



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN

La música como herramienta de comunicación alternativa de los jóvenes entre 16 y
20 años en Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024.

Trabajo de Titulación para optar al Título de Licenciada en Comunicación

Autor:

Granizo Montaña Gishel Estefanía

Tutor:

Msc. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas

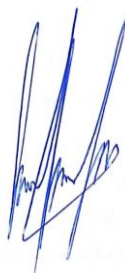
Riobamba, Ecuador 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Gishel Estefanía Granizo Montaña**, con cédula de ciudadanía **0604866095**, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: **“La música como herramienta de comunicación alternativa de los jóvenes entre 16 y 20 años en Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, 11 de diciembre del 2025



Gishel Estefanía Granizo Montaña

C.I: 0604866095

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, **Ms.C. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas** catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DE LOS JÓVENES ENTRE 16 Y 20 AÑOS EN RIOBAMBA URBANO, PERIODO ENERO-JUNIO 2024”**, bajo la autoría de **Gishel Estefania Granizo Montaña**; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 11 días del mes de diciembre de 2025.



Firmado electrónicamente por:

**ANTONI NEPTALI VACA
CARDENAS**

Validar únicamente con FirmaBC

Msc. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas
TUTOR

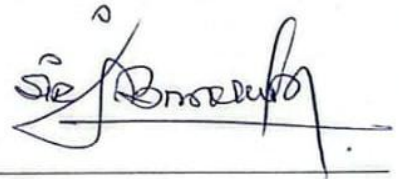
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “**LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DE LOS JÓVENES ENTRE 16 Y 20 AÑOS EN RIOBAMBA URBANO, PERIODO ENERO-JUNIO 2024**” por **Gishel Estefania Granizo Montaña**, con cédula de identidad número **060486609-5**, bajo la tutoría del **Ms.C. Antoni Neptalí Vaca Cárdenas**; certificamos que recomendamos la **APROBACIÓN** de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 14 de abril de 2026

PhD. Julio Bravo

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



PhD. Carlos Larrea

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Mgs. Raúl Lomas

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACIÓN

Que, **GRANIZO MONTAÑO GISHEL ESTEFANÍA** con CC: **0604866095**, estudiante de la Carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado: **“LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DE LOS JÓVENES ENTRE 16 Y 20 AÑOS EN RIOBAMBA URBANO, PERIODO ENERO-JUNIO 2024”**, cumple con el 4 %, de similitud, y 5 % de IA, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO MAGISTER**, porcentajes aceptados de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 03 de febrero de 2026



Firmado electrónicamente por:
**ANTONI NEPTALI
VACA CARDENAS**

Validar únicamente con FirmaRC

Mgs. Antoni Vaca
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Con especial amor dedico este trabajo, en primer lugar, a mis padres Manolo Granizo y Patricia Montaña quienes han sido y siempre serán mi pilar, mi guía y mi fortaleza. Gracias por su amor inagotable, por su ejemplo de perseverancia y fortaleza, por creer en mi mucho más de lo que yo misma lo hago y por enseñarme que todo esfuerzo tiene su recompensa. Este logro lleva impreso su sacrificio por sacarme adelante y cada una de sus palabras de aliento.

A todas las personas que formaron parte de este proceso desde el primer día, les agradezco su apoyo constante y la motivación en mis días más difíciles y por recordarme siempre que era capaz de lograr todo lo que me proponga.

A mis pequeños compañeritos de vida, C. D. y L., esos angelitos de cuatro patas que llegaron para llenar mis días de luz. Ustedes, que no necesitan palabras para decirme lo que sienten y cuánto me aman, que me han enseñado que el amor más puro se expresa en una caricia, en una mirada y en esa alegría inmensa que demuestran al verme llegar. Gracias por acompañarme en cada madrugada de estudio, por quedarse a mi lado cuando el cansancio pesaba, ustedes me enseñaron que el amor más sincero no necesita lenguaje.

Por último, gracias a mí, por no rendirme cuando las cosas se ponían difíciles, por volver a intentarlo incluso cuando dude, por sostener mis sueños y seguir avanzando, aunque el camino se sintiera largo en muchas ocasiones. Hoy reconozco mi esfuerzo, mi coraje y constancia.

“Al final somos una mezcla de todas las personas que han sido parte de nuestro camino. Me alegra saber que algunas son parte esencial de quien soy hoy”

GISHEL GRANIZO

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por darme sabiduría, fortaleza y motivos para seguir adelante cada día.

A mis padres les otorgo un agradecimiento inmenso y sincero porque con su amor, paciencia y apoyo incondicional me han acompañado en este camino hacia mi vida profesional, nada de lo que soy sería posible sin el hogar lleno de valores, fuerza y comprensión que formaron para mí.

Extiendo también mi gratitud a cada uno de los docentes de mi amada Carrera de Comunicación, por compartir sus conocimientos y por moldear en mí una formación íntegra y responsable, sus enseñanzas y dedicación han marcado y dejado huellas imborrables en mi crecimiento personal y académico.

Finalmente, a la Universidad Nacional de Chimborazo y a la Carrera de Comunicación por abrirme sus puertas y brindarme las herramientas necesarias para desarrollarme profesionalmente.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN	15
1. Marco Referencial.....	17
1.1 Planteamiento del Problema.....	17
1.2 Objetivos	19
1.2.1 Objetivo General	19
1.2.2 Objetivos Específicos.....	19
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	20
2.1 Estado del Arte.....	20
2.2 Fundamentación Teórica	22
2.2.1 Comunicación.....	22
2.2.2 Teorías de la Comunicación.....	24
2.2.3 Teoría Antropológica Cultural	24
2.2.4 Herramientas de Comunicación	25
2.2.5 Comunicación Alternativa.....	26
2.2.6 La Música.....	27
2.2.7 Géneros Musicales	29
2.2.8 Lenguaje y Jerga en la Música	30
2.2.9 Música y Construcción de Imaginarios Sociales.....	31
2.2.10 Identidad Juvenil y Pertenencia a través de la música	31
2.2.11 Influencias Culturales.....	32
2.2.12 Análisis de Contenido	33
2.2.13 Triangulación	34

2.3 Variables	35
2.3.1 Variable Dependiente: Herramienta de Comunicación Alternativa	35
2.3.2 Variable Independiente: La Música	35
2.3.3 Operacionalización de las Variables	35
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.....	38
3.1 Método de Investigación	38
3.2 Tipo de Investigación.....	39
3.4 Técnicas de recolección de Datos	41
3.4.1 Encuesta-cuestionario.....	42
3.4.2 Entrevista-Guía no Estructurada	42
3.5 Población de estudio y tamaño de muestra	43
3.5.1 Población.....	43
3.5.2 Muestra.....	43
3.6 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.....	44
3.6.1 Entrevista, Guía de Preguntas	44
3.6.2 Matriz de Análisis de Entrevistas.....	46
3.6.3 Matriz de Análisis de Contenido	47
3.6.4 Encuesta, Cuestionario	49
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	53
4.1 Análisis y Discusión de los Resultados.....	53
4.2 Matriz de Perfil de los Entrevistados	53
4.2.1 Entrevistas	55
4.3 Matriz de Análisis	57
4.4 Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta	58
4.5 Discusión de Resultados.....	95
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES	98
5.1 Conclusiones	98
5.2 Recomendaciones.....	100
CAPÍTULO VI. PROPUESTA	102
6.1 Marco Propositivo	102
6.2 Explicación general de la propuesta.....	102
6.3 Objetivo de la Propuesta	102
6.4 Público Objetivo.....	102
6.5 Mensaje central y Canales de Difusión	102
6.6 Guion Técnico y Literario	103
6.7 Cronograma.....	105

6.8 Presupuesto	106
6.9 Indicadores de Evaluación	106
BIBLIOGRAFÍA.....	108
ANEXOS	115

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1. Operacionalización de las variables</i>	36
Tabla 2. Estructura de entrevistas.....	47
Tabla 3. Estructura matriz de análisis.....	48
Tabla 4. Perfil de Entrevistado 1	54
Tabla 5. Perfil de Entrevistado 2	54
Tabla 6. Hallazgos y Resultados de Entrevistas	55
Tabla 7. Hallazgos y Resultados de la Matriz de Análisis	58
Tabla 8. Género Encuestado.....	59
Tabla 9. Edad de los Encuestados	60
Tabla 10. Nivel de Estudio de los Encuestados.....	61
Tabla 11. Ocupación de los Encuestados	62
Tabla 12. Frecuencia con la que se escucha Música	64
Tabla 13. Lugares habituales donde se escucha música.....	65
Tabla 14. Plataformas más usadas	67
Tabla 15. Creación/Compartición musical	69
Tabla 16. Expresión emocional de la música	70
Tabla 17. Comunicación mediante canciones o letras.....	72
Tabla 18. Música como Identidad	73
Tabla 19. Mensajes sociales/políticos en la Música	75
Tabla 20. Comunicar con música en redes sociales	77
Tabla 21. Influencia de la Música	79
Tabla 22. Influencia de la música en las opiniones	81
Tabla 23. Identificación con las canciones favoritas	83
Tabla 24. Música como medio directo de comunicación	85
Tabla 25. Elementos que más comunican en la música	87
Tabla 26. Géneros musicales preferidos.....	89
Tabla 27. Efecto de las plataformas digitales en los mensajes.....	90
Tabla 28. Música como comunicación no verbal	92
Tabla 29 <i>Guion</i>	103
<i>Tabla 30 Cronograma</i>	105
<i>Tabla 31 Presupuesto</i>	106
<i>Tabla 32 Indicadores de Evaluación</i>	106
<i>Tabla 33. Matriz Completa de Entrevistas a Expertos</i>	117
<i>Tabla 34. Análisis Completo del Género Preferido por los Jóvenes</i>	131

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1. Diagrama de flujo para la entrevista.....	45
Ilustración 2. Guía de Encuesta	50
Ilustración 3. Genero Encuestado	59
Ilustración 4. Edad de los Encuestados	61
Ilustración 5. Nivel de Estudio de los Encuestados	62
Ilustración 6. Ocupación de los Encuestados	63
Ilustración 7. Frecuencia con la que se escucha Música	64
Ilustración 8. Lugares habituales donde se escucha música.....	66
Ilustración 9. Plataformas más usadas	68
Ilustración 10. Creación/Compartición musical	69
Ilustración 11. Expresión emocional de la música	71
Ilustración 12. Comunicación mediante canciones o letras.....	72
Ilustración 13. Música como Identidad	74
Ilustración 14. Mensajes sociales/políticos en la Música	76
Ilustración 15. Comunicar con música en redes sociales	78
Ilustración 16. Influencia de la Música	80
Ilustración 17. Influencia de la música en las opiniones	82
Ilustración 18. Identificación con las canciones favoritas.....	84
Ilustración 19. Música como medio directo de comunicación	85
Ilustración 20. Elementos que más comunican en la música	87
Ilustración 21. Géneros musicales preferidos.....	89
Ilustración 22. Efecto de las plataformas digitales en los mensajes.....	91
Ilustración 23. Música como comunicación no verbal	93

RESUMEN

Este proyecto de investigación examina el papel de la música como herramienta de comunicación alternativa entre jóvenes de 16 a 20 años de la zona urbana de Riobamba durante el periodo enero-junio 2024. El objetivo central es analizar y comprender como la musica funciona y cumple un rol como medio expresivo que permite a los jóvenes comunicar emociones y pensamientos que no siempre se logran decir mediante el lenguaje verbal.

A lo largo de esta investigación se desarrolló una exploración integral con encuestas, entrevistas, revisión documental y fuentes diversas que evidenciaron que compartir canciones, letras y estilos musicales se ha convertido en una práctica habitual para transmitir emociones y sentimientos, resolver conflictos o comunicar ideas y generar cercanía con el entorno.

Los hallazgos muestran que la música actúa como una herramienta importante y poderosa de lenguaje alternativo, capaz de facilitar empatía, fortalecer vínculos y construir identidad tanto personal como grupal, asimismo ciertos géneros funcionan como referentes simbólicos que influyen en su identidad personal e interacciones sociales. Se concluye que dentro del entorno urbano juvenil la música se posiciona como un recurso comunicativo significativo y efectivo que complementa y en algunos casos reemplaza la comunicación tradicional.

Palabras claves: Música, comunicación, alternativa, jóvenes, expresión emocional, interacción social, géneros musicales.

ABSTRACT

This research project examines the role of music as an alternative communication tool among young people aged 16 to 20 in the urban area of Riobamba during the period from January to June 2024. The central objective is to analyse and understand how music functions as an expressive medium, allowing young people to communicate emotions and thoughts that cannot always be expressed through verbal language.

Throughout this investigation, comprehensive exploration was conducted using surveys, interviews, a documentary review, and diverse sources. The results indicated that sharing songs, lyrics, and musical styles has become a habitual practice for transmitting emotions and feelings, resolving conflicts, communicating ideas, and fostering a sense of connection with the environment.

The findings demonstrate that music acts as a significant and powerful tool of alternative language, capable of facilitating empathy, strengthening bonds, and constructing both personal and group identity. Furthermore, certain genres function as symbolic referents that influence personal identity and social interactions. It is concluded that within the urban youth environment, music is positioned as a significant and effective communicative resource that complements and, in some cases, replaces traditional communication.

Keywords: Music, communication, alternative, youth, emotional expression, social interaction, musical genres.



Mario Nicolas Salazar
Ramos



Revised by
Mario N. Salazar
0604069781

CAPITULO I. INTRODUCCIÓN

La música se ha convertido en un gran fenómeno social que trasciende barreras de comunicación a lo largo de la historia y ha sido de suma importancia al convertirse en un medio efectivo para transmitir mensajes a través de sus diversos géneros y letras que conectan con distintas personas. “Esta debe ser comprendida por la comunicación como parte importante de la cultura audiovisual actual y, además, este campo está conformado por otros discursos que refieren a él directa o indirectamente” (Caetano, 2018, p.5).

En relación con los elementos vinculados a las preferencias musicales, es sabido que uno de los lazos primarios que establecen las personas con la música de su preferencia, se relaciona con el aspecto emocional–afectivo.

Si bien las representaciones emocionales que se construyen a partir de la música son de carácter subjetivo, éstas de una u otra forma, podrían ser una de las primeras aproximaciones a la composición de la identidad musical en el caso de los jóvenes. (Álamos, 2019, p.96).

En este contexto los jóvenes desempeñan un papel fundamental, pues son los principales autores de la adaptación de esta forma de comunicación, es por ello por lo que, en esta investigación en particular en el ámbito urbano de la ciudad de Riobamba, se analizará como los jóvenes utilizan la música no solo por moda sino como un medio de comunicación alternativa que les permite expresarse de forma libre y construir su identidad para poder transmitir sus emociones a través de ella.

Este grupo seleccionado se caracteriza por su alta sensibilidad en sus emociones y también por que busca pertenencia a través de la música que es un canal poderoso para conectarse de mejor manera con su entorno ya que esta está acompañada de distintos géneros y estilos que actúan como lenguaje simbólico y facilita la comunicación donde las palabras resultan insignificantes.

La presente investigación tiene como objetivo analizar de manera profunda como la música y sus distintos géneros influyen en la vida cotidiana de los jóvenes de la ciudad de Riobamba en el periodo de enero a junio del 2024; para comprender como expresan sus ideas y emociones y como las dinámicas digitales, tecnológicas, culturales y sociales juegan un papel importante como medio de interacción en un contexto donde no siempre las formas de comunicación tradicionales lograr captar la atención de las personas. Así como también, se

busca destacar de manera significativa la importancia de considerar las herramientas de comunicación alternativas en la construcción de sociedades cada vez más conectadas, digitalizadas y diversas.

1. Marco Referencial

1.1 Planteamiento del Problema

La música es un idioma universal que permite transmitir un sin número de emociones, sentimientos y mensajes, siendo así el reflejo de la cultura e identidad de las personas. Analizar el impacto de la música en jóvenes nos puede ayudar a comprender la manera en la que se expresan, relacionan y comunican con su entorno. Fernández (2019) afirma que “los seres humanos producían música antes de la existencia del lenguaje. Es más, hay teorías que consideran que la música se creó para la cohesión social del grupo, y por ello y para ello perdura, y que los tarareos de una madre a su bebé seguramente fueron los inicios de aquella” (p. 2).

La importancia de la comunicación se ha evidenciado desde la aparición del hombre y ha ido evolucionando con los años pasando de medios como el humo, la corneta o palomas mensajeras a sistemas más complejos con idiomas específicos. En la era actual, la música ha transformado su función original de entretener convirtiéndose en un medio fundamental de comunicación y expresión, particularmente entre los jóvenes.

En el contexto ecuatoriano, la música ha adquirido una relevancia significativa como canal de expresión juvenil. A lo largo del país, los jóvenes utilizan distintos géneros musicales no solo como una forma de entretenimiento, sino como una vía para construir su identidad, manifestar inconformidades y generar sentido de pertenencia. En Ecuador, donde la diversidad cultural convive con una creciente influencia global, la música actúa como un punto de encuentro entre lo tradicional y lo contemporáneo. Géneros como el rap, el reguetón, el pop urbano o incluso el rock alternativo han sido apropiados por la juventud para comunicar realidades sociales, experiencias personales y visiones del mundo que muchas veces no encuentran cabida en los canales comunicativos convencionales (Ávila & Flores, 2024).

A esto se suma el papel que juegan las plataformas digitales y redes sociales, que han democratizado el acceso a la producción y difusión musical, permitiendo a los jóvenes ecuatorianos no solo consumir música, sino también crearla y compartirla como una forma legítima de participación y diálogo. Este fenómeno se ha intensificado en los últimos años, evidenciando cómo la música se convierte en un espejo de las problemáticas sociales, económicas y culturales que atraviesan a la juventud del país.

En el entorno urbano de Riobamba, los jóvenes de entre 16 y 20 años presentan desafíos socioculturales que actúan en su forma de interacción y para resolver sus inquietudes, emociones y pensamientos. En una comunidad donde las formas rutinarias de comunicación, como los medios comunicacionales y las redes sociales, están llenas y a menudo abarcan información por intereses ajenos, la música aparece como una herramienta alternativa para expresar sus valores, identidades y problemáticas. La música, por sí sola, transmite un mensaje significativo, sin depender necesariamente de las palabras para expresar su contenido. En este sentido, no se requiere de letras para que la música pueda comunicar emociones o ideas de manera efectiva. (Durán et al., 2022)

Se observa que muchos jóvenes utilizan la música para comunicarse debido a su naturaleza universal, ya que puede evocar sentimientos y conectar con las experiencias humanas más profundas, independientemente del idioma o la cultura. Esto la convierte en un medio poderoso para fomentar la empatía y la comprensión entre las personas. Las diferentes letras de las canciones que prefieren los jóvenes de Riobamba que varían en géneros como reguetón, pop, rap, rock y música andina pueden hacer que las sientan profundamente conectándolos, haciéndolos sentir comprendidos y a su vez validando sus vivencias en estas; dicha conexión se utiliza como vehículo para transmitir mensajes que no se encuentran en otros medios convencionales.

Ante la ausencia de espacios adecuados para que los jóvenes dialoguen y se sientan con la libertad para expresarse, encuentran en la música un canal para poder relacionar sus emociones, sus vivencias y a su vez tener un sentido de pertenencia con las mismas. Esta posición nos hace tener algunas interrogantes sobre la verdadera capacidad que tiene la música para ser un medio efectivo de comunicación alternativa y sobre cómo actúa en la formación de identidades en los jóvenes.

Además, hace hincapié en la necesidad de comprender de manera más profunda como se emplea la música para afrontar problemáticas personales y sociales teniendo en cuenta que existen temas que aborda situaciones complejas como sexualidad, drogadicción, abusos, entre otros; dichos temas no son aptos para todo público y deberían analizarse detenidamente bajo un criterio de madurez y responsabilidad, con el objetivo de no divulgar mensajes que tengan mal impacto en la sociedad.

Si no se analiza de manera crítica el papel que cumple la música en la vida de los jóvenes, existe el riesgo de que se normalicen mensajes que pueden influir negativamente en su comportamiento, identidad social y valores, así también se desaprovecha el potencial de la música como herramienta de comunicación positiva. Por ello resulta necesario investigar ¿Cómo influye la música en la construcción de la identidad y la comunicación de los jóvenes de 16 a 20 años en la ciudad de Riobamba?, con el fin de comprender su impacto en el desarrollo personal y social de este grupo seleccionado.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

- Establecer la música como herramienta de comunicación alternativa de los jóvenes entre 16 y 20 años en Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar los géneros musicales preferidos por los jóvenes de Riobamba y su uso en la comunicación.
- Determinar la situación en la que los jóvenes utilizan la música como una herramienta alternativa de comunicación.
- Elaborar un video que evidencie como los jóvenes se expresan mediante la música.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Estado del Arte

En el siguiente marco se plasmarán distintos trabajos relacionados con la investigación previamente propuesto “La música como herramienta de comunicación alternativa de los jóvenes entre 16-20 años de Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024”. Se realizó una exhaustiva búsqueda de información de fuentes digitales, literatura especializada, documentos académicos, investigaciones previas, libros relevantes disponibles en bibliotecas físicas y digitales, así como también fuentes documentales pertinentes al tema; en los cuales se utilizaron palabras claves como: comunicación alternativa, música, herramientas de comunicación, entre otras. A continuación, se presentarán las investigaciones que sirvieron de guía:

El Licenciado Luis Eduardo Torres Lazcano en su tesis de grado, publicada en el año 2016 con el tema: “La Música como un Medio Alternativo de Comunicación Ligado a la Revolución y la Reconfiguración Social” para la Universidad Autónoma del Estado de México , a través de un análisis cualitativo que se centró en el análisis de contenido musical de 11 canciones de distintos géneros en las cuales se analizó las letras para identificar el tipo de mensajes que transmiten; sus hallazgos evidencian que las letras de las canciones no solo transmiten mensajes implícitos, sino que también generan procesos de interacción entre emisor y receptor, este enfoque destaca el papel de la música como agente de cambio social en contextos latinoamericanos, por lo que es de gran ayuda para nuestra investigación ya que aporta un marco teórico sólido de la música como medio alternativo y la comprensión de las letras que facilitan el análisis del papel comunicativo de la música en entornos juveniles. . (Torres, 2016)

Por otro lado Daniela Solarte Lozano y Oriana Zúñiga Henao en su tesis de grado, publicada en el año 2018 con el tema: “MÚSICA Y COMUNICACIÓN ALTERNATIVA PARA EL CAMBIO SOCIAL EN LA ESCUELA DE MÚSICA DE CHICORAL, BITACO, DAPA PERIODO 2018” para la Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium de Cali- Colombia, a través de un análisis cualitativo analizaron la música como comunicación alternativa y el impacto que genera en los cambios sociales de los estudiantes de la Escuela de Música de Chicoral, sus hallazgos evidencian de manera amplia la comunicación alternativa a través de la música ya que esta ayuda a la expresión de diversas realidades, dando un enfoque que resalta a la música como un espacio de reflexión, transformación social y participación en contextos educativos y juveniles, en este sentido se

identifica una brecha en el estudio de música como herramienta alternativa en los jóvenes de Riobamba urbano porque también resulta necesario analizar cómo influye en sus formas de expresión y sentido de pertenencia. (Solarte y Zúñiga, 2019)

Con este mismo enfoque realizado por Durán Veloz et al. (2022) en su trabajo titulado “La Educación Musical y Motricidad en la Formación Integral de los Estudiantes”, analiza la relación entre la música y el desarrollo cognitivo en los procesos de aprendizaje. Esta investigación con enfoque educativo los autores destacan que la música actúa como una herramienta que mejora el ambiente en el aula y en la forma de expresión en alumnos. Sus hallazgos evidencian que la música estimula áreas del cerebro relacionadas con las habilidades comunicativas y el desarrollo de los estudiantes, en este sentido resulta relevante estudiar como la música influye en sus formas de expresión en los jóvenes de Riobamba a partir de este trabajo.

De igual manera Josué Chiriboga en su tesis de grado publicada en el año 2023 con el tema: LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL EN LA TRANSMISIÓN DE MENSAJES CONTRAHEGEMÓNICOS. CASO "THIS NOT AMÉRICA" DE RESIDENTE.” Para la universidad Politécnica Salesiana del Ecuador, explica como la música acompañada al ser humano desde años atrás no solo en su vida cotidiana sino en la forma de relacionarse con otros. Se analizó la canción de Residente cantautor puertorriqueño, en su sencillo “This is not America”, donde se investigó como las narrativas que maneja esta canción funciona como una herramienta de comunicación. Los hallazgos reflejan que las letras musicales generan reflexión crítica y promueven discursos alternativos que nos dan pie para seguir con una investigación mucho más profunda y enfocada en un público en específico. (Chiriboga, 2023)

Haciendo referencia a los autores antes mencionados es importante realizar un estudio de la música como herramienta de comunicación en los jóvenes de la ciudad de Riobamba porque refleja como este grupo social utiliza un medio artístico para expresar sus sentimientos, emociones y valores y como les ayuda esto a crear una conexión con las demás personas.

2.2 Fundamentación Teórica

2.2.1 Comunicación

La comunicación, en su esencia, es fundamental para el desarrollo social y la interacción humana. Por ello, es imposible concebir la existencia de personas, grupos, organizaciones o países sin este proceso, ya que representa el pilar que permite la cohesión en las comunidades y las sociedades. (Agüero, 2021).

En este contexto, la comunicación humana no ocurre de manera abstracta. Al contrario, el intercambio de mensajes entre individuos se encuentra influenciado por las relaciones sociales en las que están inmersos, lo que condiciona su interpretación y comprensión. “Así, la comunicación no solo refleja la realidad social, sino que tiene el poder de transformarla, convirtiéndose en una herramienta clave de control social y en un objeto de estudio esencial” (Vega, 2020, p.9).

Este enfoque me parece fundamental al considerar cómo la comunicación puede influir en la construcción de identidades sociales y políticas. En mi campo de estudio, como estudiante de comunicación, reconozco la importancia de entender cómo los discursos mediáticos y las estrategias de comunicación son esenciales para la consolidación de normas y valores en la sociedad, y así entender como los jóvenes se comunican mediante la música como medio alternativo.

Es importante destacar que el objetivo principal de la comunicación radica en compartir significados. De este modo, el proceso comunicativo se enriquece mediante el uso de símbolos, gestos, sonidos, palabras y números, los cuales permiten generar representaciones e interpretaciones de las cosas, las relaciones y los fenómenos. Sin embargo, este mismo proceso puede dar lugar a distorsiones y complicaciones que dificultan su efectividad. (Agüero, 2021)

Además, los avances en la comunicación oral y escrita, junto con el uso de distintos tipos de lenguaje, medios y actores, resultan fundamentales para la transmisión asertiva de los mensajes. En particular, en el contexto contemporáneo, las nuevas tecnologías han transformado los esquemas tradicionales de comunicación, convirtiéndose en una herramienta esencial para las instituciones educativas y los sujetos sociales. Así, la comunicación en el siglo XXI se presenta como un eje central del progreso social. (Santillan, 2022)

Desde una perspectiva más amplia, la comunicación se clasifica en dos categorías principales: verbal y no verbal. Por un lado, la comunicación verbal constituye el medio habitual desde los primeros años de vida, siendo esencial para expresar deseos, necesidades, sentimientos y pensamientos, además de brindar una percepción integral del entorno. (Yari, 2017). La comunicación verbal no solo es fundamental en la infancia, sino que sigue siendo crucial a lo largo de toda la vida. Además de los avances en la tecnología, el lenguaje verbal sigue siendo el vehículo principal para el intercambio de ideas, lo que subraya la importancia de una educación lingüística sólida en la construcción de una sociedad más democrática.

Por otro lado, según Masaya (2017) “la comunicación no verbal radica en: “movimientos faciales y corporales que la persona adopta “inconscientemente” durante el acto comunicativo con otro. De esta manera de comunicar extraemos conclusiones sobre el emisor de quien se dirige a nosotros, actitudes, comportamientos, sonreír, etc.” (p.36)

En síntesis, Muñoz (2018) resalta que “la comunicación es la actividad humana que nos permite relacionar entre dos o más personas y con el entorno, mediante el intercambio de ideas y pensamientos, lo que nos ha permitido, como humanidad, transmitir y trascender el conocimiento, las necesidades y los sentimientos.” (p. 19)

Es importante entender que tanto la comunicación verbal como no verbal permiten que los mensajes sean transmitidos de forma clara y nos ayudan a interpretar no solo lo que dicen sino también como estos se sienten o la intención que hay detrás de cada uno de ellos.

La capacidad de la comunicación para trascender es esencial en la formación de una cultura colectiva. A través de la comunicación, no solo compartimos conocimientos y experiencias, sino que también construimos memorias y tradiciones que ayudan a definir nuestras identidades como sociedad, es por ello que mediante la música se genera una comunicación más efectiva entre los jóvenes, ya que estos relacionan muchas de las letras con sus vivencias personales y se sienten identificados. En este sentido, es crucial seguir investigando cómo la comunicación sigue evolucionando con las nuevas herramientas digitales para garantizar su efectividad y alcance en el siglo XXI.

