

Modelos sonoros en la adolescencia: preferencias musicales, identidades e industria discográfica

Modelos sonoros na adolescência: preferências musicais, identidades e indústria fonográfica



Adrien Faure¹

Universitat de Barcelona, Barcelona, España
adrienfaure@ub.edu



Diego Calderón-Garrido²

Universitat de Barcelona, Barcelona, España
dcalderon@ub.edu



Josep Gustems-Carnicer³

Universitat de Barcelona, Barcelona, España
jgustems@ub.edu

Resumen: En la adolescencia las preferencias musicales son un elemento clave en la construcción de la identidad social. En la actualidad muchos estilos preferidos por adolescentes pertenecen a músicas de consumo de masas, producidas por tecnologías musicales muy precisas. El objetivo de esta investigación es establecer perfiles sonoros en los adolescentes a partir del análisis de sus preferencias musicales así como otras variables sociodemográficas, académicas y de personalidad. Para ello, y a través de la aplicación de un protocolo de investigación compuesto por una escala académico-formativa *ad hoc*, el cuestionario *Five Inventory* (BFI-10) y una adaptación de la Escala Sobre Preferencias Musicales (HERRERA, CREMADES & LORENZO, 2010), 464 adolescentes

1 Doctor en Sociedad y Cultura. Graduado en musicología. Profesor asociado en la Universidad de Barcelona. Profesor de secundaria, músico y productor en Sarao Music (Universal Production Music). Graduado en musicología

2 Doctor en Tecnología Educativa. Doctor en Historia del Arte. Titulado Superior en Música Moderna. Serra Hünter Fellow en la Universidad de Barcelona.

3 Doctor en Pedagogía y Titulado Superior de Música. Profesor Titular de Didáctica de la Expresión Musical en la Universidad de Barcelona. Sus áreas de interés son los aspectos psicológicos, emocionales y simbólicos de la experiencia musical. Autor de más de 200 publicaciones en estos campos.

han aportado datos y opiniones sobre este tema. Los resultados muestran un perfil generalizado de adolescente, con unas preferencias musicales constituidas por 5 géneros populares pertenecientes a las “músicas de masas”: el Pop, el Reggaetón, el Hip-hop, el Trap y la música Electrónica. Estos datos han sido relacionados con los diversos perfiles de personalidad así como características socio-demográficas. Con todo ello se dan indicaciones para un mejor aprovechamiento de los espacios educativos musicales en esta etapa.

Palabras clave: Música; adolescencia; identidad social; producción musical; preferencias musicales.

Resumo: Na adolescência, as preferências musicais são um elemento-chave na construção da identidade social. Atualmente, muitos estilos preferidos pelos adolescentes pertencem à música de consumo em massa, produzida por tecnologias musicais muito precisas. O objetivo desta pesquisa é estabelecer perfis sonoros em adolescentes a partir da análise de suas preferências musicais, bem como de outras variáveis sociodemográficas, acadêmicas e de personalidade. Para isso, e através da aplicação de um protocolo de pesquisa que consiste em uma escala de treinamento acadêmico ad hoc, o questionário Five Inventory (BFI-10) e uma adaptação da *Scale on Musical Preferences* (HERRERA, CREMADES & LORENZO, 2010) 464 adolescentes contribuíram com dados e opiniões sobre esse tópico. Os resultados mostram um perfil generalizado do adolescente, com preferências musicais compostas por 5 gêneros populares pertencentes à “música de massa”: pop, reggaeton, hip-hop, trap e música eletrônica. Esses dados foram relacionados aos vários perfis de personalidade e às características sociodemográficas. Com tudo isso, são dadas indicações para uma melhor utilização dos espaços educacionais musicais nesta fase..

Palavras-chave: Música; adolescência; identidade social; produção musical; preferências musicais.

Introducción

La adolescencia supone una etapa crucial en la transformación del ser humano, un periodo especialmente sensible en lo que respecta a la identidad, las relaciones sociales y la visión del mundo del que formará parte como protagonista en las nuevas generaciones. El abandono de etapas anteriores hacia lo que se denomina "*madurez emergente*" será un camino no carente de dificultades en el ámbito familiar, académico, social o laboral (ARNETT, 2008: 25). En esa conformación de una nueva identidad, la música como signo identitario será un elemento clave para el desarrollo humano (PAC-SALAS y SERRANO-MARTÍNEZ, 2018).

En este intento de descripción de la identidad, los estudios de personalidad han representado una aportación sustancial, a partir de estudios observacionales con diferentes edades, sexos, razas y grupos lingüísticos. Así pues, desde la década de 1980 se identificaron cinco factores conocidos popularmente como *Big Five*, una teoría que nos permite explicar a partir de la combinación de aspectos clínicos o sociales (como el neuroticismo, la extraversión, la agradabilidad, el responsabilidad o la confianza), las dimensiones básicas de la personalidad (COSTA y MCCRAE, 1992).

