



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



INFLUENCIA DE LA MÚSICA POP EN LA CONFORMACIÓN DE IDENTIDADES JUVENILES

OBRA ARTÍSTICA

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

PRESENTA

ANA FLORENCIA CASILLAS ALARCÓN

DIRECTOR: DR. JAIME ENRIQUE CORNELIO CHAPARRO

TOLUCA, MÉXICO

FEBRERO 2021

ÍNDICE

Introducción	3
Capítulo 1. Naturaleza creativa del proyecto	
1.1 Análisis de la sociedad a través de la fotografía	12
1.2 La fotografía como nueva narrativa	13
Capítulo 2. Importancia de la fotografía en los estudios sociales	17
Capítulo 3. Identidad	21
3.1 Apropiación	25
3.2 Gusto y distinción	28
Capítulo 4. Historia del pop	31
4.1 La música como medio de comunicación	32
4.2 La música como productora de identidades sociales	34
Capítulo 5. Análisis de datos	38
Conclusiones	45
Anexos	49
Bibliografía	54

INTRODUCCIÓN

La industria musical actual vive cambios repentinos, pero el pop es un género que desde mediados de los años cincuenta ha ocasionado un gran impacto en la sociedad, no solamente musicalmente, también en lo social y en específico en el comportamiento de los escuchas.

A pesar de que en sus comienzos fue un género relacionado con los sectores de bajos recursos, generando una gran polémica, en la actualidad es considerado uno de los géneros predominantes en el gusto del público, que con el paso del tiempo fue siendo menos específico y comenzó a expandirse por todo el mundo. A medida que han transcurrido los años, ni los cambios radicales que este estilo musical ha sufrido, la música pop sigue presente en la vida diaria de los individuos que disfrutan de ella.

Desde sus inicios, con un verso simple y un ritmo armónico, buscaba atraer a un sector joven y masivo, por lo tanto, los temas que se abordaban en dicho género eran relacionados con el amor y el romanticismo, una combinación perfecta que le dio la popularidad que buscó desde un inicio.

Como bien lo menciona Simon Frith y su teoría de la recepción, “la importancia de las palabras no está en las ideas, sino en los modos de expresión”, ya que el autor considera que el receptor musical toma en cuenta tres aspectos: las palabras, la retórica y la voz. Factores que han cambiado en los últimos años, debido a la incursión de los artistas

en redes sociales, haciendo que su música se convierta en un estilo de vida.

Esto ha ocasionado un cambio en el comportamiento de los fanáticos, quienes ahora no sólo se sienten atraídos por la música, también por las actividades que realiza su artista favorito, su ropa, sus accesorios, creando una sociedad más cercana a la apariencia idéntica de un ídolo que a una personalidad propia.

El consumo musical de los jóvenes se ha visto opacado por el uso de redes sociales, que han creado contenidos digitales acompañados de melodías que en pocos días se vuelven tendencia mundial. Lo que lleva a los usuarios a volverse familiares con esos ritmos, sonidos y frases, terminando en un gusto colectivo que más allá de impulsar la creatividad musical, ocasiona que los consumidores no tengan un criterio propio que les permita elegir la música de su agrado.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

Se busca encontrar la identidad que se transmite por medio de la música pop, no sólo tomando en cuenta la melodía, también al artista y su estilo de vida, que en conjunto pueden contribuir a la creación de una personalidad en un fan, que presenta un comportamiento muy

particular, revelando actitudes en los jóvenes que nos permiten entender mejor el efecto que puede tener la música en una persona.

El consumo cultural de los jóvenes sin duda repercute en diversos aspectos de su vida, ya sea en formas de identificación, como puede ser la conformación de agrupaciones con los mismos gustos, la diferenciación e incluso en la interacción social. Esto es debido a que el joven no solamente consume un objeto material, como puede ser un disco o una playera de su artista favorito, sino también un estilo de vida que es ajeno en un inicio, pero que a medida en que el individuo interactúa con él, se convierte en una actividad propia.

Baudrillard (1974) nos habla sobre las sociedades contemporáneas que han añadido un nuevo valor al consumo: el “valor simbólico”, que ha impactado no sólo en esta actividad, también en los procesos de distribución y producción, haciendo de este un nuevo proceso, que está cambiando constantemente debido a la saturación de contenido que se nos ofrece. Dentro de este desarrollo hay que resaltar la importancia y la implicación de las industrias culturales con la mercadotecnia y la publicidad, herramientas de gran importancia en la distribución de los bienes culturales en la actualidad.

Por lo tanto, mediante ciertos elementos culturales, en este caso la música en particular, los jóvenes pueden adquirir una clasificación o estar dentro de un grupo definido, con gustos similares, definiendo sus estilos y forma de vida.

Gilberto Giménez puntualiza que el concepto de identidad es indisociable de la idea de cultura, ya que las identidades sólo pueden formarse a partir de las diferentes culturas y subculturas a las que se pertenece o en las que se participa (Giménez, 2001).

Por ende, la música, al formar parte de la cultura, contiene un significado para los individuos de una sociedad. La música pop participa en el proceso de construcción de identidad en los jóvenes, ya que propone variadas elecciones guiadas por el consumo. De aquí se desprenden tres niveles de influencia: a) la estructura simbólica del pop star; b) la estructura simbólica de la imagen que acompaña al pop star; c) la estructura simbólica de los productos que rodean al pop star.

Como lo mencionan Claudia Strauss y Naomi Quin, “un significado cultural es la interpretación típica, recurrente y ampliamente compartida de algún tipo de objeto o evento, evocada en cierto número de personas como resultado de experiencias de vida similares”. (Giménez, 2000). A partir de esta premisa, al ser la música pop un significado cultural compartido entre jóvenes, es por medio de ésta que se manifiestan prácticas culturales específicas, como pueden ser el lenguaje, formas de vestir, pensar o actuar.

Por lo anteriormente mencionado, considero que este género musical ha sido conductor de ideas y maneras de actuar de los jóvenes, por lo que llego al siguiente cuestionamiento: **¿Cómo se forma la identidad de los jóvenes a través de la música pop?**

2. OBJETIVO GENERAL

A través de un ensayo fotográfico se buscó reflejar la conformación de la identidad en los jóvenes de Toluca, influenciados por la música pop. Empezando con sus hábitos de escucha hasta su consumo en redes sociales, actividades que influyen directamente en su comportamiento y desarrollo de una personalidad. Así también, con el ensayo fotográfico quiero plasmar los sentimientos más profundos que puede causar el ser un fan apasionado de un artista en particular.

3. OBJETIVOS PARTICULARES

A través de la fotografía, se busca plasmar la influencia de un artista de música pop en la personalidad de los jóvenes de Toluca. Además de encontrar rasgos específicos, como la vestimenta, el estilo de vida o apariencia física en los fans, que nos permitan encontrar dicha influencia. Así también, externar cómo es el comportamiento de los mismos durante un concierto, actividad que forma parte del proceso de conformación de identidad y es un eslabón más del consumo social que cada individuo realiza para ser parte de un grupo de personas con los mismos gustos y así tener un sentido de pertenencia.

4. JUSTIFICACIÓN

Dentro del marco de la comunicación, este ensayo fotográfico cobra relevancia al mostrar cómo se desarrolla una sociedad a partir de los gustos y de la necesidad de pertenecer a un círculo social definido por parte de los jóvenes; así también de visualizar cómo las redes sociales y el mundo del internet cada vez están jugando un papel protagónico en la conformación de identidades juveniles, dejando de lado el criterio propio y creando sociedades prefabricadas con gustos y estilos de vida que se adapten al capitalismo actual.

La siguiente investigación tuvo como objetivo secundario, lograr un mayor entendimiento del poder de la fotografía dentro de los estudios sociales, ya que a través de una imagen o una serie de imágenes, se puede sustentar la información que se presenta, además de apoyar con elementos visuales una teoría para que sea aprobada o descartada.

5. MARCO TEÓRICO

Para poder entender de mejor manera el proceso de la conformación de la personalidad en los jóvenes, se tiene que analizar a la música desde el acto de escucha, centrándose en las razones y vías utilizadas por los individuos, que la convierten en una herramienta de expresión.

Georg Simmel, en su obra “Estudios psicosociales y etnológicos de la música”, las emociones, sentimientos o vivencias generadas por

escuchar música era lo que tomó en cuenta para elaborar sus conclusiones al respecto de considerar a la música como arte, dándole menos peso a la razón e inclinándose por las emociones psicológicas de las personas.

Un siglo más tarde, Theodor Adorno contribuye al tema con algunos ensayos. En “Disonancias. Introducción a la sociología de la música” (1973), da lectura que su objeto de reflexión es el acto de la escucha y realiza una clasificación por género musical del oyente, esto con la finalidad de acercarse a los diversos significados que cada persona le puede otorgar a la música, siendo en función de la historicidad o la tecnología utilizada para realizar dicha actividad.