2.2.2 Teorías de la Comunicación

Las teorías de la comunicación nos permiten entender las dinámicas, efectos y procesos de la comunicación en sus diversos contextos; ya que en la comunicación es vital que el mensaje sea claro y se entienda. Es así como estas teorías son utilizadas con el objetivo de entender el proceso que existe dentro de la comunicación humana basándose en modelos y estudios científicos.

Según Vega (2020), “las teorías de la comunicación, no se trata de que una de estas teorías prime sobre las demás, sino del valor que tiene conocerlas en su conjunto para utilizarlas de cara a comprender la comunicación en toda su complejidad” (p. 14). En su conjunto estas son enfoques que intentan explicar cómo se transmite y recibe la comunicación en distintos contextos, ya sea personal, interpersonal, masiva u organizacional y nos ayudan a entender de mejor manera como influyen los mensajes en la sociedad, como estos se procesan y cuál es su papel tanto en los emisores como receptores de este.

Por ello Saladrigas (2023) afirma lo siguiente:

Las teorías se manifiestan como conjeturas o suposiciones que tienden a especular y provisionar, que lo que el raciocinio humano crea libremente, en un intento de solucionar los problemas con que tropezaron las teorías anteriores y de proporcionar una explicación adecuada del comportamiento de algunos aspectos del mundo. (Pag.40)

2.2.3 Teoría Antropológica Cultural

La antropología cultural estudia a los seres humanos y lo que significa ser humano, por ello su énfasis o entendimiento principal se centra en lo que los seres humanos hacen, creen, experimentan y crean. La antropología cultural plantea muchas preguntas, se enfoca en entender creencias, costumbres, símbolos, valores y comportamientos en las relaciones sociales. (Proctor, 2023).

Por otro lado, según, Harris (2022) la antropología cultural:

Tiende a describir y analizar las culturas o a su vez las tradiciones socialmente aprendidas tanto en el pasado como en el presente. Tiene una subdisciplina, la etnografía, que se centra a la descripción sistemática de culturas contemporáneas. La comparación de culturas consolida la base para hipótesis sobre las causas de los estilos humanos de vida. La música, al igual que otras expresiones culturales, forma

parte de las tradiciones socialmente aprendidas y cumple una función comunicativa que trasciende el lenguaje hablado es decir el verbal. Como objeto de estudio etnográfico, permite comprender cómo distintas culturas expresan sus valores, emociones e identidades a través de sonidos, convirtiéndose en una forma alternativa de comunicación y en un reflejo de los estilos de vida humanos (p. 23).

Además, estas formas de investigación en antropología cultural incluyen una inmersión directa en las comunidades. A través del trabajo de campo, los antropólogos aplican observación directa, censos y encuestas para recopilar datos.

Estas formas posibilitan analizar, describir y comparar funciones culturales, planteando modelos explicativos que simbolizan una cultura o elementos concretos de ella. Por ello, la investigación de campo no solo brinda un conocimiento profundo de las comunidades y su entorno, sino que también fortalece las conclusiones antropológicas mediante un enfoque basado en la experiencia de forma directa (Valencia, 2017, p. 5).

En síntesis, la antropología, al combinar reflexión, investigación y análisis práctico, se consolida como una disciplina indispensable para comprender y abordar la complejidad de las sociedades humanas y sus culturas. Por ello en esta investigación se utilizó esta teoría ya que nos permite tener un análisis mucho más profundo sobre los elementos culturales o aspectos específicos para que los jóvenes tomen a la música como un medio de comunicación alternativa.

2.2.4 Herramientas de Comunicación

Las herramientas comunicativas desempeñan un papel crucial no solo en la interacción y relación con otros, sino también en la transmisión de ideas, opiniones y temas de difusión con un propósito específico. Gracias a estas herramientas, es posible superar las barreras impuestas por la distancia, facilitando la conexión entre personas y comunidades. (Ortiz & Keyko, 2022)

Además, es importante resaltar que las herramientas de comunicación digital han transformado significativamente los patrones de vida en la sociedad moderna, especialmente entre los jóvenes. Estas herramientas no solo crean nuevas necesidades, sino que también

generan adicciones, lo que plantea retos importantes en el uso saludable y equilibrado de la tecnología. (Villavicencio, 2020)

Dentro de las herramientas comunicativas se pueden identificar el uso de los medios de comunicación y sus contenidos (los programas para televisión, los programas radiales, los comunicados de prensa, la concertación de entrevistas, reportajes, crónicas, historias de vida, libros, entre otros) así como momentos dedicados a la interacción social, el diálogo, los talleres, entre otros. (Ríos et al., 2020, p.16)

Estas herramientas representan no solo métodos de comunicación, sino también de aprendizaje y enriquecimiento social. La integración de medios tradicionales con nuevas formas de interacción digital abre un espacio para que las audiencias tengan un acceso más diverso y personalizado a la información, lo que a su vez enriquece el proceso comunicativo en la sociedad moderna.

Es así como la música llega a ser una herramienta de comunicación cuyo propósito suele ser incitar a una acción o transmitir un mensaje, a través de la interrelación de distintos elementos, el arte de la música llega a convertirse en un medio discursivo que conecta a los oyentes con las diferentes letras y sonidos. Esta herramienta no solo transmite ideas, sino que también refleja la forma en que se entiende, se siente y se vive facilitando la interacción humana respondiendo como un transporte para comprender y compartir experiencias. (Chiriboga, 2023)

Finalmente, es común que los usuarios recurran a herramientas adicionales para enriquecer su aprendizaje, especialmente en entornos digitales. En el caso del aprendizaje de lenguas, estas herramientas complementan los conocimientos al proporcionar una variedad de contextos lingüísticos, resolviendo dudas y mejorando la comprensión de los idiomas en diferentes situaciones. (Palomares, 2021)

En resumen, las herramientas comunicativas, ya sean tradicionales o digitales, cumplen funciones esenciales en la interacción, el aprendizaje y la transmisión de mensajes, reflejando su importancia en la sociedad contemporánea.

2.2.5 Comunicación Alternativa

La comunicación alternativa se posiciona como un fenómeno discursivo relevante, especialmente dentro del paradigma de la modernidad, donde los modos de ejercer el poder

buscan reafirmar su legitimidad. “En este sentido, gran parte de las teorías sobre comunicación alternativa están vinculadas a las dinámicas de la comunicación masiva, ya que esta surge como respuesta a la aparición de nuevos actores sociales y, por consiguiente, de estrategias de control novedosas” (León, 2022, p. 2).

Asimismo, la comunicación alternativa tiene una estrecha relación con la cultura digital, pues permite la creación y difusión de historias y eventos de forma creativa y dinámica. A través del enfoque transmedial, es posible utilizar múltiples plataformas y formatos —como texto, audio e imagen— para compartir contenido de manera efectiva. De esta manera, se logra un mayor alcance y claridad en los mensajes, adaptándose a las necesidades de una audiencia interconectada y cada vez más interactiva en el ámbito digital. (Cruz et al., 2023)

Sin embargo, de acuerdo con digitales Algaba & Pérez, (2024):

La aparición de fenómenos como el podcasting, basado, en ocasiones, en un uso doméstico de la tecnología, ha abierto la puerta a la extensión de dinámicas comunicativas individualistas que pueden llegar a quebrar la idea de lo colectivo, aunque sea digital, que subyace tanto a la propia idea de comunicación alternativa (p.125).

De manera similar, este fenómeno se refleja en el ámbito musical, especialmente en la escena alternativa. Gracias al acceso a software gratuito y a la proliferación de plataformas de difusión, artistas independientes pueden distribuir sus obras junto con aquellas pertenecientes a la cultura de masas. Así, se establece una circulación paralela que redefine los límites entre lo masivo y lo alternativo, promoviendo una mayor diversidad en la oferta cultural (Angulo, 2019, p. 18).

En conclusión, la comunicación alternativa, aunque profundamente vinculada a la modernidad, la cultura digital y los procesos participativos, enfrenta retos en un entorno donde lo colectivo y lo individual tienden a coexistir y, a veces, a entrar en conflicto. No obstante, su capacidad para adaptarse a distintas plataformas y promover la diversidad la convierte en un recurso esencial en la era contemporánea.

2.2.6 La Música

La música es un medio de comunicación universal que conecta a todos los seres vivos. Por un lado, tanto los hombres como los animales utilizan los sonidos como lenguaje

común para transmitir significados, siempre que posean un sistema auditivo capaz de interpretar las ondas sonoras. “Este hecho demuestra que la música no solo es inherente a los humanos, sino que está profundamente arraigada en el mundo natural como herramienta de expresión y comunicación” (Custudio & Cano, 2017, p.62).

En este sentido, es importante destacar lo mencionado por Roca (2020):

La música es un lenguaje artístico formado por combinaciones específicas de sonidos musicales-sonidos modulados (afinados) y no modulados (no afinados)– sucesivos y/o superpuestos, con los que los humanos transmiten sensaciones y emociones, no en su sentido conceptual sino psicológico, y que se percibe a través de la audición; lo que provoca en el oyente una conmoción de su sensibilidad, generalmente una sensación de deleite, aunque a veces puede ser de desagrado, y que desarrolla el gusto estético por medio de la confección de ideas musicales y, por tanto, amplía el mundo interior de la persona. (p.2)

Desde la comunicación, esta definición refuerza la idea de que la música no solo comunica información, sino también experiencias profundamente subjetivas. Esto subraya su valor como un medio para transmitir mensajes complejos que van más allá de las palabras, generando conexiones emocionales poderosas entre emisores y receptores.

Por otro lado, la música es una necesidad humana básica, es parte de la vida diaria del ser humano, donde sea que este se dirija el ritmo y las melodías lo acompañan, es usada por las personas para expresar sus sentimientos y emociones más profundas, o también para representar situaciones alegres o tristes, preocupantes o sin más solo para disfrutar la música en sí misma y de su ritmo. (Dzib et al., 2023, p.4)

Además, vale la pena resaltar que la música es una fuente de energía que además de caracterizar a las culturas y personas, permite la expresión de sentimientos que llegan a una persona para de esta manera, dependiendo de cómo se acople con su personalidad, aportar a su identidad. La música y todos los elementos que la rodean son expresiones tan fuertes que son capaces de llegar a nuestra actividad cerebral para generar toda clase de emociones y sentimientos, por lo que se podría tomar como un ejercicio saludable que permite estimular nuestro cerebro y hacernos sentir mejor. (Marín, 2023)

Sin embargo, no todo en el campo musical está exento de controversia. Con el creciente avance tecnológico la creación y posterior difusión de la música ha logrado de diversos géneros tales como el reguetón sean vistos por una sociedad joven y contemporánea como muestras de libertinaje, que llegan a ser mal vistas y se consideran como inapropiadas, debido a que muchas de sus letras abordan temas delicados relacionados con el sexo y la violencia. (Rueda & Gaivor, 2019)

Este punto abre el debate sobre el impacto ético y cultural de los contenidos musicales. Como estudiante de comunicación, resulta esencial reflexionar sobre cómo los géneros emergentes construyen narrativas que influyen en las percepciones sociales y sobre el papel de los medios en la promoción de estas herramientas.

2.2.7 Géneros Musicales

Son categorías que se utilizan para clasificar una canción de otra, según características comunes o distintas que las hacen únicas y las establecen dentro de un género u otro, es decir que se agrupan canciones que tienen características entre sí. Por ello se dice que los géneros musicales son mucho más que colecciones o álbumes de prácticas estilísticas.

Entendemos que los géneros son categorías musicales de naturaleza subjetiva y estilística que aluden a sus oyentes, y también al modo en el que esta se encuentra establecida con otros elementos líricos, visuales o coreográficos, que a su vez se interceptan en un determinado contexto sociocultural. (Fellone, 2022, p.62)

Por otro lado, según Malavé (2022):

Los géneros musicales como el reggaetón son populares en todo el mundo, también es de fácil acceso para el público, especialmente para la juventud. Además, hoy en día existen ritmos de música que se vuelven populares y que poco a poco se van adaptando con los gustos de la población más joven, gracias a esto en el país ha comenzado a surgir nuevas formas de culturas juveniles. (p.13)

Este autor nos manifiesta que en la actualidad los géneros más escuchados y consumidos por los jóvenes, son géneros como el reguetón que se adaptan a los gustos ya sea por el ritmo contagioso o las letras que generan morbo en los que lo consumen, lo que genera nuevas culturas juveniles que forman parte de la actualidad.

Con este mismo enfoque diremos que en el caso de Ecuador, nuevas tendencias como el reggaetón, el rap, la música disco, imponen y se manifiestan en el público oyente como una forma de actuación y de transformación a nivel psíquico que genera reacciones más violentas en comparación con otros géneros musicales ecuatorianos tradicionales, ya que los sonidos repetitivos, con una intensidad más alta de la que el ser humano debe escuchar; provocan en muchas ocasiones, comportamientos violentos. (Durán et al., 2022)

Esto sugiere que las nuevas tendencias musicales como el reguetón, la música disco y el rap han emergido como nuevas formas de expresión dentro de los jóvenes generando de esta forma respuestas emocionales y comportamientos que pueden ser más intensos y violentos.

2.2.8 Lenguaje y Jerga en la Música

En muchas ocasiones las expresiones que tienen los lenguajes musicales reflejan realidades sociales y culturales que sirven como forma de renuncia o resistencia, a su vez la jerga facilita la identificación de artistas y su diverso público que hace que se cree un sentido de comunidad y pertenencia.

Al hablar del lenguaje en primer lugar, y la música en segundo, cierta proximidad con la jerga local hace que se adopten nuevas maneras de desarrollar ideas y emociones, mientras que con la música se genera un cierto leitmotiv que estructura los estados de ánimo. (Philco, 2023, p.19)

Por otra parte, según autores como Cuyo y Sangucho (2021), la música es un recurso didáctico que no solo fomenta la participación activa de los niños, sino que además contribuye al desarrollo de habilidades lingüísticas, cognitivas y motrices al integrar actividades que combinan ritmo, movimiento y aprendizaje constante.

La música se convierte en un medio didáctico para que los niños aprendan y desarrollen habilidades, desde motrices hasta lingüísticas; al ser un recurso llamativo que combina ritmo hace que se vuelva una forma de lenguaje significativo y de constante aprendizaje por lo que es fundamental hablar del lenguaje presente en la música. Aunque no todas las músicas tienen el lenguaje apropiado sirve como un canal de aprendizaje constante que ha evolucionado con los años.

Por ello podemos concluir con lo que nos manifiesta López et, al. (2021) “El lenguaje en sí mismo y la música comparten una amplia red de procesamiento de elementos similares

que abre la posibilidad a la existencia de representaciones paralelas en ambos dominios, el musical y el lingüístico” (p.88).

2.2.9 Música y Construcción de Imaginarios Sociales

“Los imaginarios sociales tienen un componente normativo, pero también uno moral. El origen del orden moral es cercano a las concepciones religiosas del mundo y a su inteligibilidad, a un estado de cosas ideal. La idea de un orden moral” (Merchán, 2022, p.24).

Por ello la música no es solo una forma de expresión artística ya que también juega un papel importante en como las personas la perciben a través de sus diferentes géneros, estilos y letra, las personas entienden al mundo que los rodea y ayuda a que se fortalezcan los imaginarios sociales ya que se asocian con comunidades o ideologías específicas, creando identidades compartidas ayudando a moldear comportamientos y actitudes.

Por ello Caderón (2020) afirma que:

Los mitos contemporáneos, como las telenovelas, los corridos, la producción cinematográfica y las letras de las canciones se encuentran insertos en imaginarios sociales; sus narrativas están sostenidas, fundamentadas e inmersas en universos simbólico-emocionales que tienen valores, prohibiciones y prescripciones. (p.259)

En la actualidad las telenovelas, películas, y canciones están llenos de imaginarios sociales al estar cargados de narrativas que representan realidades sociales y juegan con el ámbito emocional de las personas lo que genera en ellos un cambio en sus pensamientos y actitudes.

2.2.10 Identidad Juvenil y Pertenencia a través de la música

La música ha sido reconocida como una forma de expresión cultural que no solo entretiene, sino que también desempeña un papel crucial en la formación de identidades sociales y en la cohesión comunitaria. Desde tiempos antiguos, las comunidades han utilizado la música como medio para comunicar valores, tradiciones y emociones compartidas (López y Salcedo, 2021).

Los jóvenes tienden a identificarse de manera profunda con la música, ya que las letras de muchas canciones reflejan vivencias, emociones y situaciones similares o iguales a

las que ellos experimentan en su vida diaria. Estos géneros musicales se convierten en un medio a través del cual los adolescentes y jóvenes encuentran una forma de expresión personal y colectiva, al sentirse identificados con los mensajes que transmiten. Es precisamente en esta conexión emocional e identitaria donde la música adquiere un rol excepcional como herramienta de pertenencia, permitiendo que se construyan vínculos con su entorno social, cultural y generacional.

Así como Cifuentes (2021) manifiesta que:

La música se encuentra presente en emociones y sentimientos, en tanto cada individuo puede relacionarla con prácticas, momentos, personas o en general aspectos de la vida. Así es como la música moviliza significados culturales de lo social a lo personal, evocando experiencias en otros lugares, sucesos del pasado, imaginarios del mundo e incluso estados de ánimo. Estas vivencias desde lo emotivo y lo sensible, sitúan en la conciencia de cada persona una huella que aporta a la configuración de la identidad. (Pág. 17)

Es por ello que el uso de la música en la vida cotidiana de los adolescentes se relaciona con muchos aspectos más allá del objeto sonoro. Se puede entender como una herramienta multifuncional que además de proporcionar placer al escucharla contribuye a la configuración holística de la persona adolescente es decir a su (identidad, relaciones sociales, regulación emocional) (Soler & Oriola, 2019).

2.2.11 Influencias Culturales

Las influencias culturales se conforman por todos aquellos elementos, valores, costumbres, comportamientos y creencias sociales que una cultura transmite a otras; y de esta forma afectan en la manera en que las personas, grupos o sociedad piensa, organiza e interactúa. En un mundo globalizado en el que los viajes, migraciones, y los medios de comunicación masivos permiten que los estilos y las ideas se difundan rápidamente de un lugar a otro generando procesos de adaptación que transforman tanto la cultura como al que recibe dicha influencia aprendidas en su entorno.

En la actualidad, el avance tecnológico ha llegado a tener una presencia directa en la identidad del adolescente y en el caso de la música también es muy relevante ya que en esta

edad el individuo se encuentra en construcción constante de su personalidad, lo que le permite desenvolverse en la sociedad y ser parte de ella. Es por ello por lo que los adolescentes se sienten influenciados por otros componentes culturales ajenos a su contexto. (Arévalo et al., 2022)

Con este mismo enfoque Crespo (2019) afirma que:

Los factores culturales ejercen una influencia amplia y profunda sobre la conducta de los consumidores, por lo que es necesario entender el papel que desempeñan cada uno de sus componentes. La cultura es el origen más básico de los deseos y conductas de una persona. Es un conjunto de valores, percepciones y comportamientos que un miembro de la sociedad aprende de su familia o de otras instituciones. (p.2)

Este autor sostiene que la cultura influye en gran medida la conducta de los consumidores, por lo que es esencial entender sus componentes y que el uso de las redes sociales en las nuevas generaciones ha generado que las conductas de los adolescentes hayan sido influenciadas por costumbres alejadas a la cultura propia, perdiendo de esta forma su identidad. (Arévalo et al., 2022)

2.2.12 Análisis de Contenido

El análisis de contenido estudia mensajes (textos, imágenes, videos) que ayudan a identificar que ideas y situaciones aparecen y qué significan; se hace definiendo qué se quiere estudiar, y sobre que será el estudio, escogiendo situaciones, creando reglas para etiquetar, y clasificando esas etiquetas para poder interpretar los resultados que se irán obteniendo; ya que se busca claridad y fiabilidad entre quien codifica.

“Es una técnica de interpretación y comprensión de textos escritos, orales, filmados, fotográficos, transcripciones de entrevistas y observaciones, discursos, documentos, es decir, todo tipo de registro teniendo en cuenta el contexto en el que se produce” (Sánchez et al.,2021, p. 124).

Por ello Abela (2019) señala que:

Lo característico del análisis de contenido y que le distingue de otras técnicas de investigación, es que se trata de una técnica que combina intrínsecamente, y de ahí su complejidad, la observación y producción de los datos, y la interpretación o análisis de los estos. Todo contenido de un texto o una imagen pueden ser interpretado de una manera directa y manifiesta o de una forma soterrada de su sentido latente (p. 2).

Este tipo de análisis aporta evidencia sobre como la música en la actualidad funciona como un medio alternativo capaz de comunicar emociones, problemáticas, identidades o experiencias personales que quizá los jóvenes no expresan a través del lenguaje verbal, y permite vincular sus preferencias musicales con procesos de construcción de su identidad o pertenencia en su entorno.

2.2.13 Triangulación

En la presente investigación existe una triangulación metodológica que se aplica mediante el uso combinado de entrevistas, encuestas y análisis de contenido con el propósito de que la información obtenida se contraste desde distintas fuentes y así fortalecer la validez de los resultados obtenidos a través de este trabajo en la zona urbana de Riobamba y con un público joven entre 16 a 20 años, por ello autores como:

Charres et al. (2018) señala que:

La triangulación es una técnica y herramienta potente que facilita el uso de múltiples métodos para la articulación y validación de datos a través del cruce de dos o más fuentes. Es conveniente concebir la triangulación considerando la variedad de datos, investigadores, trabajo de campo, teorías, así como metodologías que servirán para contrastar la información obtenida en el trabajo de campo, la posición teórica y posición del investigador, en función de las dimensiones de las variables del estudio. (p.18)

La triangulación de métodos, como aporte en el quehacer investigativo universitario ofrece mayor validez, tanto al proceso como a los resultados obtenidos en un determinado estudio, en tanto será en la convergencia de los métodos, y la intersección de resultados que se convaliden los hallazgos científicos (Carvajal et al., 2023, p. 46).

Así misma Jiménez (2020) manifiesta que:

La triangulación viene a ser la intersección de distintas estrategias empleadas para recolectar datos. El objetivo de esta técnica es verificar las tendencias descubiertas en un determinado grupo de observaciones. La comparación de los datos puede estar basada en criterios espacio-temporales y niveles de análisis. (p.77).

La aplicación conjunta de varios instrumentos en esta investigación sobre la música como herramienta de comunicación es relevante para contrastar y profundizar la información obtenida y fortalecer la validez de los resultados, al permitir examinar y analizar el fenómeno desde diferentes perspectivas y comprender de mejor manera como los jóvenes de Riobamba urbano emplean la música para expresarse.

En síntesis, el marco teórico desarrollado nos permite comprender como la música es una herramienta alternativa que influye en la construcción de la identidad juvenil, podemos evidenciar que diversos autores coinciden en la música no solo es una función artística, sino que se ha convertido en un medio de expresión social, comunicacional y cultural entre los jóvenes. A partir de todos estos fundamentos teóricos se consideran indicadores como los tipos de mensajes, la percepción y la relación con el entorno juvenil ya que estos aspectos son recopilados mediante encuestas, entrevistas y análisis de contenido que permiten vincular la teoría con los instrumentos y variables de estudio que se presentan a lo largo de la investigación.

2.3 Variables

2.3.1 Variable Dependiente: Herramienta de Comunicación Alternativa

2.3.2 Variable Independiente: La Música

2.3.3 Operacionalización de las Variables

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	Tipo de Encuesta
<p>Variable Independiente La Música</p>	<p>La música es una necesidad humana básica, es parte de la vida diaria del ser humano, donde sea que este se dirija el ritmo y las melodías lo acompañan, es usada por el ser humano para expresar sus sentimientos y emociones, la usa para representar situaciones alegres o tristes o sin más solo para disfrutar la música en sí misma. (Dzib et al., 2023, p.4)</p>	<p>Dimensión expresiva Dimensión social. Dimensión cultural</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Géneros musicales más escuchados. • En qué momentos se escucha música. • Como ayuda a expresar emociones. 	<p>Técnica: Encuesta Entrevista Grupo Focal Análisis de contenido Instrumento: Cuestionario Guia de Entrevista Guia de grupo focal</p>	<p>Encuesta mixta con preguntas de opción múltiple sobre el uso de la música en diferentes situaciones. Análisis del género preferido de los jóvenes y la implicación en sus mensajes. Grupo focal: adolescentes que discutirán como la música influye en su forma de comunicarse o expresarse y se categorizará cada respuesta.</p>
<p>Variable Dependiente Herramienta de Comunicación Alternativa</p>	<p>Son medios o métodos Diseñados para hacer más fácil la interacción y el permanente</p>	<p>Dimensión Comunicacional no verbal, como actúa como un medio alternativo reemplazando la</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Expresar emociones sin necesidad de palabras. • Uso de la 	<p>Técnica: Entrevista Grupo focal Encuestas Instrumento : Guía de</p>	<p>Encuesta mixta. Observación de patrones repetitivos que indiquen</p>

	<p>intercambio de información de personas que les cuesta comunicarse de forma tradicional.</p>	<p>comunicación verbal</p>	<p>música para expresar lo que sienten.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La música reemplaza o complementa el habla. • Perciben la música como forma de comunicación 	<p>entrevista semi-estructurada. Guia de grupo focal. Cuestionario a jóvenes.</p>	<p>que la música cumple una función expresiva o de conexión interpersonal, y por qué se da esto.</p>
--	--	----------------------------	--	---	--

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

3.1 Método de Investigación

En el presente estudio se aplicó una metodología mixta, combinando el enfoque cuantitativo y cualitativo que nos permite obtener datos medibles y a su vez análisis e interpretación.

3.1.1 Metodología mixta:

Según Creswell y Plano (2018), por medio de los métodos mixtos “el investigador recopila y analiza rigurosamente ambos tipos de datos cuantitativos y cualitativos en respuesta a las preguntas de investigación e hipótesis” (p. 5).

La metodología mixta combina de forma precisa los enfoques cuantitativos y cualitativos, que permite tener una visión mucho más completa y profunda del objeto de estudio y aborda ambos aspectos combinando datos medibles con interpretaciones personales y datos numéricos relevantes.

3.1.2 Metodología Cuantitativa

La investigación cuantitativa es una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes, lo que implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. “Es concluyente en su propósito ya que trata de cuantificar el problema y entender qué tan generalizado está mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población mayor” (Neill & Suarez, 2018, p. 69).

Esta metodología logró recolectar datos numéricos que brindan información objetiva del estudio, esto permite obtener resultados precisos y a su vez conocer el impacto que tiene la variable de estudio en diversos campos, ya que la música enlaza aspectos objetivos como: géneros favoritos, frecuencia de escucha y número de reproducciones

3.1.3 Metodología Cualitativa

La investigación cualitativa se la concibe como una categoría de diseños de investigación que permite recoger descripciones a través de la aplicación de técnicas e instrumentos como observación y la entrevista, a fin de obtener información en forma de narraciones, grabaciones, notas de campo, registros escritos, transcripciones de audio y video, fotografías, entre otros. La investigación cualitativa

está vinculada principalmente con las ciencias sociales, pero también es empleada para estudios políticos y de mercado. (Neill & Suarez, 2018, p. 75)

La metodología cualitativa fue de suma importancia para conocer el contexto de la población objetivo, comprendiendo de esta manera experiencias, comportamientos, normas, valores, significados personales entre otra información útil para profundizar el tema.

3.2 Tipo de Investigación

3.2.1 Según la finalidad

Investigación Aplicada:

La investigación aplicada recurre a los conocimientos ya alcanzados en la investigación básica para encaminarlos al cumplimiento de objetivos específicos; por tanto, este tipo de investigación considera todo el conocimiento existente en un área concreta, que será aplicado en el intento de solucionar problemas específicos. (Castro et al., 2022, p. 151)

3.2.2 Según el Alcance de la Investigación

Investigación Descriptiva

La investigación descriptiva se enfoca en detallar aspectos esenciales de conjuntos de fenómenos que comparten características similares. Para ello, emplea métodos sistemáticos que facilitan la identificación de patrones estructurales o de comportamiento en los fenómenos analizados. Además, esta información, al estar organizada de manera metódica, resulta fácilmente comparable con datos provenientes de otras investigaciones o fuentes. (Guevara, Verdesoto, & Castro, 2020)

Este tipo de investigación es clave para establecer una base sólida de conocimiento sobre un fenómeno, especialmente cuando se busca comprenderlo en un contexto más amplio o identificar tendencias específicas. Además, al generar información comparable, se promueve la integración de resultados en estudios posteriores, contribuyendo al desarrollo acumulativo del conocimiento científico. Se observó los fenómenos y casos para luego detallar las características del objeto de estudio y se resaltaron algunos aspectos para evaluar cada uno de ellos .