Existen varios estudios que relacionan perfiles de personalidad y preferencias musicales, como el de Rentfrow y Gosling (2003), que demostraron cómo la música constituye un elemento relevante en la definición de las identidades individuales y colectivas en nuestra sociedad. Incluso, indagando con más profundidad, North y Hargreaves (2007) llegaron a vincular las preferencias musicales con las relaciones interpersonales, las creencias políticas, las conductas morales, las finanzas, el nivel de estudios, el empleo o la salud. En la misma línea, Paul DiMaggio (1987), estableció una relación entre estructuras sociales, patrones de consumo y producción artística. De esta manera, la emergencia de nuevos estilos artísticos se traduciría en un "ritual de clasificación" donde convergen las estructuras sociales, los sistemas educativos, los

intercambios culturales y los elementos comerciales. Por lo tanto, y tal como describen los estudios previos, podemos afirmar que los procesos sociales, la formación de la identidad y la producción y clasificación artísticas están indiscutiblemente vinculados.

Pero no solo en el terreno de las artes se ha investigado respecto a esta relación; Bruner (1990) reconoció, en sus estudios, a la música como un estímulo eficaz sobre el ser humano en cuestiones de marketing. Es decir, que la música puede incidir en determinados sectores de la población, buscando influir sobre sus decisiones respecto al consumo o sus costumbres sociales. Los medios de comunicación responden musicalmente a condicionantes provenientes del mercantilismo de la industria musical (HERRERA, CREMADES y LORENZO, 2010). Esto implica, de nuevo, una relación entre la clasificación de las músicas y las identidades sociales.

Pero como se ha descrito anteriormente, la música influye con fuerza en las identidades grupales de los jóvenes, puesto que se crean o refuerzan vínculos de amistad a través de preferencias musicales coincidentes (SELFHOUT, BRANJE, BOGT y MEEUS, 2009; ORIOLA y GUSTEMS, 2015), ya que, en cierto modo, estarían unidos por valores similares que contribuyen a la atracción y deseabilidad social (BOER, FISCHER, STRACK, BOND, LO y LAM, 2011). Así, pues, los gustos musicales ejercen como bandera para mostrar la propia identidad o la pertenencia a un grupo social concreto, llegando a crear favoritismos dentro de los mismos grupos (LONSDALE y NORTH, 2009).

En resumen, la música es importante para los adolescentes porque les permite representar una "imagen" al mundo exterior (NORTH, HARGREAVES y O'NEIL, 2010), una actividad artística a modo de símbolo para representar aspectos de la identidad y la personalidad de sus "consumidores". Pero, ¿cuáles son las músicas con las que los adolescentes forjan sus identidades? ¿Cuáles son sus preferencias musicales?

Investigaciones recientes llevadas a cabo en institutos de secundaria españoles confirman que, independientemente de su

origen cultural, el conjunto de estilos musicales más influyentes en los adolescentes lo formarían las llamadas “músicas populares”. Los jóvenes escuchan de forma mayoritaria aquellos estilos musicales más presentes en los medios, principalmente Pop, Hip-Hop, Reggaeton, etc. (HERRERA, CREMADES y LORENZO, 2010), afirmación vigente aún hoy en día, tal como corroboran diferentes investigaciones durante el siglo XXI (FAURE, GUSTEMS y NAVARRO, 2020), siendo una constante en la sociedad española actual. Pero ¿qué significa la discutida etiqueta de “músicas populares”? ¿De qué músicas se trata? ¿Qué elementos en común comparten?

Cuando nos referimos a músicas populares en el contexto adolescente, nos referimos a productos musicales en constante transformación, vinculados a modas y al uso de las tecnologías de la información para el consumo musical. No obstante, existen algunos indicadores comunes a todos ellos en el contexto del siglo XXI: su formato de consumo, sus sistemas de difusión y su alcance cuantitativo. Se trata siempre de bienes destinados a la distribución para el consumo masivo, accesible tanto en términos de propiedad compartida como individual y accesible cognitivamente, en cuanto al bagaje cultural que exigen (POUIVET, 2010). Por lo tanto, podemos considerar a las “músicas populares” como un macro-género musical, donde convive diversidad de estilos en constante transformación, cuyas músicas comparten todas estas características. Desde este punto de vista, cualquier grabación con un gran número de ventas -hoy en día, de reproducciones- podría estar incluida en las preferencias destacadas de los adolescentes.

Existe un condicionante más, la gran mayoría de artefactos sonoros que destacan como preferencias musicales de los adolescentes han sido creados por *tecnologías de masas*, medios de producción artística que implican la grabación, la duplicación y la difusión masiva, no como captura de una interpretación de una canción, sino como la construcción, en un estudio de grabación, de un artefacto sonoro original; lo cual presenta a la grabación como un proceso complejo de creación, del que deriva una obra

única que será duplicada, de manera idéntica, independiente de cualquier ejecución: la "obra fonográfica" (POUIVET, 2010).

