

UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL



TESIS DE GRADO

**“LA INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA
RADIO EN LOS ADOLESCENTES ENTRE 13 Y 15
AÑOS DE EDAD EN EL COLEGIO Dr. ANTONIO VACA
DIEZ DE LA CIUDAD DE COBIJA, DURANTE MARZO
Y ABRIL DEL AÑO 2010.”**

POSTULANTE: Univ. Sebastián Sabené Siviora

TUTORA: Lic. Ingard Miahuchi Nataly.

Cobija - Pando - Bolivia
2010

**UNIVERSIDAD AMAZÓNICA DE PANDO
ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES
PROGRAMA DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**“LA INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA
RADIO EN LOS ADOLESCENTES ENTRE 13 Y 15
AÑOS DE EDAD EN EL COLEGIO Dr. ANTONIO VACA
DIEZ DE LA CIUDAD DE COBIJA, DURANTE MARZO
Y ABRIL DEL AÑO 2010.”**

Tesis de Grado sometida a consideración de la Universidad Amazónica de Pando, Área de Ciencias Sociales, Programa de Ciencias de la Comunicación Social.

Requisito para optar al grado de:

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social

Por

Sebastián Sabené Siviora

Cobija - Pando - Bolivia
2010

Esta Tesis de Grado, ha sido aceptada en su presente forma, por la Universidad Amazónica de Pando, la Dirección del Área de Ciencias Sociales y aprobada por el Tribunal.

FIRMANTES:

Lic. Lic. Alfredo Aparicio Callaú
Director(a) Área de Ciencias Sociales a. i.

Lic. Sandra Cabrera H.
Tribunal

Lic. Carlos Arce Castedo
Tribunal

Lic. Ingard Nataly Miahuchi
Tutora

Univ. Sebastián Sabené Siviora
Postulante

Dedicatoria

A la memoria de mi madre Carmen por el amor, el apoyo constante y ser ejemplo de superación académica. A mi padre Nicolás, mis hermanos Miguel, Carmen, Rosa y Nicolasito .A mi esposa Rocío y mi hija María Fernanda por su amor, comprensión y ayuda permanente en mi formación profesional.

Agradecimientos

A Dios por haberme dado la vida, inteligencia y sabiduría para lograr este paso importante en mi vida.

A la Universidad Amazónica de Pando, por brindarme la oportunidad de adquirir conocimientos a través de cinco años de estudio.

A mis compañeros de estudio con quienes juntos compartimos muchas horas en la sala de prácticas elaborando trabajos.

Mi afecto y admiración a los docentes, equipo de profesionales que con sus conocimientos supieron contribuir con las asignaturas en la formación de la primera promoción de Comunicadores Sociales de Pando.

Especial mención me cabe conferir a profesionales pandinas como Lic. Ingard Miahuchi N. Tutora y docente, que supo guiarme en el aula y en la elaboración de la Tesis, "La influencia de la música en adolescente de 13 a 15 años a través de la radio"

Agradecimiento especial a los Licenciados Leny Nataly de Miahuchi y Carlos Arce Castedo, de quienes recibí consejos y constante apoyo, al Lic. Alfredo Aparicio Callaú, por su paciencia y capacidad como profesional.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
ÍNDICE DE CUADROS.....	vi
ÍNDICE DE ANEXOS.....	vii
RESUMEN.....	viii

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

I Antecedentes	3
1.1. Historia de la Música	3
1.2. La música en la radio de Cobija	6
1.3. Justificación	7
1.4. Problemática	7
1.5. Objetivos	9
1.5.1. General	9
1.5.2. Objetivos Específicos	10
1.6. Hipótesis	10
1.6.1. Operacionalización de variables	10

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1. Diseño metodológico	12
2.2. Metodología cuantitativa	13
2.3. Tipo de Estudio	14
2.4. Técnicas cualitativas	14
2.4.1. Revisión Documental	14
2.4.2. Entrevista Estructurada	15
2.4.3. Entrevista en Profundidad	17

2.5. Metodología Cuantitativa	18
2.6. Técnicas Cualitativas	18
2.6.1. La Encuesta	18
2.6.2. Población y Muestra	19
2.6.3 Muestra	20
CAPÍTULO III	
MARCO TEÓRICO	22
3.1. Antecedentes	22
3.2 Bases Teóricas	23
3.2.1. La Radio como Medio	23
3.2. La Música en la Radio	25
3.2.1. Funciones fundamental de la Música en la Radio	30
3.2.2 Otras Funciones de la Música	30
3.3. Los Géneros Musicales en la Radio	
3.4. Efectos de la Música en los Oyentes	35
3.5. La Identidad Cultural	37
3.5.1. Funciones de la Identidad	
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	45
4.1. Música- Actitudes- Comportamiento de los Adolescentes	45
4.2. Los Efectos Emocionales de la Música	47
4.3. Desde la visión de los propietarios de radios, la música brasilera por ser universal no influye en la audiencia	48
4.4. Visiones contradictorias sobre la influencia de la música	51
4.5. Resultados de la encuesta a los adolescentes	53
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	74
BIBLIOGRAFÍA	76
ANEXOS	88

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1 Variable Independiente Radio.....	8
Cuadro N° 2 Variable Aspectos Culturales.....	8
Cuadro N° 3 Variable Adolescencia.....	39

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo nº 1 ENCUESTA RADIAL

Anexo nº 2 ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE MEDIOS

Anexo nº 3 ENTREVISTA A LOCUTORES

Anexo nº 4 ENTREVISTA PSICOLOGO (A)

Anexo nº 5 ENTREVISTA SOCIÓLOGO (A)

RESUMEN

La presente investigación analiza la influencia de la música brasilera que emiten las radios de Cobija y los efectos que producen en los adolescentes. Esta temática adquiere importancia puesto que, históricamente en nuestro medio, se han difundido frecuentemente mensajes musicales de otras culturas en detrimento de la propia.

Los resultados del trabajo muestran que la radio, como mediadora social, se convierte en un factor que produce cambios en la identidad, cultura, comportamiento y valores de los adolescentes; puesto que la divulgación de la música brasilera y los programas en idioma Portugués en las FM locales (modalidad que asumió la televisión en esta gestión), no sólo distorsiona nuestro idioma, ni afectan nuestras costumbres sino, que generan un proceso de aculturación que provoca pérdida de identidad, al ser influenciados en la vestimenta, el peinado, bailes y la conformación de grupos que asimilan los rasgos culturales de otra sociedad impuestos a través de la música.

El propósito del tema es proporcionar información útil para el cambio de actitud de autoridades nacionales, departamentales, académicas, educadores, comunicadores, propietarios de medios de comunicación y todos los que vivimos en esta frontera patria.

INTRODUCCIÓN

La música, como elemento del lenguaje radiofónico, debe ser pensada como el conjunto de mensajes que dirige la política comunicacional de una emisora. Desde esta visión, consideramos que la música tiene un verdadero papel comunicacional, es decir, que tiene un auténtico valor en una radioemisora y en la audiencia.

En el caso de Cobija, desde épocas pasadas, la música en la radio asume una fuerte tendencia a difundir mensajes musicales pueden ser un factor de cambio en la identidad, la cultura y el comportamiento de los adolescentes de esta zona fronteriza.

En este sentido, el tema central de la presente investigación, tiene el objetivo de describir los efectos que las canciones brasileras (letra y música) pueden tener en el inconsciente colectivo de los adolescentes, específicamente, pretende demostrar los cambios que provocan en la identidad cultural y personal de este grupo humano.

El propósito de este estudio se fundamenta en la necesidad de aportar información útil sobre las consecuencias y derivaciones que genera la música que emiten nuestras radioemisoras en la identidad y cultura de los adolescentes. Además, constituirá un soporte para proyectar acciones y estrategias destinadas a fortalecer la comunicación radiofónica para que apueste por programas que preserven la cultura en la región amazónica.

La investigación se basa en la metodología cualitativa - tipo descriptiva, pues, su enfoque facilitó obtener información de primera fuente para entender y aprender la realidad analizada sobre la música brasileras que emiten las radios de Cobija y el impacto que tiene en los adolescentes.

Pese a las limitaciones de aproximación al tema desde varios aspectos que se relacionan con el problema, el estudio es importante porque permite demostrar la influencia que ejerce la música en la comunicación radiofónica.

El trabajo mantiene una estructura en capítulos, los mismos que desagregaremos en unidades temáticas, que desde la perspectiva integral, son parte indisoluble del mismo.

El capítulo I desarrolla los antecedentes de la investigación sobre la música en general y la música en las radios de Cobija en particular. Incorpora la justificación, los propósitos, la problemática y los objetivos de esta proposición. Así como, la hipótesis que presume que la divulgación de la música brasilera en las radios FM de Cobija, es un factor de cambio en la identidad de los adolescentes.

En el capítulo II establece a la metodología de la investigación entendida como el conjunto de medios conceptuales, herramientas y técnicas para recolectar, ordenar y analizar la realidad estudiada. Además, se encuentran incorporados la población sobre la cual se aplica el estudio y la muestra representativa de los adolescentes como un subconjunto de la población. En nuestro caso, apoyados en la metodología cualitativa que busca la descripción de las cualidades del fenómeno estudiado utilizamos las técnicas como la revisión documental, la entrevista estructurada y la entrevista en profundidad.

El capítulo III contiene el marco teórico que sustenta la investigación, es decir, desarrolla las teorías y enfoques comunicacionales que abordan el tema de estudio basado en investigaciones que aportan a la comprensión y fundamentación de la temática de la radio como mediadora cultural y el reconocimiento de la influencia de la música en los oyentes en general y en los adolescentes en particular. Este marco conceptual nos permitió obtener una visión completa sobre el conocimiento científico que se tiene acerca del tema.

El capítulo IV aborda el análisis e interpretación de resultados de la investigación por medio de la organización de los datos y el análisis de los

mismos utilizando tablas de frecuencias. Desde el enfoque de cada uno de los grupos sociales entrevistados y encuestados, se diseñaron las conclusiones afirma que la divulgación de la música brasilera en las radios FM de Cobija es un factor de cambio en el comportamiento, la cultura, las emociones y la identidad de los adolescentes.

Finalmente, se exponen recomendaciones dirigidas a instituciones privadas y públicas entre los que se encuentran los medios de comunicación.

CAPÍTULO I

GENERALIDADES

I Antecedentes

1.1. Historia de la Música.

Los orígenes de la música se desconocen, ya que en sus inicios no se utilizaban instrumentos musicales para interpretarla, solo la voz humana, o la percusión corporal, que no dejan huella en el registro arqueológico.

Es lógico pensar que la música se descubrió en un momento similar a la aparición del lenguaje. El cambio de altura musical en el lenguaje produce un canto, de manera que es probable que en los orígenes apareciera de esta manera. Además, la distinta emotividad a la hora de expresarse, o una expresión rítmica constituye otra forma de, si no música, sí de elementos musicales, como son la interpretación o el ritmo. Es decir, la música nació al prolongar y elevar los sonidos del lenguaje. Esta teoría científica sigue siendo sostenida desde hace mucho tiempo por filósofos y sociólogos como Jean Jacques Rousseau, Johann Gottfried Herder o Herbert Spencer fueron algunos de sus mayores defensores. ¹

Ramírez Arriaga (2009 Pág. 8-9), indica que: después de que el hombre descubrió cómo satisfacer sus necesidades básicas, su ansia por descubrir aun más, hizo que en base a la observación de los sonidos del viento, el cantar de las aves, el movimiento de los árboles y todo aquello que lo maravillara y tuviera la inquietud de producir un aparato que lograra imitar aquellos sonidos agradables, los cuales servirían como distractores y relajantes. Utilizando para ello piedras, palos y huesos para la fabricación de instrumentos musicales. Estos materiales todavía se utilizan para la elaboración de instrumentos musicales.

¹ RAMÍREZ Arriaga Velveth Johanna, 2009 INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN EN LA NIÑA Y EL NIÑO, Guatemala, Pág. 8-9

“En el año 1995 se encontró en la cueva de Divje Babe, en Eslovenia, una flauta con una antigüedad de entre 45.000 a 80.000 años, la más antigua encontrada hasta ahora, asociada a los neandertales, a instrumentos líticos Musterienses, mientras que el resto de flautas encontradas hasta entonces estaban asociadas al homo sapiens. En su tamaño original mediría unos 37 centímetros y está realizada en un fémur de un oso de las cavernas”.

Con el transcurrir del tiempo estos instrumentos evolucionaron y cautivaron al ser humano, de esa manera podría componer música cuando quisiera. En el siglo XXI se puede escuchar música interpretada a través de instrumentos como la guitarra de caja, la guitarra eléctrica, trompetas, clarinetes, piano, teclado, marimba, chirimía, tambores, concertinas, tortugas, cuernos de animales, tun, batería, batería eléctrica y otros.

Mientras exista la humanidad, la música nunca dejará de existir, ya que siempre está en constante evolución y en el gusto de las personas. Desde hace unos 2,500 años, la música se ha considerado una fuerza tan potente e influyente en la sociedad que los principales filósofos y políticos han abogado por su control, incluso a través de la constitución de su nación. Este fue el caso en Esparta y Atenas. En Japón, en el siglo III a.C., se estableció una oficina imperial de música (el Jagaku-ryo) para controlar actividades musicales. Otras culturas antiguas, como las de Egipto, India y China, manifestaron preocupaciones similares. Hoy, un control legislativo o gubernamental de este tipo sería casi inconcebible, pero incluso en este siglo, hay gobiernos que han implementado leyes para controlar la música.²

Se sabe que los jóvenes construyen su identidad con el vestuario, el peinado, el lenguaje, así como también con la apropiación de ciertos objetos emblemáticos, en este caso, los bienes musicales, mediante los cuales, se convierten en sujetos culturales, de acuerdo con la manera que tienen de entender el mundo, y de

² [Influencia de la Radio en los Jóvenes « Vida de Palabra - La Coctelera](http://vidadepalabra.lacoctelera.net/.../influencia-la-radio-los-jovenes) 21 Sep 2006 vidadepalabra.lacoctelera.net/.../influencia-la-radio-los-jovenes -

vivirlo, de identificarse y diferenciarse. Los jóvenes se constituyen en grupo. Los amigos son el núcleo donde se generan los patrones de conducta que se le propone seguir al adolescente.³

Comas Martin, también hace referencia a que el deseo de ser independiente de la familia lo va a suplir con la dependencia de un grupo. Allí se escogerán los significados sociales que atribuyen a los bienes culturales que consumen.

El consumo cultural los identifica y los cohesiona, les dicta patrones de conducta, códigos, formas de aprendizaje, inclusive su lenguaje se arraiga en los objetos que consumen. En definitiva, se establece un sistema de creencias. Los miembros del grupo actúan siguiendo estas creencias.

En los grupos en los cuales, el elemento de cohesión, es la música, las creencias se generan a partir de ella. Es la que determina la forma de vestirse, peinarse, moverse, y hablar. Este conjunto de creencias construye la identidad de ese grupo de pertenencia.

Muchas personas creen que la música es pura y simplemente música -que no implica ningún problema y, por lo tanto, no requiere ninguna evaluación. Además, ¿por qué tanta preocupación por la música? ¿Cuál es el problema? Para los antiguos las respuestas eran claras. Creían que la música afectaba directamente la voluntad, la que a su vez influía sobre el carácter y por ende sobre la conducta humana.

Aristóteles enseñaba que "la música imita directamente (es decir, representa) las pasiones o estados del alma -apacibilidad, enojo, valor, templanza, y sus opuestos y otras cualidades; por tanto, cuando se escucha música que imita cierta pasión, es imbuido por la misma pasión. Destaquemos, para responder, varios aspectos de la naturaleza de la música. Primero, la música, independientemente de la letra,

³ COMAS Martin, Semiótica de los Medios www.monografias.com

comunica un mensaje. No son necesarias las palabras para que la música tenga significado.

Por otro lado, la música siempre ha desempeñado un papel importante en el aprendizaje y la cultura, pudiendo llegar a influir en costumbres y emociones. En muchas ocasiones la música forma parte de la tradición de un país o de una región (reggae, tango, folklore, rap, polka, salsa, samba, etc. En numerosas circunstancias se convierte la música en verdadera protagonista pudiendo serlo también los propios intérpretes o sus mismos autores.

1.2. La música en la radio de Cobija.

En esta ciudad tuvieron que pasar dos décadas del moderno siglo XX, para que llegue la radio a esta región del país; una extraordinaria novedad que en gran parte del mundo alcanzaba sus mejores épocas.