3.2.3 Según el Diseño de la Investigación

Investigación no Experimental

En este diseño no hay estímulos o condiciones experimentales a las que se sometan las variables de estudio, los sujetos del estudio son evaluados en su contexto natural y sin alteraciones en ninguna situación; así mismo, no se manipulan las variables de estudio. (Arias, 2021, p. 87)

Se enmarca en este tipo de investigación ya que no se manipulan deliberadamente las variables, ya que se busca analizar a la música como herramienta de comunicación en los jóvenes y resulta pertinente ya que este fenómeno de estudio se observa en su contexto natural sin la necesidad de alterarlo, para comprender de que manera la musica influye en los procesos comunicativos diversos.

3.2.4 Según la Fuente de Datos de la Investigación

Investigación Documental y de Campo

Según Carvajal (2020) "la investigación documental o bibliográfica es aquella que procura obtener, seleccionar, compilar, organizar, interpretar y analizar información sobre un objeto de estudio a partir de fuentes documentales, tales como libros, documentos de archivo, hemerografía, registros audiovisuales, entre otros" (p.7).

Por otro lado Sandoval (2022) manifiesta que:

El trabajo de campo es determinante para la formación del investigador social en el proceso en que establece una relación inter-cultural con los actores sociales y con la aplicación de diversas técnicas para conocer y obtener información que servirán para elaborar etnografías, realizar investigación acción intercultural junto con los sujetos sociales, realizar descripciones densas e interpretaciones analíticas y teóricas fundamentadas en sentido crítico (p.12).

Es por ello que esta investigación se sustenta en un enfoque documental y de campo ya que la documental se apoya con la revisión de libros, articulos academicos, o cualquier publicacion digital o escrita que aporten referentes conceptuales sobre el fenomeno de la musica como medio de comunicación y por otro lado la investigacion de campo nos permite obtener información directa de los jóvenes mediante la tecnica de encuestas.

3.2.5 Según el Enfoque de la Investigación

Mixta

“La metodología en investigaciones mixtas se centra en la sinergia de combinar enfoques cuantitativos y cualitativos para una comprensión más completa del tema de estudio, lo cual se pierde al analizar los datos de forma independiente” (Gonzales et al., 2024, p.2).

En la presente investigación, centrada en el uso de “La Música como Herramienta de Comunicación Alternativa en los Jóvenes entre 16 a 20 años de Riobamba Urbano, Periodo enero-junio 2024”, se aplicó un enfoque metodológico mixto que permitió comprender el fenómeno desde distintos aspectos, por un lado las entrevistas con los expertos nos ayudó a obtener datos cualitativos con percepciones, significados y experiencias, y por otro la aplicación del cuestionario dirigido a los jóvenes dentro del rango de edad proporcionó datos cuantitativos que nos facilitan medir tendencias, patrones y frecuencias de su opinión en el ámbito comunicacional y musical.

Este enfoque permite obtener una comprensión más completa y profunda del tema investigado ya que integra la precisión numérica en el ámbito cuantitativo y la riqueza interpretativa del ámbito cualitativo que permiten contextualizarlos para que así los datos brinden una visión detallada y completa.

3.3 Diseño de Investigación

El diseño de la investigación se basa en el análisis y la descripción, ya que busca comprender cómo la música funciona como una herramienta de comunicación alternativa, y a partir de ello examinar de forma detallada las formas en las que la música es utilizada para construir identidad, expresar emociones, establecer vínculos sociales, así como también poder identificar los contextos y dinámicas que generan este proceso comunicativo aportando visibilidad y claridad a un fenómeno sociocultural muy relevante en el entorno urbano riobambeño.

3.4 Técnicas de recolección de Datos

En este trabajo investigativo, se llevará a cabo el uso de las siguientes técnicas e instrumentos:

3.4.1 Encuesta-cuestionario

Meneses (2016) enfatiza que “el cuestionario está basado en el supuesto del interés por la respuesta y la reflexión individual, donde es la agregación de respuestas discretas e individuales la que caracteriza el conocimiento del objeto de estudio.” (p.8)

Este planteamiento subraya que encuesta o cuestionario es algo primordial ya que permite recopilar información de manera eficiente y de forma ordenada y organizada. Se utiliza para conocer actitudes, opiniones, características o comportamientos de un grupo seleccionado de personas que tengan relación con el tema de investigación.

Las personas seleccionadas para aplicación de las encuestas son los jóvenes entre 16 y 20 años de Riobamba urbano, ya que a ellos se les hará las respectivas preguntas sobre cómo la música forma parte de su vida diaria y se convierte en una herramienta de comunicación alternativa. La recolección de estos datos nos proporcionará una comprensión detallada, para un análisis profundo y completo de nuestro tema de estudio.

3.4.2 Entrevista-Guía no Estructurada

Araque (2019) define la entrevista como una interacción interpersonal entre el investigador y el sujeto de estudio, diseñada para obtener respuestas verbales que respondan al problema de investigación planteado. Esta técnica es particularmente valiosa en la investigación cualitativa, ya que permite recopilar datos detallados, comentarios contextuales y evidencias a partir de la experiencia y la perspectiva del entrevistado.

En el ámbito de la comunicación la entrevista es importante por que es una técnica de recolección de información que se centra en un diálogo entre el entrevistador y el entrevistado. Su objetivo principal es la obtención de datos, experiencias, opiniones o conocimientos sobre el tema específico, utilizando preguntas previamente elaboradas. En este caso las entrevistas serán elaboradas a las siguientes personas:

- Expertos en conocimientos de comunicación y cultura
- Expertos en conocimientos de la música
- Grupo de jóvenes entre 16 y 20 años de la ciudad de Riobamba.

3.5 Población de estudio y tamaño de muestra

3.5.1 Población

La población para el presente estudio corresponde a 8305 jóvenes de entre 16 y 20 años de la ciudad de Riobamba Según resultados del censo del INEC 2022.

3.5.2 Muestra

Para obtener la muestra se usará la fórmula para población finita considerando que se conoce el total de unidades de observación que la integran:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

La fórmula mencionada es fundamental para garantizar la validez y representatividad de la muestra en la investigación. Utilizar la fórmula para población finita permite calcular el tamaño adecuado de la muestra cuando se conoce el total de unidades de observación, asegurando que los resultados obtenidos sean estadísticamente significativos y que reflejen con precisión las características de la población estudiada. (Zambrana & Avilés, 2020) (1)

Incluir esta fórmula es esencial porque proporciona transparencia metodológica, lo que fortalece la credibilidad de tus resultados. Además, al justificar cómo se determina el tamaño de la muestra, reduces posibles sesgos y garantizas que los datos recolectados puedan ser generalizados dentro del margen de error establecido, contribuyendo así a la rigurosidad científica del estudio.

Donde:

N= Número de elementos de la población o universo.

Z²= (1,96) valor crítico corresponde al nivel de confianza (95%).

p = (0,5) proporción aproximada del fenómeno en estudio en la población de referencia.

q = (0,5) proporción de la población de referencia que no presenta el fenómeno en estudio.

d²= (0,05) Margen de error permitido.

n: Números de elementos de la muestra.

$$n = \frac{8.305 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{(0,05)^2(8.305 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5} \quad (2)$$

$$n = \frac{7976,122}{21,7204} \quad (3)$$

$$n = 367,22 \quad (4)$$

Por lo tanto, el total de jóvenes de entre 16 y 20 años de la ciudad de Riobamba que deben ser encuestadas son 367.

3.6 Métodos de análisis, y procesamiento de datos.

3.6.1 Entrevista, Guía de Preguntas

La entrevista se refiere a la vía de indagación de carácter administrado, mediante el empleo de una comunicación interpersonal con uno o un conjunto de sujetos o individuos, con el fin de conocer, a partir de un objetivo, mediante un cuestionario de preguntas o una guía de aspectos, sus opiniones, acerca de las causas, las consecuencias, las posibles soluciones y los responsables directos e indirectos, del problema investigado (Feria et al., 2020, p.72).

La entrevista es una técnica cualitativa de recolección de información que se fundamenta en el diálogo o conversación directa entre el investigador y los participantes, con el fin de obtener datos de manera más profunda, personal y variada. Esta permite explorar percepciones, experiencias y significados desde la propia voz y experiencia de los entrevistados, lo que la convierte en una herramienta especialmente valiosa e importante en investigaciones tanto culturales como sociales.

En el caso de esta investigación, que se centra en la música como una herramienta de comunicación alternativa, el uso de entrevistas resulta fundamental porque ofrece un canal de interacción directa con los participantes o individuos a los cuales se entrevistarán, posibilitando acceder a sus opiniones, formas de comprender y reflexiones acerca del fenómeno investigado. Este método no solo permite recoger información de primera mano,

sino que también fortalecen los hallazgos, al dar protagonismo a las voces de quienes viven, experimentan o reflexionan sobre la temática en cuestión.

Durante la entrevista, el investigador busca generar un espacio de diálogo directo en el que los entrevistados puedan expresar libremente sus pensamientos, percepciones y experiencias. Las preguntas formuladas pueden variar desde aspectos generales hasta otros más específicos, plenamente orientados a comprender cómo la música puede funcionar como un medio de comunicación alternativo.

Para conducir la entrevista, es necesario contar con una guía que organice las preguntas de manera lógica y coherente, y posteriormente, el análisis de las entrevistas posibilita identificar patrones, significados y aportes relevantes, con el fin de captar de la forma más fiel posible lo que los participantes quisieron transmitir con sus aportes para validar y dar más peso de esta forma a la investigación.

ILUSTRACIÓN 1. DIAGRAMA DE FLUJO PARA LA ENTREVISTA



Fuente: Revisión documental

La decisión de utilizar la entrevista como herramienta de investigación en mi tesis, titulada “La Música como Herramienta de Comunicación Alternativa de los Jóvenes entre 16 a 20 años de Riobamba Urbano, periodo enero-junio 2024” se basa en varias razones importantes. En primer lugar, las entrevistas permiten obtener información directa y clara de personas importantes en el campo musical riobambeño, como músicos y expertos en comunicación cultural, que saben del tema. Esto es esencial para capturar sus perspectivas, experiencias y opiniones de manera personal y profunda.

En segundo lugar, la música y la comunicación son campos compatibles, y las entrevistas ofrecen la oportunidad de explorar las relaciones personales entre estos dos mundos en un contexto específico. Están permiten indagar en las percepciones de los entrevistados sobre los desafíos, oportunidades y cambios que experimentaron,

proporcionando de esta manera una comprensión más rica y completa de la intersección entre música y la comunicación en ese contexto.

Para esta investigación se realizó entrevistas a 2 expertos en el tema de estudio:

- **Rubén Darío Inga:** Máster en Comunicación, Promotor Cultural, Actualmente trabaja como Analista de Comunicación en la Casa de la Cultura Núcleo Chimborazo.
- **Pablo Luis Narváez:** Investigador Cultural, Músico, director de la Orquesta Sinfónica Infanto-Juvenil de Riobamba

La elección de entrevistar tanto a un experto en comunicación como a un músico e investigador cultural se basa en varias razones fundamentales:

Se complementan: Los músicos y los comunicadores aportan perspectivas únicas sobre la relación entre la música y la comunicación. Los músicos poseen un conocimiento profundo de la creación y ejecución de música, mientras que los comunicadores tienen experiencia en la crítica, la promoción y la cobertura mediática de la música. Al entrevistar a ambos, se pueden obtener respuestas complementarias que enriquecen la comprensión de la dinámica entre estos dos mundos.

Diversidad de experiencias: Los músicos pueden proporcionar información valiosa sobre su experiencia en la industria musical y cómo interactúan con los medios de comunicación. Por otro lado, los comunicadores pueden ofrecer perspectivas sobre cómo seleccionan y presentan historias musicales, o como ven a la música desde su profesión, así como los desafíos y decisiones editoriales que enfrentan. En el ámbito de gestor cultural ayuda a que se entienda otra dimensión, proporcionando una perspectiva desde la gestión de eventos y proyectos culturales.

3.6.2 Matriz de Análisis de Entrevistas

De acuerdo con Hernández y Gonzales (2020):

La matriz de análisis de entrevistas se da en la mayoría de los casos en la investigación cualitativa a partir de grupos focales y grupos de discusión es un tema de vital importancia para representar la información de forma objetiva y viable.

Representar los resultados de forma gráfica facilita la credibilidad de esos resultados y la toma de decisiones respecto a las conclusiones. (p.119)

Una matriz de análisis es un instrumento que organiza la información recolectada ya sea de grupos focales, entrevistas, encuestas, observaciones, entre otros; que permitirá clasificar y comparar datos de manera sistemática y ordenada. Evita que la información obtenida se disperse y posibilita ver coincidencias y diferencias entre las respuestas de los participantes.

En la presente investigación de la “Música como herramienta de Comunicación”, se hará una matriz de análisis comparativo de las respuestas de los entrevistados, que nos permitirá organizar las respuestas de ambos entrevistados para identificar los patrones que hacen que la música funcione como un canal alternativo de comunicación y expresión y nos mostrara como se construyen las diferentes categorías de análisis, es decir si la música sirve como medio de expresión, como lenguaje emocional, como identidad u otros factores relevantes.

TABLA 2. ESTRUCTURA DE ENTREVISTAS

Pregunta	Entrevistado 1 Respuesta	Entrevistado 2 Respuesta	Interpretación/Conclusión
-----------------	-------------------------------------	-------------------------------------	----------------------------------

Nota. Elaboración propia

Con esta estructura se presentan las respuestas de ambos entrevistados, y sus diferentes criterios y puntos de vista en cuanto al tema que se trató, para después hacer una interpretación, diferenciación o similitud que existan en sus argumentos y poder llegar a un análisis más exhaustivo obteniendo diferentes puntos de vista.

3.6.3 Matriz de Análisis de Contenido

El análisis de contenido es una técnica para interpretar textos, ya sean escritos, grabados, pintados, filmados, u otros, donde puedan existir toda clase de registros de datos, transcripción de entrevistas, discursos, protocolos de observación, documentos, videos, lo que hace común a todos estos materiales es su capacidad para abarcar un contenido que leído e interpretado de forma correcta nos abre las puertas al conocimiento de diversos aspectos y fenómenos de la vida y de la sociedad (Abela, 2019, p.2).

Es una técnica de investigación que va a permitir examinar de manera sistemática y objetiva textos o a su vez manifestaciones simbólicas, que son usadas para poder identificar patrones, significados y categorías dentro de un conjunto de datos con el fin de dar a conocer cómo se transmite la información o como se reflejan ciertas tendencias. En el caso de esta investigación se utilizará el análisis de contenidos una vez se haya recopilado las respuestas de las encuestas que se realizan a los jóvenes para ubicar los géneros musicales más escuchados.

Esto permitirá identificar que géneros predominan en los jóvenes de la ciudad de Riobamba, y cuales tienen menor presencia; al analizar las preferencias musicales podemos interpretar como la música se convierte en una forma de comunicación alternativa para expresar sentimientos, identidad, emociones o pertenencia social. Esto da como resultado un análisis estructurado, gráfico y categorizado que da más valía a lo investigado.

TABLA 3. ESTRUCTURA MATRIZ DE ANÁLISIS

Género Musical	Indicadores de Consumo	Frecuencia (N. de Menciones)	% de Preferencia	Significados Comunicacionales	Resultado (Género Predominante)
-----------------------	-------------------------------	-------------------------------------	-------------------------	--------------------------------------	--

Nota. Elaboración propia

- **Género Musical:**

Razón: Permite identificar que géneros fueron seleccionados por los jóvenes, constituye una base de análisis para identificar los géneros predominantes.

- **Indicadores de Consumo:**

Razón: Permiten comprender como los jóvenes interactúan con cada género musical, ya sea por frecuencia de escucha, uso de actividades o relevancia personal.

- **Frecuencia (N. de Menciones):**

Razón: Muestra cuantas veces cada género musical fue escogido por los encuestado, es esencial para evaluar cual obtuvo más aceptación.

- **% de Preferencia:**

Razón: Facilita visualizar de forma proporcional que géneros musicales destacan sobre otros.

- **Significados Comunicacionales:**

Razón: Permiten analizar lo que cada género representa para los jóvenes y como estos estilos musicales se convierten en formas alternativas para poder expresarse.

- **Resultado (Género Predominante):**

Razón: Sintetiza toda la información recopilada y muestra cual fue el género predominante.

3.6.4 Encuesta, Cuestionario

La encuesta representa un instrumento que comprende una técnica y una metodología de investigación; constituye una herramienta de recolección de información cuyo fin en su elaboración requiere de una serie de procedimientos que faciliten la objetivación u operacionalización de la opinión pública de un establecido grupo social. (Sánchez & Hernández, 2024, p.16)

La encuesta es una técnica de investigación que permite recoger información de un grupo específico de personas mediante la aplicación de un cuestionario. Se utiliza principalmente para obtener datos cuantitativos, aunque también puede incluir preguntas cualitativas (abiertas). En el caso de esta investigación, la encuesta está dirigida a jóvenes de entre 16 y 20 años de Riobamba urbano, lo que permite conocer sus percepciones, experiencias y opiniones sobre la música como herramienta de comunicación alternativa.

La encuesta resulta útil porque:

- Permite recopilar información de un grupo más amplio que en las entrevistas.
- Facilita la comparación de tendencias, ideologías y patrones.
- Brinda datos que pueden complementar y contrastar los resultados cualitativos y cuantitativos del grupo focal y de las entrevistas.

El cuestionario es el instrumento que se utiliza dentro de la encuesta. Es decir, la encuesta es la técnica y el cuestionario es la herramienta.

El cuestionario está compuesto por un conjunto de preguntas previamente diseñadas para obtener la información que se necesita en relación con los objetivos de investigación, o lo que se quiere encontrar.

Para que el cuestionario sea útil debe:

- Responder directamente a los objetivos de la investigación.
- Tener preguntas claras, concisas y sin ambigüedad.
- Combinar preguntas cerradas (opciones de respuesta predeterminadas) y, si es necesario, abiertas (para respuestas libres)

ILUSTRACIÓN 2. GUÍA DE ENCUESTA



Fuente. Revisión documental

3.6.4.1 Tipo de encuesta:

Malegarie y Fernández (2019) manifiesta que:

Las encuestas online o también denominadas encuestas en línea sirven para la recolección de información a través de la cual un equipo de investigación obtiene información de las unidades de análisis o de registro sobre un tema de estudio, a la vez que ofrece innovaciones en cuanto a su diseño, aplicación y análisis, para ello se utiliza el Internet como medio de difusión, las preguntas y la recuperación de sus respuestas permiten analizar tendencias, opiniones y descubrir, explicar, analizar y evaluar una realidad social. (p.2)

La encuesta se realizará de manera online. Este método tiene varias ventajas:

- **Accesibilidad:** ya que permite llegar con mayor facilidad a los jóvenes encuestados, y ellos pueden responder desde sus dispositivos sin necesidad de estar físicamente presentes.
- **Rapidez en la recolección:** las respuestas se recopilan de manera inmediata, lo que ahorra tiempo en comparación con la aplicación presencial.

- **Mayor cobertura:** al no limitarse a un espacio físico, las encuestas online permiten abarcar a diferentes instituciones y grupos de jóvenes de manera más práctica.
- **Reducción de costos y recursos:** no se requiere papel ni impresión, lo que vuelve al proceso más eficiente.

3.6.4.2 Número de encuestas y tipo de preguntas

Se aplicaron un total de 367 encuestas obtenidas por la muestra. El cuestionario está diseñado con preguntas cerradas y preguntas abiertas:

- **Preguntas cerradas:** permiten obtener datos cuantitativos claros, fáciles de tabular y comparar. Estas preguntas ayudan a identificar tendencias, frecuencias y porcentajes de manera clara.
- **Preguntas abiertas:** dan la oportunidad a los jóvenes de expresar sus opiniones y sentimientos acerca de la música de forma libre y detallada, aportando experiencias, ideas y percepciones personales. Estas respuestas enriquecen el análisis, ya que muestran matices que los números por sí solos no reflejan.

La combinación de preguntas abiertas y cerradas hace que el cuestionario sea más relevante y completo, porque ofrece tanto datos medibles como información cualitativa que ayuda a comprender el contexto real detrás de los resultados. Se consideró pertinente la aplicación de un “**muestreo no probabilístico por conveniencia**”, debido a la naturaleza del estudio y las características de la población, ya que este tipo de muestreo permite seleccionar de manera intencional a los jóvenes que cumplan con los criterios establecidos como edad, contexto urbano y vinculación con espacios educativos, por ello se realizó las encuestas en las siguientes instituciones:

Colegio Juan de Velasco: 3 cursos entre segundo y tercero de bachillerato.

Colegio Riobamba: 3 cursos entre segundo y tercero de bachillerato.

Carrera de Comunicación de la Unach: 3 cursos de los primeros semestres.

3.6.4.3 Grupo Focal

Los grupos focales son una técnica cualitativa de recolección de datos, que emplea la discusión entre un grupo de personas, que ha sido metódicamente planificada, y es guiada por un/a moderador/a, quien se encarga de explicar sobre

que serán las preguntas o cuestionario, transcurre en un ambiente no directivo y que gira alrededor (o está “focalizada”) de una temática propuesta por el investigador y sobre la que se quiere conseguir una mejor comprensión. (Tejero, 2021, p. 104)

El grupo focal se llevó a cabo con los presidentes de cada curso de los establecimientos seleccionados que son; el Colegio Juan de Velasco, el Colegio Riobamba, y los primeros Semestres de la Carrera de Comunicación. Este grupo fue elegido por que representan las percepciones generales de sus compañeros y aportar una visión más amplia sobre el tema de la investigación. El guion del grupo focal se elaboró a partir de las mismas preguntas del cuestionario, pero con un formato y análisis más abierto para profundizar en los temas abordados en la encuesta lo que permitió que todas las preguntas se transformaran en ejes de discusión sobre el uso de la música como una herramienta alternativa de comunicación.

El grupo focal tiene como propósito:

- Profundizar en los resultados de las encuestas, explorando las causas de las respuestas.
- Generar un espacio de diálogo y reflexión colectiva, donde los jóvenes puedan expresar libremente sus opiniones y experiencias en cuanto a la música como medio de comunicación.
- Complementar lo cuantitativo con lo cualitativo, es decir, dar voz a los estudiantes para comprender no solo los datos, sino también los sentimientos y razonamientos que hay detrás.
- En conjunto, el grupo focal aporta una mirada más rica y matizada al estudio, contrastando las respuestas estadísticas de las encuestas con las vivencias y opiniones de los participantes.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis y Discusión de los Resultados

Esta fase es crucial para el proceso de interpretación y comprensión de los datos recopilados y contribuye de manera significativa a alcanzar los objetivos establecidos en la tesis titulada “La Música como Herramienta de Comunicación Alternativa de los Jóvenes entre 16 a 20 años de Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024”. Dentro de cualquier desarrollo investigativo, la fase de análisis y discusión de resultados constituye uno de los apartados más relevantes, ya que no se limita únicamente a exponer de forma descriptiva los hallazgos obtenidos, sino que también permite poder interpretarlos, contextualizarlos, compararlos y darles un sentido más profundo en relación con los objetivos y el marco teórico de la investigación.

Mientras el análisis hace referencia a la organización, clasificación y comprensión detallada de los datos que se obtengan, la discusión implica ir mucho más allá de lo evidente, estableciendo conexiones entre los resultados obtenidos y los referentes conceptuales, sociales y empíricos que rodean la problemática estudiada. En este contexto, la discusión de los resultados no es un ejercicio repetitivo de lo que ya se presentó en la fase descriptiva, sino una oportunidad para profundizar en el significado de los hallazgos de la investigación, cuestionarlos y comprender sus implicaciones. Por ello, esta fase busca trascender el simple pensamiento de que los jóvenes utilizan la música como medio de comunicación, para profundizar en cómo la música se convierte en un lenguaje alternativo, qué dimensiones emocionales y sociales se presentan en ella, qué brechas comunicativas logra reemplazar y qué implicaciones tiene para la juventud en su contexto urbano.

4.2 Matriz de Perfil de los Entrevistados

En una investigación, como lo es “La música como herramienta de comunicación alternativa en los jóvenes de entre 16 a 20 años de Riobamba Urbano”, la elaboración de una matriz del perfil de los entrevistados es un dato clave tanto en el nivel metodológico como en el interpretativo. No se trata únicamente de recabar datos básicos de quienes participan, sino de ofrecer al lector una visión organizada, clara y fundamentada de quiénes son las voces que aportan al estudio y qué los hace relevantes e importantes dentro de esta.

En este caso específico, la pertinencia de esta matriz es aún más relevante porque los entrevistados representan dos perspectivas complementarias:

Por un lado, tenemos, la mirada de un experto en comunicación, con trayectoria en el análisis y la promoción cultural y por el otro, la visión de un músico e investigador cultural, con experiencia práctica y académica en la dirección y formación musical juvenil. Al reunir estos dos perfiles, la investigación no solo recoge opiniones aisladas, sino que mezcla saberes especializados desde disciplinas distintas que se complementan en la temática central: la música como medio de comunicación.

TABLA 4. PERFIL DE ENTREVISTADO 1

<i>Perfil de Entrevistado 1</i>	
<i>Nombre</i>	M.S.c Rubén Darío Inga
<i>Cargo Actual</i>	Analista de Comunicación en la Casa de la Cultura Núcleo Chimborazo
<i>Años de Experiencia</i>	11 años
<i>Involucramiento en la Música</i>	Si, participa como Gestor Cultural vinculado a temas culturales que tienen que ver con la música.
<i>Involucramiento en la Comunicación</i>	Si, profesional en comunicación con maestría y experiencia institucional.
<i>Observaciones</i>	Es un perfil que conecta la gestión cultural con la comunicación; por ello aporta una visión integral del papel de la cultura en la sociedad y como esta se difunde.

TABLA 5. PERFIL DE ENTREVISTADO 2

<i>Perfil de Entrevistado 2</i>	
<i>Nombre</i>	Pablo Luis Narváez
<i>Cargo Actual</i>	Profesor musical y de piano, concertista y gestor cultural. Trabajo muchos años como

	Director de Gestión Cultural del GADM de Riobamba.
<i>Años de Experiencia</i>	30 años
<i>Involucramiento en la Música</i>	Si, pianista, arreglista productor musical y director de orquesta juvenil.
<i>Involucramiento en la Comunicación</i>	Si, desde la gestión cultural y la docencia y la difusión de actividades culturales.
<i>Observaciones</i>	Perfil artístico y formativo, aporta experiencia práctica en música y gestión cultural con impacto social.

4.2.1 Entrevistas

Las entrevistas constituyen una fase fundamental dentro de la investigación, pues permiten profundizar en las experiencias, percepciones y conocimientos de las personas a las que se entrevistó. A través del diálogo directo entre el entrevistador y el entrevistado se recopilaron datos relevantes que enriquecen la comprensión del objeto de estudio. Este intercambio no solo facilitó obtener información de primera mano, sino que también permitió ubicar las respuestas en función de la trayectoria y el perfil de cada participante. De esta forma, las entrevistas se consolidaron como una herramienta importante para fundamentar los hallazgos de la investigación. A continuación, se presentan los descubrimientos conseguidos gracias a las entrevistas, sobre todo los elementos fundamentales que surgieron con este diálogo de reflexión:

TABLA 6. HALLAZGOS Y RESULTADOS DE ENTREVISTAS

Hallazgos y Resultados	
1	Se resalta que la música es un lenguaje universal y una poderosa forma de comunicación que es capaz de conectar a las personas a la hora de transmitir mensajes sin la necesidad de utilizar el lenguaje verbal.
2	Los jóvenes utilizan la música como una herramienta poderosa para expresar sus emociones, posturas o ideas frente a la sociedad, ya que logran exteriorizar sentimientos que muchas veces no las dicen con palabras.
3	La música se convierte en una forma efectiva y única de comunicación entre los jóvenes, porque a diferencia de otros medios, esta forma un rol importante como lenguaje

universal capaz de transmitir sentimientos y conectar de manera inmediata, sin embargo, las redes sociales potencian aún más este proceso y amplifican la difusión de la música en la actualidad.