Desde este punto de vista, cada archivo de audio escuchado por un adolescente está compuesto por un cúmulo de elementos, entre los que destaca la canción, con todas sus propiedades compositivas. Pero junto a ella, deberemos tener en cuenta, del mismo modo, todos los procesos tecnológicos de manipulación del sonido que ocurren durante la grabación. A pesar de todas estas consideraciones relacionadas con el consumo de música por parte de los adolescentes, tenemos la duda de si estos actúan como un grupo homogéneo o bien mantienen, en sus preferencias musicales, rasgos diferenciadores y distintas sensibilidades a partir de alguna de sus características identitarias o de personalidad. Si fuésemos capaces de distinguir distintos perfiles de preferencias musicales, probablemente nuestro trabajo musical en los centros de secundaria podría resultar más motivador y dirigirse de forma más eficaz a cada grupo según nuestras intenciones educativas.

Objetivos

Así pues, este trabajo tiene como objetivo analizar las preferencias musicales de una muestra de adolescentes para establecer perfiles generales y específicos a partir de variables académicas, sociodemográficas y de personalidad. Además, se busca comprender el modo en el cual estas se vinculan, a día de hoy, con los distintos perfiles de personalidad de los adolescentes españoles, para dilucidar la posible influencia de la industria discográfica y la educación musical sobre dichos procesos.

Metodología

Este estudio ha sido de tipo exploratorio no-experimental *ex post-facto*, a través de un muestreo intencional no probabilístico, limitándonos a describir lo existente y sin modificar, en ningún caso, ninguna de sus variables (ÁLVAREZ GAYOU, 2003).

Los participantes que conformaron la muestra de esta investigación fueron adolescentes, alumnos de institutos de Educación Secundaria, del área urbana de Barcelona, y, teniendo en cuenta las características de este estudio exploratorio, se optó por realizar un “muestreo intencional”, no probabilístico, delimitado según unos parámetros determinados, a fin de obtener un modelo representativo de la población, objetivo de esta investigación, para corregir los posibles sesgos de variabilidad de la población (ÁVILA BARAY, 2006). Para asegurar que la muestra sea representativa de la sociedad catalana actual, su selección ha sido realizada al azar, entre distintos centros de educación secundaria obligatoria y entre sus diferentes etapas educativas (CORBETTA, 2003).

Así pues, la muestra estuvo compuesta por 464 adolescentes (249 mujeres y 215 hombres, de con edad media de 13.27 años). Por lo que se refiere a actividades extraescolares, 265 (57.1%) no realizaban ningún tipo de actividad de orientación artística (música, danza, etc.), mientras que 199 (42.9%) sí lo hacían. Respecto al rendimiento académico, la nota media obtenida fue de 6.57. El alumnado participante estaba distribuido en 6 centros de Educación Secundaria del área urbana de Barcelona con distintos contextos económicos, sociales y culturales. De esta forma, y en función de la información global proporcionada por el profesorado de dichos centros, se dividió la muestra en función de los centros de la siguiente forma:

- 119 alumnos (25.6%) acudían a dos centros de un entorno socioeconómico alto y con un perfil sociocultural muy homogéneo;

- 214 alumnos (46.1%) acudían a dos centros de un entorno socioeconómico medio y un perfil sociocultural más heterogéneo; y
- 131 alumnos (28.3%) acudían a dos centros de un entorno socioeconómico bajo y una gran diversidad sociocultural.

Todos los encuestados participaron voluntariamente, firmando un consentimiento informado. Así mismo, todos los datos fueron tratados mediante códigos de identificación para preservar el anonimato y la confidencialidad de los resultados enmarcándose dentro de los condicionantes del Informe Belmont y el Código de Buenas Prácticas en Investigación de la Universitat de Barcelona (2010).

Para la recopilación de los datos se aplicó un protocolo compuesto por varios cuestionarios, que recogían los perfiles socioeconómicos y culturales de los adolescentes, su formación académica y musical, perfiles de personalidad, vías de acceso a las músicas y focos de influencia sobre sus gustos musicales. Dicho protocolo estuvo conformado por:

- Preguntas dirigidas a obtener datos sociodemográficos.
- Una escala académico-formativa ad hoc validada a través de interjueces, para recopilar información sobre el grado de formación, cursos oficiales y no oficiales, instrumentos musicales estudiados, experiencias de educación formal y/o informal, etc.
- Una escala de personalidad. Se aplicó el Five Inventory (BFI-10), considerando su brevedad y sencillez como la mejor opción para ser respondido por los adolescentes. Se trata de una escala abreviada de 10 ítems para medir las cinco dimensiones básicas de la personalidad (RAMMSTEDT y JOHN, 2007): Neuroticismo (N), Extraversión (E), Obertura hacia la experiencia (O), Agradabilidad (A) y Conciencia (C). Estos cinco factores deben considerar las dimensiones de personalidad más estables y replicadas (OZER y BENET-MARTÍNEZ, 2006).