Desde sus inicios, la radio en Cobija tropezó con el problema de la falta de energía eléctrica. Hasta mediados de los 70 solo había luz eléctrica desde las seis hasta las once de la noche, en este horario las radios emitían sus señales. Ya en los 80 la energía eléctrica mejoró relativamente; en el día la audiencia podía escuchar música y noticias a través de la radio. Las primeras transmisiones se iniciaron con un equipo Marconi, funcionó en inmediaciones del barrio “Chino”-en aquel entonces-hoy barrio “Progreso”; en las dependencias de lo que es ahora SEDES PANDO.⁴

En la década del 1950, inició sus transmisiones la primera radioemisora de Cobija, cuyo nombre hizo honor a la Perla del Acre, “Cobija”. Emitía su señal en onda corta, llegando a todos los centros y siringales, incluso, se dice, que era escuchada en Manaus- Brasil, habiendo referencias también de la recepción de cartas de oyentes de Japón.

Esta radio, de propiedad del Centro de Acción Pandina, difundía música de todas partes del mundo, por ejemplo, melodías japonesas e internacionales. “Cobija” fue

⁴ Investigación de Estudiantes del Tercer Semestre de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, Rating Radial en Cobija, 2006

la primera emisora en hacer radioteatro, y se dice que tuvo la discoteca más grande del país, en aquel entonces. Con el pasar del tiempo, esta emisora cívica fue perdiendo su señal hasta desaparecer completamente.

1.3. Justificación.

El presente trabajo, la **“Influencia de la música a través de la radio en los adolescentes entre 13 y 15 años de edad”**, tiene la finalidad de conocer el predominio y efectos que tiene la música y los formatos musicales a través de la radio en la identidad de los adolescentes.

El propósito de esta investigación consiste en aportar información útil para proyectar acciones y estrategias a futuro en relación al valor intrínseco de la radiodifusión como elemento integrador y de cambio anticipado para los diferentes tipos de públicos debido a que no hay estudio que hubiera dado como resultado “la apropiación cultural”.

El estudio adquiere importancia porque pretende determinar las consecuencias y derivaciones de la música que emiten nuestras radioemisoras en la identidad y la cultura de los adolescentes, puesto que, la musicalización en la radio debe entenderse como un componente esencial para posibilitar la sostenibilidad o los cambios que conlleven al establecimiento cultural en la región Amazónica.

Dentro de este panorama, no es fácil encontrar quién quiera apostar por programas regionales con calidad que preserven la cultura nacional.⁵

Por lo expuesto, es necesario determinar si el impacto de la música a través de los programas que emiten los medios de comunicación radial, es un factor de cambio en la identidad y cultura de los adolescentes de nuestra ciudad.

⁵ GARCIA, Néstor y RONCAGLILOLO, Rafael, 1988 (Edit.). Cultura Transnacional y Culturas Populares Instituto Para América Latina. Lima.

1.4. Problemática.

La música es un elemento que influye cada día más en la vida de los jóvenes y adolescentes; pero la música actual se caracteriza por tener cada día más mensajes violentos, sexuales y promiscuos que son escuchados por los jóvenes. Un ejemplo de esto se puede ver en el reggaetón que esta tan de moda hoy en día, se nota que sus letras no traen mensajes positivos, pero aun así todos las cantan y las bailan con solo escucharlas. Por eso en esta investigación se decidió abordar si la música que escuchan los adolescentes hoy en día afecta identidad o no.

Además, se trata de describir la influencia que ejerce la radio en una comunidad que está determinada por una serie de normas, valores y creencias de este grupo poblacional.

En el caso específico de Cobija, ésta asume una nueva personalidad al tener, desde épocas históricas hasta hace pocos años, una fuerte tendencia a difundir elementos culturales de otro país y que tuvieron, por la falta de otra visión, una gran aceptación en la audiencia.

Un seguimiento a las programaciones de las radios de nuestra localidad, nos permite aseverar que el 100% de ellas difunden programas en idioma Portugués, con diferentes formatos y contenidos, pero con música enteramente brasilera. Esta tendencia no se limita únicamente a la radio, sino que en la presente gestión, se está ampliando a la televisión local (Noticias de la Frontera SPC y varios programas musicales para la juventud difundidos por otros canales).

Debido a la incipiente y escasa publicidad generada por el comercio local y otros servicios, los propietarios de las radioemisoras se ven obligados a vender espacios de radio a locutores brasileros para que conduzcan sus programas en idioma portugués con la difusión de música brasilera, distorsionando de esta manera, la función fundamental de “educar”, tanto de la radio como de la música en la radio.

De ahí, que siendo la radiodifusión una parte fundamental para la creación de la cultura de masas, estas acciones reforzadas por el contacto interpersonal entre turistas y anfitriones en el área comercial, conllevan a un proceso de aculturación muy especialmente en los adolescentes que asumen comportamientos y construyen su identidad generados por la música que escuchan.

Consiguientemente, la temática de la cultura local en las radioemisoras de Cobija, todavía no ha creado conciencia en los propietarios de los medios radiales ni en las unidades de cultura institucionales y menos en el comercio: se continúa difundiendo regularmente producciones brasileras, sin tomar en cuenta el poder de influencia que tiene la radio para transmitir cambios y diferencias en la identidad de los adolescentes en los aspectos cultural y social.

¿Cuáles son las consecuencias que provoca la divulgación de la música brasileras, a través de las radios de Cobija, en la identidad de los adolescentes entre 13 y 15 años?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Determinar la influencia de la música brasileras difundida a través de la radio en los adolescentes entre 13 y 15 años del colegio “Dr. Antonio Vaca Diez”, de la ciudad de Cobija, durante marzo y abril del año 2010.

1.5.2. Objetivos específicos.

- Identificar las preferencias musicales de los adolescentes del colegio Dr. Antonio Vaca Diez.
- Describir el tipo de mensajes que perciben los adolescentes de la música.
- Identificar el género musical del agrado de los adolescentes.
- Describir la influencia de la música brasilera en la identidad de los adolescentes entre 13 y 15 años.

1.6. Hipótesis

La divulgación de la música brasilera en las radios FM de Cobija es un factor de cambio en la identidad de los adolescentes.

1.6.1. Operacionalización de variables

Considerando que la Operacionalización de variables es esencialmente aquella que indica que el problema ciertamente existe, exponemos las variables que sustenta el presente trabajo.

Cuadro N° 1

Variable Independiente

Variable	Definición conceptual	Dimensión	Indicador	Instrumento
V. I. Música brasileña Divulgada en la radioemisoras	La música brasileña son los diversos ritmos y melodías que reflejan la cultura del Brasil, las cuales son difundidas con bastante frecuencia en las emisoras locales	Ritmos y melodías.	<ul style="list-style-type: none">○ Programas○ Locutores	Entrevistas

Cuadro N° 2

Variable Dependiente

Variable	Definición conceptual	Dimensión de la identidad cultural	Indicador	Instrumento

<p>Cambios en la identidad</p>	<p>La identidad describe las características y atributos que comparte un grupo de personas, que por diferentes factores se modifican.</p>	<p>Conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador de un grupo social y que actúan como sustrato que fundamentan su pertenencia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Tradiciones ○ Ritos ○ Costumbres ○ La cultura ○ Vestimenta 	<ul style="list-style-type: none"> - Revisión documental - Encuestas - Entrevistas
---------------------------------------	---	---	--	---

Fuente: Elaboración propia en base a la Hipótesis

CAPÍTULO II METODOLOGÍA

La **metodología se** entiende como la aproximación general al estudio de un objeto o proceso, es decir, el conjunto de medios teóricos, conceptuales y técnicos que una disciplina desarrolla para la obtención de sus fines.

La metodología depende de los postulados que el investigador considere como válidos de aquello que considere objeto de la ciencia y conocimiento científico y es a través de la acción metodológica como se recolecta, ordena y se analiza la realidad estudiada.

Taylor y Bogdan, entienden por **Metodología**, como “*el modo en que enfocamos los problemas y buscamos las respuestas*”⁶. Esta definición reconoce que son las ideas que el investigador tiene sobre la realidad social las que seleccionan las técnicas de investigación. Esto implica, además, que hay formas de enfocar los problemas y maneras de buscar las respuestas, es decir, que ante cada problema hay que emplear una metodología adecuada.

⁶ Álvaro Román C. 2005-2006 Sinopsis de investigación social sociolorock.blogspot.com/search/label/metodología - 40k

2.1. Diseño metodológico.

Para el proceso de recolección y sistematización de la información, la investigación selecciona diferentes herramientas metodológicas adecuadas, con el cuidado de aplicarlas según tres criterios: su secuencia lógica, su interrelación complementaria y su aplicación a las características de la investigación.

El diseño metodológico que se utiliza en el presente trabajo de investigación, es de carácter cualitativo y descriptivo, porque responde a un estudio de orden social, tratando de identificar y seleccionar aspectos empíricos de la investigación que resultan más relevantes desde un punto de vista conceptual.

2.2. Metodología Cualitativa.

El estudio realizado se inscribe en la metodología cualitativa como indica su propia denominación, tiene como objetivo la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado una cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible.

Asimismo, la investigación cualitativa abarca enfoques que por definición, no se basan en medidas numéricas. Se sirve de entrevistas estructuradas, en profundidad o de análisis de materiales históricos. Utiliza el método discursivo e intenta estudiar de forma global un acontecimiento o unidad. Se dice cualitativa- humanista- discursiva.

La Metodología Cualitativa permitió obtener información de primera fuente, y establecer una interesante relación con los informantes para tener una información de calidad; porque, es posible tener una visión más profunda con la realidad, cómo se comprende y valora desde la perspectiva del sujeto participante.

Según (Rossana Barragán 2001: 93) destaca a **Tenzin y Lincoln (1994)** quienes sostienen que: *"la investigación cualitativa es un campo muy amplio que atraviesa disciplinas, problemas de investigación, métodos y perspectivas epistemológicas"*.⁷

Menciona también a **Rossman y Rallis, (1998: 9)** éstos definen que: *" para algunos autores el investigador cualitativo no tiene y no debe tener esquemas a priori sobre la realidad que analiza, porque investiga para entender y aprender"*.⁸ Aunque esa posición es discutible, porque uno acarrea hasta inconscientemente sus esquemas, al menos discutible, es que no necesariamente tiene que haber hipótesis sino preguntas y un marco conceptual que puede cambiar y modificarse.

2.3. Tipo de Estudio.

El presente estudio se enmarca dentro de los preceptos de una investigación descriptiva. Su objetivo es describir la influencia de la música que escuchan los adolescentes de Cobija a través de las radioemisoras locales.

Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la determinación del impacto de la música en la identidad de los adolescentes por medio de los programas juveniles que emiten nuestros medios de comunicación radial.

En esta perspectiva, los tratados descriptivos trabajan con la realidad de los hechos, cuya característica principal es la de presentar una interpretación de los fenómenos estudiados.

2.4. Técnicas cualitativas.

⁷ Rossana Barragán PIEB mayo 2001 Formulación de Proyectos de Investigación 2° Edición Pág. 93

⁸ Rossana Barragán PIEB mayo 2001 Formulación de Proyectos de Investigación 2° Edición Pág. 97

Técnicas cualitativas, son aquellas que están destinadas básicamente a producir u ordenar datos del tipo palabras o símbolos Las más usadas son la observación, la entrevista y el grupo de discusión.

La entrevista es una técnica que está destinada a obtener información específica y directa sobre el objeto de estudio que ayuda a facilitar la obtención de la información.

En la presente investigación, se utilizaron las técnicas cualitativas como la revisión documental, la entrevista estructurada y la entrevista en profundidad.

2.4.1. Revisión Documental.

La revisión documental consiste en la recopilación de documentos relacionados con el fenómeno estudiado.

Carlos Sabino (1995: 66-7) sostiene que: *“Para efectuar una buena recopilación de información documental, es preciso efectuar un diseño de la misma”*⁹.

Su gran utilidad se presenta en el estudio de hechos históricos, aunque es válida para cualquier fenómeno. Sin embargo, a los datos obtenidos de esta forma se les considera secundarios, pues no son tomados directamente por el investigador, siendo susceptibles de sesgo, ya que en muchos casos se trata de interpretaciones de los fenómenos.

Ezequiel Ander – Egg. (1977: 185) afirma que *"El recurso de la documentación es un procedimiento necesario para toda investigación, cualesquiera sean los métodos y técnicas utilizados, en algunos estudios resulta ser el principal procedimiento y en*

⁹ RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL www.monografias.com/trabajos28/guia-plan-trabajo/guia-plan-trabajo3.shtml - 448k

*todos los casos es la modalidad empleada para preparar el 'background' de la investigación."*¹⁰

En este caso, se utilizó todo tipo de soporte y de género disponible para conocer la historia de la música, de la radio y otros aspectos.

2.4.2. La Entrevista Estructurada.

Llamada también formal o estandarizada. Se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean preguntas adecuadas y en el mismo orden a cada uno de los participantes. Para orientar mejor la entrevista se proporciona un cuestionario, que contiene todas las preguntas. Sin embargo, al utilizar este tipo de entrevista el investigador tiene limitación para formular preguntas independientes generadas por la interacción personal.

Según (Hernández R., Collado C., Baptista L., 2002:455), de acuerdo con (Grinnell, 1997) *"Es donde el entrevistador realiza su labor basándose en una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta"*¹¹

Según Kerlinger (1997), Esta consiste en: *"El recojo de información a través de un proceso de comunicación, en el transcurso del cual el entrevistado responde a cuestiones, previamente diseñadas en función de las dimensiones que se pretenden estudiar, planteadas por el entrevistador"*¹², la entrevista del tipo estructurada sería mejor que los cuestionarios auto administrados para sondear el comportamiento de las personas, sus intenciones, sus emociones, sus actitudes y sus programas de comportamiento.

¹⁰ OMONTE Rivero Abraham, 2001, Metodología cualitativa: más que una herramienta para la obtención de datos www.monografias.com/.../guia.../guia-plan-trabajo3.shtml -

¹¹ Hernández R., Collado C., Baptista L., 2002, Metodología de la Investigación, (Pág.) (455)

¹² NAVARRO Gonzalo, 2001, Métodos de encuesta: Entrevistas y Cuestionarios. La entrevista estructurada www2.udec.cl/~gnavarro/2001_1/ienc.html - 19k -

La entrevista estructurada se caracteriza por que se realiza a partir de un cuestionario previamente elaborado, el cual se aplica inflexiblemente, tanto en el contenido de las preguntas como en su orden. Tiene la ventaja de impedir los sesgos del entrevistador, pero sólo le permite preguntar por ambigüedades o por asuntos que requerirían mayor exploración en tanto esta eventualidad haya sido considerada de antemano; dependiendo del caso se tiene mayor libertad en la entrevista semi-estructurada, porque puede revisar el orden de las preguntas como la forma de preguntar, ateniéndose a un guión base que responde a los objetivos de la investigación y a la información que se pretende conseguir.

En este sentido, para obtener mayor información sobre el tema de investigación la entrevista estructurada fue aplicada a locutores y conductores de programas radiales para saber el tipo e idioma en que transmiten sus programas, la música que difunde en ellos y de qué manera esta música contribuye a la cultura en la ciudad de Cobija. Además, nos permitió conocer los criterios que tienen en relación a la influencia de la música brasilera en los adolescentes.

2.4.3. La Entrevista en Profundidad.

Para la investigación, hemos seleccionado la técnica de la entrevista en profundidad, por contar con elementos de corte cualitativo para la interpretación y procesamiento de los datos, con éstos se dio respuesta a las incógnitas principales del estudio.

Según (GUÍA Plana Rodolfo Juan, 2004:29), de acuerdo con (Galindo, 1998:309), *“La entrevista cualitativa en profundidad es especialmente útil en la investigación de normas y valores, la captación de imágenes y de representaciones colectivas, el análisis de las creencias individualizadas, el conocimiento de los códigos de expresión, así como las cristalizaciones ideológicas”*¹³.

¹³ 4 Metodología del trabajo de campo

www.edomexico.gob.mx/cemapem/cuaderno4/htm/c4%204metodologia.htm

En este contexto (GUÍA Plana Rodolfo Juan, 2004:30) siguiendo a Crotte (1999) y Sierra (1998), *"la entrevista en profundidad, cuenta con un importante instrumento llamado "Guía de tópicos" el cual es un listado reducido de temas sobre los cuales se conversará con el entrevistado durante un tiempo comprendido entre 30 a 50 minutos preferentemente"*¹⁴.