- 4 Entre los jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba, el género musical más predominante llega a ser la música urbana o más conocida como reguetón, ya que este se ha convertido en un elemento central dentro de su cultura contemporánea que marca tendencias, e influye moda, de ahí otros géneros como las baladas y la música nacional, aunque tenga menor alcance son escuchadas por los jóvenes para representar sus estilos y conexiones culturales.
- 5 Las características que hacen atractivos a los géneros más escuchados por los jóvenes son principalmente sus ritmos y letras, ya que suelen coincidir con sus estados de ánimo y formas de expresión personal. En el caso del reguetón que es el género más popular se lo asocia con que los jóvenes tienen una retención corta de las cosas y estos géneros suelen venir acompañados con letras repetitivas y melodías pegajosas fáciles de recordar y a su vez estos géneros suelen relacionarse con temas como drogas, sexo y libertad; lo que ellos interpretan como representativo en su etapa de exploración e identidad.
- 6 Los géneros musicales están vinculados con formas específicas de lenguaje, identidad o comportamientos ya que cada estilo transmite expresiones que los jóvenes adoptan de manera implícita o explícita, y elementos como las letras y los ritmos influyen en como los jóvenes se comunican o se relacionan con su entorno ya que les ofrece un lugar seguro para manifestar sus pensamientos y emociones sin sentirse reprimidos.
- 7 La importancia del contenido lírico en la música como medio de comunicación depende del género musical ya que no todos otorgan el mismo peso o sentido a las letras. En la música actual se observa más una tendencia de pérdida del valor lírico porque muchas canciones están cargadas de desorden y carecen de expresividad literaria como en el caso del reguetón que prevalece más el ritmo que la letra, en cambio en géneros como las baladas si prevalece la letra que se asocia con los estados de ánimo de los jóvenes al momento de escucharla.
- 8 Los jóvenes utilizan la música para comunicar una amplia variedad de experiencias personales, como amor, amistad, deseo, protesta o rebeldía; en la actualidad los ritmos urbanos son los que tienen más presencia y por esto esta población toma estos géneros para formar su pensamiento y relacionarse; así como también la música es una

herramienta de comunicación emocional que actúa como vehículo de significados mediáticos y comerciales.

- 9 Los factores que influyen en que un joven elija la música como forma de expresión frente a otras opciones tienden a estar relacionado con el entorno social y familiar, ya que estos moldean sus preferencias y formas de comunicarse. De este modo el ambiente familiar y social es un factor clave que expone a los jóvenes a distintas manifestaciones artísticas.
- 10 Además de escuchar música, los jóvenes expresan su identidad a través de diversas manifestaciones y las redes sociales y plataformas digitales se han convertido en el principal espacio donde ellos comparten sus gustos, lo que refuerza su sentido de pertenencia y autenticidad y se convierte en un elemento que conecta directamente con los jóvenes.
- 11 Para investigar la relación entre la música, juventud y comunicación desde un enfoque académico y social, es importante que la investigación este contextualizada, ya que se deben tomar en cuenta las realidades culturales, sociales y económicas en las que se desarrollan los jóvenes; y a su vez emplear métodos analíticos que permitan comparar distintos entornos además de incluir la participación directa de los jóvenes.
- 12 En un video que busque representar como los jóvenes usan la música para comunicarse, es importante incorporar elementos narrativos, visuales y dinámicos que sean atractivos para los jóvenes. Es recomendable conocer al público previamente y adaptar las narrativas a sus intereses y formas de expresión. Así mismo utilizar recursos digitales con estilos modernos que sean visualmente efectivos.

4.3 Matriz de Análisis

Explorar las preferencias musicales de los jóvenes de 16 a 20 años de Riobamba Urbano, con el objetivo de identificar el género predominante a partir de los resultados que se obtuvieron en las encuestas.

A continuación, se presentan los principales hallazgos, los cuales permiten comprender de forma más precisa que géneros influyen en la comunicación y expresión juvenil contemporánea:

TABLA 7. HALLAZGOS Y RESULTADOS DE LA MATRIZ DE ANÁLISIS

Hallazgos y Resultados	
<i>1 pop</i>	El pop se ubicó como el segundo género elegido con mayor preferencia debido a su constancia en los medios digitales actuales y a su identificación con sus temáticas.
<i>2 rock</i>	El rock, aunque menos predominante fue el tercer género más elegido, mantiene importancia entre aquellos que buscan sonidos más intensos y estilos asociados con su autenticidad.
<i>3 reguetón</i>	El reguetón fue el género predominante y más escuchado con mayor preferencia entre los encuestados debido a su alta presencia en redes sociales y sus ritmos pegajosos que tienen bastante presencia en espacios juveniles como reuniones y fiestas.
<i>4 hip hop</i>	El hip hop apareció con una presencia más moderada siendo el cuarto género predominante, ya que es relevante por su carga narrativa y su vínculo con la cultura urbana.
<i>5 baladas</i>	Las baladas son elegidas por jóvenes que buscan un género tanto emocional como afectivo, ya que sus letras suelen conectar con sus experiencias personales, siendo el quinto género elegido.
<i>6 electrónica</i>	La electrónica ocupa uno de los últimos géneros elegidos por que se relaciona principalmente en espacios de entretenimiento siendo elegido por aquellos que prefieren ritmos enérgicos.
<i>7 música tradicional</i>	La música tradicional tuvo una menor presencia, pero conserva el valor entre jóvenes con vínculos familiares y culturales identitarios.
<i>8 otros</i>	Una pequeña parte prefiere otro tipo de géneros musicales que conectan más con su entorno y creencias.

4.4 Análisis e Interpretación de Resultados de la Encuesta

- **Tabulación:**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la encuesta dirigida a los jóvenes de las Instituciones Educativas “Colegio Juan de Velasco” y “Colegio Riobamba” y los primeros semestres de la carrera de Comunicación de la “UNACH”:

Con el propósito de garantizar una presentación clara, comprensible y rigurosa se optó por el uso complementario de tablas y gráficos ya que las tablas nos permitieron organizar la información de manera precisa mostrando porcentajes exactos y valores numéricos obtenidos en cada pregunta y facilita una lectura detallada, y por otra parte los gráficos contribuyen una visualización más dinámica permitiendo identificar de forma rápida las tendencias. La integración de ambos recursos favorece una comprensión detallada por parte del lector.

1.- Género:

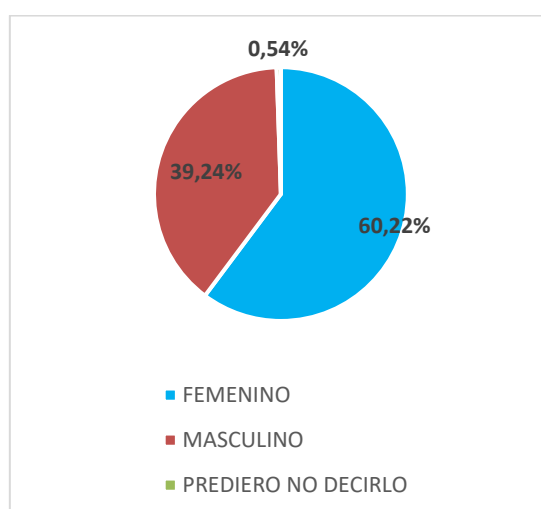
TABLA 8.GÉNERO ENCUESTADO

GÉNERO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FEMENINO	221	60,22%
MASCULINO	144	39,24%
PREFIERO NO DECIRLO	2	0,54%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que presenta la distribución por género de los participantes.

Ilustración 3.Genero Encuestado



Fuente: Tabla 8

Nota: Elaboración propia, que presenta la distribución por género de los participantes.

- **Análisis**

Como se observa en la tabla 8 , luego de recolectar la información en el Colegio Riobamba, en el Colegio Juan de Velasco y en los Primeros Semestres de la Carrera de Comunicación por medio de las encuestas podemos decir que el 60,22% de los encuestados pertenecen al género femenino, el 39,24% corresponden al género masculino y el 0,54% prefieren no decir su género

- **Interpretación**

El grupo encuestado pertenecen al género femenino con 221, seguido del género masculino con 144, y por último 2 que prefieren no decirlo lo que nos da un total de 367 encuestados.

2.- Edad:

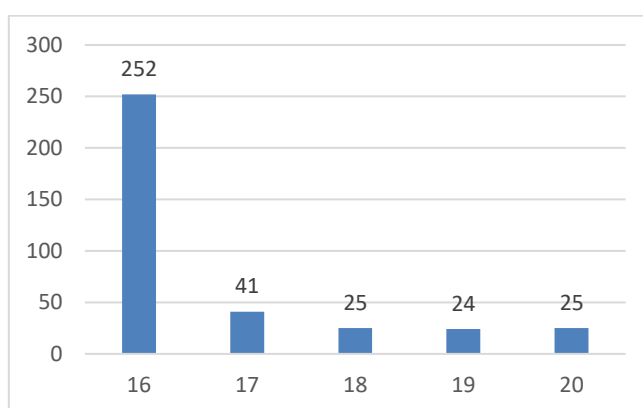
TABLA 9.EDAD DE LOS ENCUESTADOS

EDAD	FRECUENCIA	PORCENTAJE
16	252	68,66%
17	41	11,17%
18	25	6,81%
19	24	6,54%
20	25	6,81%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba

Nota: Elaboración propia, que representa la edad de los encuestados.

ILUSTRACIÓN 4. EDAD DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Tabla 9

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En los datos obtenidos en la encuesta se refleja que el 68,66% de jóvenes tienen 16 años, seguido del 11,17% que tienen 17 años, luego el 6,81% con 18 años, seguido del 6,81% con 20 años y por último el 6,54 % con 19 años.

- **Interpretación**

Los resultados obtenidos abordan que, de los 367 jóvenes encuestados, 252 tienen 16 años, seguido de 41 que tienen 17 años, luego 25 que tienen 18 años, otros 25 que tienen 20 años y por último 24 que tienen 19 años, y cumplen con el rango de edad establecido para realizar las encuestas.

3.- Nivel de Estudio:

TABLA 10. NIVEL DE ESTUDIO DE LOS ENCUESTADOS

NIVEL DE ESTUDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bachillerato	303	82,56%
Primeros Semestres de la Universidad	64	17,44%

TOTAL

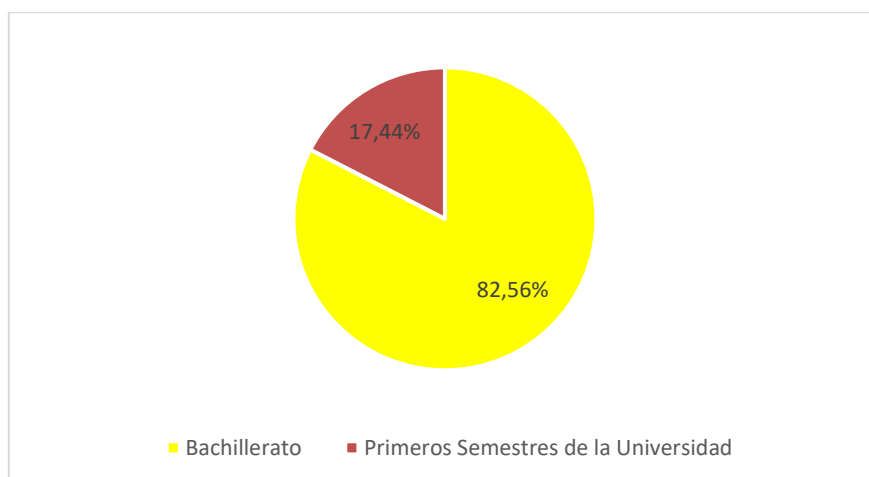
367

100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que representa el nivel de estudio de los encuestados.

ILUSTRACIÓN 5. NIVEL DE ESTUDIO DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Tabla 10

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En este gráfico y tabla se muestra que, de los jóvenes encuestados tanto en los colegios como en la universidad, el 82,56% pertenecen a bachillerato, y el 17,44% cursan los primeros semestres en la carrera de comunicación.

- **Interpretación**

Las encuestas revelaron que de los 367 encuestados, 303 cursan actualmente el nivel de bachillerato, mientras que los 64 restantes pertenecen a los primeros semestres de su formación universitaria.

4.- Ocupación Principal:

TABLA 11. OCUPACIÓN DE LOS ENCUESTADOS

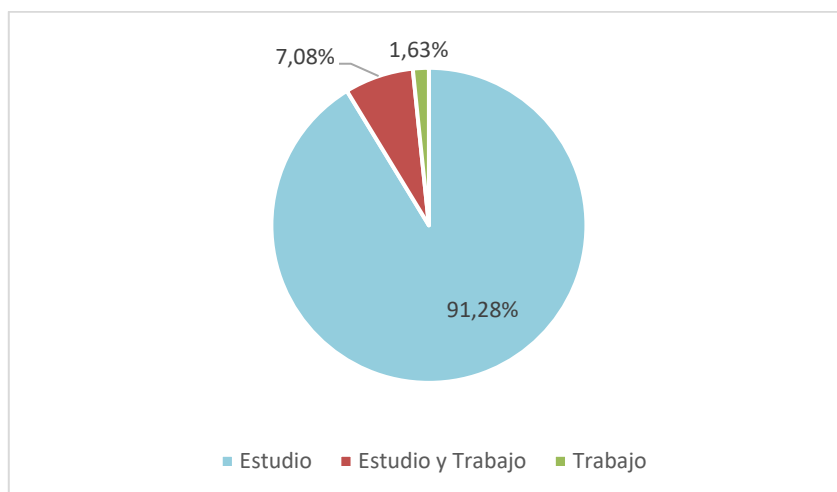
Ocupación Principal	Frecuencia	Porcentaje
Estudio	335	91,28%
Estudio y Trabajo	26	7,08%

Trabajo	6	1,63%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que indica la ocupación de los encuestados.

ILUSTRACIÓN 6. OCUPACIÓN DE LOS ENCUESTADOS



Fuente: Tabla 11

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En esta tabla y gráfico se muestra que, de las 367 encuestas realizadas a los jóvenes en el sector urbano de Riobamba, el 91,28% manifestó que solo estudia, mientras que el 7,08% estudia y trabaja simultáneamente y por último solo el 1,63% señala que solo trabaja.

- **Interpretación**

La encuesta muestra que 335 jóvenes tienen como ocupación principal el estudio, lo que refleja que la mayoría de los jóvenes de Riobamba Urbano se dedica de forma exclusiva a su formación académica; por otro lado solo 26 estudiantes combinan sus actividades de estudio y trabajo lo cual muestra que una parte menos de la población asume responsabilidades adicionales a sus estudios. Para concluir 6 jóvenes señalaron que solo trabajan siendo este grupo el más reducido dentro de la muestra.

5.- ¿Con qué frecuencia escuchas música?

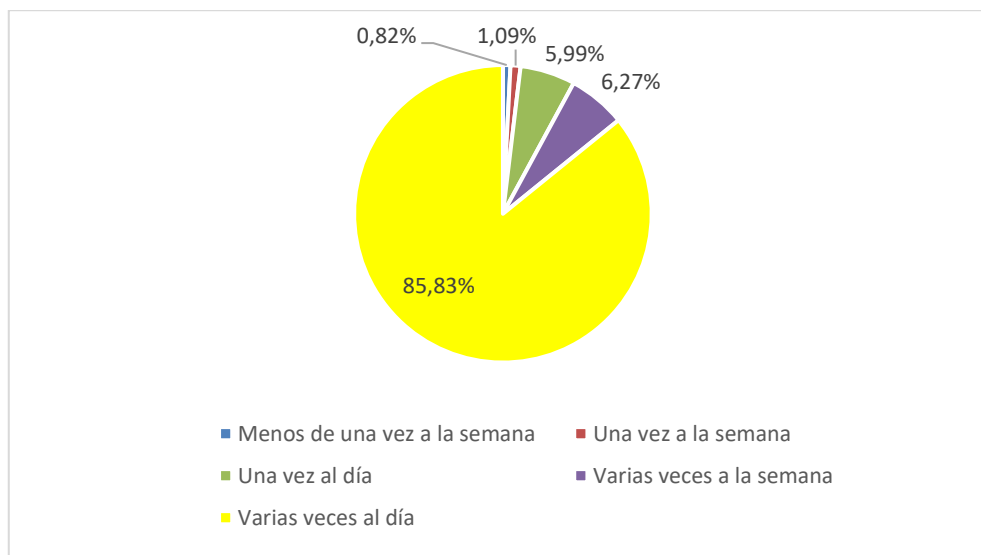
TABLA 12. FRECUENCIA CON LA QUE SE ESCUCHA MÚSICA

¿Con que frecuencia escuchas música?	Frecuencia	Porcentaje
Menos de una vez a la semana	3	0,82%
Una vez a la semana	4	1,09%
Una vez al día	22	5,99%
Varias veces a la semana	23	6,27%
Varias veces al día	315	85,83%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que refleja la frecuencia con la que los encuestados escuchan música.

ILUSTRACIÓN 7. FRECUENCIA CON LA QUE SE ESCUCHA MÚSICA



Fuente: Tabla 12

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos en las 367 encuestas, se puede evidenciar que la mayoría de los encuestados escuchan música con gran frecuencia. El 85,83% de los jóvenes escuchan música varias veces en el día, mientras que el 6,27% lo hace varias veces en la semana. Por otra parte, un 5,99% escucha música solo una vez al día, y un 1,09% lo hace una vez a la semana, y para finalizar solo el 0,82% escuchan música menos de una vez a la semana; esto demuestra que los jóvenes mantienen un estrecho y constante contacto con la música.

- **Interpretación**

En mayor porcentaje se evidencia que 315 jóvenes escuchan música varias veces al día, lo cual demuestra que la música forma parte de su rutina diaria y constituye un recurso frecuente de entretenimiento y acompañamiento para expresar sus emociones, así mismo 23 encuestados señalaron que escuchan música varias veces en la semana, mientras que 22 lo hacen una vez al día, demostrando que, aunque con menor intensidad, siguen manteniendo una estrecha relación con la música. Y tenemos a 4 encuestados que indicaron que escuchan música una vez a la semana, y únicamente 3 jóvenes lo hacen menos de una vez a la semana, representando una minoría que interactúa de manera esporádica con este medio. Estos resultados reflejan que la música juega un papel fundamental y tiene una presencia significativa en la vida diaria de los jóvenes respaldando así la relevancia que esta tiene como una herramienta alternativa de comunicación.

6.- ¿Dónde sueles escuchar música principalmente?

TABLA 13. LUGARES HABITUALES DONDE SE ESCUCHA MÚSICA

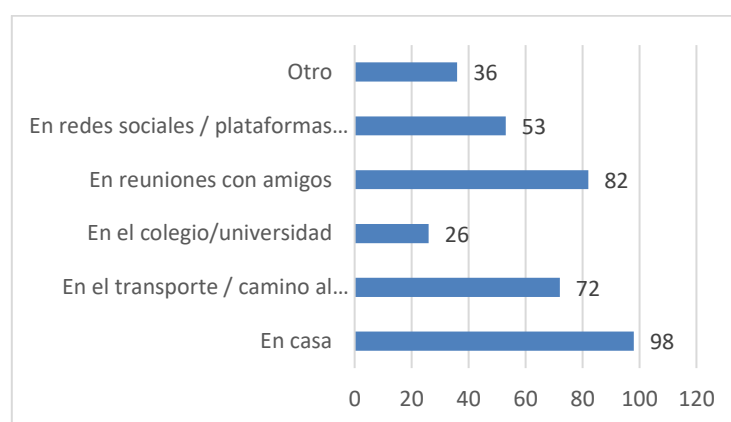
¿Dónde sueles escuchar música principalmente?	Frecuencia	Porcentaje
En casa	98	26,7%
En el transporte / camino al colegio/trabajo	72	19,62%
En el colegio/universidad	26	7,08%
En reuniones con amigos	82	22,34%

En redes sociales / plataformas (YouTube, TikTok, Spotify, etc.)	53	14,44%
Otro	36	9,81%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que demuestra los principales lugares donde los jóvenes escuchan música.

ILUSTRACIÓN 8. LUGARES HABITUALES DONDE SE ESCUCHA MÚSICA



Fuente: Tabla 13

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 26,7% escucha música principalmente en casa, mientras que el 22,34% lo hace en reuniones con amigos. Un 19,62% escucha música en el transporte o cuando están de camino a su colegio, universidad o trabajo; un 14,44% utiliza las redes sociales y plataformas digitales como TikTok, YouTube y Spotify y el 7,08% escucha música mientras está en el colegio o la universidad. Por último, un 9,81% prefiere escuchar música en otros lugares. Esto demuestra que los jóvenes escuchan música en diversos espacios y plataformas siendo los más frecuentes ambientes sociales y personales.

- **Interpretación**

En mayor porcentaje se evidencia que de las 367 encuestas, 98 jóvenes suelen escuchar música en sus hogares, lo que indica que este espacio privado es uno de los

escenarios más comunes donde los jóvenes disfrutaban de la música y de sus canciones preferidas, debido a la comodidad y libertad para elegir lo que quieren escuchar. Así mismo 82 encuestados afirmaron escuchar música en reuniones con amigos, reflejando de esta manera que la música también cumple un rol importante de forma social dentro de las interacciones grupales.

Por otra parte 72 jóvenes mencionaron que escuchan música cuando están de camino a sus colegios, universidades o trabajos lo que muestra que la música forma parte de su rutina diaria, además 53 encuestados señalaron que consumen música principalmente en plataformas digitales o redes sociales, lo que refuerza el poder y la importancia de estas aplicaciones en la vida de los jóvenes como espacios de conexión musical y descubrimiento de sus gustos. En menor medida 26 encuestados indicaron escuchar música dentro de sus colegios o de la universidad y 36 jóvenes eligieron que lo hacen en otros lugares. Estos datos confirman que la música es un elemento flexible y adaptable en la vida de los jóvenes, que ellos utilizan tanto en espacios íntimos como también en entornos sociales demostrando de esta manera que es una herramienta poderosa de comunicación alternativa.

7.- Plataformas que usas con más frecuencia para escuchar música

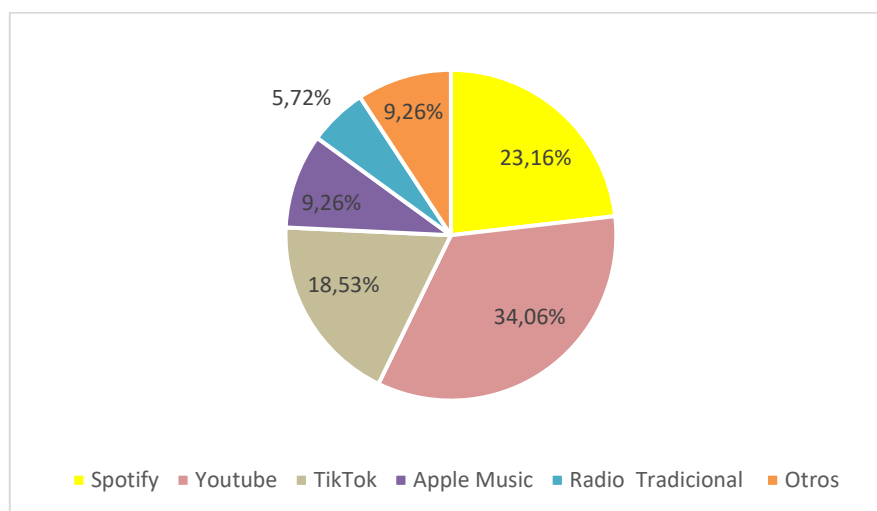
TABLA 14. PLATAFORMAS MÁS USADAS

PLATAFORMAS		
FRECUENTES	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Spotify	85	23,16%
YouTube	125	34,06%
TikTok	68	18,53%
Apple Music	34	9,26%
Radio Tradicional	21	5,72%
Otros	34	9,26%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que demuestra las principales plataformas que utilizan los encuestados para escuchar música.

ILUSTRACIÓN 9. PLATAFORMAS MÁS USADAS



Fuente: Tabla 14

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De acuerdo con los resultados de la encuesta, YouTube es la plataforma más utilizada por los jóvenes para escuchar música, con un 34,06% de preferencia, le sigue Spotify con un 23,16% y en un tercer lugar TikTok con el 18,53%. Apple Music y la opción Otros comparten el mismo porcentaje de uso que es 9,26% cada una, mientras que la Radio Tradicional es la menos utilizada con un porcentaje bajo de 5,72%. Esto demuestra que las plataformas digitales actualmente son los medios más poderosos para que los jóvenes consuman sus canciones preferidas.

- **Interpretación**

Los datos revelaron que 125 jóvenes prefieren YouTube como principal plataforma para escuchar música, lo que evidencia que es versátil, accesible y brinda la posibilidad de combinar contenido audiovisual con melodías. En segundo lugar 85 jóvenes utilizan Spotify una plataforma especializada en streaming musical, con algoritmos personalizados y listas de reproducción adaptadas a cada gusto. Así mismo 68 jóvenes indicaron que escuchan música principalmente en la red social TikTok, lo que demuestra que las redes sociales hoy en día tienen un gran impacto en la difusión de contenidos musicales especialmente en jóvenes entre 16 a 20 años que consumen esta plataforma constantemente. Tanto Apple Music como la categoría de otros fueron seleccionados por 34 encuestados cada una, lo que sugiere que algunos jóvenes optan por alternativas menos convencionales. Para concluir 21

jóvenes señalaron que escuchan música por radio tradicional, aunque se conserva cierto nivel de relevancia es visible que los hábitos de consumo musical en la actualidad van de la mano con las plataformas digitales y redes sociales. Estos resultados demuestran que los jóvenes de Riobamba urbano se inclinan por plataformas digitales que tienen una tendencia marcada por la inmediatez, interacción multimedia y personalización.

8.- ¿Sueles crear o compartir playlists o canciones con amigos/familia?

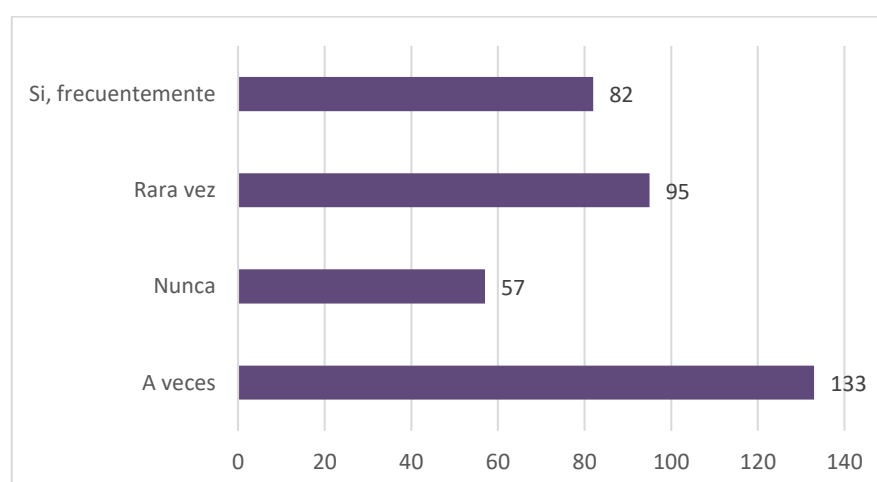
TABLA 15. CREACIÓN/COMPARTICIÓN MUSICAL

¿Sueles crear o compartir playlist o canciones con amigos/familia?	Frecuencia	Porcentaje
A veces	133	36,24%
Nunca	57	15,53%
Rara vez	95	25,89%
Si, frecuentemente	82	22,34%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que demuestra con qué frecuencia los encuestados suelen crear o compartir canciones con su entorno.

ILUSTRACIÓN 10. CREACIÓN/COMPARTICIÓN MUSICAL



Fuente: Tabla 15

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Las encuestas revelan que el 36,24% de los jóvenes indicó que si comparte frecuentemente playlist o canciones con amigos o familia, mientras que el 25,89% lo hace rara vez. Un 22,34% señaló que nunca realiza esta actividad, y el 15,53% respondió que lo hace a veces; estos datos muestran una diversidad de hábitos en torno al intercambio musical en círculos juveniles.

- **Interpretación**

La mayoría de los encuestados es decir 133 jóvenes afirmó que, si comparte música frecuentemente con amigos y familiares, lo que evidencia que compartir canciones es una práctica común que fortalece vínculos afectivos y permite expresar gustos personales. Así también 95 jóvenes indicaron que lo hacen rara vez, lo que sugiere que, aunque existe interés, no siempre es constante esta acción. Por otro lado 82 encuestados señalaron que nunca comparten música lo que podría reflejar la preferencia de consumir música de forma individual, otros 57 jóvenes indicaron que lo hacen a veces, lo que implica una práctica ocasional. En conjunto estos resultados muestran que el compartir música es una práctica significativa entre los jóvenes, aunque con distintos niveles de frecuencia se evidencia que la música no solo cumple una función estética, sino que se convierte en un medio de comunicación que fortalece la identidad personal como la grupal y genera espacios de conexión con el entorno.

9.- ¿La música me ayuda a expresar emociones que no sé decir con palabras?