El modelo teórico que se utilizó en este ensayo es el interaccionista, que señala que la conducta está determinada por características personales, las cuales a su vez están influenciadas por parámetros situacionales y fundamentales, debido a la interacción de ambos conjuntos de determinantes. Un modelo que ayudó a encontrar las características que definen a los jóvenes que disfrutan la música pop y también encontrar las actividades que influyen en la conformación de una personalidad.

6. HIPÓTESIS

La industria musical nos ha bombardeado con diferentes tipos de música, cada uno tratando de satisfacer las expectativas de distintos grupos de una sociedad. En la actualidad, no se limita sólo a eso,

conforme a esto, se han creado estrategias de marketing que han llevado a la música a no ser simplemente un acto de escucha, sino que también se le asocia con la imagen, la actitud e incluso con la ideología.

Por lo anterior, la música juega un papel muy importante en la construcción de la identidad y los jóvenes son los más vulnerables, al encontrarse en una etapa que se caracteriza por la búsqueda de una personalidad propia. La música acompaña este proceso, ya que a través de solistas o bandas, fomenta valores como el éxito, la belleza, el poder del dinero, la competencia, entre otros. Resultando en una realidad alterna, que muchos fans quisieran que fuera su realidad.

Este ensayo fotográfico analiza el proceso por el cual pasan todos los jóvenes: la búsqueda de uno mismo. Proyectando en cada fotografía cómo la música y las estrategias de marketing han alterado el concepto que las personas tienen de éxito, llegando al límite de moldear una personalidad.

Además, se busca indagar cómo la industria musical toma un papel protagonista en las vidas de aquellos que toman este arte como una forma de escapar de la realidad.

Es importante tomar como punto de partida el concepto de representaciones sociales desarrollado por Moscovici (2000), donde menciona que la originalidad de estas nace de proponer que el sentido común se configura a partir de los modelos desarrollados por la ciencia

y dispersados en una sociedad o cultura específica. Esos sistemas científicos son, a su vez, reconstruidos por el intercambio entre individuos o grupos sociales.

7. DELIMITACIÓN ESPACIAL, TEMPORAL Y MUESTRA

Muestra: jóvenes de entre 18 y 25 años que asisten a shows en Toluca.

Lugar: Toluca

Tiempo: desde agosto 2018 hasta febrero 2020

CAPÍTULO 1. NATURALEZA CREATIVA DEL PROYECTO.

1.1 Análisis de la sociedad a través de la fotografía

Dentro de las áreas de estudio profesionales como la antropología o la sociología visual, la fotografía es tomada como un componente metódico dentro de la investigación, esto quiere decir que hay una relación entre las representaciones visuales preexistentes y la participación de individuos que colaboran con la producción de imágenes, generando resultados satisfactorios en la investigación. (Banks, 1995)

La fotografía participativa es una práctica que ayuda a mostrar la realidad desde el punto de vista de los protagonistas, que a través de la captura de un momento significativo, da una visión de las actividades que se realizan por los individuos que conforman una sociedad. Aportándole un valor mayor a la imagen para sustentar una idea o hipótesis.

Caroline Wang (1999) profundiza en el poder de la fotografía como medio de comunicación y de expresión, mencionando que las imágenes contribuyen en cómo un individuo se mira a sí mismo o sus alrededores, percibiendo lo significativo y diferente. Pero también está el riesgo de la interpretación que el sujeto tenga de la imagen.

El hacer una instantánea de un momento específico, no sólo constituye una herramienta para la representación de un hecho histórico, también

otorga una nueva significación al concepto de información. La fotografía tiene la fuerza de descontextualizar los eventos, representandolos como únicos e irrepetibles. Como decía Susan Sontag (1973): “la fotografía es una pequeña parte del espacio y, a la vez, del tiempo.”

La idea de partir del documento visual y no de los discursos especulativos construidos alrededor de la fotografía, posibilita plantear un nuevo punto de vista para comprender el fenómeno estético y "otra narrativa" que se estructura desde las imágenes. Esta perspectiva configura un relato que se fundamenta en el archivo y el documento, guiado por un conjunto de argumentos, soportados en descripciones y análisis, que forman un tejido de nuevas interpretaciones y reinterpretaciones de un hecho social.

1.2 La fotografía como una nueva narrativa.

El desarrollo que ha tenido la fotografía, a partir de la pintura, ha permitido una clasificación de las imágenes de acuerdo al tema que se maneje en ellas, esto llevó a la aparición de los géneros fotográficos como el retrato, fotoperiodismo, paisajes, entre otros. (Perea, 2000)

Con relación a los géneros fotográficos, la fotografía etnográfica cumple un papel esencial en la antropología, como medio para recabar y sustentar información obtenida dentro de las investigaciones sociales. A su vez, dichas imágenes son consideradas como un medio de abstracción

repleto de signos y símbolos que los actores desean comunicar. (Brisset, 1999)

Para esta investigación, es importante recalcar que una serie de fotografías crea una narración, lo que mejor se conoce como ensayo fotográfico, dándole una forma e identidad a cada una de las imágenes que en conjunto pretende contar una historia.

William Eugene Smith define al ensayo fotográfico como "... una narración visual larga. Es la novela de la literatura expresada en fotografías. Un conjunto de más de diez imágenes que estructuradas coherentemente exponen los pensamientos, reflexiones y hallazgos del fotógrafo sobre un asunto al que ha dedicado un tiempo en su investigación, donde ha arañado para encauzar un relato visual que enamore". (Vázquez, 2011)

Haciendo referencia a Alejandro Vázquez, el ensayo fotográfico asimila al literario, porque la labor del fotógrafo es crear argumentos con base en análisis y reflexiones que comuniquen sobre el tema que está investigando. "El fotógrafo debe narrar, pero sobre todo, interpretar en imágenes su encuentro con el otro, a quien hace cómplice al darte la fotografía como mediadora". (Vázquez, 2011)

La fotografía tiene una enorme fuerza porque crea una realidad objetiva, porque plasma lo que nuestra mente congela como un momento significativo en nuestra vida. Lo que nos permite crear una conexión no sólo con lo que vemos sino también acercándose a los

sentimientos del espectador. Para lograr esta conexión es imprescindible saber cómo contar una historia a través de imágenes. Como lo describe Charles H. Caffin, hay que establecer una empatía sobre lo que fotografiamos:

“... el fotógrafo tiene que sentir afinidad, tener imaginación y un conocimiento de los principios sobre los cuales pintores y fotógrafos se apoyan para hacer sus cuadros. Desde entender las leyes de la composición y también las que afectan la distribución de luces y sombras; su ojo debe ser entrenado para distinguir valores, es decir, los diversos efectos de la luz sobre los objetos de materiales distintos y los cambios graduales del color de un objeto según se acerque o se aleje de la vista. Debe además haber un instinto de la belleza de la línea, forma y color, que puede ser desarrollado por medio de estudios. Finalmente, el don natural de la imaginación, que concibe un tema bello y una técnica e instinto para expresarlo”. (Caffin, 1901: 89)

Es así como a una fotografía se le puede impregnar de ideales, creencias, historias y cultura. Cada uno es libre de decidir si la imagen tendrá un comentario personal y comprometido acerca de la realidad que se está documentando o simplemente se mantendrá ajeno a la situación.

Pero es importante que dentro de la imagen estén implícitos dos aspectos, el denotativo, que da referencia a los elementos u objetos más evidentes dentro de la imagen; pero el aspecto connotativo es el

esencial y más complicado de lograr, ya que alude a los contenidos simbólicos de una imagen, que no necesariamente son comprensibles, visibles o explícitos.

Lo anterior hace que la fotografía se convierta en un proceso difícil, debido a que la persona no solamente necesita creatividad e imaginación, también se requiere de un concepto, estudios y ensayos previos. Al igual que un científico, debe ser una persona que busca bases teóricas, con las que va creando nuevas rutas, atravesando los retos que se le presentan en el camino, llegando un resultado emotivo.

Para lograr este resultado, debe existir un equilibrio entre lo teórico y la imaginación del fotógrafo. Muchos piensan que la fotografía se concibe desde el momento que se captura un momento, en realidad existe desde antes de que esto suceda, porque el fotógrafo toma en cuenta la organización de sus ideas, define su intención y crea bocetos o propuestas que le ayudarán a crear imágenes que den lectura a un mensaje específico.

En un ensayo fotográfico la coherencia entre cada una de las fotos es de suma importancia, así como la exposición de motivos, la elección de una composición en específico, un ángulo determinado, la técnica, la iluminación, entre otros aspectos.

En todo momento se debe buscar el cumplimiento de los objetivos, desde la investigación, el estudio de campo, las ideas, los apuntes, los bocetos, la selección de fotos finales, la postproducción, inclusive las

reacciones del público para comprobar que las respuestas obtenidas sean las deseadas con el planteamiento inicial de la investigación. (Olivares, 2018)

Por lo anterior, el presente ensayo considera a la fotografía como un medio para documentar el actual comportamiento de los jóvenes de Toluca con respecto a la influencia que ejerce la música indie pop y los artistas que la representan en la conformación de su personalidad.