- Una escala sobre preferencias musicales. Para ello se partió del cuestionario diseñado por Herrera, Cremades y Lorenzo (2010), adaptando y actualizando algunos aspectos.

La aplicación del protocolo se realizó a través de *Google Forms*.

Todos los datos obtenidos fueron codificados y analizados por separado y, posteriormente, combinados y vinculados entre sí. Además de los estadísticos descriptivos, y al ser datos no paramétricos, se buscaron las diferencias estadísticas con las pruebas de Kruskal-Wallis y de Mann-Whitney (MARTÍNEZ, CASTELLANOS y CHACÓN, 2014). Todos los cálculos estadísticos se realizaron con el software de análisis cuantitativo *Statistic Package for Social Science* (SPSS), en su versión 21.0.

Resultados

Con el objetivo de conocer en detalle el perfil de los adolescentes participantes en nuestro estudio, hemos realizado un exhaustivo análisis descriptivo de las dimensiones, tanto sociodemográficas como de personalidad que conforman dicho perfil, así como de sus preferencias musicales.

Por lo que se refiere a los perfiles de personalidad, los resultados obtenidos a través del cuestionario BFI-10 mostraron a una mayoría de jóvenes que se consideraban extrovertidos y sociables, imaginativos, con facilidad para ponerse nerviosos y confiados. Se observaron diferencias estadísticas entre hombres y mujeres en el caso de la obtención de buenas notas, de la relajación, del nerviosísimo y del interés por el arte. Todos los resultados se muestran en la tabla 1.

Tabla 1. Resultados del cuestionario *Big Five*.

	MEDIA	VARIABLES	N	EN FUNCIÓN DEL GÉNERO		DIFERENCIAS ESTADÍSTICAS HOMBRES/ MUJERES
				HOMBRES	MUJERES	
RESERVADO	2.18	NADA	102	2,13	2,23	Z = -1.199 P = .231
		UN POCO	211			
		BASTANTE	116			
		MUCHO	35			
EXTROVERTIDO	3.05	NADA	29	3,12	3,00	Z = -1.329 P = .184
		UN POCO	89			
		BASTANTE	174			
		MUCHO	172			
COOPERACIÓN	2.62	NADA	52	2,70	2,55	Z = -1.758 P = .079
		UN POCO	155			
		BASTANTE	174			
		MUCHO	83			
CRITICAR	1.89	NADA	191	1,87	1,91	Z = -.511 P = .609
		UN POCO	168			
		BASTANTE	69			
		MUCHO	36			
PEREZOSO	2.58	NADA	82	2,67	2,51	Z = -1.578 P = .115
		UN POCO	155			
		BASTANTE	103			
		MUCHO	124			
BUENAS NOTAS	2.76	NADA	47	2,67	2,83	Z = -2.202 P = .028
		UN POCO	125			
		BASTANTE	186			
		MUCHO	106			
RELAJADO	2.12	NADA	154	2,236	2,01	Z = -2.860 P = .004
		UN POCO	148			
		BASTANTE	113			
		MUCHO	49			
NERVIOSO	2.70	NADA	81	2,57	2,82	Z = -2.410 P = ,016
		UN POCO	130			
		BASTANTE	98			
		MUCHO	155			

INTERÉS POR EL ARTE	2.06	NADA	188	1,80	2,28	Z = -4.586 P > .001
		UN POCO	129			
		BASTANTE	78			
		MUCHO	69			
IMAGINACIÓN	2.93	NADA	42	2,96	2,90	Z = -.670 P = .503
		UN POCO	116			
		BASTANTE	140			
		MUCHO	166			

Respecto a preferencias musicales, los datos obtenidos muestran que los géneros preferidos son el Pop ($x = 3.46$; $SD = 1.311$), el Reggaetón ($x = 3.44$; $SD = 1.618$), el Hip-hop o el Rap ($x = 3.31$; $SD = 1.432$), el Trap ($x = 2.86$; $SD = 1.618$) y la música Electrónica ($x = 2.85$; $SD = 1.455$).