Consiguientemente, la entrevista en profundidad fue dirigida a los propietarios de las radioemisoras locales con la finalidad de indagar el sistema que utilizan para estructurar una programación que aporte a la cultura en la ciudad de Cobija, pero esencialmente, para conocer sus opiniones y criterios sobre la influencia de la música brasilera en los adolescentes difundida a través de varias programaciones que emite su medio de comunicación.

Asimismo, esta técnica fue aplicada a profesionales sociólogos y psicólogos de la localidad para obtener información sobre los impactos de la música en los adolescentes desde el enfoque de cada una de estas ciencias sociales, de forma que enriquezcan de manera científica al presente trabajo.

2.5. Metodología Cuantitativa.

El presente trabajo de investigación, también recurrió a la metodología cuantitativa para demostrar, datos estadísticos y precisos. De esta manera, podemos decir que la metodología cuantitativa es uno de los enfoques de investigación que tradicionalmente se han utilizado en las ciencias empíricas. Se centra en los aspectos observables susceptibles de cuantificación, y utiliza la estadística para el análisis de los datos. Se contrapone a la metodología cualitativa o interpretativa.

Hurtado y Toro (1998). *"Dicen que la investigación cuantitativa tiene una concepción lineal, es decir que haya claridad entre los elementos que conforman el problema,*

¹⁴ **4 Metodología del trabajo de campo**

que tenga definición, limitarlos y saber con exactitud donde se inicia el problema, también le es importante saber qué tipo de incidencia existe entre sus elementos".¹⁵

Edelmira G. La Rosa (1995) sostiene que: *"Para que exista metodología cuantitativa debe haber claridad entre los elementos de investigación desde donde se inicia hasta donde termina, el abordaje de los datos es estático, se le asigna significado numérico".¹⁶*

2.6. Técnicas Cuantitativas.

2.6.1. La Encuesta

La encuesta es una técnica de recolección de información que consiste en la formulación de una serie de preguntas a personas que deben responderlas sobre la base de un cuestionario.

Esta técnica cuantitativa es más utilizada para la obtención de información primaria. La mayor parte de los estudios de mercado que se realizan actualmente utilizan la encuesta como técnica principal de investigación empleando otras técnicas para obtener información complementaria útil en el diseño metodológico y en el análisis de resultados de la encuesta.

Se considera a la encuesta como un método (Lazarsfeld, 1971, pp. 193-194, lo menciona como técnica), para indicar que el investigador no se guía por sus propias suposiciones y observaciones, sino prefiere dejarse guiar por las opiniones, actitudes o preferencias del público para lograr ciertos conocimientos. Es un método que permite explorar sistemáticamente lo que otras personas saben, sienten, profesan o creen.¹⁷

¹⁵ [Investigación cualitativa y cuantitativa](#)_La **Metodología Cuantitativa** es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.... www.monografias.com › *Epistemología*

¹⁶ [Investigación cualitativa y cuantitativa](#)_La **Metodología Cuantitativa** es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.... www.monografias.com › *Epistemología*

¹⁷ [Las Encuestas y la Investigación Cuantitativa](#)_El método de la encuesta. El representante más destacado el método cuantitativo es la encuesta. La encuesta es un método de investigación... www.insp.mx/Portal/Centros/ciss/nls_new/docs/.../encuestas.

Para conocer las preferencias y los géneros musicales que perciben los adolescentes a través de la radio, se les administró un cuestionario en el que se trata de establecer como influye la música en este grupo etéreo.

2.6.2 Población y Muestra

En el área de investigación, el universo constituye la población sobre la cual se aplica el estudio. En este sentido, Balestrini (1998), señala que la “población es un conjunto finito e infinito de personas, casos o elementos que presentan características comunes”.

Tabla Nº 3

Distribución de la Población.

Nivel Educativo	Población (13 a 15 años)	Cantidad
Tercer ciclo de Primaria (8 paralelos , 4 en cada grado)	Adolescentes	180
Secundaria (1er Grado, con 4 paralelos)	Adolescentes	120
	Total	300

Fuente: Dirección U.E. Antonio Vaca Díez -Primaria y Secundaria

2.6.3 Muestra

Por otra parte, la muestra no es más que un subconjunto de la población. Al respecto, Tamayo y Tamayo (1998) afirma que la “muestra es cuando seleccionamos algunos de los elementos con la intención de averiguar algo sobre la población de los cuales están tomados”

La muestra seleccionada corresponde al tipo aleatoria simple o probabilística porque todos los elementos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos; significa que todos ellos tienen las mismas propiedades de la población.

Además, este tipo de muestra estadísticamente permite inferir a la población los resultados obtenidos, lo que equivale a decir, que los resultados obtenidos son generalizables a la población.

En nuestro caso, la muestra quedó conformada por 100 adolescentes de ambos sexos del tercer ciclo de primaria y primer grado de secundaria del colegio Dr. Antonio Vaca Díez, que comprende al 33 % del universo.

CAPÍTULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Diversas son las investigaciones que se han realizado sobre el tema. Primero encontramos un trabajo realizado por Ángel, José Gregorio (2002) en Venezuela titulado Efectos del rock en los adolescentes, que tenía como objetivo investigar sobre “Cómo influye la música rock en la salud Psicológica de los adolescentes entre 13 y 17 años” a través de una terapia donde los jóvenes escuchaban música rock, y luego música relajante y comparaban los resultados obtenidos observando que después de escuchar la música rock los adolescentes se mostraban agresivos y rebeldes, a diferencia de la música relajante que los tranquilizaba.

También se encontró una investigación hecha por los estudiantes de la Universidad de Chile titulada "hacia una estética de la música popular. Introducción: el "valor" de la música popular" donde profundizan un poco acerca del poco significado que tiene la actual música considerada popular, los mensajes que deja y como los gustos musicales se ven influidos por los medios de comunicación.

Estas investigaciones han demostrado que el comportamiento de los adolescentes se ve influenciado por la clase de música que escuchan y que ella produce un efecto amplio en la vida, no sólo de ellos, sino de toda sociedad. Especialmente, se analizaron los impactos que producen el rock, el regaeton y otros ritmos.

Estos estudios son conocidos también como estudios cuantitativos de comunicación que según Lozano, E. (1991) tenían como interés fundamental medir el grado de adicción que los medios provocaban.¹⁸

Consiguientemente, al relacionar el problema con las investigaciones existentes, las asumimos para orientar nuestro trabajo de un modo coherente.

3.2 BASES TEORICAS

Las experiencias y estudios anteriores constituyen un soporte teórico que se puede debatir, conceptualizar y concluir. Además, forman la plataforma en la cual se construye el análisis de los resultados obtenidos y servirán para apoyar teóricamente nuestro trabajo.

Este marco teórico tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitirán abordar el problema y pondrán en claro nuestros postulados y supuestos.

¹⁸ Una mirada psicológica a los estudios de la comunicación masiva ... En la década del 20 al 30 aparece en los Estados Unidos la **radio** y el cine comienza.... Mediación **cultural**, de Jesús Martín Barbero; **Teoría** socio-**cultural** del ... es el reconocimiento de la **influencia** de la **cultura** en la comunicación, ...
www.monografias.com › *Psicología*

En este entendido, desarrollaremos el marco teórico general de la investigación en base a los temas que se relacionan con el problema:

- ✓ **La Radio como medio**
- ✓ **La Música en la radio**
- ✓ **Los géneros musicales en la radio**
- ✓ **Efectos de la música en los oyentes.**
- ✓ **La Identidad cultural**

3.2.1. LA RADIO COMO MEDIO

La radio es una tecnología que posibilita la transmisión de señales mediante la modulación de ondas electromagnéticas. Estas ondas no requieren un medio físico de transporte, por lo que pueden propagarse tanto a través del aire como del espacio vacío.

La radio al considerarse como un medio de comunicación social influyente en este mundo globalizado, debe estar apoyada en fundamentos que justifiquen una acción educativa y formativa a través de su gran aliada como es la música.

(GARCIA 1988:14) *“Es en este campo donde la Radiodifusión ha cumplido un papel destacado en el desarrollo de la humanidad, gracias a que la información radial es inmediata, lo que significa que su emisión se realiza en el mismo momento en que se desarrolla los acontecimientos y por lo mismo ubica al oyente como espectador de primera fila”*¹⁹

La radio es el medio en el que algunos géneros del periodismo clásico alcanzan su máxima expresión. Un ejemplo es la entrevista, el debate y la tertulia. La adaptación de los géneros periodísticos a la radio se caracteriza por la riqueza expresiva y el carácter personal que se incorpora al mensaje transmitido. Las claves para una buena

¹⁹ GARCÍA Camargo Jimmy 1999 la Radio por dentro y por fuera, Quito – Ecuador: colección Intiyan

comunicación son contenidos concisos, claros y directos. De esta manera se producirá un mayor efecto de atracción sobre la audiencia.

(Mc. QUAIL 1972: 12) Por tanto, la radio tiene la ventaja que no se necesita saber leer para recibir un mensaje. Es por ello, que *“...la radio más que cualquier otro medio, llega a todos los grupos de la población de modo uniforme”*.²⁰

Si la actualidad y la rapidez son los aspectos más relevantes de la información, es evidente que la simultaneidad y la inmediatez prestan un gran servicio a la información. La radio será la primera en suministrar 'la primera noticia' de un acontecimiento y esta es una de las principales características del periodismo radiofónico.

(MALETZKE 1976: 270) *“La radiodifusión ocupa, desde el punto de vista meramente externa un lapso amplio en el tiempo de ocio; pero solamente una parte de las transmisiones se escucha atentamente y sin dedicarse a otras actividades, de suerte que el empleo absoluto de tiempo no es, en este caso, muy grande”*.²¹

Como medio de comunicación, requiere una forma de transmisión concreta. El acto de hablar alcanza su máxima expresión, por lo que es fundamental para el periodista radiofónico controlar su voz, que es su herramienta de trabajo.

(CAMACHO 1999: 35) *“La radio se constituye en un medio masivo de comunicación. La radio extiende la voz del ser humano a través de montañas y desiertos, valles y mares. Sin Embargo, no es un medio más; como herramienta, la radio posee sus propios conocimientos para darle un exquisito sabor a la comunicación, logra (ayer, hoy y siempre) gran sintonía y ocupa un lugar privilegiado dentro de las audiencias.”*²²

(ALSINA 1995: 59), una concepción relativista, comunicación y cultura, podría caer en una diferenciación de todas las culturas, haciéndolas incomparables e inconmensurable entre ellas. Se trataría de ver cada cultura como un comportamiento estanco. Estaríamos ante una concepción esencialista de la cultura.

²⁰ Mc. QUAIL, Denis 1972 Sociología de los medios masivos de comunicación, Buenos Aires, Editorial Paidós.

²¹ MALETZKE, Gerhard 1976 Sociología de la comunicación, Quito – Ecuador, Editorial Época: Colección Intiyan

²² CAMACHO Azurduy, Carlos 1999 Comunicación masiva: de la audiencia a la competencia, La Paz, Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica Voces Unidas

Para GARCÍA la radiodifusión ha contribuido en el desarrollo de la humanidad, Mc. QUAIL, considera que es un medio que llega a toda una población, mientras que MALETZKE manifiesta que el receptor pone atención solamente una parte de la transmisión cuando le es de interés, para CAMACHO, sostiene que la radio ocupa un lugar privilegiado en la sociedad. Finalmente, ALSINA, manifiesta que la cultura va de la mano con la comunicación es relativo.²³

Un gran número de estudios sobre los Medios Masivos tienden a analizar las consecuencias que el medio produce en el oyente o cual es su influencia en ellos. No hay que olvidar que las primeras corrientes de investigación, en lo que se refiere a investigación de masas, se debieron porque se quería saber cuál era el grado de manipulación o influencia que un medio de comunicación podría tener sobre el receptor.

En este mundo globalizado pensar que los medios de información, especialmente la radio, no influyen en las actitudes de los oyentes sería contraproducente. Para ello, debemos analizar al receptor porque esto implica aceptar que nos adentramos en un terreno teórico lleno de vida, con investigaciones tanto teóricas como prácticas, en una discusión que no es nueva y que se iniciará desde la superación de la denominada "teoría hipodérmica".

Según Moragas Spá, (1991) *"Al contrario de lo que sucedía con la cultura "humanista", la cultura de nuestros días está constituida por un flujo disparatado de mensajes sin ninguna relación jerárquica entre sí"*²⁴

Los individuos se vuelven dependientes de la comunicación masiva, acentuando la interdependencia entre el sistema de los medios masivos de comunicación como el de

²³ GARCÍA Camargo Jimmy 1999 la Radio por dentro y por fuera, Quito – Ecuador: colección Intiyan

²⁴ [likay urbano: influencia del discurso radial ... "teoría hipodérmica"](http://likayurbano.blogspot.com/.../influencia-del-discurso-radial.html), explica Benjamín Zubiaur (Periodista argentino). ... Etiquetas: Discurso **radial**, emisoras **radiales**, **influencia** de la radio, ... likayurbano.blogspot.com/.../influencia-del-discurso-radial.html -

la radio; es decir, entre más servicios proporcione la radio , la gente depende más de ellos (como la difusión de noticias y de programas de entretenimiento y especialmente la función educativa); por lo tanto esto hace que las personas sean más vulnerables ya que los que más dependen de la radio, están sujetos y expuestos a que sus creencias y sus concepciones de manera general sean consultadas en su totalidad por estos y por lo tanto la ideología algunas veces es dominada por los medios.

Dewey (1927) dice que *"si existe comunicación, es en virtud de las diversidades individuales. El individuo está sometido a las fuerzas de la homogeneidad, tiene sin embargo la capacidad de sustraerse a ella. La comunicación es al mismo tiempo la causa y el remedio de la pérdida de la comunidad social y de la democracia política"*²⁵

Esta forma de entender el fenómeno de la comunicación masiva. A través del medio de comunicación radial, constituyó la génesis de dos paradigmas dicotómicos entre sí: uno que se sostenía en la fuerte influencia que ejercían los medios masivos en la sociedad, y otro que relativizaba esa influencia.

La primera forma de investigación que siguió la tendencia mensaje-efecto, durante mucho tiempo tuvo una orientación predominantemente conductista. La del segundo tipo, soporte en el análisis de las audiencias, tuvo una orientación en gran medida estructural-funcional, poniendo énfasis en las características sociales y en el contexto de los grupos de estudio.

Para Morley (1996: 75). *"Muchas de las elaboraciones más características correspondientes a este paradigma consistieron, bien en refinamientos para conceptualizar y estudiar el vínculo entre mensaje y efecto, o bien en progresos en el examen de la audiencia y sus necesidades"*²⁶

²⁵ Influencia de las críticas políticas de los locutores radiales en ... 29 Jun 2001 ... Según la **Teoría** Hipodérmica el receptor es un elemento pasivo, Asunto:**Influencia** de las críticas de la locución **radial** en la población ... www.monografias.com › *Estudio Social* -

²⁶ La investigación en comunicación masiva y comportamiento... de AMI López - de los medios; la **teoría** del cultivo y la perspectiva de **aculturación**, establecer su **radio** de **influencia** y sus implicaciones en la vida social. ... ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=4308&N=1

Ésta teoría sobre el potencial de efectos de la exposición al contenido de los medios emerge en medio de un conjunto de investigaciones que concentran su atención en el tipo de gratificación que recibe el público con los mensajes que los medios emiten.

3.2. LA MÚSICA EN LA RADIO.

La radio es un medio masivo que tiene en la música una gran aliada si se la sabe utilizar. Consiguientemente, la música representa uno de los elementos que hace posible la magia de unir generaciones.²⁷

En radio, el lenguaje no se reduce a la palabra. Este medio masivo necesita de otros elementos para llegar efectivamente a los oyentes. En cierto modo, el lenguaje que utiliza la radio tiene que re/crear la realidad en que vivimos con otros recursos.

No hay que olvidar que para escuchar la radio sólo utilizamos uno de nuestros cinco sentidos. Por lo tanto, a través de la palabra y otros recursos, estamos obligados a hacer ver, hacer sentir, hacer saborear, hacer oler y hacer vibrar a la audiencia.

De ahí, que la música, la palabra, los efectos de sonido y el silencio constituyen los cuatro elementos del lenguaje radiofónico

La música es valorada según sus diversas procedencias, de acuerdo con el destino particular que se le da, ya sea por la emoción que produce o por los medios radiales; éstos la han catalogado según las épocas o los géneros, música Clásica, Tropical, Nacional, instrumental entre otras.