CAPÍTULO 2. IMPORTANCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN LOS ESTUDIOS SOCIALES

Desde que la fotografía y el cine tuvieron implicación en la antropología y la etnología visual, la imagen se debe entender como el instrumento que permite almacenar, comprobar y verificar datos, pero también como objeto y estrategia que posibilita el análisis y la reconstrucción de la realidad. Para esto, se requiere conocer sus potencialidades técnicas, estéticas y expresivas, que pueden construir un relato que profundiza, explica o cuestiona los hallazgos obtenidos.

Incorporar imágenes fotográficas en una investigación también implica la redefinición de roles, tanto de los investigadores como de los participantes, incluyendo procesos de observación, indagación o descripción de situaciones y comportamientos específicos dentro de un grupo de personas.

La imagen cobra una importancia mayor al verla como plataforma para la creación simbólica, expresada a través de códigos que pueden ser decodificados y susceptibles de ser interpretados e incorporados en el imaginario de los individuos.

Una instantánea puede llevar al estudio de situaciones, relatos o discursos que nos sitúan en el modelo del mundo que asume un cierto grupo de personas, para conformar su identidad, expresando su sentir frente a lo que los rodea, identificando sus problemáticas y fortalezas. Es importante aclarar que una foto nunca es inocente, ya que tiene distintos niveles de realidad y se transforma de acuerdo con la mirada de quien la observe y quien la haga.

Ante la idea de que la fotografía es un medio subjetivo, que sólo muestra un fragmento de la realidad, esto se debe plantear como un proceso dialógico, en el que los investigadores y actores sociales participan en autoría conjunta (Buxó, 1999). Dándole al investigador el papel de facilitador, pero a su vez construye visualmente una realidad cultural.

Para que la fotografía privilegie a una investigación, además de contar con la realización de diversos materiales visuales, junto con la recolección de documentos de diversas fuentes y el conocimiento de los investigadores, se necesita un espíritu crítico que pueda resolver las problemáticas que presenta dicha investigación.

Las investigaciones de carácter cualitativo se concentran más en el interpretación de textos, pero de acuerdo con Bohnsack (2008), la

fotografía y las imágenes en general, no sólo representan el mundo y la realidad social, sino que contribuyen a construirla, orientando nuestra práctica cotidiana y nuestro entendimiento del mundo.

Tomar la fotografía como una fuente de información para la investigación cualitativa puede enriquecer los resultados. Taylor y Bogdan (1986) proponen lo siguiente: “Como los documentos personales, las imágenes que la gente toma aportan comprensión sobre lo que es importante para ella y sobre la manera en que se percibe a sí misma y a otros” (1986:147).

Una imagen puede tener diferentes significados para los ojos de cada individuo, pero Barthes (1982) especifica que el mensaje connotado de la foto no se encuentra en ella misma, sino en el proceso de su producción y en la lectura que tendrá del espectador. Este mensaje se va construyendo durante varias etapas como lo es la elección, el tratamiento técnico, el encuadre.

Weber (1998) considera que el valor de un objeto de investigación depende de los intereses del investigador, lo que da paso a una relación estrecha entre el investigador y su objeto. En numerosos casos puede encontrarse una reticencia ante un caso así, debido a que la misma ciencia busca desacreditar los esfuerzos por reintroducir la experiencia de un sujeto dentro de la situación, porque la objetividad estaría siendo afectada, sin darse cuenta que estas prácticas deben tratar a los hechos sociales como actos que requieren la participación

activa de la persona para poder tener un mejor entendimiento de la situación.

“El experimentador que se encuentra frente a fenómenos naturales, se parece a un espectador que observa escenas mudas, De alguna manera es el juez de instrucción de la naturaleza; sólo que, en lugar de tener que ver con los hombres que tratan de engañarlo por medio de confesiones mentirosas o de falsos testimonios, tiene que ocuparse de fenómenos naturales que son para él personajes cuyo lenguaje y costumbres ni siquiera conoce y que vive en circunstancias que le son desconocidas, pero cuyas intenciones quiere sin embargo conocer. Para ello emplea todos los medios que están en su poder. Observa sus acciones, su marcha, sus manifestaciones y trata de discernir en todo ello la causa, mediante tentativas diversas llamadas experiencias. Emplea todos los artificios imaginables y, como se dice vulgarmente, hace de mentira los actos que se producen en él y, para saber si la hipótesis que sirve de base a su interpretación es justa, se las arregla para hacer aparecer hechos que, lógicamente, podrían ser la confirmación o la negación de la idea que ha concebido”.
(Bernard, 1979:179)

Ante lo anterior, es importante recalcar que el fotógrafo no solamente debe prestar atención a lo que sus ojos ven, sino que también debe prestar importancia a lo que está sucediendo a su alrededor, porque

esos pequeños detalles son los complementarios para la captura que realizará. Pero no debe quedarse con la simple captura, ésta le debe servir para hacerse preguntas, observar más a detalle, escuchar los sonidos, preguntar con las personas que están en el lugar, en resumen, ser partícipe de lo que está estudiando, porque solamente de esta manera logrará obtener información “objetiva”.

El fotógrafo tiene que esmerarse en la búsqueda de condiciones de similitud de autenticidad. Desde métodos de búsqueda, de análisis y comparación aprendidos desde disciplinas como la antropología y la sociología (Ledo, 1998).

Propuestas de análisis de la fotografía más recientes (Bohnsack, 2008) remiten al mensaje denotativo tratando de responder a la pregunta “¿Qué aparece en la foto?”, mientras que el mensaje connotativo es rastreado mediante el cuestionamiento “¿Cómo fue producida la imagen?”. En ambos casos la imagen refleja un habitus (Bourdieu, 1984) de quien la produce y de quienes son representados en ella.

CAPÍTULO 3. IDENTIDAD

El concepto de identidad puede abordarse desde diferentes ramas, pero en este ensayo fotográfico se quiere enfatizar el aspecto social, que hace mención al reconocimiento a través de los diversos discursos y prácticas sociales.

Empezando con los discursos sociales, que constituyen identidades a través de la interpretación de sujetos; ellos son los encargados de crear redes de significados compartidos que propician un sentido de pertenencia, establecen ciertas prácticas, desarrollando un horizonte de futuro común.

Desde el punto de vista de la sociología, la noción de identidad es construida desde lo social. Esto quiere decir que las identidades individuales se van construyendo dependiendo del contexto donde se desarrolle el individuo, lo que nos lleva a la idea de que no todas las personas dentro de un mismo círculo social tienen la misma significatividad, pero si están inmersos en el mismo espacio social.

La interacción con otros y la influencia de las instituciones que conforman la sociedad, influyen en la conformación de una identidad, que marcan una pauta en cómo actuaremos en el mundo. La personalidad enfatiza las expresiones internas del individuo, que lo hacen comportarse y verse de cierta forma, características que son visibles por un largo tiempo o por el resto de la vida de la persona. Un individuo presenta una conducta dependiendo del contexto en el que se encuentre, aquí es donde se habla de un rol social, para referirse a las formas de actuar que parecen seguir un patrón.

Esta multiplicidad de formas de actuar es desde la perspectiva de la relación con los otros, un producto de los encuentros y relaciones sociales, de la construcción social, lo que implica, según Burr (1995)

que nuestras identidades son construidas y no descubiertas. Las preferencias sexuales, de clase o gustos se ven de esta manera fundamentadas en elaboraciones sociales más que en características esenciales o naturales de la persona.

De aquí la famosa frase: “yo soy yo y mi circunstancia” (Ortega, 1914), lo que nos podría dar una idea de que la identidad es un modo de ser, que se constituye desde el yo, la conciencia, la percepción y la práctica. Todo esto englobado está regido por prácticas fundamentales que vienen de orientaciones específicas, ya que el individuo busca saber más, expresarse, pensar y por ende, hacer más actividades.

La pertenencia va a la par del compromiso. Lo que nos lleva a decir que la intensidad de cuestionamiento discursivo en un individuo, determina su adherencia a una colectividad que lo identifica como perteneciente a ella. “La identidad del sujeto depende de su posición como sujeto de comportamiento. El individuo se adhiere a colectividades diferentes” (Rabelo, 2003)

Ya que las identidades se construyen con el discurso, se tienen que considerar los ámbitos históricos e institucionales específicos en el interior de formas y prácticas discursivas específicas. Dentro de este proceso, existen modalidades de poder, que marcan la diferencia y la exclusión, haciendo creer al individuo que existe una unidad idéntica y naturalmente constituida. Lo que nos lleva a tener el significado de “positivo” que se construye a través de la relación con el otro, con aquellas características que no es y con lo que le falta.

El psicoanalista Erik H. Erickson afirma que la identidad de un individuo está conformada por la identidad social y una individual, las cuales a su vez dependen una de la otra. “La identidad se conforma a partir de la identidad individual, pero en relación con los otros, por lo que es indisoluble la identidad individual y la identidad grupal” (Nebbia y Mora, 2004).