El estudio de correlaciones entre variables según las diferencias estadísticas, basándose en dichos estilos preferidos, permitió establecer 5 perfiles específicos:

- El Pop era preferido por los participantes más jóvenes y de género femenino. Respecto al perfil de personalidad, era más habitual entre quienes tenían mayor obertura a la experiencia, mayor nerviosismo, poca cooperación y poca responsabilidad. Además, era más común entre aquellos que realizan estudios artísticos extraescolares.
- El Reggaetón era el estilo preferido por el alumnado de centros de un entorno socioeconómico alto y sociocultural homogéneo. En relación al género, era más habitual entre las chicas. Por lo que se refiere a la personalidad, era más común entre quienes tienen mayor nerviosismo, menos cooperación y menos responsabilidad. También se observó que era más habitual entre el alumnado que realizaba estudios artísticos extraescolares.
- El Hip-hop o el Rap eran preferidos por quienes realizaban estudios artísticos extraescolares. Respecto a la personalidad, se trataba de alumnado con alto neuroticismo y baja responsabilidad y baja cooperación.
- El Trap era preferido por los adolescentes de más edad y con peores notas. Respecto a la personalidad, era más habitual entre el alumnado poco responsable y con poca obertura a la experiencia.

- La Música Electrónica era más preferida por los chicos que las chicas. Además, se presentó como más habitual entre los que tienen bajo neuroticismo y poca obertura a la experiencia.

En la siguiente tabla se muestran los principales rasgos de perfil descritos:

Tabla 2. Diferencias estadísticas y correlaciones en función de los diversos parámetros.

	POP	REGGAETÓN	HIP HOP	TRAP	ELECTRÓNICA
EDAD	MENOR R = -0.154 P = 0.001			MAYOR R = 0.132 P = 0.004	
GÉNERO	CHICAS Z = -4.713 P < 0.001	CHICAS Z = -4.294 P < 0.001			CHICOS Z = 4.688 P < 0.001
PERSONALIDAD	NEUROTICISMO ALTO R = 0.251 P = 0.015	NEUROTICISMO ALTO R = 0.362 P = 0.004	NEUROTICISMO ALTO R = 0.271 P = 0.023		NEUROTICISMO BAJO R = -0.321 P = 0.026
	OBERTURA ALTA R = 0.251 P = 0.015			OBERTURA BAJA R = -0.346 P = 0.023	OBERTURA BAJA R = -0.243 P = 0.018
	CONCIENCIA BAJA R = -0.293 P = 0.032	CONCIENCIA BAJA R = -0.432 P = 0.023	CONCIENCIA BAJA R = -0.432 P = 0.023	CONCIENCIA BAJA R = -0.201 P = 0.001	
	AGRADABILIDAD BAJA R = -0.318 P = 0.031	AGRADABILIDAD BAJA R = -0.268 P = 0.024	AGRADABILIDAD BAJA R = -0.349 P = 0.018		
ACTIVIDADES EXTRAESCOLARES	SÍ REALIZAN Z = -2.448 P = 0.014	SÍ REALIZAN Z = -4.124 P < 0.001	SÍ REALIZAN Z = -2.219 P = 0.026		
TIPO DE CENTRO		SOCIAL ALTO Y HOMOGÉNEO X ² ₍₁₎ = 20.008 P < 0.001			
RENDIMIENTO ACADÉMICO				NOTAS BAJAS R = -1.196 P < 0.001	

Discusión y Conclusiones

Este trabajo tenía como objetivo analizar las preferencias musicales de una muestra de adolescentes para establecer perfiles generales y específicos a partir de variables académicas, sociodemográficas y de personalidad. Como se ha podido apreciar, los resultados obtenidos han permitido corroborar investigaciones previas (SANTOS, 2003; HERRERA, CREMADES y LORENZO, 2010) citadas en la introducción de este artículo, o con otras como las de Tanner, Asbridge y Wortley (2008), según las cuales las músicas preferidas de los adolescentes serían aquellas que se enmarcan dentro de las músicas de consumo masivo. Efectivamente, el análisis estadístico de los datos recogidos con los cuestionarios mostraron un perfil generalizado de adolescente, con unas preferencias musicales constituidas por 5 géneros populares pertenecientes a las "músicas de masas": el Pop, el Reggaetón, el Hip-hop, el Trap y la música Electrónica.

Sin embargo, se han encontrado ciertas diferencias respecto a estudios realizados en otras sociedades, como los de Terrazas-Bañales, Lorenzo y González-Moreno en México -donde predominan los géneros musicales de banda, norteña y música pop, en las preferencias musicales de los jóvenes- (TERRAZAS-BAÑALES, LORENZO y GONZÁLEZ-MORENO, 2013), o los de Lorenzo y Fortunato en Brasil -donde destacan el Hip-Hop y el Pop- (LORENZO y FORTUNATO, 2013), por lo que se asume que, aunque ciertos aspectos son extrapolables, los resultados de nuestra investigación se aplican estrictamente en el ámbito socio-cultural en el cual ha sido llevada a cabo.