Según RAMÍREZ Arriaga (2009:7), manifiesta que: Hernández Tucubal (2000: 4) indica que *“música es el arte de expresar los sentimientos y emociones, el arte de*

²⁷ SAUMA Patiño Lucia, 2000, EL SECRETO DE COMUNICAR POR RADIO: EL LENGUAJE RADIO FONICO, Pag. 44

transmitir ideas, pensamientos a través de sonidos combinados con el ritmo. Durante la época de San Agustín se le conoció como el arte de mover bien".²⁸

Por otro lado hace mención al diccionario Océano Práctico de la Lengua Española (1996:70) conceptualiza el término arte como *"el acto o facultad mediante el cual, valiéndose de la materia, de la imagen o del sonido, el hombre imita o expresa lo material o lo inmaterial, y crea copiando o fantaseando"*.

Cada persona tiene su música. Escribir sobre la música, significa llegar a los sentimientos y el estado de ánimo de todo ser humano, ya que cada uno tiene su identidad sonora musical; a algunos los enriquece, los alimenta, los calma o los transforma.

El diccionario Océano Práctico de la Lengua Española (1996:524) define a la música como *"cualquier sonido agradable al oído y además son melodía y armonía. También indica que es la sucesión de sonidos modulados para recrear el oído"*.²⁹

El desarrollo de una concepción no reproductivista del consumo, la que permite una comprensión de los modos de apropiación cultural y de los usos sociales de la comunicación. A través de la reivindicación de las prácticas de la vida cotidiana de los sectores populares, las que no son consideradas meramente como tareas de reproducción de la fuerza de trabajo sino más bien como actividades con las que *"llenan de sentido su vida"*

Martín-Barbero (1987: 203) dice que: *"el eje del debate debe desplazarse de los medios a las mediaciones. La mediación ha sido conceptualizada por él como*

²⁸ RAMÍREZ Arriaga Velveth Johanna, 2009 INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN EN LA NIÑA Y EL NIÑO, Guatemala, Pág. 7

²⁹ El diccionario Océano Práctico de la Lengua Española

*aquella instancia cultural desde la cual los significados y sentidos son producidos y apropiados por la audiencia”.*³⁰

La música provoca asociaciones con experiencia de la vida real. Mucho de su poder es imaginario. El hombre es atacado día a día en forma inconsciente y retiene así la música en la mente. La influencia de la música puede crear fantasías mentales, tales como: fantásticas místicas realistas, caprichosas un mundo imaginario que algunas veces se sale de lo real, su influencia es impresionante puede ayudar a mejorar la memoria. La música toca los corazones en el mundo independientemente de la raza y el color. El equilibrio de las notas produce armonía y orden, es una especie de medicina para el alma.³¹

Por otro lado, RAMÍREZ Arriaga (2009:17), menciona a Morales Escobar (2002: 5) asevera que *“no hay una manera de obligar a una persona a escuchar la música que uno desea, si no es por la fuerza de la costumbre y la autoridad a crear una permanencia de ciertos efectos”*.

El consumo de los programas musicales que emiten los medios de comunicación radiales para los adolescentes sería una práctica sociocultural en la que se construyen significados y sentidos del vivir con lo cual éste comienza.

La **música** siempre ha desempeñado un papel importante en el aprendizaje y la cultura, pudiendo llegar a influir en costumbres y emociones. En no pocas ocasiones la música forma parte de la tradición de un país o de una región (folías, sardanas, sevillanas, tangos,...), o de un ente cultural (música coral, bandas de música, tunas universitarias...). En numerosas circunstancias se convierte la música en verdadera protagonista (el villancico en Navidad, un vals como primer baile en una boda, las islas en una romería canaria,...), pudiendo serlo también los

³⁰ Cap 17 Teoría De Las Mediaciones Sociales **Martín Barbero** propone tres lugares de **mediación**: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia **cultural**. ...
www.slideshare.net/.../cap-17-teoria-de-las-mediaciones-sociales - Estados Unidos -

³¹ RAMÍREZ Arriaga Velveth Johanna, 2009 INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN EN LA NIÑA Y EL NIÑO, Guatemala, Pág. 16

propios intérpretes (Plácido Domingo, los Sabadeños) o sus mismos autores (Mozart, Beethoven, Vivaldi).³²

3.2.1. FUNCIONES FUNDAMENTALES DE LA MÚSICA EN LA RADIO.

Cuando hablamos de funciones de la música, analizamos la utilización de trozos musicales que refuerzan o acompañan mensajes hablados y sonorizados, con la intención de crear imágenes en el oyente. Entre las principales funciones de la radio, mencionamos las siguientes:

a) EDUCAR

Es frecuente escuchar hablar a la audiencia de una emisora sobre la calidad de la música que emite. Esta música agradable o desagradable al oyente responde a la política musical determinada en toda programación. Cuando hablamos de una política musical, nos estamos refiriendo a otorgarle el verdadero papel comunicacional a la música que no puede estar fuera del contexto de aquello que se está planteando con la palabra.

Por eso, todo radialista a la hora de planificar su programa de radio deberá tomar en cuenta la función esencial de la música en la radio: Educar.

La música sí educa y de la manera más insospechada. Nos educa con valores o antivalores, pero nos educa. Cuando estamos escuchando un tema musical, sobretodo aquel que tarareamos la letra inconcientemente, estamos introduciendo valores en nuestro subconsciente que muy difícilmente podremos sacar cuando los hagamos concientes.

Varios estudios sobre las audiencias afirman que los medios de comunicación, concretamente la radio-principalmente con la música - educa antes que la escuela.

³² REDONDO Romero Antonio, 1996 PAPEL DE LA MÚSICA EN LOS JOVENES

Los niños en edad preescolar están expuestos a los mensajes de los medios antes de conocer la escuela. Por ejemplo, conocen la letra del “Waka Waka” (melodía del mundial de fútbol 2010) antes que la letra del “Arroz con leche”.

Esto se debe a que aún en nuestra sociedad, la generalidad de los padres no reconoce en los medios de comunicación un medio de educación. Sólo los conciben como una forma de entretenimiento e información, lo que nos hace que nos convirtamos en seres vulnerables a ser educados en valores dominantes.

b) CREAR IMÁGENES.

Jimmy García Camargo en su libro “La Radio por dentro y por fuera”, afirma que la música en la radio hace posible la imagología, que significa: ciencia que crea imágenes tangibles o intangibles, objetivas o subjetivas. *“En la radio, es necesario, imprescindible, crear estas imágenes subjetivas y nuestra mejor aliada es la música. Con ella, le damos fuerza dramática a una situación, creamos el suspenso, decoramos el romance, despertamos la inquietud, llamamos la atención y, casi hacemos sentir frío y el calor, los estados de ánimo y sus transiciones, la evocación, la traslación, la fuerza, la pujanza, la inercia, el reposo”*

3.2.2. OTRAS FUNCIONES DE LA MÚSICA.

La música en la radio tiene otras funciones en la radio que igualmente son válidas en las programaciones:

a. Función Gramatical

Según esta función la música se emplea como los signos de puntuación en un escrito .Es decir, hará de punto, punto y comas, punto seguido, punto aparte o dos puntos.

Toda melodía está compuesta por frases musicales, unas más largas que otras que cumplen la función de los signos mencionados.

b. Función Dramática.

Ésta es la música que nos sirve para resaltar una situación. Es la música que nos dirá si daremos a conocer una noticia fúnebre, un caso de terror o por el contrario una noticia agradable, festiva y positiva. Esta música nos hace identificar personajes, sean éstos malignos o bondadosos. A cada uno le acompañará un tipo de musicales que en una frase describa su psicología antes que intervenga la palabra.

c. Función Recreativa

Es la música que nos sirve para recrear los ambientes en que se encuentran determinados personajes o acontecimientos.

d. Función de Ubicación

Es aquella donde la música se encarga de ubicarnos en el tiempo, en el espacio y en la situación en que nos encontramos. Por ejemplo: si nos encontramos celebrando el 16 de julio en Cobija, la música paceña nos ubica en la programación.

e. Función de Presentación y cierre

Gracias a estas funciones la música nos ayuda a reconocer cuándo un programa va a comenzar o concluir a la sola escucha del tema que lo caracteriza.

f. Cortina Musical

Es la que nos ayuda a separar las ideas unas de otras para cortar en cualquier momento. La cortina no debe ser cantada, menos aún música de moda o bailable. Se aconsejan temas neutros que vayan según el ritmo del programa.

g. Puente Musical

El puente tiene las mismas características de la cortina musical, pero es más breve y, en lugar de separar temas, sirve para unir.

h. Ráfaga Musical

Está compuesta por una sola frase musical corta y ágil. Se asemeja a una pequeña pausa que completa una idea y da comienzo a otra.

3.3. LOS GÉNEROS MUSICALES EN LA RADIO.

Ya hemos dicho que la música es capaz de dibujar imágenes que se ahorran una serie de palabras, creando en la mente del oyente. La radio posee géneros radiofónicos donde es la música la que lleva la dirección de la programación. Entre los principales citaremos

1) Disco Debate.

Este es un género que invita a la reflexión sobre un tema específico y que debe ser planteado de modo que abra polémica.

El disco debate es un programa que no se presta para realizarlo a diario, sino más bien una vez por semana o mensualmente, dependiendo de la capacidad de producción y los conductores.

2) La Historia Musical.

Es un ejercicio de imaginación y de buen conocimiento del repertorio musical que existe no únicamente en la discoteca de la radio, sino de aquel que podemos encontrar en otras discotecas.

Consiste en elegir dos temas que traten asuntos similares desde dos planteamientos, es decir, una persona que cuenta algo y la otra responde. Prácticamente, las canciones se complementan hilando una historia que se invita a los oyentes a que cuente la historia tal como la entendió.

3) El Recuento de Éxitos o Ranking Musical

Este género es uno de los más conocidos en las emisoras de frecuencia modulada (FM), como para sus audiencias. Consiste en elegir el número de canciones y se pide a la audiencia (durante la semana) que vote por los 3 temas de su preferencia. El día señalado se presentarán las 10 o más canciones comenzando por la que ocupa el último puesto.

4) La Carta Musical

En la carta musical se mezclan dos géneros: El monólogo y las estrofas de una canción que sirven como respuesta.

En el monólogo se supone imaginariamente que una persona está recibiendo una carta. La locutora hace como si estuviese leyendo la carta y las estrofas de la canción seleccionada empiezan a sonar.

5) Las Serenatas Nocturnas.

Este es un género musical para radio que puede atraer muchísima audiencia. Se contacta con un grupo musical o con personas que quieran cantar en vivo una noche a la semana el programa debe ubicarse en un horario que ronde la medianoche y en un día viernes o sábado

6) Los Pedidos Musicales.

Este es un género que aún está vigente pero muy agotado y mal usado por los conductores de radio que se limitan a poner tema tras tema según llegan los llamados telefónicos, cartas, mensajes de MSN, mensajes por celulares. Si se emplea con creatividad podría servir para introducir música nueva, seleccionada y haga pensar a la audiencia, motivarla a conversar antes de pedir su canción, y así dialogar con cada uno de los participantes.

Este género musical es el que mayormente utiliza la audiencia juvenil de las radios de Cobija para solicitar la música de su preferencia.

7) El Frente a Frente entre dos cantantes.

Para este género es necesario elegir dos cantantes que hayan rivalizado o rivalicen; por ejemplo Ricky Martin y Enrique Iglesias e invitamos a la audiencia a que voten por su cantante preferido.

En medio del programa podemos lanzar un pequeño concurso para sortear un disco del artista que salga favorito.

8) Acertijos Musicales.

El oyente tiene que reconocer la canción, el tema musical o el cantante. Es un intento de adivinar dando palabras claves sobre el tema. Este es otro de los géneros musicales de mayor aceptación de los oyentes, aunque en menor escala que los pedidos musicales. Suelen realizarse con sorteos de discos con las canciones que suenan más en las radios.

9) La Película por Radio.

Este género musical exige que tengamos una buena provisión de discos con las bandas sonoras de las películas. Se describe las partes importantes de la película y luego, se toca el tema y se va narrando el filme. Es un programa para fin de semana. Ejemplo: El Titanic.

10) Los Top 40 y los Relojes Calientes

Así titula José Ignacio López a otro género musical. En los años 60 el texano Gordon McLendon, inventor de la primera y más conocida radio-fórmula: las cuarenta principales (top 40) Se compró los 40 éxitos musicales más vendidos y resolvió la programación de su radio. Esta exitosa experiencia dio origen a los famosos Hot Clock norteamericanos o relojes musicales que dividen los discos en cinco categorías: Discos rojos (los 6 más vendidos suenan cada tres horas), los Discos Verdes (16 discos de venta mayor pero menor a los anteriores, suenan cada cuatro horas), Discos Azules (22 siguientes, suenan cada seis horas), Discos Amarillos (32 discos ,se colocan una vez al día) y discos Blancos (24 discos de reserva, se pasa uno cada hora, si el tiempo lo permite)

3.4. EFECTOS DE LA MÚSICA EN LOS OYENTES.

La música constituye un entramado complejo de sentidos; opera en las prácticas culturales de los jóvenes como elemento socializador y al mismo tiempo diferenciador del estatus o rol. Allá por los años 50 el "Rock and Roll" entró a

formar parte de la historia de manos de sus intérpretes más aplaudidos (Elvis Presley, Beatles, Rolling Stones).³³

Desde entonces, la música ha vivido cambios espectaculares, y la influencia que ha ejercido en todas las generaciones, de forma especial en los adolescentes, siempre ha supuesto una fuente de preocupación para la sociedad y las familias.

La sociedad, en general, ha visto modificados muchos de sus valores, primando en la actualidad el éxito y la competencia, la eficacia y el rendimiento, el poder del dinero, el bienestar y el ocio, el estatus social y la belleza. La eclosión de los medios de comunicación y, en especial, de la televisión, ha marcado notablemente la vida social, en donde la música juega un papel importante en el refuerzo de este tipo de valores.

El hecho es que una de las actividades que más realizan los adolescentes es escuchar música. La música une a individuos de puntos muy diferentes de la sociedad. Desde un neohippie belga con un anillo en la nariz, hasta un breakdancer de Tokio, con trenzas rasta y vaqueros anchos. Personas que no se encuentran próximas en el espacio social, pueden de esta manera, encontrarse e interactuar, por lo menos brevemente, teniendo algo en común. La música es a la vez, estilo de vida, vínculo social y fuerza espiritual. Orienta a los jóvenes en su búsqueda de autonomía y les brinda un medio de expresión.³⁴

Comas Martin, manifiesta que: “La música produce también un impacto psicológico, es decir, no sólo produce cambios en la conducta del hombre, y en la sociedad, sino que también hay cambios internos.

¿Por qué es que la música gusta y atrae? Para contestar esta pregunta, se podría definir primero qué tipo de impacto es la música, a dónde apunta, ¿a la memoria

³³ COMAS Martin, Semiótica de los Medios www.monografias.co

³⁴ COMAS Martin, Semiótica de los Medios www.monografias.com

genética, a los valores, a los juicios o a la opinión? Seguramente en la memoria genética debe haber un lugar para la música.

Así como el fuego convoca, es posible que la música también tenga algún efecto similar. Si esto fuera así, se estaría modificando toda la estructura psicológica interna, porque si la memoria genética y los impulsos primarios son los puntos más estables, estos modificarían todos los demás segmentos, y se estaría comprobando que la música tiene una muy alta influencia en las vidas humanas”.³⁵

Comas, agrega que: “si la música apuntara a impactar en los valores, el efecto sería menor, aunque igualmente tendría una gran importancia. Como estos valores son profundamente formativos, seguramente tendrían mucho más importancia en edades tempranas, donde la música podría llegar a determinar la idea del bien y el mal, del honor, de la moral, y quedando estos valores implantados en el individuo. Luego, si la temática de la música se dirigiera a estos valores, entonces seguramente habría por parte del individuo una identificación, con el consecuente refuerzo de los mismos.

La música también podría impactar en los juicios, y es probable que así sea, ya que los juicios son adquiridos y por lo tanto, su efecto sobre el individuo sería menor. O simplemente producir opiniones en la gente. Parecería en esta instancia que se podría explicar la influencia de la música sobre los individuos diciendo que ésta golpea en lo más profundo del individuo, y por lo tanto lo afecta como se ha visto. Pero también se ha podido ver que hay otros factores que intervienen en este poder que tiene la música para cautivar a la gente.

3.5. LA IDENTIDAD CULTURAL.

Antes de entrar en los efectos que produce la música en los adolescentes, trataremos de responder la pregunta: ¿Qué es la identidad?

