra, en el valle y en el desierto.

El análisis de canciones, se realizó a través del método de Análisis de Discurso, para ubicar los patrones culturales que reflejan los contenidos de estas y determinar qué mensajes son consumidos por los estudiantes de la LIE que puede reflejar el capital cultural de estos sujetos. Una vez que se analizaron los datos de la encuesta se ordenaron las canciones más escuchadas por los estudiantes y se investigó a qué género pertenecen, quiénes las compusieron y quiénes las interpretan.

Van Dijk (1999) considera al discurso como una práctica social. El análisis crítico de éste se realiza más allá de la frase, de la acción y de la interacción y por tanto del discurso mismo, en términos de las estructuras, procesos e imposiciones sociales, políticas, culturales e históricas. Se busca, mediante este, un detallado y sistemático análisis de las estructuras y estrategias de texto y habla y de sus relaciones con los contextos sociales y políticos, considerando que la relación de poder entre sus partes también es discursiva, es decir, el discurso es una herramienta de la sociedad y por ende de todas sus relaciones, entre ellas la cultura, espacio en el que prosperan distintas propuestas artísticas, entre las que las interacciones del texto y sociedad ocurren inmediatamente.

El análisis del discurso implicó una relación dialéctica entre las letras de las canciones y el contexto en el que las instituciones y la estructura social está implícita. Lo cual establece que también que una letra de canción tiene íntima relación con el posicionamiento del sujeto que la propone ante su realidad y la atracción de los sujetos consumidores en la que se desarrollarían los vínculos específicos de sus identidades.

Las nociones de análisis crítico del discurso que se consideran en esta investigación son: posición del sujeto, poder, dominio, ideología, clase, género, discriminación, reproducción, estructura social y orden social, mismas que se consideran en este estudio.

Resultados

Las seis canciones y sus intérpretes con mayor número de preferencias son: “Cortinas guindas” del intérprete Crecer Germán, “Work” de Rihanna, “Borró cassette” de Maluma, “Te metiste” de Ariel Camacho, “Sólo con verte” de la Banda MS, “Espero cada día con ansia” de Remy Valenzuela, ver la Tabla 1.

El género más escuchado es el regional mexicano, ranchero y sierrreño, representado por intérpretes de origen sinaloense, tanto de las regiones bajas, medias y altas sobre el nivel del mar, desde el litoral, los valles y la región sierrreña. Aquí se encuentran los intérpretes Crecer Germán, Remy Valenzuela, Los Plebes del Rancho y la Banda MS. Los compositores, respectivamente, son: Los hijos de Barrón, Ricardo Orrantia, Sergio Mercado y Horacio Palencia, cuya edad se encuentra entre los 23 y 32 años. Así mismo se encontró la preferencia por el género urbano combinado con reguetón representada por el cantante Maluma, intérprete de “Borró cassette” quien es originario de Medellín, Colombia. El autor de esta es Bull Nené, quien nació en El Envigado, Antioquía, también de Colombia.

Y la música pop, reguetón y hip hop representado por la cantante Rihanna de origen Barbadoense y nacionalizada en los E.E.U.U. Única intérprete mujer de la lista de canciones más escuchadas por los estudiantes.

En los resultados no se encuentra una relación directa entre el lugar de residencia de los jóvenes universitarios y el tipo de música que escuchan, por ejemplo, los alumnos de la carrera y que viven en Cd. Madera, que es una localidad con población aproximada a 17000 habitantes, INEGI (2010) y ubicada en la Sierra Madre Occidental y a una distancia aproximada de 300 kms. de la capital del estado, no se identifican exclusivamente con el género y los intérpretes de canciones regionales, rancheras y sierrreñas, sino que marcan preferencias también de la música urbana e internacional en otros idiomas. Por otro lado, los estudiantes radicados en la ciudad de Chihuahua, que cuenta con una población aproximada a 850000 habitantes INEGI (2010b) también escuchan música regional, ranchera y sierrreña como la urbana y la pop internacional.

Los contenidos que se han encontrado en las letras de las canciones del género regional mexicano, ranchero y sierrero se describen en la Tabla 2, mismos que muestran cinco elementos de análisis del discurso que son género, poder, ideología, dominio, estructura social y orden social.

Género es la categoría manifiesta en todas las canciones: Se encuentra que de las cinco canciones más escuchadas, tres pertenecen al género regional, ranchero y sierrero, cuyos compositores y cantantes son varones y muy jóvenes, entre 22 y 33 años. En las tres canciones el tema es la relación de pareja, mismo que presenta la relación de poder, pues es una relación podría ser desigual pues quien se expresa es el varón y lo hace desde su dominio, expresando que las mujeres a quienes les cantan son objetos de placer, de felicidad y de propiedad del hombre. Así mismo se encuentra elementos ideológicos como la consideración de que la felicidad es mercancía y que el amor es sexo. También se encuentra el dominio de uno hacia el otro que se expresa al cantar a la pareja elegida al mismo tiempo que expresa mantener relaciones con otras mujeres, así mismo divinizando a la mujer (elegida, a quien le canta) como perfecta, como un ideal que se muestra en la letra de mantener para no romper tal relación. También se encuentran elementos que reflejan la transformación de una estructura social en declive, representada por parejas a lo largo del tiempo por las relaciones fugaces y efímeras entre los jóvenes.