A su vez, en el seno de este perfil generalizado, se ha podido determinar ciertos perfiles de identidad específicos, relacionados con cada uno de estos géneros musicales preferidos por la mayoría de adolescentes. Es decir, aunque la mayor parte de jóvenes coinciden en su predilección por los 5 géneros citados, cada uno de estos estilos se ve vinculado a individuos de características sociodemográficas y psicológicas distintas.

Como se ha podido apreciar en la tabla 2, existía cierta predilección por unos estilos u otros, en función de determinadas características de la identidad de los encuestados que acaban trasladándose a las actitudes y comportamientos de sus protagonistas. Así, por ejemplo, el Trap le gustaba más a aquellos que mostraban una actitud “pasota” (malas notas, poca obertura y poca responsabilidad), en concordancia con la actitud que muestran los artistas de dicho género musical en sus videoclips. Esto podría interpretarse como una prueba de que los estilos musicales representan también actitudes e ideologías con las que los adolescentes pueden identificarse.

Por sexos, en lo que respecta a las chicas, los resultados indicaron que tenían una mayor tendencia a preferir el Pop y el Reggaetón que los chicos. Estos datos coinciden con los estudios de Cripps o García, según los cuales los objetivos comerciales de las discográficas dirigen las músicas cuyo contenido es más melódico o con un ritmo más asociado al baile -como el Pop o el Reggaetón- mayoritariamente hacia la población femenina (Cripps, 2001; García, 2005). Así mismo, los datos que hemos obtenido coinciden con los de Calderón-Garrido, Martín,; Gustems-carnicer y Portela-Fontán, estableciendo una mayoría de chicas que practican danza como actividad extraescolar, que a su vez se muestran más propensas a un neuroticismo alto y una obertura a la experiencia mayor que la de los chicos (CALDERÓN-GARRIDO, MARTÍN, GUSTEMS-CARNICER, y PORTELA-FONTÁN, 2018).

También se confirmaron parcialmente las investigaciones de Hamilton (2004), quien apuntaba que los adolescentes prefieren las músicas populares de tipo urbano -como el Hip-Hop- las cuales se vinculaban a comportamientos emparentados con la rebeldía o el inconformismo. Idea que también se encontraba en los escritos de Bryant (2004), donde se asociaban los estilos relacionados con la cultura de barrio y al carácter reivindicativo y rebelde -como el Trap- con los adolescentes de mayor edad. Pero no se pudo llegar a atestiguar afirmaciones como las de Sharman y Dingle (2015) o North y Hargreaves (2007) para quienes aquellos que escuchan

determinadas formas de música, tales como el Metal o el Rap, parece que sean más proclives a los comportamientos delincuentes que aquellos que escuchan otros estilos.

Además de los datos hallados sobre preferencias musicales e identidades en la adolescencia, el enfoque planteado según el cual todos los géneros señalados están compuestos por canciones que han sido constituidas como grabaciones (POUIVET, 2010), nos dirige hacia una nueva perspectiva en cuanto a la construcción de las identidades en nuestra sociedad. Efectivamente, los procesos de producción musical, que se dan durante la creación de las obras fonográficas, están dirigidos a satisfacer las exigencias artísticas y comerciales que dicta la industria discográfica (MILNER, 2016), tratando de alcanzar el mayor número de consumidores posibles (FAURE, GUSTEMS y NAVARRO, 2020). Por lo tanto, nos encontramos frente a unas dinámicas de construcción de las identidades, individuales y colectivas, fuertemente influenciadas por el mercado musical. Como ya hemos apuntado anteriormente, los adolescentes se mueven por tendencias, necesitan encajar en su grupo de iguales para reconocerse a sí mismos y dilucidar su lugar en la sociedad. En este proceso, las preferencias musicales les sirven de avatar (LONSDALE y NORTH, 2009). Es por ello que la industria necesita, y crea, las “músicas de masas” para ofrecer un terreno común que permita a los jóvenes encontrar su espacio de consumo compartido.

Pero, como se ha podido observar en los resultados, a pesar de coincidir en muchas características, los adolescentes también se diferencian unos de otros; lo cual significa necesidades musicales diversas. De aquí que, en el seno de las músicas de masas, encontremos ciertas especificidades entre los distintos estilos que puedan colmar la complejidad de la demanda y potenciar el consumo.

Efectivamente, el objetivo de la producción musical es el de moldear las canciones y adaptarlas a su sector de mercado específico (MILNER, 2016); en este caso, los adolescentes. Por lo tanto, existe una influencia de doble sentido, un “pez que se

muerde la cola”, donde los consumidores marcan las directrices a las discográficas, que determinarán las tendencias sonoras y, estas, a su vez, influirán sobre la identidad y la personalidad de los adolescentes.