TABLA 16. EXPRESIÓN EMOCIONAL DE LA MÚSICA

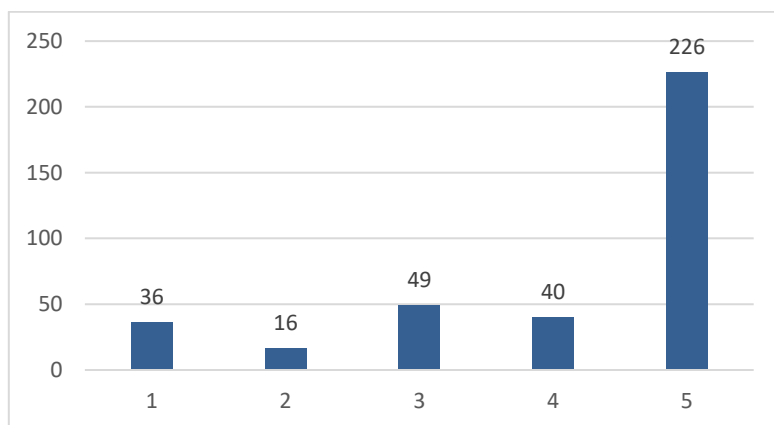
¿La música me ayuda a expresar emociones que no sé decir con palabras?	Frecuencia	Porcentaje
1	36	9,81%
2	16	4,36%
3	49	13,35%
4	40	10,9%

5	226	61,58%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que demuestra la expresión emocional de los encuestados a través de la música.

Ilustración 11. Expresión emocional de la música



Fuente: Tabla 16

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Según los resultados obtenidos en la encuesta el 61,58% de los jóvenes respondió con la opción 5 (**totalmente de acuerdo**), lo que representa una mayoría significativa; le siguen las respuestas 3 y 4 con el 13,35% y 10,90% respectivamente, mientras que el 9,81% eligió la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**) y el 4,36% la opción 2, mostrando que una minoría no percibe a la música como un canal para expresar emociones.

- **Interpretación**

La mayoría de los encuestados, es decir 226 jóvenes manifestó estar (**totalmente de acuerdo**) con que la música les permite expresar emociones que no saben decir con palabras, este resultado evidencia el rol tan importante de la música como medio emocional ya que los jóvenes encuentran en ella una vía para canalizar sentimientos difíciles o complejos de decir con palabras. Por otro lado, 49 jóvenes eligieron la opción 3 y 40 la opción 4, lo que señala que, aunque no todos experimentan este sentimiento con la misma intensidad una parte significativa si reconoce el valor expresivo de la música. En contraste 36 encuestados respondieron con la opción 1 (**Totalmente en desacuerdo**) y 16 con la opción 2, esto nos

indica que una minoría no asocia la música como expresión emocional, esto posiblemente sea por diferencias en sus hábitos de escucha o procesan sus emociones de distinta forma.

En conjunto estos datos reflejan que la música no solo cumple con una función estética o de forma recreativa, sino también una herramienta emocional clave para que los jóvenes expresen sus sentimientos más profundos, construyan su identidad y se conecten con su entorno.

10.- ¿Uso canciones o letras para comunicarme con amigos?

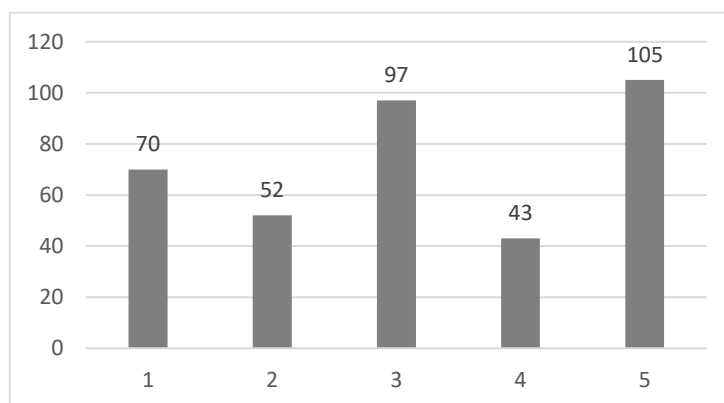
TABLA 17. COMUNICACIÓN MEDIANTE CANCIONES O LETRAS

¿Uso canciones o letras para comunicarme con amigos?	Frecuencia	Porcentaje
1	70	19,07%
2	52	14,17%
3	97	26,43%
4	43	11,72%
5	105	28,61%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que refleja la comunicación de los encuestados mediante las canciones o letras de estas.

ILUSTRACIÓN 12. COMUNICACIÓN MEDIANTE CANCIONES O LETRAS



Fuente: Tabla 17

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De acuerdo con las encuestas realizadas, el 28,61% de los jóvenes selecciono la opción 5 (totalmente de acuerdo), que indica un nivel alto con el uso de canciones o letras para comunicarse con sus amigos, el 26,43% eligió la opción 3, mostrando una posición intermedia. Por otra parte, el 19,07% marco la opción 1 (totalmente en desacuerdo) evidenciando que no utiliza esta práctica, el 14,17% selecciono la opción 2 y el 11,72% la opción 4 representando niveles bajos y moderados respectivamente.

- **Interpretación**

En mayor porcentaje se observa que 105 jóvenes están totalmente de acuerdo en que utilizan canciones o letras para comunicarse con sus amigos, esto refleja que para un sector importante de la población encuestada la música forma parte de su costumbre habitual para interactuar y compartir contenidos con significados personales, así también 97 encuestados se ubicaron en una posición neutral lo que significa que esta práctica para ellos no es ausente. Asimismo 70 jóvenes se mostraron totalmente en desacuerdo, demostrando que ellos prefieren formas de comunicación más directa, a esto se suman 52 participantes que indicaron un desacuerdo leve y 43 que estuvieron cercanos al acuerdo. En conjunto, estos resultados muestran que el uso de canciones como medio de comunicación en si no es homogéneo entre todos los jóvenes ya que mientras algunos lo emplean de forma habitual otros no los consideran parte de sus dinámicas y existe una diversidad en los estilos comunicativos presentes en esta población.

11.- ¿La música es una forma importante de identidad entre mi grupo de amigos?

TABLA 18. MÚSICA COMO IDENTIDAD

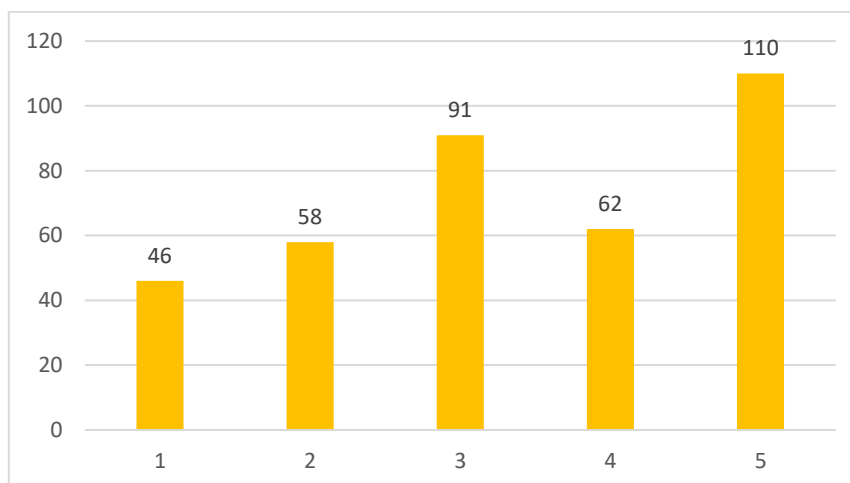
¿La música es una forma importante de identidad entre mi grupo de amigos?	Frecuencia	Porcentaje
1	46	12,53%
2	58	15,8%
3	91	24,8%
4	62	16,89%

5	110	29,97%
Total	367	100%

Fuente Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que refleja la música como identidad en los encuestados.

ILUSTRACIÓN 13. MÚSICA COMO IDENTIDAD



Fuente: Tabla 18

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En esta pregunta el 29,97% de los jóvenes selecciono la opción 5 (**totalmente de acuerdo**), lo que señala que consideran que la música forma parte importante de su identidad con su grupo de amigos, le sigue la opción 3 con 24, que refleja una postura neutral la opción 4 obtuvo un 16,89% mostrando un acuerdo moderado. En contraste el 15,8% marco la opción 2 y el 12,53% la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**), lo cual indica que una parte menor no percibe que la música sea un elemento importante de su identidad grupal.

- **Interpretación**

La mayor proporción de encuestados es decir 110 jóvenes consideran que la música si representa un factor importante en la identidad de su grupo de amigos para muchos de ellos compartir artistas, géneros y diversos estilos musicales forma parte de la manera en que se reconocen entre ellos, eligiendo así la opción 5 (**totalmente de acuerdo**), sin embargo un porcentaje considerable de 91 encuestados se mantiene en una posición neutral, indicando que la música no necesariamente define a su grupo, seguido de 62 jóvenes que muestran un

grado de acuerdo moderado es decir que aún existe una aceptación parcial sobre el rol identitario de la música. Por el contrario 58 participantes 46 participantes eligieron la opción 2 y 1 (**totalmente en desacuerdo**) indicando que para una parte de los encuestados la música no es tomada como un factor importante en la identidad de su grupo de amigos.

En conjunto se evidencia que, aunque muchos jóvenes ven a la música como un rasgo identificador en su grupo, hay quienes están en desacuerdo debido prácticas o valores distintos a lo musical.

12.- ¿A través de la música me entero de ideas o mensajes sociales/políticos?

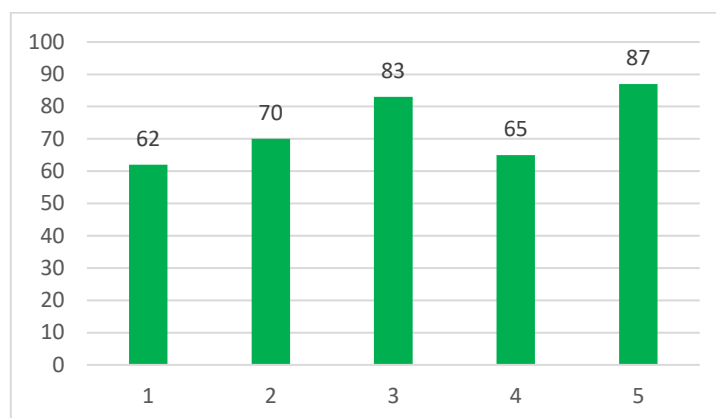
TABLA 19. MENSAJES SOCIALES/POLÍTICOS EN LA MÚSICA

¿A través de la música me entero			
de ideas o mensajes	Frecuencia	Porcentaje	
sociales/políticos?			
1	62	16,89%	
2	70	19,07%	
3	83	22,62%	
4	65	17,71%	
5	87	23,71%	
Total	367	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que demuestra si los encuestados encuentran mensajes sociales o políticos dentro de las canciones que escuchan.

ILUSTRACIÓN 14. MENSAJES SOCIALES/POLÍTICOS EN LA MÚSICA



Fuente: Tabla 19

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En esta pregunta se observa una distribución amplia entre todas las opciones, un 23,71% señaló la opción 5 es decir que están **(totalmente de acuerdo)** con que, si se enteran de ideas o mensajes sociales o políticos a través de la música, le sigue un 22,62% que adoptaron una postura neutral, situándose en un punto medio entre reconocer o no este tipo de influencia, después aparece un 19,07% que eligió la opción 2 lo que significa que están en desacuerdo seguido de un 17,71% quienes eligieron la opción 4 es decir que se inclinan más a estar de acuerdo con esta postura y por último el porcentaje más bajo corresponde al 16,89% quienes indicaron estar **(totalmente en desacuerdo)**. Esta valoración muestra que las percepciones son diversas.

- **Interpretación**

El porcentaje más alto está conformado por 87 jóvenes quienes están **(totalmente de acuerdo)** en que la música es un medio efectivo para enterarse sobre mensajes o ideas políticas y sociales, muestra que la mayoría de los encuestados consideran que dentro de las letras de varias canciones existe palabras que les hacen reflexionar sobre ciertos temas, muy cerca se ubican 83 encuestados quienes eligieron una postura neutral, en este grupo nos damos cuenta que si bien pueden percibir oracionalmente mensajes sociales en la música no necesariamente los identifican como una influencia constante.

En contraste 70 jóvenes manifestaron estar en desacuerdo con esta idea es decir que asocian de otra manera a la música como forma por ejemplo como entretenimiento o

desconexión emocional; así mismo 65 jóvenes afirmaron estar más cerca del acuerdo sin llegar a considerarlo de manera tan contundente lo que refleja una percepción moderada hacia el contenido social en las canciones. Para concluir 62 encuestados manifestaron estar **(totalmente en desacuerdo)** evidenciando que para un porcentaje menor la música no tiene ninguna relación con la difusión de mensajes en el ámbito social o político. En general los resultados muestran que la manera en que los jóvenes interpretan las letras musicales varía de sus intereses personales al tipo de música que consumen y a la atención que le prestan a las letras de estas.

13.- ¿Prefiero usar música en redes sociales para comunicar algo antes que escribirlo directamente?

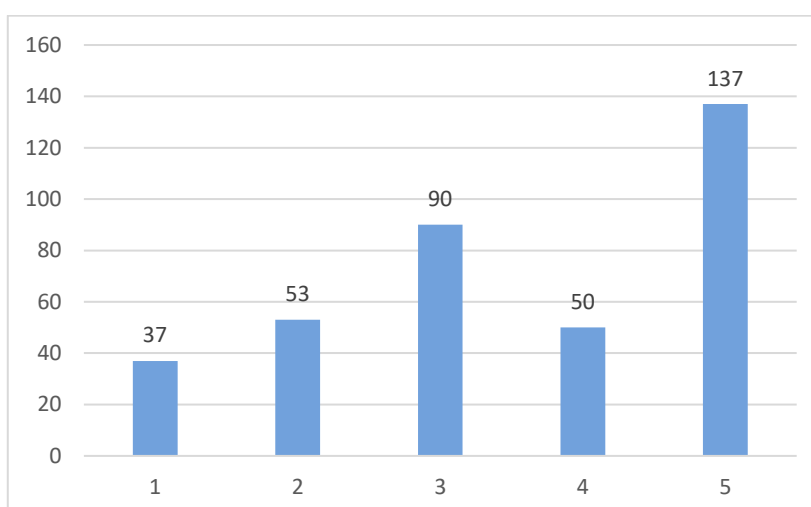
TABLA 20. COMUNICAR CON MÚSICA EN REDES SOCIALES

¿Prefiero usar música en redes sociales para comunicar algo antes que escribirlo directamente?			
	Frecuencia	Porcentaje	
1	37	10,08%	
2	53	14,44%	
3	90	24,52%	
4	50	13,62%	
5	137	37,33%	
Total	367	100%	

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre la preferencia de comunicar a través de la música en redes sociales.

ILUSTRACIÓN 15. COMUNICAR CON MÚSICA EN REDES SOCIALES



Fuente: Tabla 20

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

En esta pregunta la opción más seleccionada fue la 5 (**totalmente de acuerdo**) con un 37,33%, lo que muestra que una parte considerable de los jóvenes prefieren usar música en redes sociales para comunicar algo antes que escribirlo directamente, en segundo lugar, aparece la opción 3 neutral, elegida por un 24,52% ya que muchos jóvenes no se inclinan directamente a este método. Por otra parte, la opción 2 en desacuerdo con un 14,44% y la opción 4 de acuerdo con un 13,62% reflejando percepciones divididas, pero con cierta disposición hacia el recurso musical. Por último, la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**) con un 10,08% siendo el grupo menos identificado con esta práctica.

- **Interpretación**

El grupo más numeroso estuvo formado por 137 jóvenes que eligieron la opción 5 (**totalmente de acuerdo**), lo que evidencia que para muchos la música es una forma más cómoda, expresiva o indirecta para expresar o comunicar mensajes en redes sociales, esto puede deberse a que las canciones llegan a transmitir estados de ánimo sin necesidad de explicarlos directamente. En segundo lugar 90 encuestados eligieron la opción 3 neutral mostrando que existe un grupo significativo que utiliza a veces la música para comunicarse, pero no lo considera una preferencia constante. Por otra parte 53 jóvenes marcaron la opción 2 en desacuerdo indicando que para ellos la comunicación directa sigue siendo más clara o suficiente; un número cercano de 50 encuestas en cambio eligió la opción 4 es decir que

están de acuerdo lo que significa que algunos si emplean la música como apoyo significativo, pero sin llegar al extremo de preferirla. Por último, el grupo más pequeño conformado por 37 jóvenes indico la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**) lo que demuestra que para una minoría la música no cumple ninguna función comunicativa previa el lenguaje escrito. Sin embargo, estos resultados demuestran que en general la mayoría de los jóvenes suele apoyarse en la música como una herramienta expresiva o emocional dentro de las redes sociales ya sea de manera constante u ocasional reforzando la idea de que sirve para comunicar estados de ánimo y mensajes personales.

14.- ¿Considero que la música puede influir en la forma en que la gente actúa o piensa?

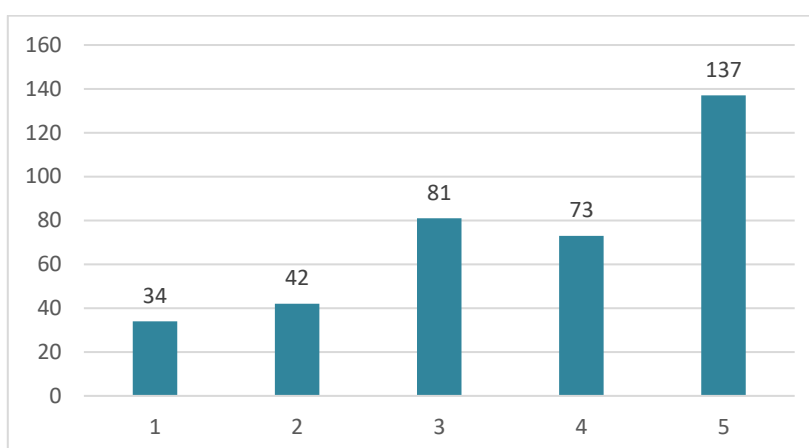
TABLA 21. INFLUENCIA DE LA MÚSICA

¿Considero que la música puede influir en la forma en que la gente actúa o piensa?	Frecuencia	Porcentaje
1	34	9,26%
2	42	11,44%
3	81	22,07%
4	73	19,89%
5	137	37,33%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, que muestra la influencia que tiene la música en la forma de actuar y pensar de los jóvenes en Riobamba urbano.

ILUSTRACIÓN 16. INFLUENCIA DE LA MÚSICA



Fuente: Tabla 21

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Aquí podemos observar que la mayoría de los encuestados eligió la opción 5 (**totalmente de acuerdo**) con un 37,33, lo que indica que una parte significativa de los jóvenes piensan que la música llega a influir en la manera en que la gente piensa o actúa, a esta tendencia se suman 19,89% quienes optaron por la opción 4 es decir que están de acuerdo reforzando la idea de esta percepción. En un punto intermedio aparece la opción 3 con un 22,07 que reúne a los jóvenes que consideran que la influencia depende de algunos factores como el contenido o género musical. Como último, la opción 2 de desacuerdo correspondiente a un 11,44% y la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**) con un 9,26% no perciben una relación fuerte entre la música y la forma en que las personas actúan o piensan.

- **Interpretación**

La mayoría de los jóvenes representados por 137 encuestados, consideran que la música si influye de manera constante en el comportamiento y forma de pensar de las personas señalando que están (**totalmente de acuerdo**), lo que revela una comprensión amplia del papel que desempeña la música en la toma de decisiones, estados de ánimo formación de ideas, a este grupo se suman 73 jóvenes que también ven esta influencia como relevante aunque en un nivel un poco menor , construyendo de esta forma una tendencia dominante entre los encuestados. Un grupo intermedio compuesto por 81 jóvenes se mantiene neutral ante esta afirmación lo cual se debe a que reconocen esta influencia, pero

consideran que depende también del tipo de música o del mensaje y la interpretación de cada persona.

Por otro lado 42 jóvenes indicaron estar en desacuerdo y 34 (**totalmente en desacuerdo**), indicando que para ellos la música no cumple un papel determinante en la conducta de las personas. Sin embargo, estos resultados demuestran que en términos generales los jóvenes si perciben a la música como un nivel de influencia sobre las personas, especialmente cuando el contenido reflexivo o emocional de las canciones conecta con experiencias personales o situaciones en su vida cotidiana y su entorno.

15.- ¿He cambiado mi opinión sobre un tema después de escuchar una canción?

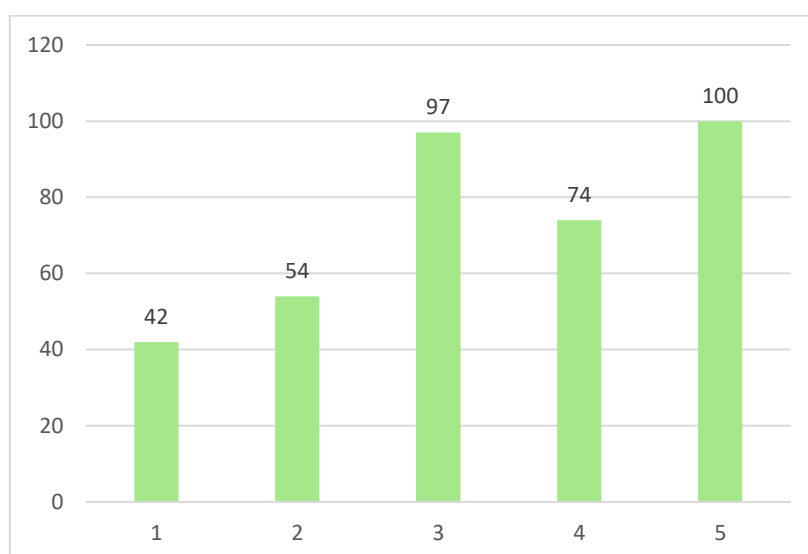
TABLA 22. INFLUENCIA DE LA MÚSICA EN LAS OPINIONES

¿He cambiado mi opinión sobre un tema después de escuchar una canción?		
	Frecuencia	Porcentaje
1	42	11,44%
2	54	14,71%
3	97	26,43%
4	74	20,16%
5	100	27,25%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre las opiniones acerca de algún tema en canciones.

ILUSTRACIÓN 17. INFLUENCIA DE LA MÚSICA EN LAS OPINIONES



Fuente: Tabla 22

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Según los resultados obtenidos el 27,25% de los jóvenes respondió con la opción 5 (**totalmente de acuerdo**) lo que indica que una parte significativa reconoce que la música muchas veces puede cambiar su opinión sobre algún tema, así también el 20,16% seleccionaron la opción 4 reforzando la idea de que un sector importante percibe la música como un agente de reflexión aunque con menor intensidad; el 26,43% se ubicó en la opción 3 una postura neutral que reconocen esta posibilidad pero no la experimentan de manera clara o constante. Por otra parte, el 14,71% respondió con la opción 2 en desacuerdo y el 11,44% con la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**) quienes consideran que la música no cambia sus opiniones frente a ningún tema.

- **Interpretación**

La mayor parte de los jóvenes es decir de las 367 encuestas, 100 jóvenes se inclinaron por la opción 5 (**totalmente de acuerdo**) con que alguna canción les ha hecho cambiar de opinión sobre algún tema, este hallazgo es relevante porque muestra que la música no solo cumple un rol recreativo, sino que también llega a ser un agente de transformación personal y social, capaz de abrir nuevas perspectivas o cuestionar ideas. A este grupo se suman 74 jóvenes que respondieron estar de acuerdo, lo que refuerza las ideas que casi la mitad de los encuestados reconoce que la música tiene un poder persuasivo en su forma de pensar.

Por otro lado 97 jóvenes se ubicaron en la opción neutral, lo que indica que reconocen esta influencia, pero no la experimentan de forma constante, es decir que este grupo tiene una postura abierta que puede activarse dependiendo del género musical o mensaje que transmita la canción. Para finalizar, y en contraste 54 jóvenes señalaron estar en desacuerdo y 42 (**totalmente en desacuerdo**) sumando un **26,15%** que consideran que la música no ha cambiado sus opiniones ya que para ellos la música cumple un rol más estético y no reflexivo.

En conjunto estos resultados evidencian que la música posee un alto potencial reflexivo y persuasivo en los jóvenes entre 16 a 20 años en Riobamba urbano, y se consolida como una herramienta cultural que no solo entretienen, sino que también puede abrir debates y contribuir a la construcción del pensamiento crítico especialmente cuando las letras o géneros conectan con experiencias personales de los jóvenes y su entorno.

16.- ¿Me siento identificado/a con los mensajes que escucho en mis canciones favoritas?

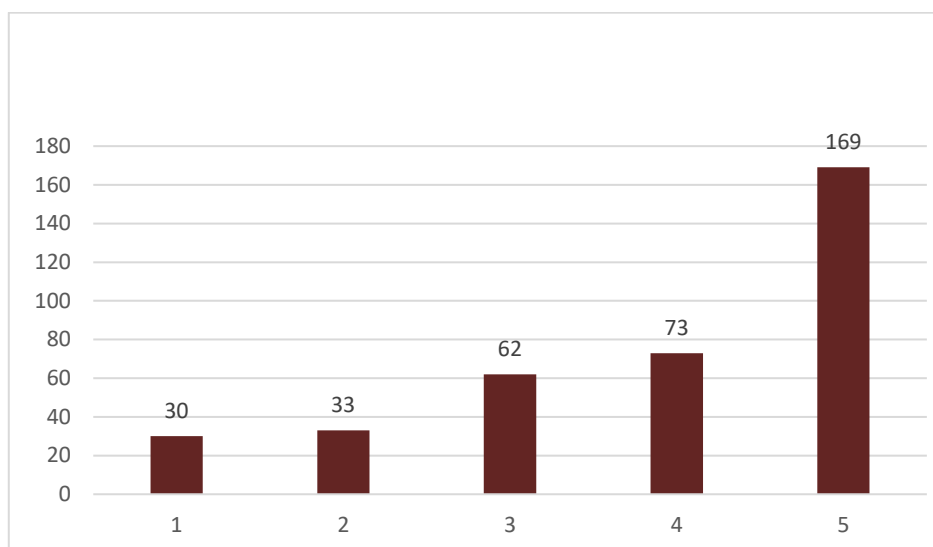
TABLA 23. IDENTIFICACIÓN CON LAS CANCIONES FAVORITAS

¿Me siento identificado/a con los mensajes que escucho en mis canciones favoritas?	Frecuencia	Porcentaje
1	30	8,17%
2	33	8,99%
3	62	16,89%
4	73	19,89%
5	169	46,05%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre la identificación de los encuestados con los mensajes o letras presentes en sus canciones preferidas.

ILUSTRACIÓN 18. IDENTIFICACIÓN CON LAS CANCIONES FAVORITAS



Fuente: Tabla 23

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Los resultados muestran que el 46,05% de los encuestados respondieron con la opción 5 (**totalmente de acuerdo**), lo que representa el grupo más numeroso y evidencia una fuerte identificación con los mensajes de sus canciones favoritas, le sigue un 19,89% con la opción 4 es decir que están de acuerdo con esta tendencia. Luego tenemos la opción 3 neutral en donde se ubican el 16,89%. En contraste 8,99% eligieron la opción 2 en desacuerdo y el 8,17% la opción 1 (**totalmente en desacuerdo**), lo que indica que una minoría no se siente identificado con los mensajes de sus canciones favoritas. En conjunto se muestra una clara afinidad por esta tendencia.

- **Interpretación**

La mayoría de los jóvenes representados por 169 encuestados manifestó estar (**totalmente de acuerdo**) con sentirse identificados con los mensajes de sus canciones preferidas, reflejando así una conexión muy fuerte entre la música y sus valores, emociones y experiencias personales, a este grupo se suman 73 jóvenes que eligieron la opción 4 es decir están de acuerdo lo que confirma que una parte importante reconoce esto, aunque en un grado menor. Por otro lado 62 jóvenes se ubicaron una posición neutral porque no siempre se sienten identificados con el contenido de las canciones más bien lo hacen de forma ocasional. En contraste 33 jóvenes señalaron la opción 2 en desacuerdo y 30 la opción 1

(totalmente en desacuerdo), sumando 63 jóvenes que no se sienten identificados con las letras de sus canciones favoritas, sino que ven a la música netamente como entretenimiento. Sin embargo, los resultados demuestran que la música es un espejo cultural y emocional para la mayoría de los jóvenes, pues más de la mitad de los encuestados encuentran en las letras una forma de identificación, validación y expresión personal.

17.- ¿Has usado música para comunicarte directamente con alguien?