³⁵ SAUMA Patiño Lucía, 2000, EL SECRETO DE COMUNICAR POR RADIO: EL LENGUAJE RADIO FONICO, Pág. 44

Identidad, proviene del latín "*Identitas*" y éste de *ídem* (lo mismo) que encontramos en frases del latín clásico como: *Semper ídem* (siempre lo mismo, Cicerón), *Ego ídem sum.* (yo soy el mismo).

La palabra identidad tiene una dualidad. Por una parte se refiere al carácter que nos hace percibir que una persona es única (una sola y diferente a los demás). Por otro lado, se refiere a características que poseen las personas que nos hace percibir que son lo mismo (sin diferencia) que otras personas.

La identidad sólo describe atributos que compartimos con otras personas; así que vemos que la identidad no nos identifica como individuos únicos, sino que señala alguna característica que compartimos con (*ídem*=lo mismo) con otras personas. Por ejemplo: el apodo "flaco" no sólo identifica a una persona, sino a todas las personas que tienen esa misma característica.

La identidad (como en "documento de identidad") es un conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo, ejemplo: hombre, 35 años, boliviano, 1,75m de altura, 70 Kg. de peso, cabellos castaños, católico, empleado de banca, casado, padre de familia.

La identidad constituye también un sistema de símbolos y de valores que permite afrontar diferentes situaciones cotidianas. Opera como un filtro que ayuda a decodificarlas, a comprenderlas para que después funcione.

Esto explica que frente a tal situación, un individuo, con sus valores y su modo de pensar, de sentir y de actuar reaccionará probablemente de una manera definida. Para esto se cuenta con un repertorio de formas de pensar, de sentir y de actuar que, en un momento dado, se puede combinar. Este repertorio está en constante recreación.

Para muchos investigadores, el concepto de identidad es fundamental para comprender la situación Intercultural. Utilizado en otro tiempo, principalmente desde un punto de vista psicológico, aparece hoy por todas partes y para explicar las situaciones más diversas.

El presente trabajo pretende aportar elementos que ayuden a demostrar, que la música brasilera es un factor de cambio en la "identidad" en los adolescentes. Consiguientemente, se abordan las sugerencias que a partir de la investigación surgen para reestructurar los programas de perfeccionamiento.

La identidad es el sentimiento de un yo personal, o sea el conjunto de cualidades esenciales que distinguen una persona de otra. Lo individual y único, hace a una persona y crece con ella, porque cada cambio en la vida hay que incorporarlo a esa identidad para lograr una adaptación diferente a la adaptación.

La identidad tiene incorporados los roles y cada rol que se pierde o se gana la modifica, cada cambio en la vida modifica la actitud vital y la persona comienza a comportarse de manera diferente.

Existen cambios en la conducta, porque también internamente esa nueva circunstancia no deseada o esperada puede alterar los tejidos y los órganos; porque cada pensamiento es también una molécula.

Los problemas de identidad alcanzan el sistema inmunológico y una identidad lábil o frágil expresa esa condición también con el cuerpo. Si elaboramos emocionalmente los cambios de la vida que rechazamos, y los aceptamos, podremos incorporarlos a nuestra identidad para poder seguir viviendo normalmente de otra manera³⁶

³⁶ Artículo extraído del dossier pedagógico *Vivre ensemble autrement* (octubre 2002), perteneciente a la campaña de Educación para el Desarrollo *Annoncer la Colour*, iniciativa de la Secretaría de Estado para la Cooperación al Desarrollo de Bélgica. Traducción para CIPFUHEM: Elsa Velasco.

La **identidad cultural** es el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia.

No obstante, las culturas no son homogéneas; dentro de ellas se encuentran grupos o subculturas que hacen parte de la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante.

3.5.1. FUNCIONES DE LA IDENTIDAD.

La identidad es el centro de dos acciones indispensables para el equilibrio psíquico de la persona. La primera consiste en darse una imagen positiva de sí misma; la segunda, adaptarse al entorno donde vive la persona. Es lo que se denomina funciones de la identidad: una función de valoración de sí mismo y una función de adaptación. La función de valoración de sí mismo es la búsqueda que guía a todo ser humano a tener sentido y significación: busca tener una imagen positiva de sí mismo, a llegar a ser una persona de valor, a creerse capaz de actuar sobre los acontecimientos y sobre las cosas. La función de adaptación consiste en la modificación de la identidad con vistas a una integración al medio. El individuo adapta algunos rasgos de su identidad, asegurando una continuidad. Se trata de la capacidad de los seres humanos de tener consigo su identidad y de manipularla, de su capacidad de cambiar sin perder la sensación de seguir siendo ellos mismos. En algunas circunstancias esto es evidente: el medio donde vive devuelve una imagen positiva de sí mismo; se siente bien ahí y se conocen los códigos que ahí funcionan. En otras situaciones, especialmente en la inmigración, la tarea se vuelve más complicada, como para cualquiera que vive una situación de desvalorización de forma prolongada.

Para el inmigrante la complicación se acentúa: no conoce todos los códigos de adaptación y a pesar de ello tiene necesidad de ser reconocido en lo que es, es

decir, en "su" cultura -su propia manera de haber integrado las diferentes culturas y subculturas que en él convergen, desconocida a menudo por los demás. Debe ser puesto en marcha un constante esfuerzo de reconocimiento, al mismo tiempo que las estrategias de adaptación a la nueva situación, aunque esté desvalorizada. Está negociando constantemente su identidad.³⁷

Los humanos creamos grupos sociales con los cuales nos identificamos y a veces actuamos en grupos en vez de individuos. La clave más grande de identificación es el idioma que se constituye en la identidad cultural. Otras claves de la identidad son el folclore, la historia, las costumbres, la manera de ser, los ritos, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento que son aspectos incluidos en la cultura de una sociedad determinada. Es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de un grupo social.

3.5.2. Modelos de estudio de la identidad cultural

Existen dos corrientes en Antropología a la hora de abordar el fenómeno de la identidad cultural

- La **Perspectiva Esencialista** estudia los conflictos de identidad como algo inmanente (inherente) y hereditario culturalmente. Esta aproximación considera que los diversos rasgos culturales son transmitidos a través de generaciones, configurando una identidad cultural a través del tiempo. Uno de los defensores de este modelo es el politólogo David Laitin, quien señaló que en la Guerra de los Balcanes, los serbios asesinaban croatas debido al odio ancestral que sentían por ellos, es decir, por una cuestión de identidad

³⁷ Para desarrollar esta parte del documento nos hemos basado ampliamente en los trabajos de Carmel Camilleri, experto en psicología social, que ha reflexionado sobre el tema de la identidad y, más particularmente, en estrategias identificativas. Ver especialmente:

-CAMILLERI C., «Identité et gestion de la disparité culturelle. Essai d'une typologie», en *Intercultures* n° 24, abril 1994

-CAMILLERI C., *Chocs de cultures. Concepts et enjeux pratiques de l'interculturel*, L'Harmattan, París, 1989

³ PIERRE P., «Les élites de la mondialisation: quelles constructions identitaires?» en *Education permanente* n° 150, enero 2002, pp.129-160

⁴ Ver, por ejemplo: ERNAUX Annie, *La honte*, Gallimard, 1997 ó Poche Folio, 1999

cultural heredada. Laitin afirma que la movilidad social e ideológica es posible, pero la cultural no.

- La **Perspectiva Constructivista**, en cambio, señala que la identidad no es algo que se hereda, sino algo que se construye. Por lo tanto, la identidad no es algo estático, sólido o inmutable, sino que es dinámico, maleable y manipulable. Un ejemplo es Somalia, que hasta el año 1991 era un país homogéneo, étnica, cultural y lingüísticamente, pero a partir de ese año, el país cayó en una guerra civil entre clanes debido, en parte, a una ruptura de la identidad cultural hasta entonces heterogénea.

3.5.3. Críticas a los modelos

Las críticas que se pueden hacer al modelo **Esencialista** son que la cultura no es algo que se hereda totalmente, y por lo tanto, la identidad cultural tampoco puede ser heredada férrea e inflexiblemente. Si así lo fuera, todo el mundo lucharía contra todo el mundo, porque en algún momento del pasado siempre ha habido un conflicto entre dos o más grupos. Si así fuera, los ciudadanos de Pamplona por ejemplo, seguirían luchando entre ellos, debido a que en el pasado se produjo un conflicto entre los ciudadanos de los tres Burgos que formaban la ciudad. Por lo tanto, puesto que la cultura no es algo inmutable, sino que se transforma continuamente, la identidad cultural tampoco es algo inmutable y se transforma continuamente, convirtiendo a los que antes eran enemigos irreconciliables en un único pueblo y a los que antes eran un único pueblo en entidades culturales opuestas.

Respecto a la perspectiva **Constructivista** las críticas que se le pueden hacer son que la identidad cultural tampoco depende únicamente de factores coetáneos, sino que existe una transmisión modificable a lo largo del tiempo. No es simplemente una construcción que se realiza desde cero, sino que existe un sustrato básico sobre el que se trabaja y se moldea una identidad cultural determina.

2.5.4. Identidad cultural como oposición a otras

Algunos autores han comenzado a estudiar las identidades culturales no solamente como un fenómeno en sí mismas, sino como un fenómeno en oposición a otras identidades culturales. En esta corriente se considera que la identidad cultural se define por oposición a otras. En grupo se define a sí mismo como tal, al notar y acentuar las diferencias con otros grupos y culturas. Según esta corriente, cualquier cultura se define a sí misma en relación, o más precisamente en oposición a otras culturas. Así, la gente que cree pertenecer a la misma cultura, tiene esta idea porque se basan parcialmente en un conjunto de normas comunes, pero la apreciación de tales códigos comunes es posible solamente mediante la confrontación con su ausencia, es decir, con otras culturas, académicamente esto es conocido como la "otredad".

La dinámica de la auto-definición cultural implica un continuo *contacto entre culturas*. Más aún, esas relaciones nunca son de igualdad, dado que nunca se manifiestan de manera aislada: la complicada red de relaciones creada por la superposición de relaciones políticas, económicas, científicas y culturales, convierte cualquier relación entre dos culturas en una relación desigual.

El hecho mismo de que dentro de una cultura o práctica cultural exista la conciencia de una identidad común, implica que también hay un impulso hacia la preservación de esta identidad, hacia la auto-preservación de la cultura. Si la identidad es construida en oposición a los extraños, las intromisiones de otras culturas implican la pérdida de autonomía y por lo tanto la pérdida de identidad.

Estas bases teóricas señalan que las convenciones compartidas en las que se basa una identidad son frecuentemente implícitas, es decir, que ese sentimiento personal e individual de una persona funciona internamente en él en conformidad al pacto social del grupo que pertenece.

Desde esa perspectiva, llegamos a comprender que para que de una cultura sea posible, existen ciertas reglas básicas y significados que subrayan su producción y son generalmente asumidas de hecho por los participantes que se incorporan al tejido social que abarca las distintas expresiones de su grupo.

De ahí, llegamos a la concluir que dentro de ese conjunto articulado de rasgos específicos de un individuo o de un grupo social, la música es uno de los factores que funciona como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúa como esencia para que los individuos que la escuchan, entonan, bailan, interpretan, puedan formar y fundamentar su sentimiento de pertenencia.

Consecuentemente, los medios de comunicación deben tomar en cuenta que la música no es un relleno en las radios, sino, que en sus mensajes trasmite valores, la historia, costumbres y todo el extracto o esencia cultural de un grupo social.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El motivo central de este trabajo es mostrar la influencia que ha tenido la radio en una localidad fronteriza como Cobija con poblaciones del Estado del Acre Brasil, que recibe la influencia de dos culturas y las repercusiones que ésta ha tenido en el auditorio de la comunidad.

Consiguientemente, con los resultados de los instrumentos aplicados, se procedió a la organización de los datos y al análisis de los mismos utilizando una tabla de frecuencias, vaciando la información de cada una de las preguntas formuladas en el cuestionario; luego, se determinaron los porcentajes obtenidos de dichos resultados y se presentan en cuadros que permiten visualizar el comportamiento de cada una de las variables estudiadas.

De la entrevista con los profesionales en ciencias sociales, describiremos los procesos invisibles que convierten a la música en general y la música brasilera en particular, en una herramienta de implantación de valores, generadora de conducta. Es decir, que podemos inferir los efectos sociológicos y psicológicos que causa la música en los adolescentes.

Para una mayor comprensión del análisis, nos aproximaremos al tema desde varios aspectos basados en las entrevistas a profesionales de la localidad, que desde un enfoque fundamentado desde el plano sociológico y psicológico, se relacionan con el problema de la investigación sobre la influencia de la música en los adolescentes:

4.1. Música- Actitudes- Comportamiento de los Adolescentes.

Desde la fundamentación de la socióloga pandina Carol Carlo Durán, la música cambia las actitudes de las personas en general y el comportamiento de los adolescentes en particular.

“La música frecuentemente cambia actitudes de las personas en general, especialmente en los adolescentes, porque están en un proceso de definición de valores, de socialización y de aprender en diferentes contextos. La música juega un rol muy importante, porque puede contribuir a construir valores, también puede ayudar a destruir los valores de una sociedad, depende el tipo de música, los contenidos, el lenguaje que está detrás de la música obviamente, al destruir los valores al cambiarlos, también cambia las pautas de comportamiento o los modelos de conducta en los adolescentes, y necesariamente comienzan a actuar de otra manera. Por ejemplo, la música cristiana ayuda a reforzar ciertos valores. También existen tipos de música que cambian los valores y establecen otros que no son importantes para la sociedad. Sin duda alguna incide en el comportamiento que adoptan los jóvenes. Existe un proceso de acomodación de los adolescentes porque se van adaptando a la música a lo que se está planteando como lenguaje, como conducta de los contenidos de la música, entonces hay un proceso de acomodación en los adolescentes, que es permanente de acuerdo al tipo de música que está de moda, en este caso los adolescente no solo aprenden a bailar también aprenden y ponen en práctica los contenidos que están inmersos en la música” (Lic. Carol Carlo Durán).

Según el punto de vista anterior, se interpreta que la música difundida a través de la radio o por cualquier otro medio, incide en el comportamiento de los adolescentes. En relación a nuestro objeto de estudio, esta opinión confirma que la radio por ser un medio influyente, transmite determinados valores o antivalores que determinan la conducta de los adolescentes.

De ahí, deducimos que en el caso de la música brasilera, como ritmo predominante en las radioemisoras locales, es un factor de cambio en la identidad de los adolescentes.

4.2. Los Efectos Emocionales de la Música -Perspectiva de Adalid Portillo.

Desde otro aspecto, el psicólogo Adalid Portillo afirma que la música sólo tiene efectos emocionales en las personas.

“La música tiene efectos en la parte emocional es decir muchas veces vemos a las personas constantemente escuchando música entonces puede hacernos recordar eventos, ejemplo existe la pedagogía que trabaja con las emociones es decir utilizan música ruido de risa y contenidos temáticos, entonces la persona cuando escucha la música experimenta la emoción hace que recuerde algunos contenidos, por ejemplo es lo que pasa en los adolescente cuando se pelea una parejita, se pone a escuchar música, que los hace recordar “este es el tema que yo bailaba con ella” este el tema con que comenzamos a enamorarnos” esta situación puede generar un desencadenante para una situación de malestar pero más allá que genere un desequilibrio psicológico la música no sería la causa sino es como un elemento de recuerdo, algo que pasó nada más”.

En relación a la cuestión cultural hace que nos guste la música brasilera porque a nuestros compañeros les gusta, la adolescencia es una etapa donde se juega mucho la actividad social, el adolescente busca tener amistad, quiere relacionarse con otras personas el adolescente busca pares afines, es decir lo que le gusta al otro me gusta a mí. (Entrevista al Psicólogo Portillo).

Desde su punto de vista, Portillo sostiene que la música influye en el área emocional de los adolescentes donde a través de ella solamente se desarrollarían los recuerdos, que pueden generar una desencadenante situación de malestar cuya causa no sería la música sino, el estado emocional.

De ahí, podemos colegir que la música influye en nuestras emociones, existen temas que están asociados a diferentes experiencias individuales, que nos hacen recordar

cosas agradables como también cosas desagradables; por tanto, influye en el comportamiento y en la situación donde uno se encuentra.

Consecuentemente, la diversidad de ritmos musicales tienen un contenido, un lenguaje, tienen un significado que va transmitiendo no solamente a los adolescentes, pero, por el mismo hecho que los adolescentes son los que están en este proceso de asumir, aprender, de recoger lo que está circulando en término de valores en una sociedad, entonces, los adolescentes por procesos sociales y generacionales propios de esta etapa, adopta la identidad del grupo, por lo tanto, son los más vulnerables a aprender nuevos valores o antivalores a través de la música.