No se trata solo de un vínculo entre expresiones artísticas y personalidad, sino de dinámicas de oferta y demanda, que se nutren mutuamente, a la vez que constituyen de manera progresiva el espectro en perfiles humanos de la juventud actual. Es por ello que conocer los distintos perfiles sociodemográficos y culturales entre los adolescentes de nuestra sociedad, así como sus preferencias musicales, resultará ser una información de gran valor para comprender los entresijos de la formación de la identidad, así como las dinámicas comerciales de la industria musical y su impacto sobre la adolescencia. Así mismo podremos incidir en cada uno de estos grupos a partir del valor motivacional implícito que le confiere. Así por ejemplo, el pop resultará efectivo en las chicas más jóvenes, mientras que la música electrónica lo será para los chicos.

Una posible aplicación práctica, a la vez obvia y necesaria, de los hallazgos de esta investigación sería la inclusión de las técnicas de producción musical, propias de las músicas de consumo masivo, en el marco de la educación musical formal. Estudios como los de Flores denuncian que *“pese a esta importante relación existente entre música popular actual y adolescencia, los currículos oficiales del área de música en la educación secundaria todavía no le prestan la debida atención”*, a lo cual añade que *“si para ello además planteamos en las aulas experiencias musicales cercanas a la realidad, estaremos consiguiendo un verdadero enlace entre el aula de música y la realidad musical del alumno”* (FLORES, 2007: 2). Y esta realidad a la que alude Flores, pasa por el aprendizaje de las tecnologías de grabación y sus posibilidades creativas; según Galera, la inclusión de tecnologías de grabación en las aulas contribuiría a fomentar actitudes creativas y cooperativas, favoreciendo así un aprendizaje significativo y desarrollando la competencia auditiva (BAKER y GREEN, 2013; GALERA, 2011). Indagar acerca de los procedimientos

propios de la producción musical debería ser un requisito esencial para el planteamiento de una educación musical provechosa.

La industria discográfica, que ya lleva modelando nuestros hábitos de consumo musical desde principios del siglo pasado, nos ha acercado sus productos en envoltorios que, a menudo, han escapado al análisis de la comunidad científica (mayormente centrada en la escritura musical). Por lo tanto, es necesario un acercamiento a las músicas que tenga en cuenta las técnicas de producción musical, y contemple la apreciación tímbrica como un elemento de comprensión y valoración musical preferente en la asimilación de una grabación. Una influencia secreta, intangible, pero de alto valor simbólico.

Referencias bibliográficas

ÁLVAREZ GAYOU, Juan Luis. **Cómo hacer investigación cualitativa: Fundamentos y metodología.** México: Paidós, 2003. 222.

ARNETT, Jeffrey Jensen. **Adolescencia y adultez emergente.** Londres: Pearson, 2008. 576.

ÁVILA BARAY, Héctor Luis (2006). Introducción a la metodología de la investigación. México: Euemd, 2006. 195.

BAKER, David; GREEN, Lucy. Ear playing and aural development in the instrumental lesson: Results from a "case-control" experiment. **International Journal of Music Education**, v. 35, n. 2, p. 141-159, 2013.

BOER, Diana; FISCHER, Ronald; STRACK, Micha; BOND, Michael H.; LO, Eva; LAM, Jason. How Shared Preferences in Music Create Bonds Between People: Values as the Missing Link. **Personality and Social Psychology Bulletin**, v. 37, n. 9, p. 1159-1171, 2011.

BRUNER, Gordon. C. Music, Mood, and Marketing. **Journal of Marketing**, v. 54., n. 4, p. 94-104, 1990.

BRYANT, Yaphet Urie. An examination of exposure to rap music videos: Psychosocial factors related to adversarial attitudes toward male-female relationships among African American adolescents.

Dissertation Abstract International, v. 64, n. 2, p. 1070, 2004.

CALDERÓN-GARRIDO, Diego; MARTÍN, Carolina; GUSTEMS-CARNICER, J; PORTELA-FONTÁN, Ana. La influencia de las Artes como motor de bienestar: un estudio exploratorio. **Arte, Individuo y Sociedad**, v. 30, n. 2, p. 77-93, 2018.

CORBETTA, Perrigiorgio. **Metodología y técnicas de investigación social**. Madrid: McGraw-Hill, 2003. 303.

COSTA, Paul; McCRAE, Robert R. Four ways five factors are basic. **Personality and individual differences**, v. 13, n. 6, p. 653-665, 1992.

CRIPPS, Colin. **La música popular en el siglo XX**. Madrid: Akal, 2001. 307

DIMAGGIO, Paul. Classification in Art. **American Sociological Review**, v. 52, n. 4, p. 440-455, 1987

FAURE, Adrien; GUSTEMS, Josep; NAVARRO, Mercè. Producción musical y mercado discográfico: homogeneización entre adolescentes y reto para la educación. **Revista Electrónica de LEEME**, v. 45, p. 69-87, 2020.