Partiendo desde la individualidad, que está asociada con una serie de significados del contexto social donde se desarrolla cada persona, pero al mismo tiempo, ese contexto está formado por diversas identidades, lo que lleva a una identidad grupal.

La identidad social se puede identificar comparando diferentes grupos sociales y los individuos que los conforman. Es importante destacar que las identidades están en constante movimiento y confrontación, pero sobre todo en redefinición, debido a los procesos de cambio que experimenta una sociedad. (Vizcarra y Marín, 2006)

El individuo al encontrarse con estos cambios, cuestiona su identidad individual ante su identidad grupal, lo que tiene como resultado el personalizar su realidad. Por lo tanto, la identidad es un proceso que inicia con la auto-percepción y el significado que cada individuo le da a todo lo que le rodea, siempre influenciado por el contexto en el que se desarrolla, el cual le da un sentido a su vida y junto con su identidad, dirige sus conductas.

3.1 Apropiación

La cultura es la base a través la cual se puede explicar cómo los individuos de una sociedad se apropian de los bienes culturales y lo expresan en prácticas significantes en donde existe un intercambio de sentidos (Brandolín, 1997)

Si se parte de un estudio estructural de la cultura, se presenta un enfoque alternativo, porque no sólo se expone el carácter simbólico de los fenómenos culturales, también se denota la importancia de que se inserten contextos sociales estructurados.

“... los fenómenos culturales son considerados “formas simbólicas”, las cuales están constituidas por 5 aspectos: intencional, convencional, estructural, referencial y contextual; los primeros cuatro están relacionados con el significante, sentido y significación, mientras que en el quinto lo más importante es que las formas simbólicas estén estructuradas socialmente”(Thompson, 2002: 139)

En la industria musical, en específico con la música pop, el aspecto intencional es aquella razón por la que se está creando música: conectar con el público, exponer su talento, darse a conocer. Del lado convencional, se refiere a la manera en que se van a lograr estas metas, que hoy en día se cuenta con la tecnología para que una canción se pueda escuchar al instante por un gran número de personas simultáneamente y en diferentes partes del mundo. El aspecto

estructural va de la mano con el anterior, ya que a través de diversas plataformas de streaming y redes sociales es donde los artistas difunden su música. Para la vertiente de lo referencial el artista plasma sentimientos específicos en su música con el uso de palabras o analogías, que tengan un efecto en el escucha. En este momento es donde el contexto del escucha cambia la interpretación que cada individuo le puede dar a una canción.

Cada individuo recibe y percibe formas simbólicas dentro del contexto en el que se desarrolla, los cuales a su vez cuentan con diferentes tipos de recursos. Expresándolo del lado de la comunicación, esta dimensión simbólica nos lleva al proceso de apropiación. “Para que exista una apropiación, debe existir una interacción entre los sujetos, las obras culturales y las prácticas significantes, por lo tanto, si hay interacción quiere decir que existe un gusto que se manifiesta en una elección” (Bourdieu, 2002)

Como bien lo menciona Bourdieu, la apropiación no es una sola consecuencia directa del gusto, también influyen las condiciones sociales de existencia, las cuales crean una realidad y determinan la posición de las personas dentro de un grupo social determinado. Estas condiciones se dan principalmente por la familia y la escuela, los círculos sociales primarios donde se adquiere la mayor parte de los conocimientos.

Empezando con el grupo social más cercano, que es la familia, hereda costumbres y tradiciones que son decisivos en los conocimientos que se tienen sobre cualquier tema, en específico del que se investiga en este ensayo, que es la música. Por ende, la familia es la encargada de que la persona obtenga el mayor capital para desarrollarse dentro de una sociedad.

Como se mencionaba anteriormente, se habla de la apropiación de símbolos como el primer paso del proceso para la apropiación, pero en el camino hay diferentes formas de obtener estos símbolos.

“El habitus se define como un sistema de disposiciones durables y transferibles que integran todas las experiencias pasadas y funcionan en cada momento como matriz estructurante de las percepciones, las apreciaciones y las acciones de los agentes cara a una coyuntura o acontecimiento y que él atribuye a producir” (Bourdieu, 2002:127)

Por lo anterior, se entiende que el habitus es la forma de actuar y percibir a un sujeto dentro de un grupo social determinado, creando una aceptación por parte de los demás integrantes. El habitus toma un papel importante dentro de este proceso porque le da sentido y legitimación a un rito.

A través del habitus, que se materializa directamente desde las prácticas sociales, es cuando el individuo reconoce sus posibilidades, se da cuenta de sus límites y su capacidad para interpretar una forma

simbólica que se le presenta tanto en su contexto como en su grupo social más cercano.

3.2 Gusto y Distinción

“La distinción tiene un propósito principal: reconstruir teóricamente los principios o disposiciones sociales que subyacen a las acciones de los individuos y que hacen que éstos consuman o se inclinen por determinadas prácticas y bienes materiales” (Bourdieu, 1991)

Las prácticas sociales y el bombardeo constante de estilos de vida, dibujados a través de los artistas, es la combinación que influye de manera directa en la decisión del individuo por una cosa u otra. En el ámbito que estamos estudiando, es más claro poder diferenciar los gustos de los jóvenes a través de sus hábitos de escucha.

Por otra parte, el gusto recae directamente en la acción de diferenciar y apreciar diferencias mediante una operación de distinción. Esto quiere decir que el individuo reconoce en la música los rasgos distintivos que definen su personalidad, lo que ocasiona un agrado por ese género en específico. Por lo tanto, el gusto no tiene una influencia directa sobre la voluntad del individuo, lo que refiere a no ser una acción libre, porque depende de condiciones específicas, las cuales serán las encargadas de moldear la personalidad del sujeto. Esto no quiere decir que no hay una individualidad, convirtiéndonos en simples receptores y reproductores de un mundo social, más bien es un proceso donde el

individuo va incorporando una serie de estructuras que aprendió de su círculo más cercano, que se concretan en lo individual, lo que permite definir un gusto o desagrado.

El grupo social como la escuela y la familia son los principales productores de hábitos que conforman los gustos personales, haciendo que la adquisición cultural se limite a la tradición familiar de consumo, pero no es una regla para todo individuo y grupo social. Aquí entra otro factor relevante: la disposición de los actores ante el capital económico. Bourdieu explica por medio de un análisis estadístico que los individuos de clases bajas tienen un patrón cercano a las experiencias de vida cotidiana, en las que resalta su carácter práctico y la importancia del contenido. Las clases altas, haciendo un contraste, pueden disfrutar del arte que está al margen de las necesidades cotidianas, privilegiando su carácter estético.

En el ejemplo anterior se puede mostrar la función que tiene el gusto en los diversos círculos sociales que hay dentro de un mismo contexto. Es por medio del gusto que el individuo separa, divide y clasifica arte entre lo que es de su gusto y lo que no. Esto a su vez, está acompañado de relaciones valorativas que constituyen estructuras mentales que se comparten dentro del grupo social y crean un vínculo entre un grupo específico de individuos.

Si bien se puede pensar que la división de gustos es una simple visión del mundo, en realidad es una operación en la cual se diferencia y distingue el valor más alto para ciertas prácticas y objetos, comparados

con otros. Esto responde directamente a las separaciones de clases, que jerarquizan y separan a los individuos dentro de una escala, otorgando cierto valor a prácticas que son consideradas de buen gusto y dándole un valor mucho menor a aquellas que son vistas de mal gusto. Enfocando la atención en aquellos que se clasifican dentro del “mal gusto”.

Por lo tanto el gusto se convierte en un orientador para los individuos, ocasionando que sólo se refuercen las relaciones de dominación. De manera que los sujetos tienen inclinaciones y elecciones de manera no consciente, pero que al mismo tiempo ocurre un proceso altamente importante: se están creando los cánones de lo legítimo. Lo que ocasiona que el gusto estigmatice y establezca diferencias sociales, a pesar de que sucede fuera de la individualidad, durante el proceso de elección, el sujeto va adquiriendo una identidad.

“El gusto, orienta a los ocupantes de una determinada plaza en el espacio social hacia las posiciones sociales ajustadas a sus propiedades, hacia las prácticas o los bienes que le convienen a los ocupantes de esa posición, implica una anticipación práctica de lo que el sentido y el valor social de la práctica o del bien elegido serán, probablemente, dada su distribución en el espacio social y el conocimiento práctico que tienen los demás agentes de la correspondencia entre los bienes y los grupos” (Bourdieu, 1991: 477)

Por lo anterior, contrario a la creencia de que el gusto nace de lo individual, está enteramente influenciado por diversos factores y prácticas sociales, que dan como resultado una satisfacción de ser participante y tener la aceptación de un grupo social con los “mismos gustos”.