Esto significa que los roles de los adolescentes van cambiando por la influencia de la música, puesto que, las melodías que escuchan van direccionándolos hacia determinados comportamientos y se produce la acomodación en este grupo etéreo, que es lo que genera determinado ritmo musical

Según Antonio Mariño, “Los adolescentes son los más propensos a ser influenciados por los nuevos estilos musicales, ya que se sabe que los jóvenes construyen su identidad con el vestuario, el peinado, el lenguaje, y la música. Los jóvenes se unen a grupos. Los amigos son el centro donde se forman los patrones de conducta que sigue el adolescente.³⁸

4.3. Desde la visión de los propietarios de radios, la música brasilera por ser universal no influye en la audiencia

El estudio reside en captar los valores implícitos y explícitos en el manejo de un medio de comunicación, su relación con las necesidades de información y el rol que juega al interior y al exterior del grupo meta. En paralelo se trata de identificar las preocupaciones, inquietudes y aspiraciones vinculadas a necesidades que aún no están satisfechas y obstaculizan su desempeño.

³⁸ UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO 2006 Influencia de la música en la conducta de los adolescentes

En este sentido, las opiniones recogidas en las entrevistas a propietarios de medios de comunicación social, sobre la problemática planteada, se expone los criterios de Edwin Martínez, propietario de radio Fusión FX y de Francisco Pinedo, propietario de Radio Joven Pan (emisora con 100% de programas en idioma Portugués)

Los anteriores propietarios consideran que la música que difunde una emisora produce escasos cambios de actitudes en los adolescentes, mientras que en los adultos no tiene ninguna influencia.

“La música por ser universal influye muy poco, más en los adolescentes que en los adultos debido a que éstos están en una etapa especial de la vida porque comienzan a madurar y es posible que se identifiquen con algún artista, produciéndose un cambio de actitudes.”

Consultados sobre la influencia de la música brasilera en los adolescentes a través de la radio, confirman que la buena vecindad entre países de Brasil y Bolivia es la mediadora para la asimilación cultural. Por lo tanto, concluyen que la música brasilera no tiene efectos en el inconsciente colectivo de la audiencia de una emisora.

“Tanto los programas como la música no afectan y no influye a la población de Cobija, ya que existe una simbiosis entre bolivianos y brasileros, es decir que hay personas casados entre brasileros y bolivianos, existe una particularidad en esta frontera que es la asimilación de la cultura entre ambos países, entonces algunas personas confunden que existe mucha influencia brasilera. No se puede evitar la influencia brasilera, no solo en la música. . .”(Francisco Pinedo) |

Analizando las respuestas de los propietarios de radios, podemos percibir que ellos al conciben la existencia de una cultura dominante debido al desarrollo económico que posee el Brasil; por lo tanto, consideramos que este secretismo generado a través de la música responde a una perspectiva netamente mercantilista.

En este contexto, es importante señalar que desde la visión de los propietarios de los medios radiales entrevistados, la música brasilera representar un acto atractivo, y con

la internalización de nuevos géneros musicales pasa a formar parte de las filas de un cierto tipo de producción de entretenimiento.

Consecuentemente, ellos desde ese enfoque, no observan la función de la radio como mediadora cultural que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada.

Esta posición de los propietarios de medios radiales consultados, genera un proceso de aculturación que incluye a la radio convierte como uno de los factores que implica la recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo dominante. Esto no es otra cosa que la “encarnación” mediante el cual una persona o un grupo de ellas adquieren una nueva cultura, generalmente, en detrimento de su propia cultura y de forma involuntaria. Es decir, que la sociedad pandina adopta uno o más rasgos de la cultura brasilera, constituyendo una oferta unipolar que causa daño a la cultura del país receptor, en este caso Pando - Bolivia y es un atentado para la diversidad. Dentro de este panorama no es fácil encontrar quién quiera apostar por programas regionales con calidad

Empero, sin el criterio de justificar la situación, entendemos que el modelo de aculturación existente a través de la música sucede por la poca y escasa presencia del Estado en la región con políticas culturales que refuercen el civismo y patriotismo.

Asimismo, este medio ambiente cultural deficitario en la localidad, se debe a la poca importancia que le dan los ejecutivos de las instancias locales a la difusión de la cultura pandina a través de los medios. En la mayoría de los casos, las instancias gubernamentales y municipales tienen contratos de publicidad (con medios de comunicación afines a su ideología) en lugar de utilizar recursos y espacios comunicacionales para la transmisión de la cultura local en la frontera. Esto implica mantener sometidas y entrelazadas a las diferentes clases sociales inmiscuidas en sus prácticas políticas.

Concluimos señalando que, los dos propietarios de medios de comunicación radial entrevistados, consideran que la música afecta muy poco la vida de los adolescentes aunque sí ven que se produce cambios en ellos.

4.4 Visiones contradictorias sobre la influencia de la música brasilera perspectivas de locutores y conductores de programas radiales.

La música es parte de la superestructura cultural, producto de las clases sociales, pero también de los medios de producción en este caso de los programas radiales en portugués.

La sociedad genera la música como su producto cultural. A su vez, ese producto modifica a la sociedad misma, porque la agrupa de diferentes maneras, genera grupos de pertenencia, produce alienación, implanta valores, ideales, los difunde, genera modelos e ídolos, inserta nuevos actores sociales, se generan nuevas creencias, todo con la consecuente resignificación de la música.

El modelo programático de una emisora constituye el arquetipo del diseño de su programación y suele definirse a partir del contenido, de la estructura, de la época o temporada, de los destinatarios, del área de difusión.

José Eliton Freitas, conductor brasilero del programa “Levante y Brille” de radio Joven Pan, que se transmite en horario de 9:00 a 12:00 a. m., consultado sobre la influencia de la música brasilera en los adolescentes, dijo: *“Si la población de Cobija escucha mi programa de esa manera descarto una posible influencia de la música brasilera con los jóvenes de la ciudad de Cobija. Gracias a la frontera tienen la oportunidad de trabajar, consiguen publicidad del comercio brasilero, el costo que pagan es barato y le es rentable”.*”.

El criterio anterior, demuestra claramente un marcado desinterés por la influencia que puede generar su programa en idioma Portugués y la música brasilera en los adolescentes bolivianos. Además, la respuesta explícita, permite deducir que los locutores extranjeros encuentran en la radio pandina una oportunidad para ganarse la vida sin reflexionar acerca del impacto de sus mensajes hablados y musicales en el inconciente colectivo de los moradores de esta ciudad.

Esta censurable actitud en parte se debe a que la audiencia prefigurada del programa no es específicamente la población nacional, sino , que está dirigido a

la audiencia brasilera; por lo tanto, en nada le interesa los efectos y consecuencias que pueden producir la música que difunde en la identidad y el comportamiento particularmente, de los adolescentes de Cobija.

Lo peor es que este hecho no se está llevando a la mesa de debates, sino que ocurre como algo normal, que no causa daño, que no afecta en nada a la población boliviana.

Sin embargo, otra es la visión de los locutores nacionales como Miguel Ángel Pinto, de la Revista Musical de radio Fusión X que sostiene:

“La música brasilera influye en mucho, en la vestimenta, el carácter, el modo de hablar, peinado, en el sexo también influye la música brasilera. Esta situación solo se puede mejorar con la ayuda de las autoridades, en Cobija se tiene una sola biblioteca mientras que existen más de cien bares”.

Debemos resaltar que ambos conductores no son periodistas profesionales, son locutores empíricos “aficionados que les gusta el trabajo en la radio boliviana, que acceden a la conducción de programas radiales por venta de espacios e intercambio de servicios.

Esta situación ha caracterizado a la radio en Cobija, como medio de sostenimiento de un proceso de aculturación por difundir música en portugués, recibiendo influencia brasileña. Además, siempre hubo buenas relaciones y una masiva audiencia de las radios cobijeñas en Brasileia y Epitaciolandia sin locutores extranjeros, pero en la década del 2000 se implementaron los programas conducidos por brasileños.

Los concursos y promociones son un elemento importante que emplean los locutores de las emisoras para adquirir singularidad dentro del mercado en el que operan. Los concursos y promociones dependen de la emisora, no de las marcas de los productos con los que se premia.

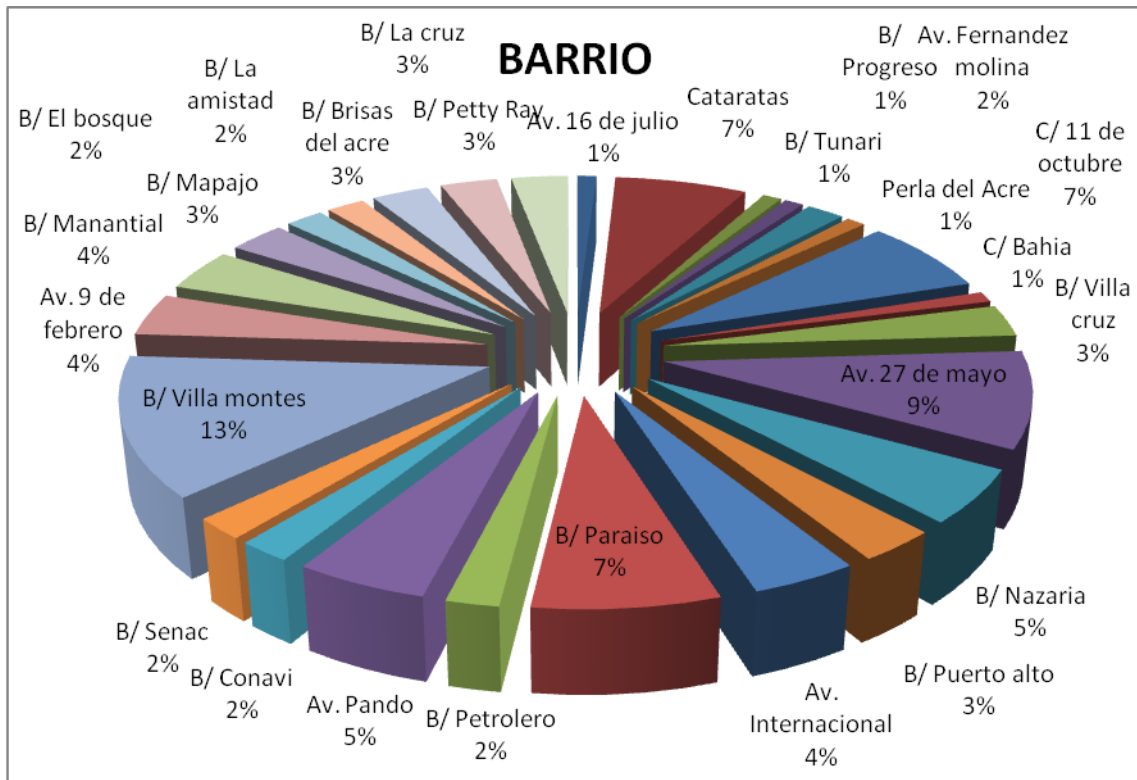
4.5. Resultados de la encuesta a los adolescentes

Los datos indagados que detallamos son el resultado de la encuesta realizada a los adolescentes en la edad comprendida entre 13 a 15 años de edad de la Unidad Educativa Dr. Antonio Vaca Diez.

4.5.1. Barrio donde viven los adolescentes

Identificar el barrio donde vive la población objeto de estudio es esencial en la investigación puesto que, no sólo aporta al conocimiento del lugar donde los radioescuchas residen (barrio central o periféricos), sino que incide en la comprensión del tipo de espacio geográfico, las características peculiares y los servicios que reciben. A continuación, presentamos esta información:

Gráfico Nº 1

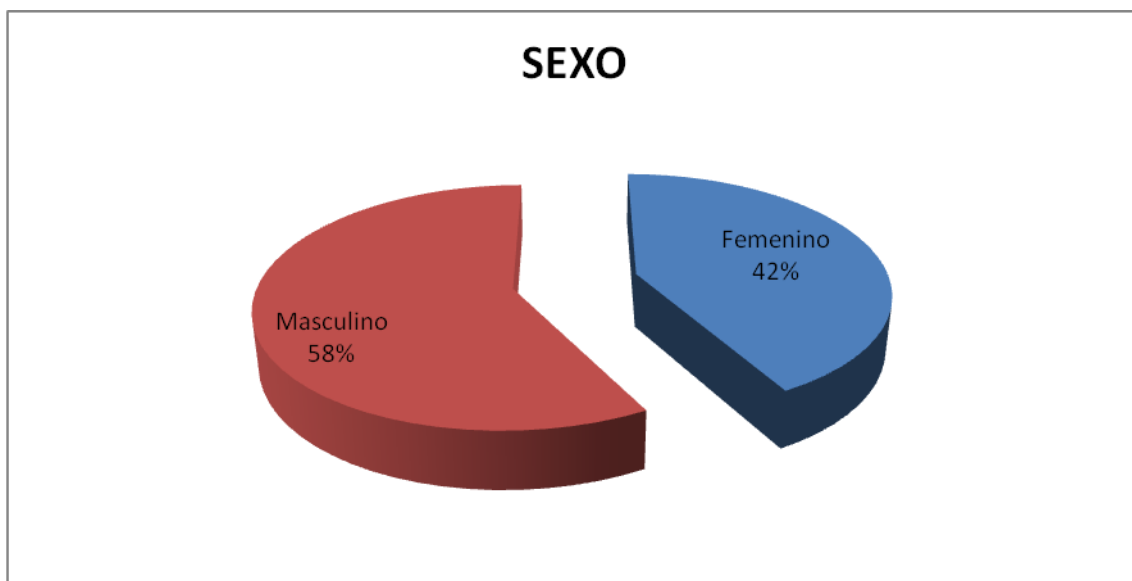


Según los datos obtenidos el 13% de la población encuestada vive en el barrio Villa Montes, demostrándose el mayor porcentaje de radioescuchas en el grupo etáreo estudiado. Sin embargo, es notoriamente visible que los adolescentes encuestados representan un porcentaje relevante en relación al número de barrios, pues, se percibe que están representados 26 barrios de la ciudad de Cobija, cifra significativa cuando nos referimos a los términos de conglomerados urbanos.

4.5.2. Sexo

El sexo de los encuestados constituyó un factor importante puesto que, se trata de conocer la incidencia mayor en hombres o mujeres, según el cuadro:

Gráfico N° 2

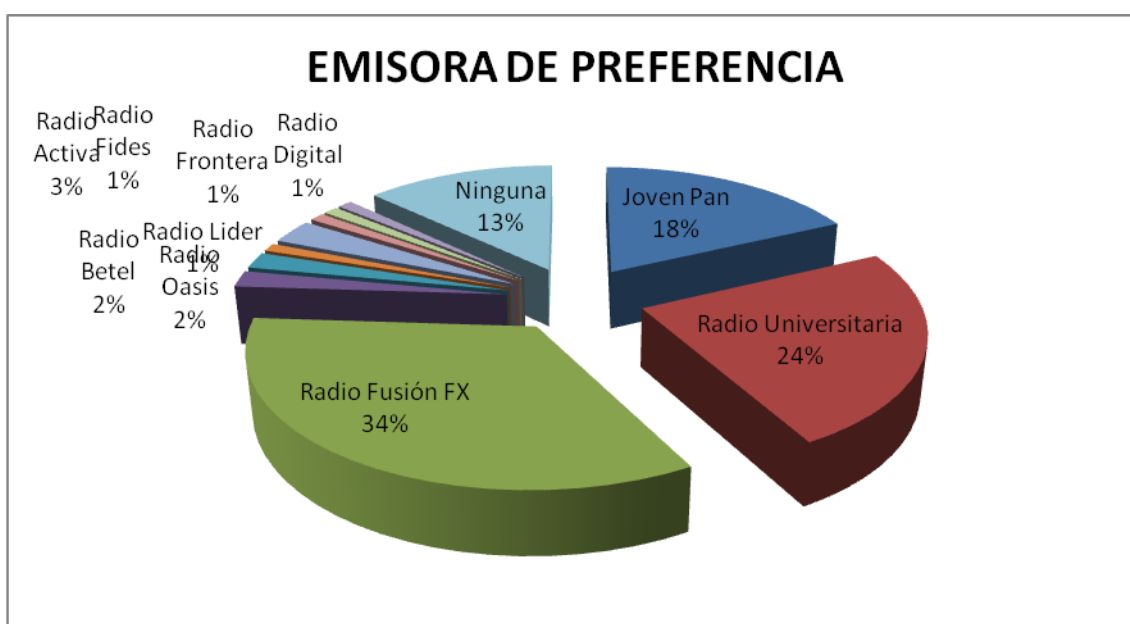


El 58% de los adolescentes encuestados son de sexo masculino, mientras que, el 42% corresponde al sexo femenino. Lo cual nos demuestra un mayor índice de varones que escuchan las programaciones radiales.