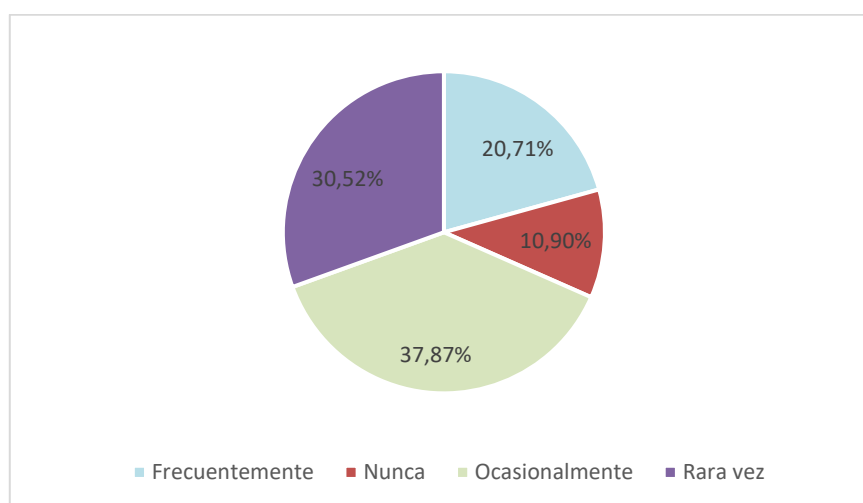
TABLA 24. MÚSICA COMO MEDIO DIRECTO DE COMUNICACIÓN

¿Has usado música para comunicarte directamente con alguien?	Frecuencia	Porcentaje
Frecuentemente	76	20,71
Nunca	40	10,9
Ocasionalmente	139	37,87
Rara vez	112	30,52
Total	367	100

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, acerca del uso de la música como medio directo de comunicación.

Ilustración 19. Música como medio directo de comunicación



Fuente: Tabla 24

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

Los resultados revelaron que de las 367 encuestas un 37,87% respondieron que **“ocasionalmente”**, lo que indica que la mayoría si ha recurrido a la música como medio de comunicación, aunque lo hacen en momentos puntuales y no como práctica constante, en segundo lugar 30,52% señalaron **“rara vez”**, lo que muestra que otro sector importante señala haber usado la música para transmitir mensajes pero de manera esporádica y poco frecuente, en tercer lugar el 20,71% lo hacen **“frecuentemente”** lo que evidencia que para una quinta parte de los encuestados la música si es un recurso habitual y estable para expresar sus sentimientos o ideas hacia las demás personas. Por último, el grupo más pequeño corresponde al 10,90% respondieron que **“nunca”** lo que refleja que para ellos la música cumple un rol más personal. Este orden muestra que la práctica de usar música en este contexto está presente en la mayoría de los jóvenes.

- **Interpretación**

El hecho de que 139 jóvenes hayan respondido que usan la música **“ocasionalmente”** para comunicarse con alguien revela que esta práctica es situacional mas no constante, lo que significa que la música se activa como recurso comunicativo en momentos específicos, por ejemplo cuando desean expresar algún estado de ánimo, sentimientos o un mensaje que resulta difícil transmitir con palabras, pero no se convierte en un hábito cotidiano, así también 112 jóvenes señalaron que lo hacen **“rara vez”** confirmando que aunque reconocen esta posibilidad de usar la música como medio comunicativo no lo integran de manera habitual y lo hacen en contadas ocasiones. Por otro lado 76 encuestados respondieron que lo hacen **“frecuentemente”** y esto evidencia que existe un grupo consistente para el cual la música si es un lenguaje comunicativo recurrente y estable y que al compartir canciones o letras transmiten sus pensamientos o emociones y se convierte en un canal sólido de interacción interpersonal. Para concluir 40 jóvenes indicaron que no lo hacen **“nunca”** reflejando que para una minoría la música no cumple un rol comunicativo, sino que se limita a ser un espacio de disfrute personal. En conjunto el hecho de que la mayoría se concentre en las categorías **“ocasionalmente”** y **“rara vez”** muestran que la música en cierto grado si se utiliza como medio de comunicación pero de manera ocasional, al mismo tiempo el hecho de que 76 jóvenes la empleen frecuentemente confirma que la música es un medio alternativo de lenguaje emocional y simbólico que aunque llega a ser un

puente efectivo no siempre se activa pero si tiene una construcción de vínculos en la expresión de la identidad juvenil actual.

18.- ¿Qué elementos de la música crees que comunican más?

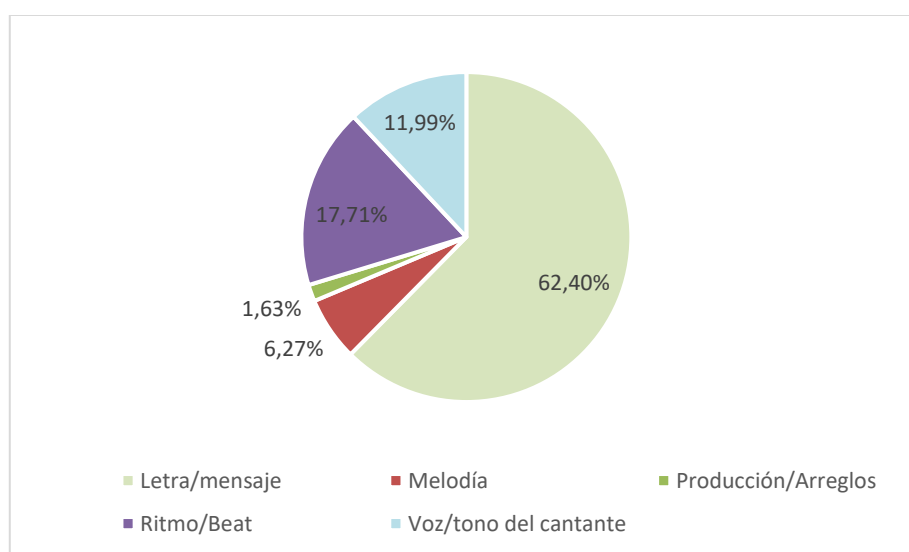
TABLA 25. ELEMENTOS QUE MÁS COMUNICAN EN LA MÚSICA

¿Qué elementos de la música crees que comunican más?	Frecuencia	Porcentaje
Letra/mensaje	229	62,4%
Melodía	23	6,27%
Producción/Arreglos	6	1,63%
Ritmo/Beat	65	17,71%
Voz/tono del cantante	44	11,99%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre qué elementos de la música comunican mas según los jóvenes encuestados.

ILUSTRACIÓN 20. ELEMENTOS QUE MÁS COMUNICAN EN LA MÚSICA



Fuente: Tabla 25

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De los 367 jóvenes el 62,4% considera que la letra o mensaje es el elemento que más comunica dentro de la música lo que evidencia una clara preferencia por el contenido verbal como principal canal de significado, en segundo lugar el 17,71% manifiestan que el ritmo o beat es el elemento principal es decir que para ellos la música también transmite desde lo sensorial y corporal generando emociones sin necesidad de las palabras, en tercer lugar 11,99% destacaron la voz o el tono del cantante reconociendo la expresividad vocal como factor clave. En contraste solo el 6,27% mencionan la melodía y apenas el 1,63% la producción o arreglos, lo que refleja que los aspectos técnicos o estéticos quedan de lado.

- **Interpretación**

El hecho de que 229 jóvenes hayan señalado la letra o mensaje como el elemento que más comunica en la música nos muestra que en la mayoría las palabras ocupan en canal principal del significado ya que les permite transmitir emociones de forma clara y directa es decir la letra se convierte en el núcleo comunicativo, en segundo lugar 65 jóvenes destacaron el ritmo o beat demostrando un resultado relevante porque aunque la letra domina el ritmo también cumple un papel fundamental en la comunicación, ya que muchos chicos se dejan llevar por el ritmo de las canciones porque tienen una percepción y retención corta y lo pegajoso del ritmo hace que sobresalga incluso por encima de las letras en ciertos momentos. Por otro lado 44 jóvenes mencionaron la voz o tono del cantante que refleja que en ciertos jóvenes la interpretación vocal transmite emociones. En contraste solo 23 encuestados eligieron la melodía lo que indica que, aunque es un componente reconocible no se percibe como el principal portador de significado. Por último, un grupo reducido de 6 jóvenes señalaron que la producción o arreglos, lo que se evidencia que estos aspectos técnicos son menos reconocidos como elementos comunicativos.

Estos resultados confirman que los jóvenes priorizan los elementos verbales y emocionales, pero a su vez reconocen el poder del ritmo como un canal inmediato y pegajoso que influye en su percepción.

19.- ¿Qué géneros musicales usas más para comunicar diferentes estados de ánimo, o son tus favoritos?

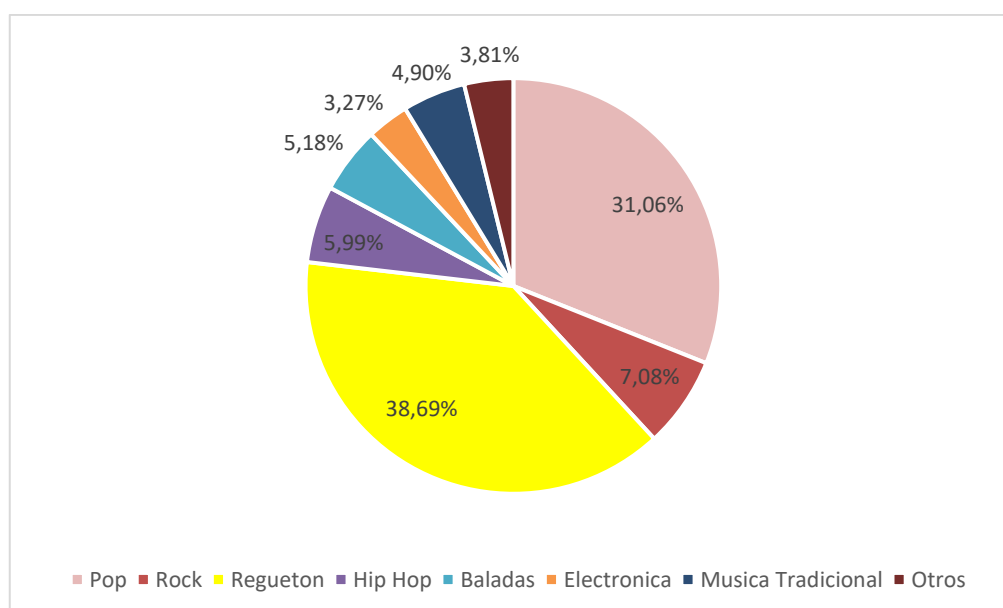
TABLA 26. GÉNEROS MUSICALES PREFERIDOS.

GÉNEROS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pop	114	31,06%
Rock	26	7,08%
Reguetón	142	38,69%
Hip Hop	22	5,99%
Baladas	19	5,18%
Electrónica	12	3,27%
Música Tradicional	18	4,9%
Otros	14	3,81%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre el género preferido de los 367 jóvenes encuestados.

ILUSTRACIÓN 21. GÉNEROS MUSICALES PREFERIDOS.



Fuente: Tabla 26

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De los 367 jóvenes encuestados, el género musical más mencionado fue el **“reguetón”** con el 38,69%, seguido por el **“pop”** con 31,06% y luego el **“rock”** con un 7,08%. Otros géneros como **“hip hop”** con 5,99%, **“baladas”** con 5,18%, **“electrónica”** con 3,27%, **“música tradicional”** con 4,90% y **“otros”** con 3,81% tuvieron menos presencia. Este orden muestra una clara preferencia por géneros comerciales y urbanos especialmente aquellos con ritmos pegajosos y letras populares en el entorno juvenil.

- **Interpretación**

El hecho de que 142 jóvenes hayan elegido el **“reguetón”** como su género musical preferido confirma la fuerte presencia en la cultura musical actual ya que su ritmo repetitivo y contagioso junto con sus letras directas lo convierten en un canal emocional directo, en segundo lugar 114 jóvenes optaron por el **“pop”** lo que refleja su versatilidad para adaptarse a distintos estados emocionales. El **“rock”** con 26 menciones y géneros como el **“hip hop”** con 22 menciones, **“baladas”** con 19 menciones, **“electrónica”** con 12 menciones, **“música tradicional”** con 18 menciones, aunque menos frecuentes siguen siendo parte del repertorio juvenil, pero con menor impacto. Para finalizar 14 jóvenes mencionaron que prefieren otros géneros lo que evidencia una diversidad de gustos más personalizada. En conjunto los datos muestran que los jóvenes se inclinan principalmente por géneros modernos, populares y rítmicos siendo el reguetón el más dominante en este rol.

20.- ¿Crees que las plataformas digitales amplifican mensajes musicales con efectos positivos o negativos?

TABLA 27. EFECTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LOS MENSAJES

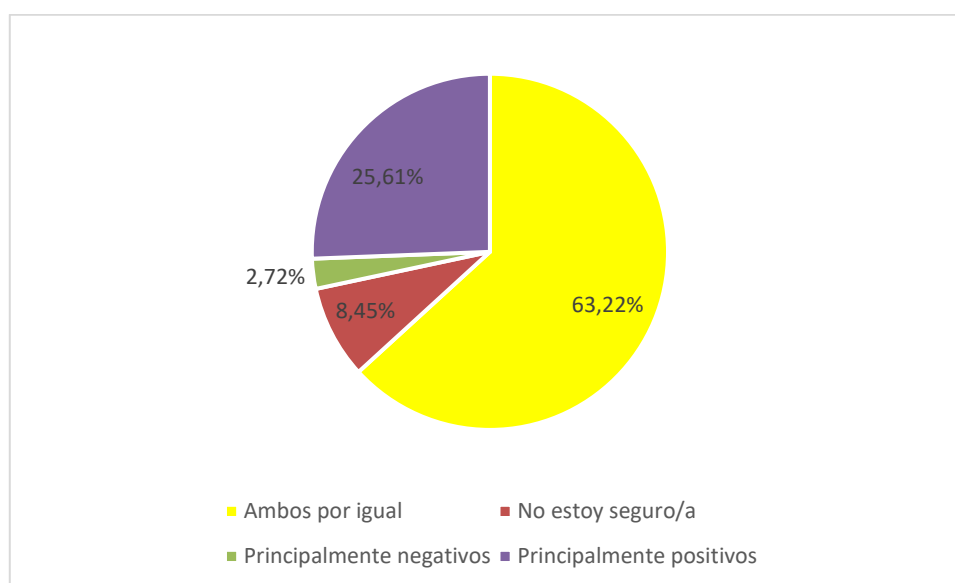
¿Crees que las plataformas digitales amplifican mensajes musicales con efectos positivos o negativos?		
	Frecuencia	Porcentaje
Ambos por igual	232	63,22%
No estoy seguro/a	31	8,45%
Principalmente negativos	10	2,72%

Principalmente positivos	94	25,61%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, acerca del efecto de las plataformas digitales en la amplificación de mensaje.

ILUSTRACIÓN 22. EFECTO DE LAS PLATAFORMAS DIGITALES EN LOS MENSAJES



Fuente: Tabla 27

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De las 367 encuestas, el grupo más numeroso con 63,22% considera que las plataformas digitales amplifican ambos tipos de mensajes (positivos y negativos), en segundo lugar, el 25,61% creen que amplifican principalmente mensajes positivos, luego el 8,45% refleja incertidumbre o falta de criterio definido y apenas el 2,72% opinan que amplifican mensajes principalmente negativos. Este orden nos muestra que la percepción predominante es neutral, seguida por una visión favorable, mientras que la percepción negativa es mínima.

- **Interpretación**

En esta pregunta se evidenció que 232 jóvenes señalaron que las plataformas amplifican tanto mensajes positivos como negativos lo que confirma que la mayoría reconoce un impacto dual y las plataformas son vistas como espacios donde circulan tantos

contenidos riesgosos como constructivos, también 94 jóvenes las perciben como amplificadoras de mensajes positivos reflejando confianza en su papel para difundir mensajes motivadores. Por otro lado 31 encuestados no tienen una postura clara evidenciando duda sobre este tema y por último solo 10 jóvenes consideran que se amplifican principalmente mensajes negativos en ciertos contenidos. En conjunto los resultados obtenidos evidencian que la percepción juvenil es mayormente equilibrada, con tendencia hacia lo positivo y muy poca inclinación hacia el ámbito negativo.

21.- ¿Consideras que los jóvenes usan la música como su principal forma de comunicación no verbal?

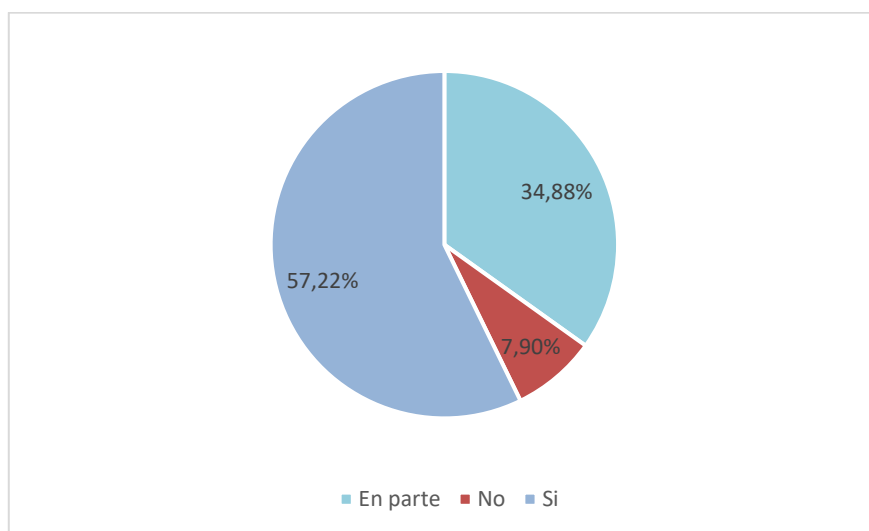
TABLA 28. MÚSICA COMO COMUNICACIÓN NO VERBAL

¿Consideras que los jóvenes usan la música como su principal forma de comunicación no verbal?	Frecuencia	Porcentaje
En parte	128	34,88%
No	29	7,9%
Si	210	57,22%
Total	367	100%

Fuente: Encuesta aplicada a jóvenes de 16 a 20 años del sector urbano de la ciudad de Riobamba.

Nota: Elaboración propia, sobre la música como principal fuente de comunicación no verbal entre los jóvenes.

ILUSTRACIÓN 23. MÚSICA COMO COMUNICACIÓN NO VERBAL



Fuente: Tabla 28

Nota: Elaboración propia

- **Análisis**

De los 367 jóvenes el 57,22% respondió que “**si**” consideran a la música como su principal forma de comunicación no verbal, en segundo lugar, el 34,88% respondió que “**en parte**” mostrando una visión intermedia que reconoce cierto valor comunicativo dentro de la música, pero no de forma exclusiva y por último el 7,9% respondió que “**no**”, lo que refleja a una parte mínima que no asocia a la música con este tipo de comunicación.

- **Interpretación**

Los resultados obtenidos reflejaron que 210 jóvenes dijeron “**si**” y considera que la música es su forma principal para comunicarse sin necesidad de hacerlo verbalmente y la usan para expresar estados de ánimo como tristeza, euforia , alegría, entre otras más, así como también para construir su identidad y pertenencia con su entorno ya que consideran que esta habla por ellos sin necesidad de palabras, así también 128 jóvenes dijeron que “**en parte**”, mostrando una postura neutral ya que ellos reconocen que la música si comunica pero sin llegar a considerarla su vía principal para hacerlo ya que tienden a combinarlo con otras formas no verbales como gestos o vestimenta. Por último, solo 29 jóvenes afirmaron que “**no**” indicando que para una minoría la música no cumple ese rol y solo es entretenimiento o fondos sonoros diversos. En conjunto el patrón es claro y de las 367

encuestas **(210)** consideran que la música es un canal no verbal muy significativo para expresar emociones e identidad dentro de los jóvenes entre 16 a 20 años en Riobamba.

4.5 Discusión de Resultados

La presente investigación se centró en “La Música como Herramienta de Comunicación Alternativa en jóvenes entre 16 a 20 años de Riobamba Urbano Periodo enero-junio 2024. Para el desarrollo del estudio se empleó un enfoque mixto partir de la triangulación entre los postulados teóricos, los datos cuantitativos de las encuestas y los aportes de especialistas en música y comunicación.

Uno de los hallazgos centrales demuestra que la música cumple una función comunicativa no verbal en la población juvenil. Los resultados de la encuesta indican que el 57,22 % correspondiente a 210 de los jóvenes encuestados reconocen que la música es utilizada para expresar sus pensamientos y emociones. Estos datos demuestran que la música no solo acompaña la vida cotidiana juvenil, sino que cumple una función comunicativa relevante más allá del lenguaje verbal. Este resultado coincide con los aportes de los especialistas quienes señalan que “la música es una forma de comunicación y la describen como un lenguaje universal capaz de conectar a los individuos más allá de las barreras culturales o lingüísticas”. Desde el enfoque teórico, Vega (2020) sostiene que la comunicación no se limita al lenguaje verbal, sino que incluye expresiones simbólicas capaces de construir y transformar la realidad social.

En relación con la identificación personal y emocional, los resultados muestran que el 46,05 % (169) de los jóvenes se sienten altamente identificados con los mensajes que encuentran en sus canciones preferidas. Esto demuestra que la música no solo se consume, sino que es interiorizada como parte de la experiencia y vivencia personal. El especialista en música Pablo Narváez señala que los jóvenes resignifican las letras musicales a partir de sus propias vivencias, utilizándola, así como un canal de reconocimiento emocional y expresión de sentimientos. En este sentido Cifuentes (2021), sostiene que la música moviliza significados culturales que pasan de un ámbito social a uno mucho más personal, dejando huellas emocionales que aportan a la construcción y configuración de la identidad en una etapa de desarrollo.

En cuanto a la identidad colectiva, los resultados indican que el 29,97 % (110) de los encuestados consideran que la música es un elemento importante de identidad dentro de su grupo de amigos, mientras que un 24, 8 % se sitúa en un nivel intermedio. Estos datos

demuestran que la música actúa como una herramienta de cohesión social entre los jóvenes. Desde la perspectiva de ambos especialistas el compartir gustos musicales fortalece vínculos y facilita procesos de pertenencia e integración social. Se relaciona con lo expuesto por Soler y Oriola (2019), quienes indican que la música cumple una estrategia multifuncional en la adolescencia, contribuyendo tanto a la identidad como a las relaciones sociales.

Respecto al uso de la música en entornos digitales, los resultados de la encuesta evidencian que YouTube es la plataforma más utilizada con un 34,06 % (125), seguida de Spotify con un 23,16 % (85) y TikTok con un 18,53 % (68). Estos datos confirman que la música está presente de forma activa en los espacios digitales y redes sociales como una práctica comunicativa cotidiana. Los especialistas señalan que estas plataformas potencian el impacto emocional del mensaje al combinar imagen, sonido, y viralidad factores que hacen que se tenga una conexión inmediata con varios usuarios. Este planteamiento se sustenta en Cruz et al. (2023), quienes destacan que la comunicación alternativa en el ámbito digital se caracteriza por el uso de formatos transmediales que amplían el alcance y la eficacia de los mensajes presentes en las canciones.

Con este mismo enfoque los resultados muestran que el 37,33 % (137) de los jóvenes prefieren utilizar música en redes sociales para comunicar algo antes que expresarlo por escrito, mientras que el 24,52 % (90) se ubican en un nivel intermedio, evidenciando que la música se posiciona como un recurso expresivo prioritario en la comunicación digital en los jóvenes. El especialista en comunicación Rubén Darío Inga afirma que la música tiene el poder de transmitir mensajes cargados de emoción de forma inmediata, evitando la exposición directa del discurso verbal, tal cual lo manifiesta León (2022), que sostiene que “la comunicación alternativa surge como respuesta a nuevas dinámicas sociales y mediáticas, permitiendo formas expresivas diferentes a las tradicionales” (p.2).

En relación con los elementos musicales que comunican con mayor fuerza, el 62,4 % (229) de los encuestados identifican a la letra como principal componente comunicativo, seguido del ritmo con un 17,71 % (65), datos que evidencian la centralidad del contenido lírico en la interpretación juvenil; sin embargo, el ritmo cumple un papel complementario

clave que facilita la atracción inicial de las canciones y potencia la circulación de esta. Desde la perspectiva del especialista en música, el ritmo funciona como un elemento de enganche emocional inmediato, y el especialista en comunicación Rubén Darío Inga manifiesta que la letra consolida el mensaje y permite su apropiación simbólica. Estas apreciaciones se complementan con el aporte de López et al. (2021), que sostienen que “tanto la música como el lenguaje comparten procesos de interpretación simbólica, en los que el componente sonoro y el contenido semántico intervienen en la construcción de significado de la música en contextos juveniles” (p.88).

Al hablar de los géneros musicales, los resultados de la encuesta indican que el reguetón es el más consumido por los jóvenes con un 38,69 % (142), seguido por el pop con un 31,06 % (114). Esta preferencia demuestra que la influencia de géneros urbanos y comerciales está muy presente en la cultura juvenil. Ambos especialistas señalan que estos géneros son atractivos por sus ritmos repetitivos, melodías accesibles y letras fáciles de memorizar lo que favorece la retención inmediata que tienen los jóvenes en su etapa de desarrollo. Por ello Malavé (2022) nos dice que géneros como el reguetón se adaptan fácilmente a los gustos juveniles y contribuyen a la formación de nuevas culturas.

Para finalizar la triangulación entre los resultados de las encuestas, los aportes de los especialistas y el sustento teórico nos permitió comprender de manera integral el papel de la música como herramienta de comunicación alternativa presente en los jóvenes. Se evidenció una alta convergencia entre los datos empíricos y los planteamientos teóricos, así mismo los especialistas reforzaron estas coincidencias al aportar una mirada contextual desde el ámbito comunicacional y musical. En conjunto se fortaleció la validez de los resultados y se permitió concluir que la música actúa como un lenguaje alternativo que influye en la construcción de identidades, en la interacción social y en la comunicación emocional de los jóvenes del contexto estudiado.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En el desarrollo de esta investigación se planteó establecer a la música como una herramienta de comunicación alternativa entre los jóvenes de 16 a 20 años de Riobamba urbano durante el periodo de enero a junio del 2024, es así como mediante entrevistas, encuestas y análisis de contenido fue posible comprender como la música se integra en la vida diaria de los jóvenes como un recurso emocional, expresivo y simbólico. Los hallazgos obtenidos permitieron confirmar que la música cumple una función comunicativa en el entorno juvenil. A continuación, se presentan las conclusiones basadas en los objetivos planteados al principio de la investigación:

1.- El análisis de preferencias musicales permitió concluir que el reguetón es el género más influyente, consolidándose de esta forma como una tendencia dominante dentro de la muestra analizada. Este resultado se respalda en los datos obtenidos en las encuestas realizadas, donde este género alcanzo el mayor porcentaje de preferencia. Sin embargo, otros géneros como el pop y el rock también tuvieron mucha aceptación lo que demuestra que existe una diversidad musical significativa y que las elecciones musicales de los jóvenes están influenciadas en su mayor parte por su entorno social, los contextos culturales que los rodean y sus hábitos auditivos reafirmando de esta forma el papel de la música como un medio de expresión e identificación.

2.- A partir del análisis realizado se concluye que la música cumple un papel fundamental en la rutina cotidiana de los jóvenes actuando como acompañante motivacional, emocional y recreativo. La evidencia recopilada a través de entrevistas y encuestas muestran que muchos participantes utilizan playlist, canciones y fragmentos musicales para expresar emociones que no logran decir las con palabras. Las plataformas como YouTube, Spotify, TikTok y en si las redes sociales se manifiestan como los espacios donde esta forma de comunicarse se vuelve más frecuente, así también situaciones cotidianas como reuniones entre amigos, fiestas y momentos personales se convierten en escenarios donde la música actúa como un lenguaje emocional demostrando el gran papel que cumple como herramienta

de comunicación alternativo en la vida diaria de los jóvenes y en su entorno, fortaleciendo la interacción social y los vínculos comunicativos.

3.- Por último, la elaboración del video permitió integrar y visualizar de forma correcta como la música opera como un mecanismo comunicacional entre los jóvenes. A través de testimonios de los adolescentes junto con las reflexiones de los expertos en música y comunicación pudieron evidenciar que esta no solo acompaña, sino que amplifica y otorga significado a sus vivencias personales. El formato de reportaje permitió contrastar el análisis profesional con las vivencias juveniles demostrando que la música se convierte en un canal legítimo para la expresión emocional y la construcción de identidad. Como resultado un material audiovisual confirma que la música y los géneros más escuchados cumplen una función comunicativa validada tanto en la teoría como en la práctica.

Los hallazgos permitieron obtener bases sólidas para comprender la música como una forma de lenguaje accesible, cotidiano y simbólico profundamente vinculado con la realidad juvenil; por ello la presente tesis constituye un aporte importante y significativo para futuras investigaciones relacionadas con la música, los comportamientos de los jóvenes en entornos sociales y digitales y la comunicación alternativa como puente de expresión e identidad.

5.2 Recomendaciones

En función de las conclusiones obtenidas al realizar la investigación, se plantean las siguientes recomendaciones que buscan fortalecer la comprensión y el aprovechamiento de la música como una herramienta poderosa de comunicación alternativa entre los jóvenes de 16 a 20 años de Riobamba Urbano.