CAPÍTULO 4. HISTORIA DEL POP

La música pop es una variante directa de la música rock, ya que a finales de los años cincuenta se comenzaron a incorporar instrumentos electrónicos como la guitarra, el bajo y el teclado. Esto obligó a los artistas de esa época a buscar sonidos populares, mezclados con los conocidos del rock and roll. Uno de los grupos pioneros en esta experimentación fueron Los Beatles, pero fue hasta mediados de los sesentas que se empezaron a consolidar bandas que autodenominaban su música como pop. El mejor de los ejemplos son Los Jackson Five, que mezclaban los sonidos de disco con lo moderno de esa época, creando un subgénero dentro del pop: el pop clásico. Si hablamos de artistas solistas que dieron un gran paso en la industria musical del pop a gran escala y además lograron causar un enorme furor en sus escuchas, esos fueron Madonna y Michael Jackson.

Con la aceptación del género a nivel mundial, en los ochentas empieza la creación de las “boy bands”, grupos integrados por hombres atractivos físicamente, que no solamente tenían talento a nivel musical,

también incorporaban el baile como distinción de otras bandas. Esta tendencia estuvo presente por más de una década, hasta que los DJ's tomaron protagonismo y la experimentación de sonidos y texturas musicales ocasionaron que la atención del público se desplazará a otro estilo musical.

Este ensayo se aborda desde la música pop generada por artistas independientes mexicanos y extranjeros. Quienes han aportado estilos específicos para que este género se diferencie del pop comercial que se escucha en la radio y el cual fue masificado en Reino Unido y Estados Unidos.

La música indie en México cobró relevancia a partir de que un grupo de músicos decidieron experimentar con sonidos, los cuales integraron a la base pop. En un inicio la mezcla de ritmos genera un desconcierto en los escuchas, pero conforme el oído del público se fue familiarizando, las texturas sonoras ahora eran una tendencia nueva, lo cual fue provocando que el género se consolidara, pero solamente para un grupo muy reducido de la población.

4.1 La música como medio de comunicación

La música ha sido considerada como el arte para expresar sentimientos y emociones, pero en realidad, además de cumplir con esta finalidad, tiene el poder de transmitir otro tipo de mensajes, generando una alternativa para entender mejor el contexto en el que nos desarrollamos.

Entender a la música como un medio de comunicación es verla como un canal a través del cual puede ser factible la transmisión de un mensaje en específico entre un emisor y un receptor. Dicho mensaje puede darse de dos maneras: verbal o no verbal, que es esta segunda opción la que indagaremos más durante esta investigación. Un claro ejemplo de la manera no verbal es la forma de vestir de una persona.

Para poder comprender de una manera más clara la función de los medios de comunicación, Harold Lasswell propuso algunas funciones básicas de los medios de masas:

1. Vigilancia del medio. Está relacionada con la transmisión, procesamiento y difusión de la información. Sabiendo que los medios tienen el papel estelar, ya que tienen la responsabilidad de informar lo que sucede en la sociedad.
2. Correlación de partes. Vinculado con lo anterior, los medios añaden una interpretación de lo que está sucediendo, llegando a ocasionar una mala concepción en el público si es que la información no es tratada con cuidado.
3. Transmisión de la herencia cultural. Además de informar sobre lo que acontece en cierto contexto, los medios deben transmitir la historia social de un lugar, sus normas y valores para hacer conocer al público de sus raíces.

Si tomamos estos valores en el plano de la industria musical, se puede notar que gran parte de los contenidos musicales, de cualquier género, cumplen con las tres funciones anteriormente mencionadas, trazando una comunicación horizontal y vertical entre el emisor, que en este caso es el artista, y el receptor que son aquellos que escuchan su música. Dentro de este proceso está presente la comunicación no verbal que incluye actitudes, forma de vestir hasta el estilo de vida.

Se tiene que ver a la música más allá de una expresión cultural, también debe ser vista como un proceso comunicativo que transmite ideas o mensajes alternos que difícilmente veremos en los medios de comunicación tradicionales. Con esto no se quiere desacreditar a los medios, pero se busca darle cabida a esta forma de arte que puede llegar a crear una cercanía o identificación por parte del público.

4.2 La música como productora de identidades sociales

Al pensar en la identidad social de un individuo lo primero que se piensa es el aspecto físico. Alfredo Nateras la conceptualiza como: “La imagen socio corporal desplegada en el ámbito de la calle y lo público, en la que se incluye un lenguaje y se plasma una visión del mundo” (Nateras, 2002) Tomando este concepto para la investigación, se relaciona con un gusto musical o el deseo de ser parte de un círculo social basado por la preferencia musical.

Las protagonistas de este suceso son las industrias culturales, que han sido responsables de vender no sólo música, pero a través de los artistas, un estilo de vida, que será el gran deseo de la sociedad. Esto trajo la urgencia de crear un mundo para los más jóvenes y curiosos por ser como su artista favorito. De aquí surge la “música juvenil”, que tiene una simple función: generar un gusto en los jóvenes, quienes van creando identidades colectivas.

Adorno (2002) explica a mayor profundidad el tema en su artículo “Sobre la música popular”, haciendo referencia a que el reconocimiento es un hábito característico de los jóvenes en la actualidad. La repetición basta para que sea algo reconocido y por ende aceptado. Estos dos pasos tan simples han ocasionado la popularidad de la música que se encuentra en las listas de éxitos. De acuerdo a Adorno, existen diversos elementos implicados en el reconocimiento:

1. El vago recuerdo, presente en todas las canciones gracias a la estandarización en la composición musical básica de una melodía popular.
2. La clasificación musical, permitiendo que haya una identificación por parte de los individuos, que a su vez institucionalizan esa clasificación.
3. La transferencia psicológica de la autoridad del reconocimiento al objeto. Esto está más relacionado con cada persona, cómo la

música la afecta personalmente y transmite esas emociones al exterior.

Etiquetar o clasificar la música es un proceso de propiedad que causa felicidad en el escucha por poseer lo que los demás tienen. Es por esto que las canciones populares expresan historias o cuestionamientos que todo el mundo puede responder. Esta vulgarización genera placer en el oyente porque se siente identificado con la autoridad.

Esto se traslada a que los individuos consideran el lenguaje musical como parte de ellos. De esta forma se puede ver a la música como un elemento de cohesión social, ya que la autonomía musical se sustituye por el comportamiento en masa, donde la obediencia y la dependencia son los valores principales en la ecuación donde no sólo la música popular está presente, también los medios de comunicación.

Producto de este proceso, los escuchas se vuelven fans de lo que escuchan repetidamente, causando entusiasmo y alegría frente a su artista favorito. Pero este comportamiento se moldea conforme a lo que el individuo vea en la publicidad, como la histeria o fanatismo desbordado. Una vez más la persona cae en el autoengaño y se limita a la imitación, el hechizo perfecto realizado por el mismo escucha.

Para Frith (2001), especialista en las identidades musicales en el ámbito sociológico, la música es un medio de expresión, pero también productora de identidades. Para que esto funcione, es necesario que el

individuo tenga ciertas experiencias que le permitan sentir una pertenencia a cierto grupo social.

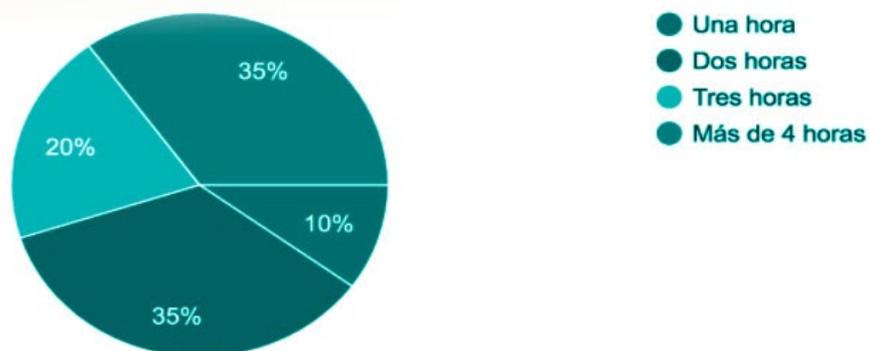
Los artistas son creadores musicales que utilizan cierto lenguaje, que no está alejado de los demás discursos sociales, para crear ciertas identidades en el ámbito social, creando en su público un sentido de pertenencia, compromiso y una memoria histórica.

Volviendo a Adorno, él veía el grado de compromiso muy relacionado con la furia y el entusiasmo desmedido, que son características visibles en un grupo de personas con los mismos gustos musicales. En este sentido, es importante tomar en cuenta los niveles de compromiso que cada individuo presente, porque esto puede distinguirlo entre tener una identificación pasajera o estar adentrándose a un estilo de vida en particular.

CAPÍTULO 5. ANÁLISIS DE DATOS

Después de hacer una breve encuesta a veinte jóvenes de Toluca, que regularmente asisten a shows en vivo de bandas o artistas de música pop, en la siguiente gráfica se muestra el tiempo que los jóvenes dedican al día para escuchar la música que les gusta. A pesar de que es un número bajo, esto no quiere decir que durante otras actividades que realizan durante el día, no se escucha música. Algunos de los participantes mencionaron que casi todo el día la música los rodea, ya sea de manera consciente o inconscientemente, pero siempre está presente, ya que les ayuda a desempeñarse mucho mejor en las actividades diarias.