4.5.3. Emisora con mayor audiencia entre los adolescentes

Siendo la radio producto de clases y grupos sociales, la audiencia es el conjunto de destinatarios potenciales y reales a los que se dirige la emisora con su programación. En este apartado, podemos conocer la recepción activa que tienen las emisoras en los adolescentes:

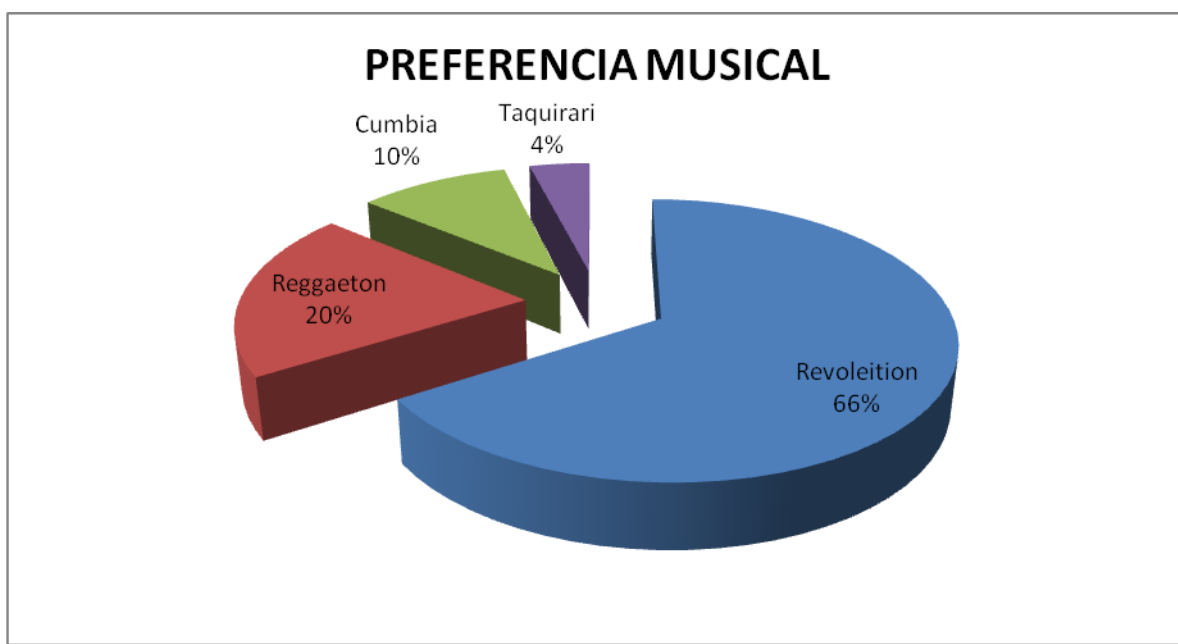
Gráfico N° 3



Por los datos anteriores, podemos observar que el 34% de la población de estudio escucha la Radio fusión FX, lo cual nos demuestra que su programación le es más atractiva para ellos y ellos constituyen los destinatarios de sus programaciones.

4.5.4. Preferencia Musical

Gráfico N° 4



Los datos anteriores no permiten observar que la preferencia musical de los adolescentes está centrada en el Revoleition.

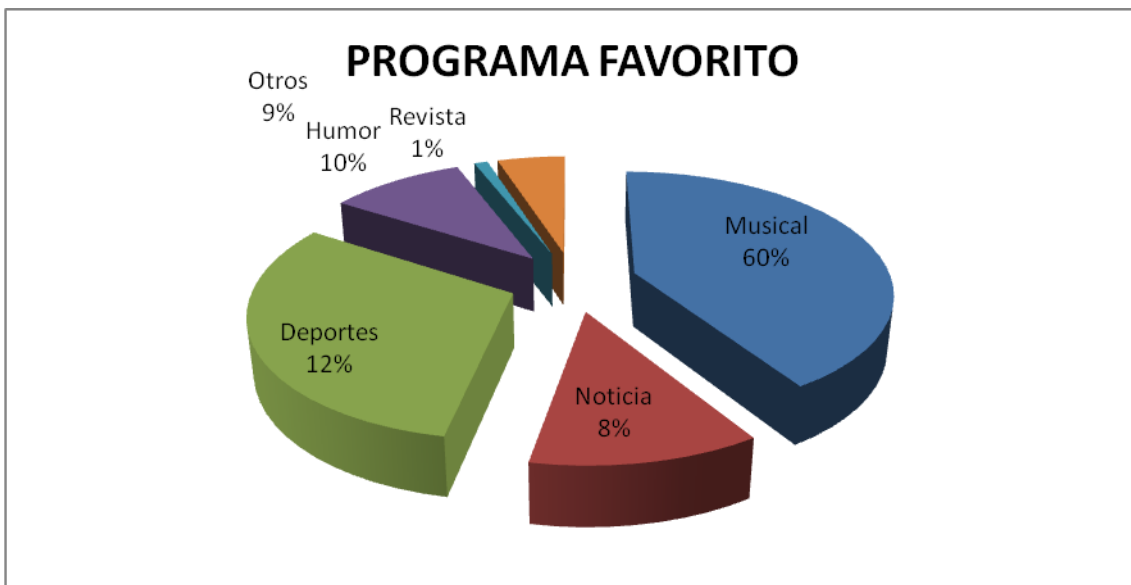
El Revoleition es otro estilo de música y superbailable, de movimientos continuos, con pasos particulares, vestimenta propia, forma de peinado y otros atuendos. Según los registros musicales este ritmo se origina en el Brasil. Proviene del término "revolación" que significa "que revola bien", es decir, "El que se mueve bien".

Los medios de comunicación radiales difunden este género musical para todos los gustos; sin embargo, las radioemisoras con locutores brasileros lo tocan con mucha frecuencia.

4.5.5. Programas Preferidos

Conocer el programa de preferencia de los adolescentes nos permitió informarnos sobre el contenido de la emisión radiofónica a la que más acceden voluntariamente este grupo social

Gráfico N° 5



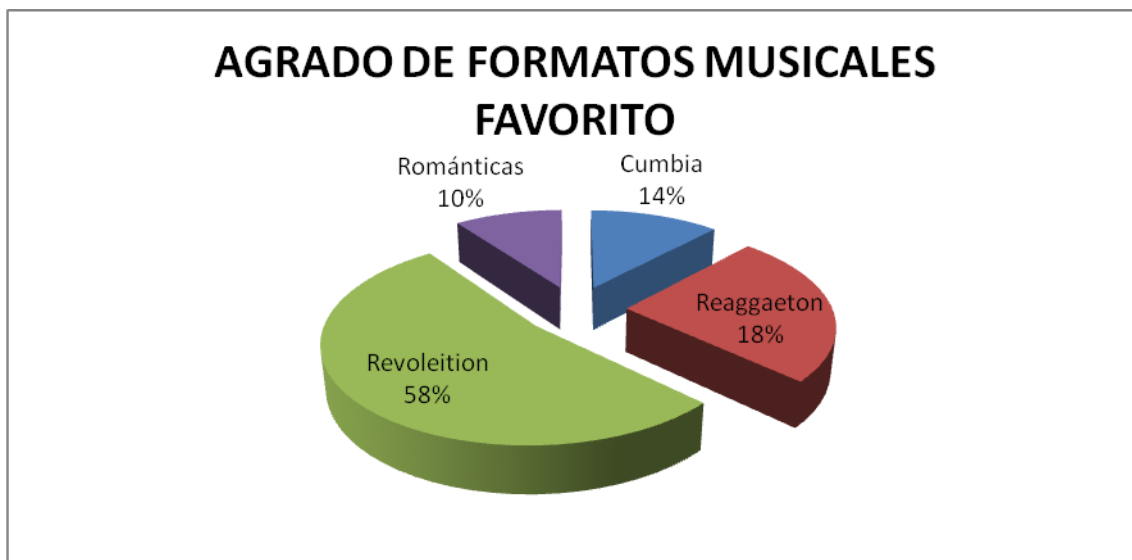
Los datos obtenidos nos muestran que el 60% de los encuestados tiene preferencia por los programas musicales en los cuales se emite música en portugués, variada y de actualidad después de los programas deportivos. Esto significa que los programas musicales son favoritos en 60 de cada 100 adolescentes, demostrándose que a los adolescentes por sobretodo, les agrada escuchar música.

Además, se observa que los demás programas de noticias y las revistas radiales, emisiones en las que puede informarse y formar su opinión no son de su preferencia.

4.5.6 Ritmos Musicales de Preferencia

Como el presente estudio reside en captar los valores implícitos y explícitos de la música al interior y exterior de un grupo meta., consecuentemente, es importante conocer los ritmos musicales favoritos de los adolescentes, pues esta información contribuye no sólo a saber el ritmo de predilección, sino, la procedencia del mismo.

Gráfico N° 6



De acuerdo a los datos recolectados vemos que dentro del programa favorito de los adolescentes al 58% les agrada escuchar la música Revoleition que plantean dentro del programa, y en una proporción menor, el 5% prefiere el Taquirari. Esta información nos permite inferir que aproximadamente, 6 de cada 10 adolescentes (más de la mitad) prefieren el ritmo musical originado en el Brasil, como es el Revoleition.

4.5.6. Programaciones que no son del agrado de los adolescentes

Consultados sobre los programas que no les agrada como el de formato de noticias, entrevistas y otros. Además, en idioma portugués, la respuesta de los adolescentes se expone en el cuadro siguiente:

Gráfico N° 7



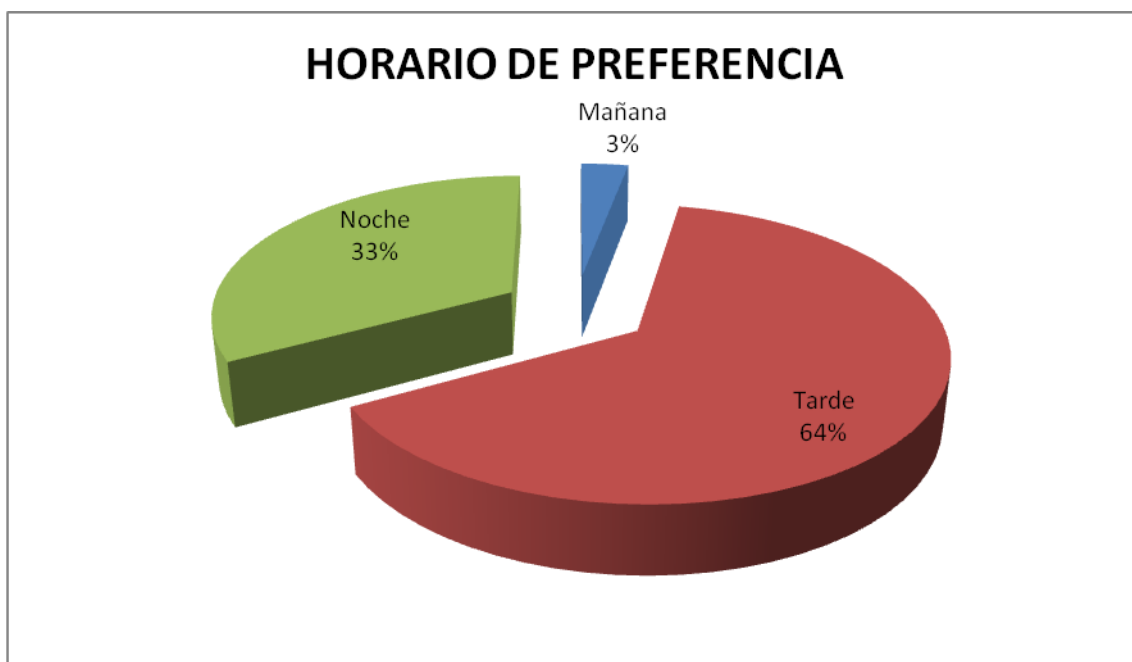
Según los datos recolectados, el 32% del total de la población encuestada no le agrada escuchar los programas de noticias locales, y al 9% no le agrada escuchar programas musicales.

Por la información obtenida a través del cuestionario, podemos observar que los adolescentes demuestran preferencia por la música brasilera pero no les agradan los programas en idioma Portugués. Esto significa que este ritmo brasilero está muy enraizado en los gustos de este grupo de oyentes sin tomar en cuenta la influencia que los mismos ejercen sobre la cultura y la identidad de ellos.

4.5.8. Horario de audiencia.

Desde el punto de vista de la recepción como proceso activo e interpretativo, el horario de mayor audiencia de la radio por los adolescentes es un requisito para saber las posibilidades del consumo individual y social de la radio frente a la abundante oferta de medios. Para este fin exponemos en un cuadro los horarios de mayor audiencia de la radio por este grupo social.

Gráfico N° 8

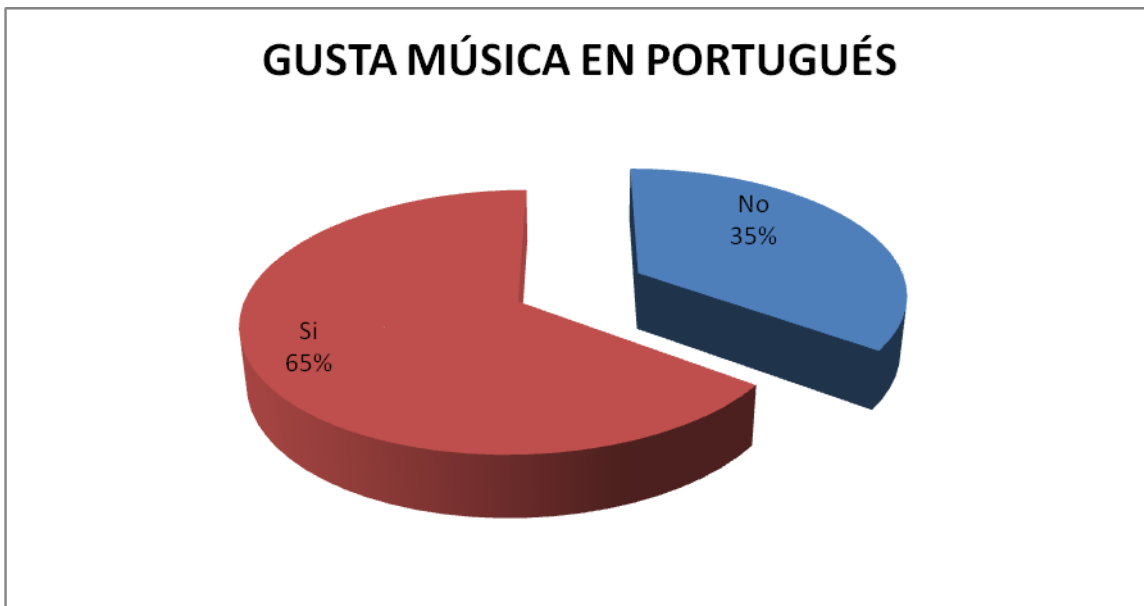


Según los datos obtenidos del total de la población encuestada vemos que el 64% prefiere escuchar los programas radiales en horarios de la tarde, y el 3% por la mañana. Esto evidentemente, se encuadra en el horario del sistema educativo, puesto que, el 100 % de los encuestados está en el aula hasta el mediodía.

4.5.9. La música en Idioma Portugués.

El presente estudio abordan la influencia de la música brasilera en la identidad de los adolescentes, consiguientemente, se trata de conocer la apropiación de los adolescentes de este tipo de música en idioma Portugués. El gráfico siguiente nos demuestra esta situación:

Gráfico Nº 9



Los datos anteriores, nos permite observar que el 65% de los adolescentes encuestados tienen preferencia por la música en idioma Portugués, originaria del Brasil; por tanto música brasilera por antonomasia.

Esto significa que los adolescentes tienen preferencias por la música brasilera frente a otras; es decir, le agradan los programas en portugués, pues el porcentaje expuesto, confirma que a 65 de cada 100 adolescentes les gusta escuchar música brasilera y al 35% no le agrada los programas con música brasilera.

4.5.10. ¿La música brasilera afecta a nuestra cultura?

Al constituirse la radio como medio de gran audiencia en una comunidad, es imperioso contar con información científica que aporte al conocimiento de la problemática de las radios fronterizas y muy especialmente, de la radio cobijeña que emite programaciones diarias en idioma extranjero.