1.-En función de los resultados obtenidos, se recomienda que las instituciones educativas de Riobamba urbano incorporen actividades formativas sobre diversidad musical y sus expresiones e implicaciones emocionales dentro de ellas, dirigidas a jóvenes entre 16 a 20 años, con el objetivo de que se fortalezca la comprensión de la música como una poderosa herramienta de comunicación alternativa. Estas actividades pueden desarrollarse con talleres mensuales organizados y dirigidos por docentes expertos en música, cultura y comunicación donde se analicen géneros como el reguetón, pop y rock desde una amplia perspectiva sociocultural y su impacto sea evaluado mediante la participación estudiantil, y también con encuestas sobre expresión emocional, cohesión social y percepción sobre identidad.

2.- Así también se sugiere que los departamentos de orientación estudiantil en coordinación con docentes y padres de familia promuevan espacios donde los jóvenes se sientan libres de compartir y debatir sobre la música que escuchan, sus playlist favoritas y sus experiencias personales para que se reconozca que cumplen un recurso expresivo favorable en la comunicación interpersonal. Estos espacios pueden desarrollarse mediante talleres creativos, conversatorios y jornadas culturales dentro de las instituciones educativas con frecuencia trimestrales durante un año académico, ya que así se fortalecerá la comunicación interpersonal y el acompañamiento emocional. La efectividad de esta recomendación se podrá medir mediante las asistencias a las actividades y sobre todo en la participación activa de los jóvenes.

3.- Finalmente el contenido audiovisual que integra tanto testimonios de expertos como testimonios de los propios jóvenes permite visibilizar de forma clara y accesible el papel que cumple la música en la vida social y emocional de los jóvenes. Por ello se sugiere

continuar desarrollando este tipo de propuestas audiovisuales ya que representa una herramienta metodológica sólida para evidenciar este fenómeno como canal alternativo dentro de la comunicación. Es fundamental que en futuras investigaciones se haga el uso de este tipo de materiales como complemento a los métodos tradicionales, debido a que captura emociones auténticas, expresiones espontáneas y dinámicas sociales que no se pueden evidenciar solo en un trabajo escrito; con ello se garantiza la validez de los contenidos audiovisuales como insumo social, investigativo y formativo contribuyendo a que su uso se mantenga relevante como sustento académico. Su impacto podrá evaluarse mediante el número de visualizaciones, compartidos y comentarios, garantizando así que el material audiovisual se consolide como un recurso válido para la investigación, la intervención social y la formación académica.

En conjunto estas recomendaciones buscan que se promueva el reconocimiento de la música no solo como entretenimiento sino como un lenguaje simbólico y emocional que acompaña a los jóvenes en su proceso de construcción de identidad, fortaleciendo el papel relevante que cumple como herramienta comunicacional y lo presente que está en el diario vivir y en entorno juvenil actual.

CAPÍTULO VI. PROPUESTA

6.1 Marco Propositivo

Esta propuesta surge del tercer objetivo de la investigación y plantea la creación de un video que muestre como los jóvenes de Riobamba urbano utilizan la música como un medio alternativo de comunicación, este producto busca visibilizar las experiencias de los jóvenes y reforzar la importancia que llega a tener el lenguaje musical en la expresión juvenil y en cómo se desenvuelven en su entorno.

6.2 Explicación general de la propuesta

Esta propuesta consiste en la elaboración de un video-reportaje que integre tanto testimonios de jóvenes como los criterios de expertos en música y comunicación, este producto comunicacional busca reflejar las dinámicas identificadas en la investigación, mostrando que la música es un recurso mediante el cual los jóvenes de Riobamba expresan sus ideas, pensamientos y forman su identidad. A través de una narrativa visual y entretenida el video busca reflejar la relación entre música, comunicación y juventud,

6.3 Objetivo de la Propuesta

Diseñar un video-reportaje que fomente la reflexión sobre el papel que cumple la música en la vida cotidiana de los jóvenes, promoviendo el reconocimiento de este recurso como una forma valiosa de comunicación, construcción social y expresión emocional.

6.4 Público Objetivo

El público objetivo está conformado por jóvenes del área urbana de Riobamba quienes consumen contenido digital y se interesan por temas musicales, sociales y culturales ya que su afinidad por los formatos audiovisuales y su interacción constante en redes sociales genera una interacción constante con este tipo de contenido.

Por otra parte, también va dirigido a docentes, estudiantes universitarios y profesionales de la comunicación interesados en comprender las formas de expresión juvenil mediante la música.

6.5 Mensaje central y Canales de Difusión

- **Mensaje:** La música no es solo entretenimiento, hoy en día se ha convertido en una forma de comunicación que influye en la forma en que los jóvenes actúan, piensan y se relacionan con su entorno.

- **Canales:**

Debido a que es un video tipo reportaje que tiene la duración de cinco minutos con treinta y cinco segundos y está producido en formato horizontal, se seleccionan plataformas que permiten una correcta visualización del contenido y una mayor aceptación, impacto y pertenencia del mensaje.

1. **YouTube:** Esta es la plataforma principal ya que está perfectamente diseñada para contenidos audiovisuales de formato horizontal y de larga duración, que permite subir reportajes completos, mantener la buena calidad tanto de audio como de imagen y facilita el acceso al contenido de forma permanente y repetitiva, así como también la interacción del público mediante comentarios y visualizaciones.
2. **Facebook:** Esta red social permite que los contenidos largos y facilita la interacción con el público mediante likes, comentarios y compartidos lo que ayuda a generar debate sobre el tema tratado.
3. **WhatsApp:** Este funciona como un poderoso canal de difusión directa ideal para compartir el enlace del video en grupos grandes académicos o comunitarios ampliando su alcance de forma personalizada y rápida.

6.6 Guion Técnico y Literario

Título: “El Poder de la Música como Herramienta de Comunicación Juvenil”

TABLA 29 *GUION*

N.	Planos	Descripción de imágenes	Contenido	Audio	Tiempo
1	Plano General	Calles de Riobamba, colegios, chicos caminando, chicos en grupos, audífonos.	Voz en off: ” En Riobamba cada joven lleva un mundo propio, y a veces ese mundo no se explica con palabras, pero si con una canción.....”	Música de fondo suave	29 s’

2	Plano Detalle	Jóvenes enviando TikTok, compartiendo música, etc.	Voz en off: “Entre los 16 y 20 años las emociones cambian de un día a otro. Decir ‘estoy mal’, ‘estoy feliz’, ‘me duele’, ‘te extraño no siempre es fácil...’”	Música suave	30’
3	Plano Medio	Jóvenes sentados contando sus experiencias	“Testimonios de jóvenes”	Sonido ambiente /Música baja	34 s’
4	Plano General	Jóvenes reunidos con amigos disfrutando de la música	Voz en off: “La comunicación no es solo hablar. También es sentir, expresar, conectar...”	Música suave	35’
5	Plano Medio	Expertos mientras nos hablan sobre su punto de vista	“Intervención del experto 1”	Sonido ambiental/música suave	58 s’
7	Plano Detalle	Gráficos simples: reggaetón como género predominante, seguido de pop y hip hop.	Voz en off: La investigación realizada en Riobamba reveló tres claves....”	Música suave	39 s’
8	Plano Medio	Intervención de los jóvenes y del entrevistado	Voz en off: “La música dice lo que a veces duele decir...”	Música suave	56 s’
9	Plano General	Joven recostada en la cama, joven cantando una canción	Voz en off: “La música dice lo que a veces duele decir...”	Música suave	26 s’
10	Plano General	Jóvenes riendo	Voz en off: “Por eso se evidencia que la música...”	Música suave	18 s’

11	Plano General	Texto en pantalla y créditos	Tema de la Investigación	Música de cierre	11 s'
12	TIEMPO ESTIMADO				5.35 min

Nota: Elaboración Propia

6.7 Cronograma

TABLA 30 CRONOGRAMA

Fase	Actividad	Tiempo Estimado	Rol	Recursos Técnicos
Preproducción	Definir que enfoque tendrá el reportaje	1 día	Autora (guionista)	Cuaderno, computadora
Preproducción	Investigar contenidos	3 días	Autora (guionista)	Artículos, internet
Preproducción	Elaboración del guion técnico y literario	3 días	Autora (guionista)	Computadora
Preproducción	Planificación de las entrevistas	2 días	Autora (productora)	Internet, teléfono celular
Preproducción	Organización de los tiempos de grabación	1 día	Autora (productora)	Computadora
Producción	Grabación de entrevistas a los jóvenes de cada institución	5 días	Autora (camarógrafa)	Celular, micrófonos
Producción	Grabación de entrevista al experto en el tema	1 día	Autora (camarógrafa)	Celular, micrófonos
Producción	Grabación de tomas de paso	4 días	Autora (camarógrafa)	Celular
Postproducción	Organizar todo el material audiovisual obtenido	2 días	Autora (editora)	Computadora
Postproducción	Edición del video	3 días	Autora (editora)	Software de edición
Postproducción	Edición del audio	1 día	Autora (editora)	Software de edición
Postproducción	Grabación de la voz en off	1 día	Autora (locutora)	Celular, micrófonos
Postproducción	Revisión final del producto	1 día	Autora (productora)	Computadora
Postproducción	Exportación del material final	1 día	Autora (productora)	Computadora
Tiempo Total de Producción del video:		1 mes		

Nota: Elaboración Propia

6.8 Presupuesto

TABLA 31 PRESUPUESTO

Recurso	Descripción	Cantidad	Costo
Celular	Dispositivo para grabar el video	1	\$ 180,00
Micrófonos	Micrófonos para las entrevistas	1	\$ 15,00
Computadora	Equipo para edición	1	\$ 530,00
Software de Edición	Programa para editar el video	1	\$ 0,00
Conexión internet	Uso de datos para la investigación	1	\$ 10,00
Transporte	Traslado para entrevistas y grabación de tomas	5	\$ 9,00
Total			\$ 744

Nota: Elaboración Propia

6.9 Indicadores de Evaluación

TABLA 32 INDICADORES DE EVALUACIÓN

Criterio	Indicador	Forma de Evaluación	Responsable
Alcance	Número de personas que visualizaron el video (miembro de tribunal y tutor de tesis)	Registro de Presentación	Autora
Visualizaciones	Cantidad de veces que el video fue reproducido durante la evaluación	Control de visualizaciones	Autora
Engagement	Nivel de atención hacia el video e interés por este	Observación directa	Autora
Comentarios	Opiniones y retroalimentación recibida	Registro de comentarios	Autora

Percepción	Opiniones de los espectadores sobre el mensaje que deja el video	Encuesta rápida post presentación	Autora
Aprendizaje	Conocimientos adquiridos sobre la música como una forma de comunicación alternativa y poderosa en los jóvenes de Riobamba	Preguntas de reflexión	Autora

Nota: Elaboración Propia

La elaboración de este video-reportaje se fundamentó en los principales hallazgos obtenidos los cuales evidencian que la música es una poderosa herramienta de comunicación alternativa en los jóvenes de Riobamba urbano. A partir de todos estos resultados de encuestas, entrevistas y análisis de contenido permitió que existan elementos suficientes para guiar la estructura narrativa y los recursos audiovisuales del producto comunicacional.

Link del video: [“LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN ALTERNATIVA DE LOS JÓVENES ENTRE 16 Y 20 AÑOS EN RIOBAMBA URBANO, PERIODO ENERO-JUNIO 2024”.Video Tesis Gishel Granizo.mp4](#)

BIBLIOGRAFÍA

Abela, D. J. A. (2019). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Fundación Centro Estudios Andaluces.

Agüero, P. (2021). *La comunicación interpersonal*. Barcelona: International Montessori Institute.

Álamos, J. (2019). *Música en la vida de los adolescentes: una aproximación a las implicancias pedagógicas que poseen las preferencias musicales de los jóvenes para el aula de Educación Musical en Enseñanza Media. (tesis doctoral)*. Universidad de València. España, España.

Algaba, B., & Pérez, J. (2024). *COMUNICACIÓN ALTERNATIVA Y ESCENAS MUSICALES UNDERGROUND EN ESPAÑA: DE LA RADIO LIBRE Y EL FANZINE AL ENTORNO WEB (1980-2022)*. Madrid, España: Historia Actual Online.

Angulo, A. (2019). *La difusión de la música alternativa en la comunidad virtual*. Quito, Ecuador: ISBN Universidad Andina Simón Bolívar.

Araque, J. (2019). *Guía para hacer una entrevista*. Fundación Universitaria San Mateo.

Arévalo Cabrera, L. C., Henríquez Coronel, M. A., & Erazo Álvarez, C. A. (2022). Redes sociales e identidad cultural: Análisis de su incidencia en adolescentes de Ecuador. *Explorador Digital*, 6(3), 149-165. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i3.2229>

Ávila, H. F., González, M. M., & Licea, S. M. (2024). *LA ENTREVISTA Y LA ENCUESTA*. Revista Didasc@lia: D&E. Publicación del CEPUT- Las Tunas, Cuba

Ávila Dueñas, J.A, & Flores Pérez, C.E. (2024). *Difusión de la música nacional ecuatoriana para Educación General Básica Subnivel Superior* (Proyecto de investigación e innovación educativa). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Psicología, Educación y Comunicación.

Caetano, N. (2018). *MÚSICA Y COMUNICACIÓN UN CAMPO DE DISPUTA*. Argentina: Universidad Nacional de La Plata.

- Carbajal, R. V. (2020). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN*. 1a ed. – San Salvador, El Salv. : s.n.,2020
- Carvajal, B., Marín González, F., & Ibarra Morales, L. (2023). *Triangulación de métodos en ciencias sociales como fundamento en la investigación universitaria en Latinoamérica*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.8140907>
- Castro Maldonado, J. J., Gómez Macho, L. K., & Camargo Casallas, E. (2023). La investigación aplicada y el desarrollo experimental en el fortalecimiento de las competencias de la sociedad del siglo XXI. *Tecnura*, 27(75), 140-174. <https://doi.org/10.14483/22487638.19171>
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. C. (2019). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research* (6th ed.). Pearson Education, Inc.
- Cházaro-Arellano, E. H. (2024). Análisis de datos en las investigaciones cualitativas: El reto frente al investigador. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 9(17), 168-171. <https://doi.org/10.35381/r.k.v8i17.3163>
- Chiriboga, J. (2023). *LA MÚSICA COMO HERRAMIENTA COMUNICACIONAL EN LA TRASMISIÓN DE MENSAJES CONTRAHEGEMÓNICOS. CASO "THIS NOT AMERICA" DE RESIDENTE*. Quito: UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA.
- Churruca, V. P.-C. (2020). *El encargo y la creación de este recurso de aprendizaje UOC han sido coordinados por el profesor: Alexandre López-Borrull*. editorial FUOC
- Crespo Jareño José Alberto (2019): “La influencia de los factores culturales en el comportamiento de los turistas chilenos y Españoles”, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, n. 27 (diciembre / dezembro 2019). En línea: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/turistas-chilenos-espanoles.html>
- Cruz, A., Custudio, N., & Cano, M. (2017). *Efectos de la música sobre las funciones*. Perú: Universidad Peruana Cayetano Heredia.
- Delgado, M., & Israel, J. (2022). *El sonido evangélico: La música cristiana y su relación con la construcción de imaginarios culturales*. Estudio de caso de la Iglesia Arco Cuenca.
- Duran, M., García, G., Pérez, D., & Mora, B. (2022). La educación musical y motricidad en la formación integral de los estudiantes. *Ciencia Latina Revista Mutidisciplinar*. doi: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1783 p 4002

Dzib, D., González, M., & Solís, G. (2023). *La música y su importancia en el aprendizaje significativo de estudiantes de educación básica de Tabasco, México*. Tabasco, México: Revista Inclusiones.

Fellone, U. (2022). El género musical en la actualidad: Reflexiones ante un contexto digital y globalizado. *El oído pensante*, 10(1), 59-85.

<https://doi.org/10.34096/oidopensante.v10n1.11338>

Fernández, A. (2019). *Música y juventud: beneficios y emociones*. Xochimilco: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco (uam-x).

García, J. A. C. (2021). *LA IDENTIDAD MUSICAL COMO ESTRATEGIA DE RECONOCIMIENTO Y REFLEXIÓN EN LA EDUCACIÓN ARTÍSTICA INFORMAL*.

Universidad Pedagógica Nacional Facultad de Bellas Artes

González, P., & Daniel, O. (2023). *Relaciones ontológicas de la música y el lenguaje en el desarrollo del pensamiento*. Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca-Ecuador

González Ballesteros, L. M., Gómez Restrepo, C., Rodríguez, V. A., Fernández De Castro, S., & Vásquez Ponce, M. (2025). Investigación mixta: ¿qué es y qué no? *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 54(3), 518-523. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2024.04.002>

Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación acción). *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 163-173.

doi:[https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)

Guerra, J. R. V. (2018). *Triangulación: Una herramienta adecuada para las investigaciones en las ciencias administrativas y contables*. REVISTA FAECO SAPIENS ISSN L 2644-3821

Harris, M., Bordoy, V., & Revuelta, F. (2022). *Antropología cultural* (3 ed). Alianza Editorial.

Hernández De La Torre, E., & González-Miguel, S. (2020). Análisis de datos cualitativos a través del sistema de tablas y matrices en investigación educativa. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 23(3).

<https://doi.org/10.6018/reifop.435021>

Huaire, E. (2019). *Método de investigación*. Creative Commons.

Jiménez Chaves, V. E. (2021). Triangulación metodológica cualitativa y cuantitativa. *Revista sobre estudios e investigaciones del saber académico*, 14, 76-81.
<https://doi.org/10.70833/rseisa14item276>

La educación musical y motricidad en la formación integral de los estudiantes. (2022). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1), 4002-4021.
https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1783

León, J. (2022). *Comunicación alternativa: un concepto en construcción*. Zulia: Universidad del Zulia.

López Prado, J. M., & Salcedo Moncada, B. (2021). Beneficios de la práctica musical en los niveles de educación básica obligatoria en México. *RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 11(22).
<https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.889>

Limón, D. J. M. (2022). *Música del género urbano y estilo de vida de los estudiantes de la U. E. Valdivia, Cantón Santa Elena, 2022*. UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA

López, A. D., & García, Y. B. (2021). *LA MÚSICA COMO MEDIO DE INTEGRACIÓN CULTURAL EN EL AULA DE INFANTIL: PROPUESTA DIDÁCTICA*.

López García, N. J., De Moya Martínez, M. D. V., & Bravo Marín, R. (2021). La relación música-lengua materna en los principios metodológicos de Edgar Willems y Shinichi Suzuki. *Folios*, 54. <https://doi.org/10.17227/folios.54-11512>

Mansutti, A., Mendoza, B., Brito, J., Ortiz, P., Gómez, J., & Javier, G. (2020). *Antropología para la Educación: Itinerarios epistemológicos y derivas interdisciplinarias*. Azogues: UNIVERSIDAD NACIONAL DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR - UNAE.

Marín, S. (2023). *INFLUENCIA DE LA MÚSICA EN EL COMPORTAMIENTO DE LOS ADOLESCENTES*. Medellín : Universidad Católica Luis Amig.

Martínez, A., Acosta, J., Vásquez, M., & Rincón, Á. (2023). *Memorias colectivas, medios de comunicación alternativa y post acuerdo*. Ecuador: Revista de Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador.

Masaya, L. (2017). *Comunicación verbal y no verbal un enfoque neuronal* . Guatemala: UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA.

Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

Miranda, S., & Ortiz, J. (Diciembre de 2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*. doi: <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>

Muñoz, I. (2018). *Lenguaje y comunicación humana* . Quito: Universidad Indoamerica .

Ortiz, Y., & Keyko, T. (2022). *USO DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN DURANTE LA PANDEMIA, HUACHO 2021*. Huacho, Perú: UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES.

Palomares, M. (2021). *El Español como Lengua Extranjera en Aplicaciones Adaptativas y Multimedia: el Caso de Duolingo*. Murcia: universidad de murcia .

Palomino, P. (2022). *La invención de la música latinoamericana: Una historia transnacional* (1a ed). Fondo de Cultura Económica de Argentina.

Pérez Peña, F., Cobaisse Ibáñez, M., Villagrán Pradena, S., & Alvarado, R. (2023). General aspects of the use of mixed methods for health research. *Medwave*, 23(10), e2767-e2767. <https://doi.org/10.5867/medwave.2023.10.2767>

Proctor, D. (2023). *Los antropólogos culturales tratan de comprender las formas vertiginosamente diversas en que vive la gente hoy en día, incluida la forma en que piensan, actúan, crean, luchan, dan sentido y organizan sus sociedades*. Essay / Ask SAPIENS. Recuperado de: <https://www.sapiens.org/es/culture-es/what-is-cultural-anthropology/>

Ramiro, G. G. A. (2023). *INFLUENCIA DE LA MÚSICA CONTEMPORÁNEA EN LA PRÁCTICA DE CONDUCTAS SEXUALES DE RIESGO EN ADOLESCENTES*. Universidad Regional de los Andes

Ríos, E., Páez, H., & Barbos, J. (2020). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN DISEÑO, EJECUCIÓN Y SEGUIMIENTO*. Cali, Colombia: Red Iberoamericana de Pedagogía.

- Rivera, E. C. (2020). *Develando los imaginarios míticos contemporáneos: Representaciones sociales De afectividad y violencia en las letras De canciones*. Revista Cultura y Representaciones Sociales
- Roca, F. (2020). *DEFINICIÓN DE LA MÚSICA*. Rioja: Universidad de la Rioja.
- Rueda, J., & Gaivor, J. (2019). *INFLUENCIA DE LA MUSICA ACTUAL EN LA ÉTICA DE LA SOCIEDAD*. Ecuador: Revista Caribeña de ciencias sociales.
- Sánchez Bracho, M., Fernández, M., & Díaz, J. (2021). Técnicas e instrumentos de recolección de información: Análisis y procesamiento realizado por el investigador cualitativo. *Revista Científica UISRAEL*, 8(1), 107-121.
<https://doi.org/10.35290/rcui.v8n1.2021.400>
- Sánchez Y Sánchez, C. L., & Hernández Olvera, K. (2024). La encuesta como técnica de investigación en la Ciencia Política. *Revista Mexicana de Opinión Pública*, 37.
<https://doi.org/10.22201/fcpys.24484911e.2024.37.88492>
- Santillan, J. (2022). *La importancia de la comunicación oral y escrita en el siglo XXI*. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo .
- Soler Campo, S., & Oriola Requena, S. (2019). Música, identidad de género y adolescencia. *Epistemus. Revista de Estudios en Música, Cognición y Cultura*, 7(2), 008.
<https://doi.org/10.24215/18530494e008>
- Solarte Lozano, D., & Buenaventura, A. C. (2019). *Música y comunicación alternativa para el cambio social en la escuela de música de Chicoral, Bitaco, Dapa periodo 2018*.
- Torres Lazcano, L. E., & Hernández Lara, O. G. (2016). *La Música como un Medio Alternativo de Comunicación Ligado a la Revolución y la Reconfiguración Social*. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Valencia, E. (2017). *Antropología cultural y empoderamiento de la interculturalidad. Caso: estudiantes de la carrera de Ciencias de la Educación en la Universidad de Milagro que desarrollan proyectos de vinculación en los establecimientos educativos y comunidad* . Lima: UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS .
- Vega, C. (2020). *TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN*. Barcelona: FUOC.

Villalta López, G. C., & Barros Bastidas, C. I. (2025). La música infantil como estrategia para el desarrollo del lenguaje en el infante de 4 a 5 años. *Reincisol.*, 4(7), 3305-3329.

[https://doi.org/10.59282/reincisol.V4\(7\)3305-3329](https://doi.org/10.59282/reincisol.V4(7)3305-3329)

Villavicencio, J. (2020). *LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y SU RELACIÓN CON EL COMPORTAMIENTO DE LOS JÓVENES DE 15 A 17 AÑOS DEL COLEGIO PARTICULAR SAN JOSÉ DE LOS HERMANOS MARISTAS DEL DISTRITO DE HUACHO DEL AÑO 2018*. Lima, Perú: FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.

Vinueza, L. C. B., Tipan, W. X. N., & Zuñiga, F. L. C. (2024). *ANÁLISIS DE LA INFLUENCIA CULTURAL Y SOCIAL SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES DE AUTOSERVICIOS EN LA CIUDAD DE QUITO SECTOR NORTE*. Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador

Walter, L. B., Karla, G. M., & Consuelo, V. B. (2019). *EL FOMENTO DE LA MÚSICA POPULAR Y LA IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ECUATORIANOS*. 21.

Yari, O. (2017). *"ACTIVIDADES PEDAGÓGICAS PARA ESTIMULAR EL LENGUAJE VERBAL DE LOS NIÑOS Y NIÑAS DE 1 A 2 AÑOS DEL CENTRO INFANTIL DEL BUEN VIVIR CARRUSEL DE NIÑOS DE LA PARROQUIA CHIGUAZA DEL CANTÓN HUAMBOYA, PERIODO LECTIVO 2016-2017"*. Cuenca : universidad Politecnica Slesiana sede Cuenca .

Zambrana, A., & Avilés, S. (2020). *Muestreo aleatorio de base espacial y su utilidad en la investigación epidemiológica*. Bolivia: Gac Med Bol.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario de Entrevistas



Tema: La Música como Herramienta de Comunicación Alternativa de los Jóvenes entre 16 y 20 años en Riobamba urbano, periodo enero-junio 2024

Preguntas para las Entrevistas:

1. Desde su experiencia, ¿la música se puede considerar una forma de comunicación? ¿Por qué?
2. ¿De qué manera ha observado usted que los jóvenes utilizan la música para expresar emociones, ideas o posturas frente a la sociedad?
3. ¿Qué elementos hacen que la música sea una forma única y efectiva de comunicación entre los jóvenes, en comparación con otros medios como las redes sociales?
4. ¿Qué géneros musicales considera que son más populares entre los jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba actualmente?
5. ¿Qué características de estos géneros cree usted que los hacen atractivos para los jóvenes como medio de expresión o identificación?
6. ¿Cree que ciertos géneros musicales están vinculados con formas específicas de lenguaje, comportamiento o identidad juvenil?
7. ¿Cuál es la importancia del contenido lírico (las letras) en el uso de la música como medio de comunicación?
8. ¿En qué contextos sociales o personales ha observado que los jóvenes usan la música para comunicar algo (por ejemplo: amor, protesta, amistad, identidad)?
9. ¿Qué factores influyen en que un joven elija la música como forma de expresión frente a otras opciones?
10. ¿Además de escuchar música, de qué otras formas creen usted que los jóvenes se expresan musicalmente baile, ropa, videos, redes sociales, arte urbano, etc.?

11. ¿Qué recomendaciones daría para investigar la relación entre música, juventud y comunicación desde un enfoque académico o social?