TIEMPO DE ESCUCHA AL DÍA



Fuente: Sondeo a fans de música pop, realizado durante el 2019.

Fuente: Sondeo a fans de música pop, realizado durante el 2019.

IMPORTANCIA DE LA MÚSICA

¿Qué tan importante es la música en tu día a día? ▼

¿Qué tan importante es la música en tu día a día?

No tanto	2
No puedo vivir sin ella	1
No puedo seguir con mis actividades si no escucho música	1
Muy poco	1
Muy importante	6
Muy importante influye demasiado	1
Mucho ya que me motiva hacer mis cosas día a día	1
Me motiva todos los días	1
Me distrae	1
Me despeja la mente	1
La música lo es todo para mí ya que así me expreso de una forma buena en mi día a día	1
Es esencial	1
Bastante	1
Ayuda a distraerme y a relajarme	1

Esta es una pregunta crucial, ya que como lo mencionaba Bourdieu, el hábito del escucha se genera a partir del gusto, pero también depende del contexto social donde se desarrolle el individuo, porque de ahí querrá pertenecer a un círculo específico donde los demás integrantes tengan gustos similares.

De aquí se parte a indagar en los gustos de los jóvenes y cuál es la principal razón por la que se sienten atraídos hacia la música pop, develando si el marketing realmente orilla a los escuchas a tener ciertos gustos por el estilo de vida o si los jóvenes disfrutaban plenamente este género musical. La siguiente estadística nos muestra algunas de las respuestas obtenidas al preguntar por qué les gusta este género:



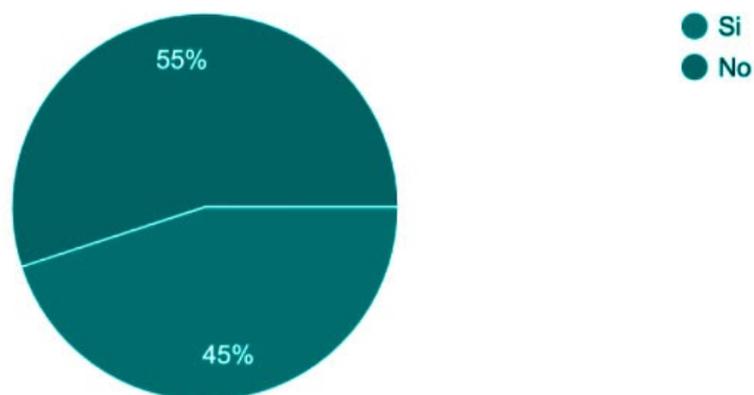
Fuente: Sondeo a fans de música pop, realizado durante el 2019.

A partir de las respuestas dadas, solamente una persona contestó que su gusto viene directamente de influencias que ha tenido de sus amigos más cercanos. También es muy claro que los participantes se sienten atraídos por ciertos géneros musicales por los temas de los que hablan las canciones. Esto fue lo que diferenció al pop de otros

géneros, porque se creó una base métrica: empezando con un intro, seguido de un verso donde se inicia una historia, para llegar al coro donde se utilizan palabras simples y fáciles de recordar, vuelve al verso que normalmente tiene pequeños cambios al anterior, al que le sigue un coro que es exactamente igual al otro, aquí se presenta un puente que usualmente es un cambio radical en ritmo sin letra, para escuchar una vez más el coro y finalizar con un outro. Es una estética repetitiva la que ha funcionado con este género en específico, porque además los temas que se tratan en estas canciones son muy comunes, logrando que el público se sienta identificado con lo que está escuchando.

En la actualidad, además de tener este método de creación musical, el marketing alrededor de un artista, ha permitido que el gusto de los oyentes no solamente sea por la música, también se sienten interesados por aspectos físicos y psicosociales que ven en su artista favorito. Por esto, se le preguntó a los participantes si se visten de acuerdo a su artista favorito, obteniendo las siguientes respuestas:

LOS INDIVIDUOS SE VISTEN DE ACUERDO A SU ARTISTA FAVORITO

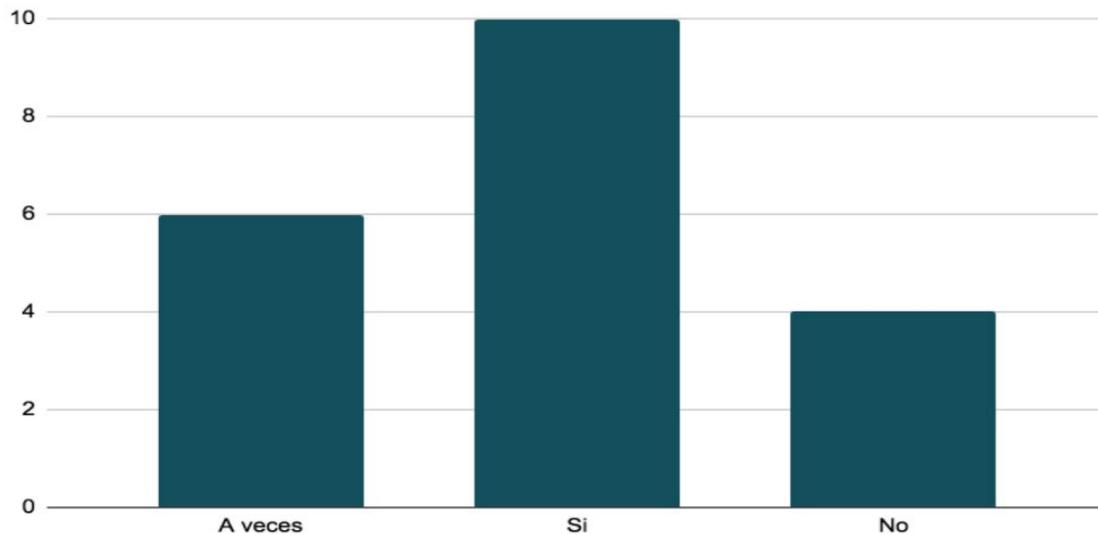


Fuente: Sondeo a fans de música pop, realizado durante el 2019.

Más de la mitad de los participantes no se visten basándose en cómo se ve su artista predilecto, pero comentaron que algunas veces si llegan a tener alguna prenda que asimile al estilo del artista, no por querer ser como esa persona, pero porque representa su música. Los jóvenes no asumen la influencia tan directa que un artista puede tener en todos los aspectos de su persona, iniciando con su actitud hasta la forma de vestirse.

Posteriormente se comentó sobre la mercancía que refleja el gusto por ciertos artistas, ya sean playeras, sudaderas, gorras, collares, entre otros.

Fuente: Sondeo a fans de música pop, realizado durante el 2019.



COMPRA DE MERCANCÍA OFICIAL

Aquí los participantes, en su mayoría, fueron más abiertos y admitieron que regularmente compran y utilizan ropa que tenga el símbolo o referencia directa a su artista favorito, además de utilizarlo en los shows porque los hace sentir parte de toda una comunidad de personas que tienen los mismos gustos.

Además, admitieron que algunas veces visten con prendas parecidas a sus ídolos porque por unos instantes pueden sentirse como esa persona, con dinero, éxito, reconocimiento social, entre otras cosas. Aquí es donde entra el marketing detrás de un proyecto musical, no sólo nos está vendiendo música, también un estilo de vida que los fans, dependiendo de su nivel de fanatismo, van a querer repetir.

Este ensayo fotográfico refleja esos momentos clave de un show o una convivencia con los artistas y cómo los fans hacen de una prenda tan sencilla como una playera, sudadera o chamarra, un artículo propio que los hace parte de un “círculo de fans”. También la influencia que han tenido ciertas marcas en la conformación de una identidad propia, generando “estereotipos de fans” que visten de cierta manera.

Con los datos anteriormente desglosados es que podemos entender un poco más cómo funciona el mundo de la música en estos días, pero claramente hay muchos factores externos que influyen no sólo en un grupo específico de fans, también en una sociedad o país, que dependiendo de factores económicos, sociales y psicológicos van a elegir pertenecer a ciertos grupos.

Prestando atención al comportamiento de los jóvenes durante los shows de sus artistas favoritos, es evidente lo que mencionaba Bourdieu, el nivel de fanatismo puede expresarse de diversas formas, ya sea en la vestimenta, en cantar, gritar o incluso a vestirse y comportarse exactamente igual a un artista. Se puede notar que la mayoría de los asistentes tienen una empatía con la música porque los hace explorar los rincones más profundos de su persona, que en una situación aparte, no se atreverían a tocar. La música ha sido el conducto a través del cual han logrado descifrar sentimientos, emociones, traumas y vivencias que no sabían que albergaban dentro de ellos. Los fans ven a la música como un escape de la realidad,

donde pueden entrar a mundos paralelos y ser quienes realmente quieren ser.