FLORES, Susana. Principales acercamientos al uso de la música popular actual en la Educación Secundaria. **Revista electrónica de LEEME**, n. 19, p. 17-34, 2007.

GALERA, M^a del Mar. Tecnología Musical y Creatividad: Una experiencia en la formación de maestros. **Revista electrónica de LEEME**, n. 28, p. 24-36, 2011.

GARCÍA, Aurora. La juventud en los medios. **Revista de Estudios de Juventud**, n. 68, p. 45-52, 2005.

HAMILTON, Kendra. Making Some Noise: The Academy's Hip-Hop Generation. Scholarship on the Genre Moves beyond a Project of Legitimization into a More Self-Critical, Challenging Realm. **Black Issues in Higher Education**, v. 21, n. 5, p. 34, 2004.

HERRERA, Lucia; CREMADES, Roberto; LORENZO, Oswaldo. Preferencias musicales de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria: influencia de la educación formal e informal. **Cultura y Educación**, v. 22, n. 1, p. 37-51, 2010.

LONSDALE, Adam J.; NORTH, Adrian C. Musical Taste and Ingroup Favouritism. **Group Processes & Intergroup Relations**, v. 12, n. 3, p. 319-327, 2009.

LORENZO, Oswaldo; FORTUNATO, Joao. **Estudio Sobre Preferencias Musicales en Estudiantes de Enseñanza Secundaria en la Ciudad de Vitória, Espírito Santo (Brasil)**. Granada: Universidad de Granada, 2013. 415.

MARTÍNEZ, Rosario; CASTELLANOS, Miguel *Ángel*; CHACÓN, José Carlos. **Análisis de datos en Psicología y Ciencias de la Salud**. Volumen II. Inferencia estadística. Madrid: EOS Universitaria, 2014. 461.

MILNER, Greg. **El Sonido y la Perfección, una historia de la música grabada**. Madrid: Lovemonk/Léeme Libros, 2016. 440.

NORTH, Adrian C.; HARGREAVES David. J. Lifestyle correlates of musical preference. **Society for Education, Music and Psychology Research**, v. 35, n. 1, p. 58-87, 2007.

NORTH, Adrian C.; HARGREAVES, David. J.; O'NEIL, Susan A. The importance of music to adolescents. **British Journal of Educational Psychology**, n. 70, p. 255-272, 2010.

ORIOLA, Salvador; GUSTEMS, Josep. Música y adolescencia: usos, funciones y consideraciones educativas. Universitas Tarraconensis, **Revista de Ciències de l'Educació**, n. 2015, v. 2, p. 27-42, 2015

OZER Daniel. J.; BENET-MARTINEZ Veronica. Personality and the prediction of consequential outcomes. **Annuary Review Psychological**, n. 57, p. 401-421, 2006.

PAC, David; SERRANO MARTÍNEZ, Cecilia. Family practices in the construction of creative professionals. A biographical perspective. **Revista Internacional de Sociología de la Educación**, v. 7, n. 3, p. 256-277, 2018.

POUIVET, Roger. **Philosophie du Rock; Une ontologie des artefacts et des enregistrements**. Presses Universitaires de France, 2010. 278.

RAMMSTEDT, Beatrice; JHON, Oliver, P. Measuring personality in one minute or less: A 10-items short version of the Big Five Inventory in English and German. **Journal of Personality Research**, n. 41, v. 203-212, 2007.

RENTFROW, Peter J.; GOSLING, Samuel D. The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. **Journal of Personality and Social Psychology**, v. 6, n. 84, p. 1236-1256, 2003.

SANTOS, Francisco. J. Los gustos musicales de nuestros alumnos. **Música y Educación**, n. 55, p. 57-69, 2003.

SELFHOUT, Maarten; BRANJE, Susan; TER BOGT, Tom; MEEUS, Win. The role of music preference in early adolescents' friendship formation and stability. **Journal of Adolescence**, n. 32, p. 95-107, 2009.

SHARMAN, Leah; DINGLE, Genevieve. A. (2015). Extreme Metal Music and Anger Processing. **Frontiers in Human Neuroscience**, v. 9, n. 272, p. 1-11, 2015.

TANNER, Julian; ASBRIDGE, Mark; WORTLEY, Scot. Our favourite melodies: musical consumption and teenage lifestyles. **The British Journal of Sociology**, v. 59, n. 1, p. 117-144, 2008.

TERRAZAS-BAÑALES, Francia; LORENZO, Oswaldo; GONZÁLEZ-MORENO, Patricia. Consumo musical de estudiantes universitarios de México. Una comparación entre alumnos de distintas facultades de una universidad mexicana. **Revista electrónica de LEEME**, n. 32, p. 121-134, 2013.

UNIVERSITAT DE BARCELONA. **Código de buenas prácticas en investigación**. Barcelona: Edicions de la Universitat de Barcelona, 2010. 19.