Por otra parte el contenido de la canción de Maluma, ver Tabla 3. Se encuentran elementos ideológicos, de poder, de dominio, de la estructura y orden social. Estos se revelan en: el amor proclamado como sexo, relaciones ocasionales, furtivas, relación con alcohol y sexo en departamentos, cuartos de hotel y vehículos, así mismo se encuentra la negación al siguiente día, borrando la relación.

Un hallazgo importante es que el 85.6% de los estudiantes que participaron en el estudio, representativo de la carrera, son mujeres y el hecho puede estar relacionado con la preferencia con los cantantes varones, jóvenes y de fisonomía que corresponde a la estética hegemónica como lo son Crecer Germán, Maluma, los integrantes de la Banda MS, Los Plebes del Rancho y Remy Valenzuela, ya que la atracción sexual puede estar presente, pues es un dato importante analizar que de las seis preferencias cinco son varones. Sin embargo, la letra de las canciones refleja contenidos, que al analizarlos bajo la perspectiva de género, serían indignos para las estudiantes y aún más importante porque ellas se encuentran preparándose para ser profesionales de la educación. Por ello es que elementos de análisis del discurso como la ideología, el poder, el dominio, el género se han analizado en las letras de las canciones.

Los y las estudiantes de esta carrera, generalmente, son hijas de familias de escasos recursos. La mayoría no pudieron ingresar a otro tipo de universidad, por ejemplo las oficiales que se encuentran en la ciudad de Chihuahua y la de Ciudad Juárez por los gastos que implica moverse de su localidad. Conforme a Bordieu, estos estudiantes son consumidores de la cultura a gran escala, también conocido como el de la cultura de masas, a través de los medios masivos de comunicación

que a manera de industrias culturales y mercado colocan una serie de productos a la disposición del consumidor.

Conclusiones

El consumo musical es un elemento que tiene un doble carácter, por un lado, como forma simbólica, refleja las *weltschauung* de los estudiantes, lo cual forma parte del substrato sobre el cual se va a conformar la formación profesional del sujeto.

A su vez, la asunción del consumo de ciertos contenidos musicales, en este caso, canciones específicas, permite la recuperación por parte del sujeto de las formas simbólicas implícitas en estas, eso es, el consumo musical permite la transformación del marco simbólico del sujeto.

A partir de esto, se visualiza que los mensajes que transmiten las canciones que tienen mayor consumo entre los estudiantes de intervención educativa plantean mensajes que, desde la perspectiva de la formación de formadores, no son los más adecuados, al presentar mensajes de género ligados a una visión machista, y a la par reforzar una ideología ligada al consumo y a la sexualización hedonista de la realidad, lo cual choca con los ideales educativos que se marcan a partir de una visión humanista de la realidad social.

Tablas y figuras

Tabla 1

Canciones más escuchadas por los estudiantes

No.	Canción	Intérprete	No. De preferencias	No. De alumnos
1	Cortinas guindas	Crece German	55	45
2	Work	Rihanna	53	40
3	Borró cassette	Maluma	39	32
4	Te metiste	Ariel Camacho	33	25
5	Sólo con verte	Banda MS	33	24
6	Espero cada día con ansia	Remmy Valenzuela	39	23

Tabla 2

Análisis de contenidos y hallazgos

Análisis de contenidos de letras de música regional, ranchera y sierraña		Elementos de análisis del discurso con el cual se relacionan
1	Todos los compositores son varones	Género
2	Todos los intérpretes son varones	Género
3	El tema de las canciones es la relación de pareja	Poder
4	Las chicas a quienes van dirigidas la composición de la letra son consideradas objetos de placer, de felicidad y de propiedad	Poder
5	La felicidad es mercancía	Ideología
6	El amor es sexo	Ideología
7	La relación es promovida por el deseo sexual	Género
8	Cantan a la mujer elegida, aunque mantenga relación con otras	Dominio
9	Divinizan a la mujer	Dominio
10	Fugacidad y trivialidad de las relaciones de pareja	Estructura social y orden social

Tabla 3

Elementos en la letra de la canción interpretada por Maluma

Número	Análisis de Contenidos de letras de música urbana	Elementos encontrados
1	Amor proclamado como sexo	Ideología
2	Relaciones furtivas, ocasionales, sin trascendencia	Estructura y orden social
3	Combinación de alcohol y sexo	Poder
4	Dominio de la situación por parte del varón	Dominio
5	Negación de la realidad	Ideología

Referencias

- Boudieu. P. (1987). Los tres estados del capital cultural. *Sociología*, 2(5). 11-17.
- (1997). *Razones prácticas. Sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- (2002). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. México: Taurus
- García Canclini, N. (1993). *El consumo cultural en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Colección "Pensar la Cultura". México.
- Giroux H. A. (2005). *Estudios culturales, pedagogía crítica y democracia radical*. Madrid: GIRO
- Green, L. (2008). *Music, informal learning and the school: a new classroom pedagogy*. Consultado de <https://universitas82.files.wordpress.com/2013/08/las-cosas-del-decir.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. *Información de México para niños*. Consultado en <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/>
- (2010b). *Información de México para niños*. Consultado en <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/Madera/>
- López-Cabello, A. S. (2013). La música punk como un espacio identitario y de formación en jóvenes de México. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 11 (1), pp. 185-197.
- Thompson, J.B. (1998). *Ideología y Cultura Moderna*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Van Dijk, T. (1999). *El análisis crítico del discurso*. Barcelona: Anthropos.