Las melodías y letras crean discursos dentro de la mente de los escuchas para forjarles una ideología en específico. El pop en sus inicios, solamente hablaba de temas de amor y relaciones entre dos personas. Ahora, el abanico de temas es mucho más amplio y con diversas variantes, lo que le ha permitido al escucha tener una mente más abierta y clara de lo que sucede a su alrededor; porque se sabe que la mayoría de los artistas acuden a sus vivencias personales para inspirarse y crear música.

CONCLUSIONES

Después de una extensa participación en los hábitos musicales de los jóvenes en Toluca, ya sea shows o convivencias con artistas, se concluye que su gusto musical deriva primeramente de la necesidad de ser parte de un círculo específico de personas. Esto quiere decir que los gustos que va desarrollando un joven se basan en la realización y aceptación. Pero al mismo tiempo, como se mencionaba anteriormente, estos gustos también están heredados por la música que escuchaban los padres o las personas más cercanas a ellos.

Conforme los individuos vamos creciendo e interactuando con otros grupos sociales, los gustos personales se van modificando, esto debido a la presión social de pertenecer a ese grupo, o a estar dentro del

círculo de personas que escuchan la música de moda, porque si tienes gustos que difieren de éstos, a la persona se le considera como raro.

Pero no solamente el gusto musical de una persona se ve influenciado por su grupo social más cercano, también la vestimenta y la forma de actuar son aspectos que se ven severamente influidos por externos. Un fan, es aquella persona que admira o sigue a otra. En diferentes escalas, esa persona puede adquirir gustos y actitudes que se asemejen a su ídolo, ocasionando que se pierda el sentido de personalidad y se transforme en una actitud completamente fabricada por otra persona, en este caso se le atribuye a la mercadotecnia detrás de un proyecto musical.

Esta crisis es cada vez más evidente en los jóvenes, ya que están en contacto continuo con las redes sociales, donde no sólo la música está a su alcance, también hay una gran cantidad de productos y servicios que satisfacen sus necesidades de querer “parecerse” a sus ídolos. Lo que ahora se consume es música solamente, también un estilo de vida, desde prendas de vestir, accesorios, tecnología y muchas cosas más, que los jóvenes toman como una meta a lograr. No quiero decir que esto esté mal, al contrario, es una forma de que cada uno se exija al máximo para lograr lo que desea, pero en casos específicos, la industria consumista nos envuelve en un mundo donde nosotros no somos los que tomamos las decisiones. Las redes sociales, junto con la inteligencia artificial, han creado un mundo alrededor de nosotros, dándonos ciertas “elecciones”, pero que finalmente están influenciadas

por un beneficio que no es personal, no contribuye al desarrollo de la persona.

Después de asistir a shows y diferentes convivencias de fans con sus artistas favoritos, ellos comentan que no sólo es fanatismo, ellos ven su actitud como un apoyo al talento de sus artistas. Vestirse o ser como ellos es una forma de agradecimiento para el artista, que ha creado música que conecta con sus vivencias y emociones. Para ellos ser fan no sólo es gritar desmesuradamente, es acompañar al artista en sus logros musicales, comprar mercancía, escuchar y compartir su música, además de que gracias a sus gustos específicos, han logrado encontrar amigos con los que tienen gustos afines.

A pesar de que la mercadotecnia y las redes sociales sean la principal amenaza hacia la creación de una identidad propia, con este ensayo fotográfico es visible la forma en que los jóvenes conciben a la música. Si bien quieren pertenecer a un grupo social con los mismos gustos, este deseo no es primario para la conformación de su identidad, al contrario, por sus gustos, ya sea heredados o desarrollados a lo largo de su vida, es que van encontrando lugares y personas que tienen personalidades similares.

Lo que ocurre en Toluca es que hay grupos sociales extremadamente marcados por sus gustos y formas de ver la vida. Las grandes o pequeñas diferencias que hay entre cada uno de ellos nos permite definir con mayor claridad sus características, que en algunos casos se

pueden repetir o resultan similares, pero que dentro de cada grupo, los integrantes se consideran únicos.

Un descubrimiento paralelo a esta investigación fue la conformación de una identidad basada en querer ser como la mayoría es. Esto quiere decir que los jóvenes actúan y tienen gustos a partir de la presión social de pertenecer a un grupo, lo que deriva de no tener una idea clara de cómo es su personalidad, debido a el enorme bombardeo de imágenes y sobre todo estereotipos de personas exitosas en todo el sentido de la palabra.

La música siempre ha formado parte del desarrollo del ser humano, expresando su sentir, así como momentos cumbres en la historia, por lo tanto es de gran influencia para cada individuo, en especial en la actualidad, que muchos jóvenes rigen su vida a partir de sus gustos musicales y el estilo de vida que sus artistas favoritos reflejan. Esto constituye un nuevo reto para la industria porque no solamente se está consumiendo música, también una forma de vida. Aquí es donde la comunicación toma el papel principal en hacer llegar el mensaje de manera correcta, para que los jóvenes tengan una claridad sobre lo que están consumiendo y a partir de ahí, junto con sus vivencias, empiecen a construir una identidad propia.

ANEXOS

La música en tu vida

En un día, ¿cuántas horas escuchas música?

- Una hora
- Dos horas
- Tres horas
- Más de 4 horas

¿Cuál es tu género musical favorito?

- Pop
- Rock
- Reggaetón
- Jazz
- Hip-hop
- Otro: _____



¿Por qué te gusta este género?

Tu respuesta _____

¿Compras mercancía de tu artista o banda favorita?

- Si
- No
- A veces

¿Te vistes de acuerdo a la forma en que se viste tu artista favorito?

- Si
- No

De la música que escuchas diario, ¿qué es lo que te llama la atención?

Tu respuesta _____

¿Qué tan a menudo asistes a conciertos de tu banda o artista favorito?

- Siempre
- Casi siempre
- Algunas veces
- Nunca

¿Te gusta la misma música que a tus padres?

- Si
- No

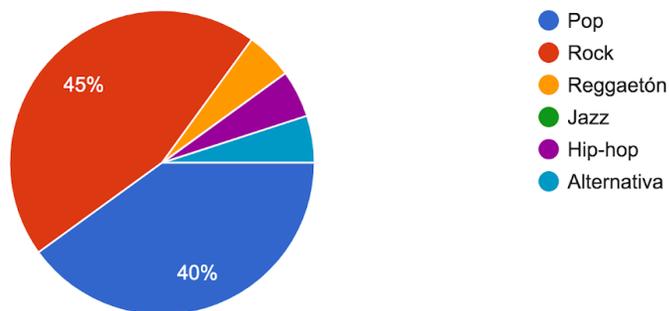
¿Qué tan importante es la música en tu día a día?

Tu respuesta

Enviar

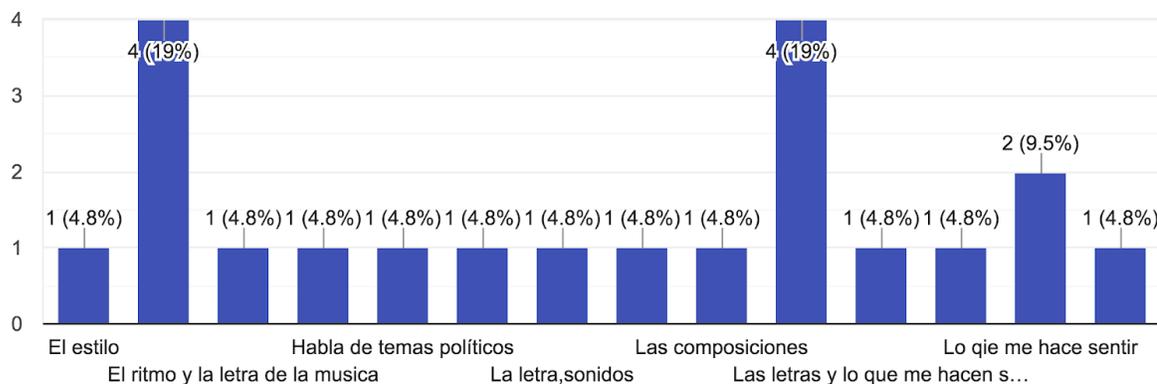
¿Cuál es tú género musical favorito?

20 responses



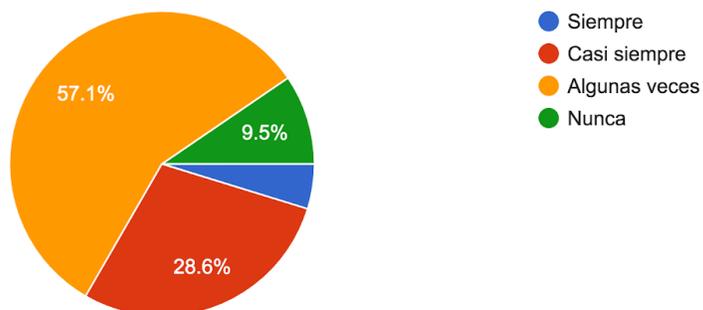
De la música que escuchas diario, ¿qué es lo que te llama la atención?