12. ¿Qué elementos visuales o narrativos considera importantes para incluir en un video que busque representar cómo los jóvenes usan la música para comunicarse? En base a mi último objetivo de crear un video

Anexo 2: Evidencia de las Entrevistas Realizadas

Experto en Música: Pablo Luis Narváez



Fuente: Socialización de las Entrevistas

Nota: Elaboración Propia

Experto en Comunicación: Rubén Darío Inga



Fuente: Socialización de las Entrevistas

Nota: Elaboración Propia

Anexo 3: Matriz de las 2 Entrevistas Completas

TABLA 33. MATRIZ COMPLETA DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Preguntas	Respuesta 1: Rubén Darío Inga	Respuesta 2: Pablo Luis Narváez	Análisis Comparativo/Reflexión
<p>1. Desde su experiencia, ¿la música se puede considerar una forma de comunicación? ¿Por qué?</p>	<p>La música siempre ha sido un lenguaje de expresión, tiene la capacidad de poder conectar incluso sin tener conjuntos o grupos de personas que tengan el mismo código de comunicación. Cuando hablamos de la música hablamos de un lenguaje universal.</p>	<p>Bueno, podríamos decir que la música, desde nuestros antepasados, siempre fue un modo de comunicación. En culturas antiguas, desde la época de las cavernas, los sonidos aerófonos y de percusión se usaban como elementos musicales para comunicar. En la Edad Antigua griegos, egipcios, romanos, también fue un medio de expresión. Hoy, en el tiempo contemporáneo, la música ha tenido cambios trascendentales y forma parte de la cotidianidad. A</p>	<p>Ambos entrevistados coinciden en que la música es una forma de comunicación y la describen como un lenguaje universal capaz de conectar a los individuos más allá de las barreras culturales o lingüísticas. Por ello, resaltan la capacidad expresiva de la música y su función para transmitir sentimientos, ideas o mensajes.</p>

		través de ella se pueden expresar sentimientos, transmitir ideas y llevar mensajes mediante elementos sonoros.	
2. ¿De qué manera ha observado usted que los jóvenes utilizan la música para expresar emociones, ideas o posturas frente a la sociedad?	La música siempre ha sido un instrumento bastante utilizado, no solo por la juventud, sino también por toda la sociedad. Porque, por ejemplo, si muchachos, entre los 16 y los 20 años, que es el tema en el que se está investigando, nos darnos cuenta que es la etapa en la que los jóvenes están desarrollando su personalidad y entonces todo esto es utilizado por los jóvenes para poder desarrollar códigos para poder generar comunidad y todo este tipo de grupos sociales que les permita a los ellos comunicarse o identificarse a través de los ritmos puede ser el rap, el hip hop o diferentes tipos de músicas que eso les permite al final generar una comunidad y esa comunidad es la que genera sus propios códigos en los que se comunican.	Bueno, aquí quisiera apuntarme un poquito a una época en que iniciamos un proyecto con la Fundación Cultural Pablo Narváez. Fue una escuela de formación musical para niños, niñas y adolescentes. Considerábamos que este tipo de manifestaciones culturales eran muy importantes para formar personas más integrales en la sociedad, desarrollar sus facultades y aprovechar sus talentos. Y lo que vimos en esa experiencia es que, principalmente en los jóvenes, la música constituye una parte fundamental en cómo se comunican, en cómo se expresan. A través de la música, ellos logran exteriorizar lo que sienten, lo que piensan, lo que muchas veces no pueden decir con palabras.	Los 2 entrevistados coinciden en que la música es una herramienta fundamental que utilizan los jóvenes, ya que les permite expresar emociones, ideas y pensamientos que muchas veces no logran comunicar con palabras y, al mismo tiempo, genera espacios de identidad y pertenencia en su entorno. El primer entrevistado resalta que, durante la etapa de formación de la personalidad, los jóvenes utilizan géneros como el rap o el hip hop para crear códigos propios y construir comunidad, lo que convierte a la música en un medio de cohesión social. El segundo entrevistado, por su lado aborda que, desde su experiencia en un proyecto de formación musical, observa que la música se convierte en un canal íntimo de expresión emocional y en un recurso para el desarrollo integral de la persona desde su adolescencia.
3. ¿Qué elementos hacen que la música sea una forma única y	La música es un lenguaje universal que rompe barreras de comunicación que la oralidad o la	La música es una forma única de comunicación entre los jóvenes porque, a	El primer entrevistado resalta que la música es un lenguaje universal que logra

<p>efectiva de comunicación entre los jóvenes, en comparación con otros medios como las redes sociales?</p>	<p>escritura no siempre logran. Permite transmitir sentimientos como protesta, descontento o alegría, incluso cuando no entendemos el idioma. De hecho, gracias a la conectividad y las redes sociales, los jóvenes la usan como medio de expresión y construcción social.</p>	<p>diferencia de las redes sociales, conecta directamente con sus emociones y su identidad. Hoy en día, los jóvenes se identifican con un solo género, como el reggaetón, que tiene mucha fuerza en redes, pero también en su forma de expresarse. A través de las letras y el ritmo, la música transmite lo que ellos sienten, lo que viven, incluso si el contenido puede ser cuestionable. Yo, como músico de 60 años, no consumo esa música porque no está en mi entorno social, pero reconozco que para los jóvenes es una vía directa de expresión, más potente que otros medios.</p>	<p>transmitir emociones como descontento, protesta o alegría incluso sin comprender el idioma, y que gracias a las redes sociales los jóvenes la utilizan como un medio de expresión y construcción social. El segundo entrevistado, en cambio, resalta que la música se diferencia de otros medios porque conecta directamente con la identidad y las emociones de los jóvenes entre 16 a 20 años, poniendo como ejemplo el reguetón, un género que, aunque él no consume, reconoce que hoy en día es una vía de expresión poderosa para la juventud. Por ello, ambos coinciden en que la música es más efectiva que otros medios de comunicación, ya que transmite emociones de forma inmediata al escucharla y auténtica, pero se diferencian en el enfoque: mientras el primero destaca su carácter universal y el papel de las redes sociales para su difusión, el segundo pone el acento en la identificación de los jóvenes con géneros específicos que reflejan su realidad y manera de expresarse.</p>
<p>4. ¿Qué géneros musicales considera que son más</p>	<p>Bueno, debido al rango en el que se está utilizando, es irrefutable</p>	<p>Lo que mencionábamos antes es el poder de los</p>	<p>El primer entrevistado resalta que el reguetón es</p>

<p>populares entre los jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba?</p>	<p>negar que el reggaetón es uno de los géneros que más se utilizan. También puedes utilizar el freestyle, las baladas o la música nacional. En estos años he observado cómo muchos jóvenes han botado el tabú de que la música nacional es solo para la parte proletaria o para los mayores. Ahora hay una apropiación de este tipo de música. Por eso se usan las redes sociales para compartir gustos musicales que antes no se podían mostrar por el qué dirán, los tabúes o paradigmas. Hace cinco años era imposible pensar que a los chicos les gustara la música nacional, y no me refiero a la chicha, que se tergiversa mucho, sino a la música nacional antigua: Benítez y Valencia, los pasillos, los Altaspas, los sanjuanitos, entre otros; esa es la verdadera música nacional que tenemos como esencia.</p>	<p>medios, especialmente las redes sociales, que han influido mucho en cómo se consume música. Géneros como el reggaetón especialmente y el más predominante, el hip hop o el pop se han vuelto dominantes entre los jóvenes, no solo por su contenido, sino porque están ligados a la moda y al comercio. A diferencia de otros medios, la música conecta directamente con el momento cultural. Hay géneros como el rock o la música disco que pertenecen a otras generaciones, pero hoy lo que está en tendencia es lo que marca la comunicación entre los jóvenes. La música se adapta a la contemporaneidad, y eso la hace efectiva: porque habla su idioma, está en su entorno y responde a lo que está de moda.</p>	<p>uno de los géneros más utilizados por los jóvenes, pero también resalta la presencia del freestyle, las baladas y, de manera especial, la música nacional, que en los últimos años ha sido tomada en cuenta por las nuevas generaciones. Para él, resulta significativo que los jóvenes dejen atrás tabúes y se apropien de este tipo de géneros como los pasillos, los sanjuanitos o las obras de Benítez y Valencia, reconociendo en ellas parte de su identidad cultural. El segundo entrevistado, por su parte, enfatiza el papel de las redes sociales y de la moda en la difusión de los géneros actuales, señalando que el reguetón es el más predominante ya que marcan la comunicación entre los jóvenes. Por ello, ambos coinciden en que el reguetón es el género más popular entre los jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba.</p>
<p>5. ¿Qué características de estos géneros cree usted que los hacen atractivos para los jóvenes como medio de expresión o identificación?</p>	<p>Puede deberse a los ritmos, o las letras de las canciones, en muchos casos se sienten atraídos por algún género al escuchar su letra que concuerda con sus sentimientos o su manera de sentirse en el momento, y en el caso del reguetón considero que lo que lo hace atractivo es su</p>	<p>Hoy muchos jóvenes consumen música digital, creada con programas y samplers. Este tipo de música, como el reggaetón, es repetitiva, con ritmos simples y pegajosos, lo que la hace fácil de recordar en los jóvenes por su capacidad de retención corta. Su</p>	<p>El primer entrevistado manifiesta que lo que hace atractivos a los géneros musicales para los jóvenes en la actualidad son principalmente los ritmos y las letras, ya que estos elementos suelen coincidir con sus estados de ánimo. En el caso específico del</p>

	<p>ritmo y por eso los jóvenes lo prefieren.</p>	<p>estructura básica se adapta a la memoria rápida de los jóvenes. Además, sus letras suelen hablar de libertades, sexo y drogas, temas que influyen en cómo los chicos se expresan y entienden el mundo.</p> <p>En cambio, la música académica como la de Beethoven o Mozart es compleja y requiere sensibilidad y conocimiento para ser comprendida. Por eso no es tan accesible para todos. La diferencia está en que la música simple llega más fácil, mientras que la música clásica exige más preparación para apreciarla.</p>	<p>reguetón, considera que su ritmo es la clave de su popularidad, porque no suelen prestar mucha atención a las letras. El segundo entrevistado, en cambio, pone el énfasis en la simplicidad estructural de la música que consumen los jóvenes, como el reguetón, caracterizada por ser repetitiva, pegajosa y fácil de recordar, lo que se ajusta a la forma en que ellos procesan la información también resalta que sus letras suelen abordar temas relacionados con libertades, sexo y drogas, lo que influye en la manera en que los jóvenes se expresan y comprenden su entorno al escuchar géneros urbanos. Por ello, ambos coinciden en que el atractivo de estos géneros radica en la conexión directa con los sentimientos de los jóvenes y en su facilidad de acceso.</p>
<p>6. ¿Cree que ciertos géneros musicales están vinculados con formas específicas de lenguaje, comportamiento o identidad juvenil?</p>	<p>Todos los géneros están vinculados a algo, aunque algunos lo hacen de forma implícita y otra más explícita. Hay letras que incentivan actitudes distintas a las que uno tendría normalmente, sobre todo en contextos de jerga, diversión o fiesta. Eso, sumado al ritmo, al compás y a cómo se interpreta la canción, influye mucho. Por ejemplo, con una</p>	<p>Bueno, sí, es que esto precisamente es una forma de expresión hacia el tema de lo que queremos decir. Volvemos a la pregunta: ¿en qué influyen los jóvenes? Claro, precisamente es esta parte de podemos los jóvenes expresar a través de estas manifestaciones culturales. Es un tema que</p>	<p>El primer entrevistado manifiesta que todos los géneros musicales están vinculados a comportamientos y actitudes específicas, ya sea de manera implícita o explícita, y que factores como las letras, el ritmo y el contexto social sobre todo influyen en cómo los jóvenes actúan o se</p>

	<p>combinación entre música y alcohol, puedes terminar haciendo cosas inapropiadas que no harías estando sobrio o en un ambiente social distinto. La música es muy manipulable: despierta sentimientos, emociones y también actitudes. Por eso está claramente vinculada con el comportamiento.</p>	<p>tiene mucha propiedad en ellos y, por tanto, ellos están muy empoderados de este tipo de manifestación, a lo que yo le llamo estas manifestaciones y libertades, en las que en algún momento siempre el medio social conservador, el prejuicio social, el tema del pudor que eran formas de expresión de las personas naturalmente nos horrorizamos ahora al escuchar, por ejemplo, este tipo de manifestaciones que tienen tantas libertades.</p>	<p>sienten. Destaca que la música tiene un poder manipulador que puede despertar emociones y comportamientos distintos a los que se tiene habitualmente. El segundo entrevistado coincide en que la música está ligada a la expresión y a la identidad juvenil, señalando que estas manifestaciones culturales empoderan a los jóvenes y les permiten expresar libertades que antes eran reprimidas por prejuicios sociales. Por ello, ambos coinciden en que la música tiene un efecto directo sobre la conducta y la identidad juvenil.</p>
<p>7. ¿Cuál es la importancia del contenido lírico (las letras) en el uso de la música como medio de comunicación?</p>	<p>Quizás queda en segundo plano, porque mucha gente baila canciones actuales por el ritmo, sin entender la lírica. Por ejemplo, yo muchas veces no entiendo lo que dicen las canciones de reggaetón, pero las disfruto bailando con mi pareja, me lleva el ritmo, no la letra. Esa es una parte de la música que te puede influir, aunque no te importe mucho el contenido lírico. Pero si hablamos de lo sentimental, escuchar una balada, una balada pop, otro tipo de géneros, en el momento en que estás enamorado, representa mucho más; a quienes no estamos enamorados no nos interesa, pero</p>	<p>Bueno, lastimosamente aquí tendríamos nosotros que pensar que ya no existe un contenido lírico, ya no existe una expresión literaria, porque ya no existen las estructuras que permitían lograr una composición lírica, poética. Pero aquí, lastimosamente, ya no existe, penosamente en estos géneros, ni forma musical, ni métrica, y simplemente lo que se hace es expresar en el desorden de la palabra, pero sin un contenido técnico literario.</p>	<p>El primer entrevistado manifiesta que, en muchos géneros actuales como el reguetón, el contenido lírico queda en segundo plano, aunque reconoce que en géneros sentimentales como las baladas las letras sí tienen un impacto emocional directo, especialmente cuando coinciden con experiencias personales como el enamoramiento. El segundo entrevistado, en cambio, enfatiza que en la música contemporánea existe una pérdida de contenido lírico con valor poético o estructural,</p>

	<p>si lo estás, esa canción se transforma en parte tuya y te genera sentimientos.</p>		<p>señalando que las composiciones actuales carecen de expresión literaria, por lo que el mensaje transmitido por las letras es limitado o desordenado. Por ello, coinciden en que el ritmo prevalece y tiene un papel central en la atracción de los jóvenes hacia la música.</p>
<p>8. ¿En qué contextos sociales o personales ha observado que los jóvenes usan la música para comunicar algo (por ejemplo: amor, protesta, amistad, identidad)?</p>	<p>Yo creo que, más allá de los que se mencionan , en esta edad lo que predomina no son esos cuatro elementos, sino más bien el deseo y los encuentros sexuales. Según las estadísticas que tú ya debes haber visto, la mayoría de los jóvenes entre 16 y 20 años prefieren ritmos urbanos. Un muchacho de esa edad, ¿qué sabe del amor? Es algo efímero, puedes estar enamorado cuatro veces en un mes y sentir que es la persona de tu vida. Es preocupante, pero es lo que se va desarrollando. Entonces, no es tanto el amor, quizás la alegría se puede conjugar con eso. Pero lo importante es que muchas de estas actividades giran en torno a lo sexual, y eso es lo que define este ambiente entre los 16 y los 20 años aquí en Riobamba, sobre todo en lo urbano.</p>	<p>Bueno, precisamente la música como un elemento de comunicación sirve para poder expresar, por ejemplo, partiendo desde el tema comercial, lo que se conoce como el jingle, ¿no? Yo no quisiera decir esto, pero lastimosamente el tema del sexo se vende a través de las canciones. El tema de las drogas se está vendiendo a través de las canciones. O sea, se está utilizando como un medio de comunicación comercial.</p>	<p>El primer entrevistado manifiesta que los jóvenes entre 16 y 20 años usan la música principalmente para expresar deseos y encuentros sexuales, más que amor, amistad o protesta, destacando la influencia de los ritmos urbanos en este contexto. El segundo entrevistado coincide en que el sexo está presente en la música juvenil, pero enfatiza su carácter comercial, señalando que también se venden mensajes sobre drogas y otros temas a través de las canciones. Por ello, ambos coinciden en que la música refleja y comunica intereses ligados al sexo en la juventud, aunque el primero lo ve como un fenómeno social y natural de la edad, mientras el segundo lo percibe como parte de un mensaje comercial y mediático.</p>

<p>9. ¿Qué factores influyen en que un joven elija la música como forma de expresión frente a otras opciones?</p>	<p>Mucho influye el ambiente social en el que te desarrollas. Si una persona crece en una familia de músicos académicos, va a descubrir ritmos distintos como la bossa nova, el jazz o el blues. Pero si hablamos de clases sociales, la clase baja o media no tiene acceso a esa música académica porque su entorno no lo permite. No vas a escuchar a alguien que trabaja ocho horas al día y no tiene servicios básicos escuchando música clásica o jazz. La cultura no llega fácilmente a esos estratos. En cambio, si tus padres están en la música andina o académica, el espectro se abre mucho más. Por ejemplo, el reggaetón no nació en las altas alcurnias, viene de los arrabales, del proletariado. Su acústica, su lírica, su jerga popular reflejan eso. Aquí también se ha desarrollado en los sitios urbanos marginales. Por eso, el ambiente en el que te desarrollas influye mucho.</p>	<p>El entorno social la casa, la familia, el nivel intelectual y el pensamiento universal influye mucho en cómo una persona se relaciona con el arte. No se trata solo de un género o una forma, sino de cientos de maneras de expresión artística: música, pintura, danza, poesía, arquitectura, entre otras. Así como en la música existen estilos como el barroco, renacentista, clásico, romántico o contemporáneo (rock, jazz, blues, hip hop), en las artes plásticas también hay corrientes como el surrealismo, hiperrealismo, expresionismo, cubismo, etc. Hay muchas formas de expresión más allá de solo escuchar música.</p>	<p>El primer entrevistado manifiesta que el ambiente social y familiar influye directamente en la elección musical de los jóvenes, señalando que quienes crecen en contextos populares suelen acercarse a géneros como el reguetón, mientras que quienes provienen de familias vinculadas a la música académica tienen acceso a estilos como jazz, blues o bossa nova. El segundo entrevistado coincide en que el entorno social y familiar es determinante, pero amplía la perspectiva señalando que la expresión artística no se limita a la música, sino que abarca otras manifestaciones como pintura, danza o arquitectura. Por ello, ambos coinciden en que el contexto social y familiar es un factor clave para elegir la música como forma de expresión.</p>
<p>10. ¿Además de escuchar música, de qué otras formas creen usted que los jóvenes se expresan musicalmente baile, ropa, videos, redes sociales, arte urbano, etc.?</p>	<p>Creo que las redes sociales son un espacio muy importante para transmitirse. Antes, solo quienes tenían contactos en medios podían hacerse conocer, pero ahora cualquiera con acceso a internet puede volverse famoso. Por eso nacen los influencers, también en música. Si te gusta cantar, subes tu video a TikTok y puede llegar a mucha gente, porque responde a intereses compartidos. Todo se</p>	<p>Precisamente es por las formas en que los jóvenes asimilan e identifican lo que escuchan. Esto está muy relacionado con la moda y con la comunicación digital, que los mantiene conectados día a día con la modernidad. Las culturas urbanas, por ejemplo, no son más que estereotipos y modas que los jóvenes adoptan como parte</p>	<p>Los 2 entrevistados coinciden en que los jóvenes se expresan musicalmente más allá de escuchar música, usando redes sociales y elementos de la cultura urbana. El primero destaca la difusión y el alcance que permiten las plataformas digitales, mientras que el segundo enfatiza la conexión emocional y la autenticidad</p>

	<p>sectoriza por algoritmos, y eso nos encierra en cápsulas de contenido personalizado. Las redes sociales nos hacen creer que tenemos libertad, pero perdemos la noción de lo que pasa en nuestro barrio o ciudad. La música puede romper esas barreras: expresa lo que no se puede decir con palabras o dibujos.</p>	<p>de su identidad. La música, en ese contexto, se convierte en una vía directa de expresión: más emocional, más inmediata, más ligada a lo que viven. A diferencia de las redes sociales, que pueden ser más superficiales o filtradas, la música les permite decir quiénes son, cómo se sienten y con qué se identifican.</p>	<p>que la música brinda frente a la superficialidad de las redes.</p>
<p>11. ¿Qué recomendaciones daría para investigar la relación entre música, juventud y comunicación desde un enfoque académico o social?</p>	<p>Justamente este tipo de análisis es muy necesario porque nos permite entender la realidad de la sociedad en la que nos desarrollamos. Tú me hablas de un target específico: chicos entre 16 y 20 años en Riobamba urbano. Si haces el mismo estudio en otra ubicación, los resultados serían distintos. Desde la academia hay que fortalecer esto. Si tú haces Riobamba urbano y otra persona hace Riobamba rural, se pueden contrastar y concatenar los resultados. Eso permite que futuras generaciones encuentren en esos trabajos una forma de expandirse. Desde lo académico es muy interesante trabajar análisis de discurso, de contenido, análisis semiótico, que se ha tocado muy poco en comunicación. Fortalecer esto desde la academia brinda herramientas para diversificar el contenido y fortalecer el campo académico.</p>	<p>La investigación sobre música, juventud y comunicación debe considerar que el conocimiento se construye colectivamente y que los jóvenes no están alejados de este proceso. Las redes sociales, aunque a veces se critiquen, también ofrecen información inmediata que, bien aprovechada, puede nutrir el pensamiento crítico. Además, es clave analizar cómo las subculturas juveniles como: rockeros, punkeros, hiphoperos o colectivos LGBTI expresan identidades y formas de pertenencia, convirtiéndose en manifestaciones de culturas urbanas contemporáneas.</p>	<p>Los 2 coinciden en que la investigación sobre música y juventud debe ser académica y contextualizada, pero el primero enfatiza métodos analíticos y comparación de entornos, mientras el segundo resalta la participación juvenil, las subculturas y el uso de redes sociales como fuentes de información.</p>

<p>12. ¿Qué elementos visuales o narrativos considera importantes para incluir en un video que busque representar cómo los jóvenes usan la música para comunicarse? En base a mi ‘ultimo objetivo de crear un video</p>	<p>A ver, en ese sentido, para poder proponer este tipo de cosas, tú tienes que guiarte por tu público objetivo. Porque de nada sirve que yo, que tengo 34 años, te diga lo que a mí me gustaría ver en un producto comunicacional. A mí, por ejemplo, me gustaría una infografía, algo más elaborado. Pero los chicos de 16 a 20 años no buscan eso. Ellos quieren algo visual, algo rápido, algo que les atraiga desde lo visual. Por eso es importante que tú hagas entrevistas a chicos de esa edad, en distintos espacios: discotecas, bibliotecas, lo que sea. Y que uses herramientas como encuestas bien estructuradas, que te digan qué quieren ver en tu video, qué narrativa les interesa, qué tipo de storytelling les llama la atención. Porque al final, el producto tiene que estar diseñado para ellos, no para nosotros. Nosotros podemos guiar, pero ustedes tienen que encontrar el modo, porque ya no hacemos los videos como los jóvenes de ahora.</p>	<p>Para un video que refleje cómo los jóvenes usan la música para comunicarse, lo más importante es aprovechar los recursos digitales y el celular, que es el medio más cercano e inmediato para ellos. Es clave hablar en su propio lenguaje y presentar más imágenes que texto, porque los jóvenes tienen una menor retención de información escrita y se conectan mejor con lo visual. Por eso, se recomienda usar animaciones, colores llamativos y un diseño creativo que genere impacto visual y capte su atención.</p>	<p>Ambos entrevistados coinciden en que un video sobre cómo los jóvenes usan la música debe centrarse en lo visual, rápido y atractivo para el público de 16 a 20 años. El primero enfatiza la importancia de conocer al público mediante entrevistas y encuestas para adaptar la narrativa a sus intereses, mientras que el segundo resalta el uso de recursos digitales, animaciones y colores llamativos para captar su atención y facilitar la conexión con su lenguaje y forma de procesar información.</p>
--	---	---	--

Fuente: Entrevistas a Expertos

Nota: Elaboración Propia

Anexo 4: Encuesta a los Estudiantes de Colegio Riobamba, Colegio Juan de Velasco y de los primeros semestres de la Carrera de Comunicación de la UNACH



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL**



***Encuesta para determinar a la Música como Herramienta de
Comunicación Alternativa de los Jóvenes entre 16 y 20 años en Riobamba urbano,
periodo enero-junio 2024***

Esta encuesta forma parte de una investigación académica que busca comprender cómo la música funciona como medio de expresión y comunicación entre jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba urbano, durante el periodo enero a junio de 2024. La información será tratada con confidencialidad y utilizada únicamente con fines investigativos.

Marque con una X según corresponda.

Sección A — Datos sociodemográficos

1. Edad: _____ años

2. Sexo:

Masculino Femenino Otro / Prefiero no decir

3. Nivel de estudios:

Bachillerato Primeros semestres de la carrera

4. Ocupación principal:

Estudiante Trabaja Trabaja y estudia Otro

Sección B — Hábitos de consumo musical

6. ¿Con qué frecuencia escuchas música?

Varias veces al día

- Una vez al día
- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Menos de una vez a la semana

7. ¿Dónde sueles escuchar música principalmente? (marcar hasta 2)

- En casa
- En el transporte / camino a la escuela/trabajo
- En el colegio/universidad
- En reuniones con amigos
- En redes sociales / plataformas (YouTube, TikTok, Spotify, etc.)
- Otros: _____

8. Plataformas que usas con más frecuencia para escuchar música (marcar hasta 3)

- Spotify
- YouTube
- TikTok
- Apple Music
- Radio tradicional
- Otras: _____

9. ¿Sueles crear o compartir playlists o canciones con amigos/familia?

- Sí frecuentemente
- A veces
- Rara vez
- Nunca

Sección C — Música como comunicación

Nota. Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Ni de acuerdo, ni en	1	2	3	4	5
---	---	---	---	---	---

desacuerdo (3), De acuerdo (4), Totalmente de acuerdo (5).					
10. La música me ayuda a expresar emociones que no sé decir con palabras.					
11. Uso canciones o letras para comunicarme con amigos.					
12. La música es una forma importante de identidad entre mi grupo de amigos.					
13. A través de la música me entero de ideas o mensajes sociales/políticos.					
14. Prefiero usar música en redes sociales para comunicar algo antes que escribirlo directamente.					
15. Considero que la música puede influir en la forma en que la gente actúa o piensa.					
16. He cambiado mi opinión sobre un tema después de escuchar una canción.					
17. Me siento identificado/a con los mensajes					

que escucho en mis canciones favoritas.					
---	--	--	--	--	--

Sección D — Formas y medios de comunicación musical

18. ¿Has usado música para comunicarte directamente con alguien?

Sí —¿Con qué frecuencia? Frecuente Ocasional Rara vez

No

19. ¿Qué elementos de la música crees que comunican más?

Letra / mensaje

Ritmo / beat

Voz / tono del cantante

Melodía

Producción / arreglos

20. ¿Qué géneros musicales usas más para comunicar diferentes estados de ánimo?

Pop

Rock

Reggaetón / Urbano

Hip-hop / Rap

Balada

Electrónica

Música tradicional / folklórica

Otro: _____

21. ¿Consideras que los jóvenes usan la música como su principal forma de comunicación no verbal?

Sí

() No

() En parte

Anexo 5: Encuesta Aplicada por Google Forms



Link:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfKZUscnpyL2rbs5n052yA4O6VwZ0c1069Lq1imsJg5y_6lyw/viewform?usp=header

Anexo 6: Análisis Completo de Género Musical preferido por los jóvenes

TABLA 34. ANÁLISIS COMPLETO DEL GÉNERO PREFERIDO POR LOS JÓVENES

Género Musical	Indicadores de Consumo	Frecuencia (N. de Menciones)	% de Preferencia	Significados Comunicacionales
Pop	Escuchado de forma constante en plataformas digitales por su ritmo y las tendencias juveniles actuales.	114	31,06%	Se asocia con conexión afectiva, emociones positivas y experiencias en el ámbito cotidiano, que permiten que los jóvenes expresen su estado de ánimo o sus relaciones personales.
Rock	Consumido ocasionalmente por jóvenes que	26	7,08%	Refleja autenticidad e individualidad, que funciona muchas veces

	tienen un estilo musical asociado a su identidad personal.			como un canal de rebeldía, o diferencia entre patrones o tendencias igualitarias.
Reguetón/Urbano	Consumido diariamente en espacios sociales y recreativos como fiestas y reuniones entre amigos.	142	38,69%	Representa alto dinamismo, expresión y sociabilidad, ya que se manifiesta como un medio de comunicación que hace que los jóvenes transmitan pertenencia a un grupo e identidad ligados a su entorno.
Hip Hop/Rap	Escuchado en contextos de expresión personal por jóvenes que se identifican con las letras de varias canciones.	22	5,99%	Expresa resistencia y narrativas personales, ya que mediante este tipo de géneros los jóvenes suelen comunicar sus opiniones, vivencias y opiniones que muchas veces no las dicen directamente.
Baladas	Consumidas principalmente en momentos de relajación o introspección.	19	5,18%	Se relaciona con la expresión de sus sentimientos más profundos, como amor, reflexión, tristeza o nostalgia; esto es por las letras de estos géneros que se asocian con su estado de ánimo y sirve como un recurso comunicativo para expresar emociones íntimas.
Electrónica	Escuchada sobre todo en actividades	12	3,27%	Comunica energía y movimiento, que permite que los jóvenes

	deportivas o energéticas.			expresen dinamismo y a su vez desconexión temporal del estrés o problemas a través de estos ritmos intensos.
Música Tradicional	Es consumida en eventos culturales o familiares.	18	4,9%	Estos géneros refuerzan la identidad cultural y el sentido de pertenencia de los jóvenes con sus raíces comunitarias o familiares sirviendo como canal para expresar sus costumbres y valores.
Otros	Personas que prefieren otros géneros.	14	3,81%	Géneros distintos que pocos jóvenes prefieren por sus gustos o por que los conectan más con sus vivencias y su entorno.
Resultado (Género Predominante)	El género predominante con mayor preferencia entre los jóvenes de 16 a 20 años en Riobamba Urbano fue el Reguetón/Urbano, por el entorno en que se desenvuelven, por pertenencia con su grupo y por tendencias en redes sociales que generan un impacto significativo en estos estilos musicales.			

Fuente: Resultado de la Encuesta

Nota: Elaboración Propia

Anexo 7: Evidencia de las Tutorías



Nota: Elaboración Propia