21 responses



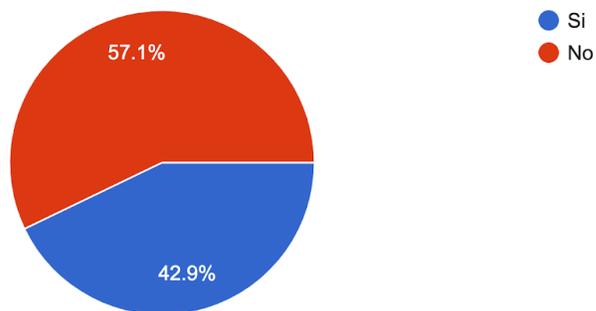
¿Qué tan a menudo asistes a conciertos de tu banda o artista favorito?

21 responses



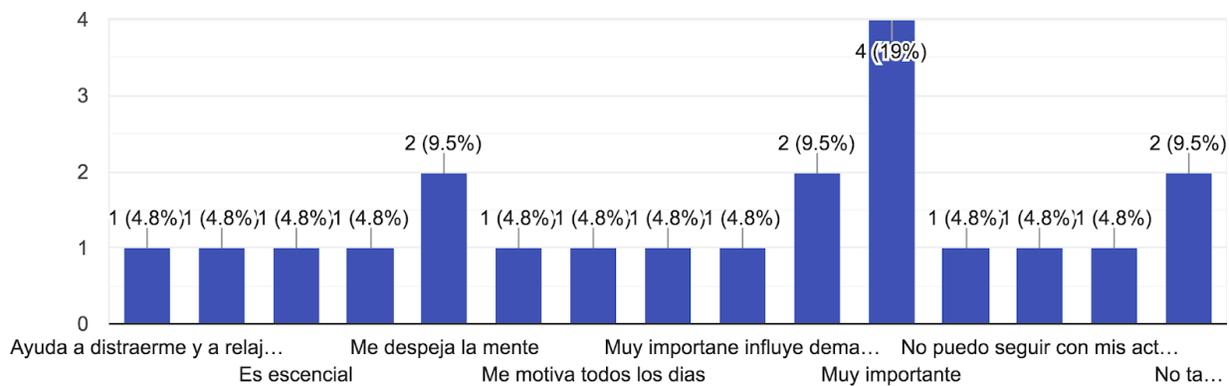
¿Te gusta la misma música que a tus padres?

21 respuestas



¿Qué tan importante es la música en tu día a día?

21 respuestas



BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, Ángel. *Comunicación y música I: lenguaje y medios*. UOC. España. 2008

Márquez, I. Reseña de “*Comunicación y música I. Lenguaje y medios*” y “*Comunicación y música II. Tecnología y audiencias*” de Aguilera, Miguel, Adell, Joan E., y Sedeno, Ana. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación.

Abeillne, Alicia. *Un análisis de sociología de la cultura: Manchester Sound, Factory Records y Joy Division*. Barcelona. 2015.

Bourdieu, Pierre. *La fotografía: un arte intermedio*. 2016.

de Alba González, Martha (2010). La imagen como método en la construcción de significados sociales. Iztapalapa, Revista de Ciencias Sociales y Humanidades, (69),41-65.ISSN: 0185-4259. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=393/39348726003>

Dondis, Donis. *La sintaxis de la imagen: Introducción al alfabeto visual*. México. 1992.

Dubois, P. *El acto fotográfico: de la representación a la recepción*. Paidós Ibérica. Barcelona. 1994.

García Gil, Mónica Eliana, & Spira, Gregory P. (2008). VOCES FOTOGRÁFICAS: EL USO DE LA IMAGEN EN PROYECTOS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO EN EL SUR DE BOLIVIA. Hallazgos, (9),61-81.ISSN: 1794-3841. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=4138/413835170004>

Martínez, Francisco Alonso. *Documentalidad y artisticidad en el medio fotográfico*. UOC. Barcelona. 2007.

Molano, Olga Lucía. *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Colombia. 2007.

Nebbia, Ángel y Mora, Martín. *Análisis social e identidades*. Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa. México. 2006.

PÁRAMO, PABLO (2008). LA CONSTRUCCIÓN PSICOSOCIAL DE LA IDENTIDAD Y DEL SELF. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 40(3),539-550. ISSN: 0120-0534. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=805/80511493010>

Perea, Joaquín. *Los géneros fotográficos*. Madrid. 2000.

Pérez, Jenifer. *Actividad creativa en la música metal: proceso cultural y mundo social*. 2016.

Ramírez, Juan Rogelio. *Música y sociedad: la preferencia musical como base de la identidad social*. México. 2006.

Rodríguez Díaz, Susana (2012). CONSUMISMO Y SOCIEDAD: UNA VISIÓN CRÍTICA DEL HOMO CONSUMENS. *Nómadas. Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 34(2) ISSN: 1578-6730. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181/18126057019>

Suárez, Hugo José. *La fotografía como fuente de sentidos*. Costa Rica. 2008.

Villarroel, Gladys E. (2007). Las representaciones sociales: una nueva relación entre el individuo y la sociedad. *Fermentum. Revista Venezolana de Sociología y Antropología*, 17(49),434-454. ISSN:

0798-3069. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=705/70504911>

Soler, Soledad. *La fotografía como herramienta de intervención social*. España. 2016.



Desde una playera, hasta un tatuaje, la admiración cobra sentido en un fan. Algo tan pequeño o insignificante para otros, para ellos es la forma de distinguirse entre un grupo y de ser aceptado en otro.



Los stickers o mercancía de la banda se vuelve un objeto tan preciado por los admiradores, que cobra diferentes formas y estilos, simplemente para denotar un gusto específico.



La admiración envuelve los ideales del fan que lleno de emoción espera el momento para compartir un par de palabras con su artista favorito.



Después de largos minutos de espera, las emociones rodean al admirador cuando finalmente cumplió una meta: conocer a su artista favorito.



Pero es la identidad, la forma de vestir y el comportamiento los que se agrupan en un círculo social específico, pero nada es general, siempre puede encontrarse una persona que destaca o es diferente al resto.



Una fotografía en redes sociales es ahora la forma de demostrar la pertenencia a un grupo de personas que tienen los mismos gustos musicales.



La mercancía oficial de un artista ha tomado un rol principal en cómo los fans van consolidando su identidad, ya que esta les permite ir creando conexiones con individuos con gustos similares.



Los estereotipos se transforman y se empiezan a componer grupos sociales cada vez más diversos, pero que tienen una meta en común: pertenecer a un club de fans.



La tendencia puede estar impuesta, pero el estilo es lo que va a diferenciar a un fan de otro.



El portar mercancía oficial del artista se ha vuelto un ritual cada vez más presente en los conciertos, convirtiéndose en una práctica esencial entre los fans, no solamente en shows, también en su vida diaria.



Las luces se apagan, suenan los primeros acordes y el celular es el primero en capturar ese instante tan esperado por el fan.



Las emociones en un concierto pueden variar de una persona a otra, pero es ahí donde la identidad es la indicada para diferenciar a un individuo de otro, a pesar de que se encuentren dentro de un mismo grupo social.



El celular se convierte en un acompañante más durante el concierto, porque será el cómplice más cercano de aquel momento que concentra muchas emociones.



Entre la oscuridad, los extraños se vuelven amigos. Consolidando la idea que un ritual social, como lo es un concierto, puede influir en nuestro actuar en el futuro.



Son los artistas quienes son el conducto principal para que sus fans adopten una personalidad o estilo de vida específico.



Los cantos y movimientos físicos son la forma en que los fans demuestran el efecto que la música puede tener en su persona.



De un movimiento surge la réplica en los demás. Una sensación de aceptación.



De un artista a otro, el discurso cambia y con ello, la ideología que sus fans adoptan.



La realización de poder compartir el espacio con un artista desata euforia en el fan.



El gusto por un género musical en particular puede nacer desde una voz acompañada de una guitarra, hasta la ideología que esta transmite.



El autógrafo, al igual que la mercancía oficial, cumplen un papel De realización y aceptación, así como una afirmación constante De identidad.



En la actualidad, ser músico implica más que sólo crear melodías. La industria musical cambia tan rápidamente que los artistas se han visto obligados a incorporar elementos visuales para atraer a más público.



En tiempos de pandemia, los fans encontraron la forma de estar cerca de sus artistas favoritos.



Estando inmersos en una realidad virtual, el fan cambia sus acciones de acuerdo a lo que está de moda o se inclina por aquello que le causa emoción.



Los shows en vivo quedaron atrás. La sensación de estar acompañado de extraños, pero individuos con los que se comparten gustos, es ahora inexistente.



La añoranza de aquellos momentos de euforia y emoción se trasladan a una pantalla.



La música en vivo es ahora una reproducción de lo que era un ritual que convocaba a decenas de fans con un propósito: viajar a un mundo alterno.



Aquellos símbolos en la mercancía oficial quedaron en la historia, como un objeto vintage.



Ahora son los detalles en los accesorios o la vestimenta, aquello que cobra importancia para que los fans desarrollen una identidad propia.



El ritual termina y se vuelve a la normalidad.