Este fenómeno podemos observarlo desde la perspectiva de los adolescentes quienes son receptores que psicológica y socialmente están en proceso de formación de su personalidad y se encuentran en la etapa de transición entre la niñez y la juventud. El siguiente cuadro nos permite conocer sus percepciones:

Gráfico N° 10



Según los datos obtenidos, el 43% de la población objeto de estudio piensa que los programas en portugués afectan trayendo otras costumbres como la vestimenta, la danza en grupos, el modo de expresión y otros a nuestra población. El 9% no sabe cómo puede afectar a nuestra cultura.

Podemos observar que los adolescentes consultados consideran que la música brasilera afecta a nuestras costumbres, modifica nuestro idioma y los ciudadanos nos expresamos involuntariamente utilizando un idioma híbrido (que mezcla expresiones, términos y otros).

Para tipificar este caso, nuestra comunidad y los pueblos vecinos del Brasil, como en un pacto social convinieron en llamar a este lenguaje adulterado con el vocablo creado "Portuñol" que se forma de la unión de la primera y última sílaba de las palabras Portugués y Español, afectando de esta manera severamente la pureza de nuestro idioma.

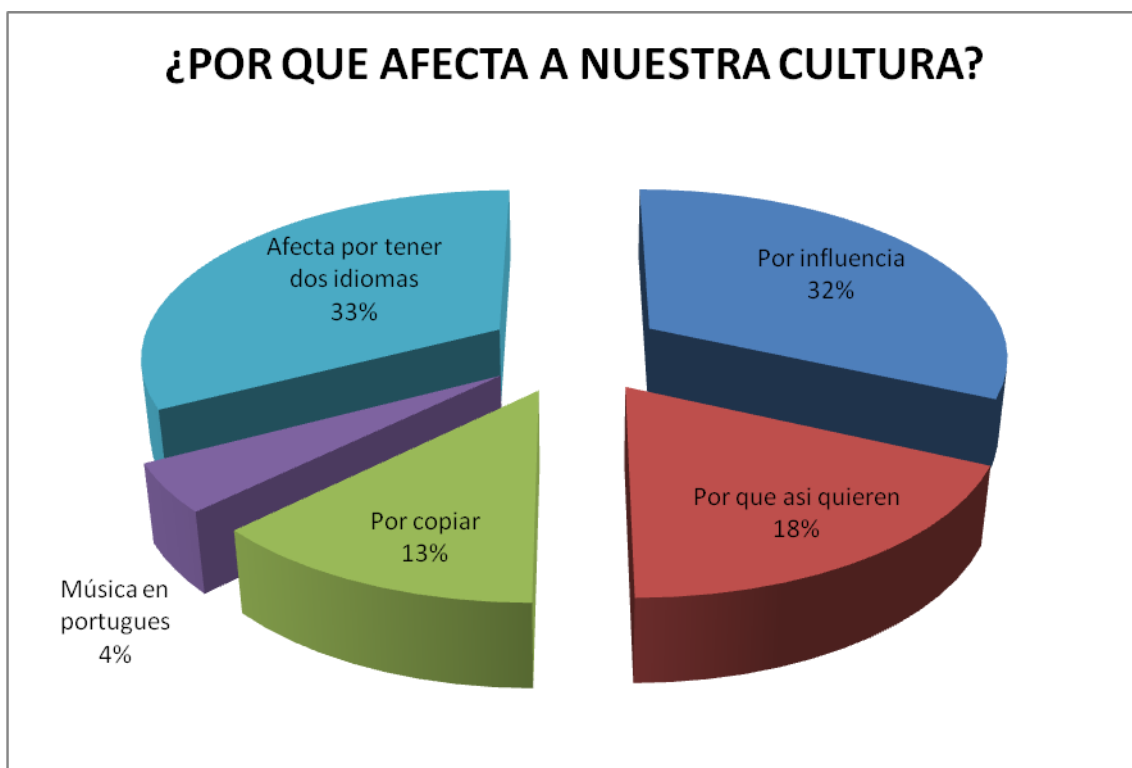
Esto demuestra el proceso sociocultural de aculturación que vivimos en el cual, las radioemisoras son un medio para que nuestra sociedad pandina adopte rasgos de la cultura brasilera. Explícitamente, se refiere al resultado que implica la recepción y

asimilación de elementos culturales del Brasil en detrimento de nuestra propia cultura. Es decir, la “encarnación “que realiza un individuo en su propia cultura.

4.5.11. Influencia de la Música Brasileira en nuestra Cultura.

Los cambios culturales de una sociedad se dan cuando dos culturas entran en contacto, una de las dos tiende a asemejarse en parte con la otra mediante un proceso de “empréstimo”, pues necesitamos saber por qué afecta la música brasileira a nuestra cultura.

Gráfico N° 11

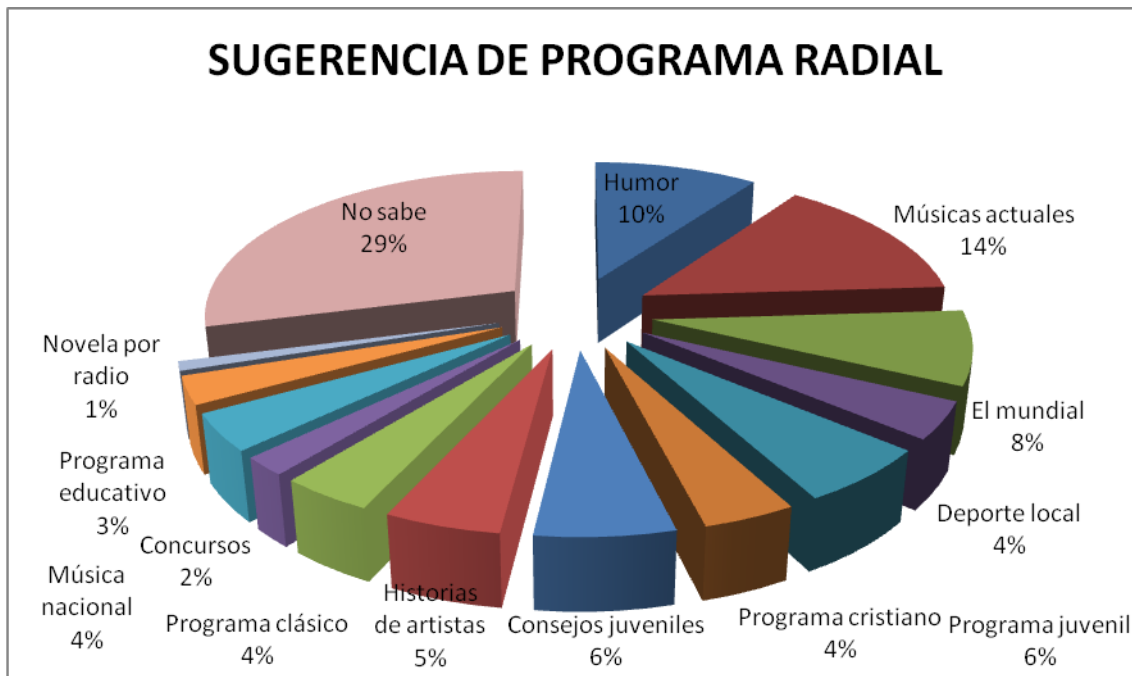


Según datos obtenidos, el 33% del total de la población encuestada considera que los programas en portugués afectan a nuestra cultura porque estamos en la presencia de dos idiomas o lenguas vivas que tienen un tejido social que abarca distintas formas y expresiones de una determinada sociedad. Por tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura. El restante 4% no sabe por qué los programas en portugués pudieran afectar a nuestra cultura.

4.5.12 Sugerencias de Programas Radiales

El secreto de comunicar por radio consiste en conocer a su audiencia, en este sentido, se solicitó a los adolescentes que sugieran el tipo, contenido y significado de programas radiales que puedan ser considerados en la programación general de la emisora. La respuesta de ellos está detallada en el gráfico que se presenta:

Gráfico N° 12



Según los datos que lanza la encuesta realizada, el 29 % de la población no sabe qué tipo de programa sugerir para implementarse en las programaciones radiales, el 14 % sugiere que se emitan más músicas actuales, y el 1% sugiere emitir novelas por la radio.

V. CONCLUSIONES

En este trabajo, se trata de averiguar cuál es la importancia de la música en el mundo adolescente y si influye de alguna manera en la identidad personal y

colectiva de ellos. Para esto se utilizó la información extraída de libros sobre el tema y la obtenida a través de la realización de la encuesta y las entrevistas. A continuación se explicarán las conclusiones o resultados de este proyecto con respecto a la problemática planteada en la investigación.

5.1. Objetivo específico N° 1

Identificar la música de preferencia de los adolescentes de la U.E. Dr. Antonio Vaca Díez de la ciudad de Cobija.

La música es un instrumento dotado de un enorme poder de persuasión, capaz de influir mucho en las actitudes, los estados de ánimo, las emociones y los actos humanos. La posibilidad de transportar la música a cualquier parte y el uso de los auriculares de alta fidelidad permite a los jóvenes a vivir continuamente con música.

Según la información recogida, a los adolescentes del Colegio Dr. Antonio Vaca Díez les gusta escuchar música variada, sobretodo las que están de moda, tanto en idioma español, portugués e inglés, según el siguiente cuadro que demuestra estas preferencias musicales:

Las emisoras de Cobija en su mayoría emiten música en portugués y el ritmo que generalmente escuchan los adolescentes con mayor prevalencia y frecuencia es el Revolection, ritmo musical que interpretan los artistas brasileños Pit Bull

Consiguientemente, se pudo notar que la mayor parte de los adolescentes prefieren el revolection, esto también se ve reflejado en las listas musicales de las principales estaciones de radio y canales de videos musicales donde estos géneros son los más solicitados, ocupando los primeros lugares. Asimismo, se logró obtener información que la Radio Joven Pan de nuestra ciudad, se dedica con exclusividad a difundir programas en portugués con predominio de la música brasilera.

Los adolescentes, lo que generalmente buscan en sus artistas favoritos es identificarse con la música de ellos comprobando lo que se dijo anteriormente de que los adolescentes toman a sus artistas como una forma de expresarse, también se observó que casi todos tienen a un artista o una canción con la que se identifican.

A medida que el adolescente adquiere independencia, puede encontrar en la música modelos alternativos respecto a los estilos de vida. Su identificación con un determinado estilo musical puede ser el signo de un cierto grado de rebelión contra la autoridad, o una vía de escape ante sus conflictos con los padres o también puede estimular sentimientos de distensión, relax y seguridad en situaciones y ambientes nuevos. Este criterio es coincidente con el razonamiento de los profesionales entrevistados que confirman que la música afecta no sólo la identidad cultural de los adolescentes, sino también su comportamiento, sus valores, sus emociones y reacciones.

Estos diversos tipos de música tienen aceptaciones variadas según la cultura y el sexo. En las conversaciones entre adolescentes, un tema habitual es la música. El placer de compartir la misma música puede ser la base de nuevas amistades o grupos con ideales y gustos similares. Hay indicios, - aunque no estén confirmados siempre por las estadísticas-, de que los adolescentes que siguen la subcultura de alguno de estos estilos, corren mayor riesgo de ser toxicómanos o violentos.

5.2. Objetivo específico Nº 2

Describir qué tipos de mensajes perciben los adolescentes a través de la música

La música radiofónica se inserta en la narración y acaba por diluirse en ella pero el oyente debe percibir una unidad estructural completa e indivisible. Las reacciones emocionales que nacen en la audición musical son hasta cierto punto previsibles (cada instrumento emite un sonido característico que constituye su timbre a connotaciones). Ej.: la calidez es una cualidad de los instrumentos de cuerda.³⁹

Según se ha determinado que el Revoletion, que emiten las emisoras de Cobija, tiene un mensaje fundamental para los adolescentes del Colegio Dr. Antonio Vaca Díez, cual es de reforzar la cohesión social del grupo (la unidad), tratan de asimilar a los artistas; por esta razón, conforman grupos para identificarse con sus cantantes preferidos, asimilan su vestimenta, peinados, atuendos y se mantienen en horarios de recreo agrupados demostrando algunos pasos que aprendieron del género musical.

Sin embargo, debido a su corta edad y al ritmo contagiante superbailable, ellos no reflexionan profundamente en la letra de la melodía, pues pareciera que para eso no queda espacio. Pero promover una letra que parece normal, divertida e insignificante, muchas de ellas encierran todo un paquete de mensajes que afectan su vida afectiva incitándoles a tomar actitudes impropias para su edad.

5.3. Objetivo específico N° 3

³⁹ http://www.patatabrava.com/apunts/documents/teoria_lleng_radio_plazaro.doc 05 Abril 2006

Identificar el género musical que es del agrado de los adolescentes de la Unidad Educativa Dr. Antonio Vaca Díez de la ciudad de Cobija

Según los datos indagados se tienen resultados que los géneros musicales de preferencia de los adolescentes son los pedidos musicales de los éxitos del momento y los acertijos musicales en segundo lugar.

Este género consiste en la emisión continuada de las canciones que están de moda y son las primeras en el ranking de éxitos del momento durante un tiempo determinado. Su estructura y estilo están perfectamente definidos y diferenciados como se detalla a continuación:

- Revolection
- Reggaetón
- Cumbias villeras
- Zambas brasileras

El público potencial se sitúa en los adolescentes de ambos sexos, siendo el reclamo para los que se acercan a la radio por primera vez (muchas gente comienza a oír la radio oyendo estas emisoras).

Los locutores presentan con estridencia las canciones y asocian su locución al desenfado, a la energía, a la excitación. Se recurre con facilidad a concursos y promociones para tener enganchada a la audiencia.

5.4. Objetivo específico N° 4

Describir la influencia de la música brasilera en la identidad de los adolescentes entre 13 y 15 años.

La adolescencia, como etapa que supone la transición entre la infancia y la juventud, se identifica con cambios drásticos en el cuerpo y en la psicología.

Según los psicólogos, la adolescencia, considerada como un fenómeno social y cultural, no sólo es un periodo de cambios, sino de búsqueda y autoafirmación de sí mismo, de formación de la personalidad, formación de principios y convicciones (jerarquía de valores) que regirán la vida de una persona.

Esto significa que la adolescencia es una época fundamental en la formación de la opción moral y cultural del futuro hombre o de la futura mujer que los propietarios de medios de comunicación, conductores y locutores deberían tomar en cuenta a la hora de planificar la política comunicacional de una emisora y la musicalización de los programas radiales.

La influencia que ejerce la radio en una comunidad está determinada por una serie de normas, valores y creencias de este grupo poblacional y que en el caso específico de Cobija asume una nueva personalidad al tener, desde épocas históricas hasta hace pocos años, una fuerte tendencia a difundir elementos de otro país y que tuvieron por la falta de otra visión, una gran aceptación en la audiencia.

En este sentido se ha determinado que el género musical brasilero Revoleition está influenciando en la identidad de los adolescentes de la Unidad Educativa Dr. Antonio Vaca Diez, tal como se detalla:

5.4.1. Estar a la moda conformando grupos para practicar la danza.

Esto significa que los adolescentes construyen su identidad personal y de grupo generados en la música que escuchan y en la danza, la que desde diversos ritmos producen pérdidas de objetividad y actúan en su inconsciente sin que ellos puedan percibirlo.

5.4.2. Son influenciados en la vestimenta de sus artistas favoritos.

Los adolescentes llegan a usar la vestimenta que los identifique con sus artistas favoritos, aunque no todos ellos, pero existe una fuerte tendencia en todos. También gracias a esta encuesta se vio que la música es muy importante en la vida de los adolescentes, y generalmente es escuchada de 2 a 3 horas diarias por los adolescentes. Y ésta por lo general llega a los ellos a través de los medios de comunicación y de sus amigos.

Para finalizar se observó que casi todos los adolescentes ven afectada su vida de alguna manera por la música, lo que comprueba el planteamiento de la socióloga Carlo Durán. Ante este contexto, depende los valores y principios del adolescente si se deja llevar por lo que dicen esas letras o toma el control de su vida. No importa el tipo de música, artista o letras que le gusten a una persona, lo que importa es que el adolescente sepa diferenciar si deja que su vida se rija totalmente por lo que diga un artista o no.

5.4.3. Cambian su identidad a través del peinado, llevan atuendos (collares, y otros)

Así como la música les proporciona modelos de vestimenta, en la actualidad se agregaron nuevos componentes como el estilo del peinado, los tintes, el corte de cabello y otros que modifican el aspecto formal del adolescente. Inclusive, los pasos de la danza y los atuendos como collares, cadenas, aretes, tatuajes y otros, transforman a los adolescentes llegando a expresar una imagen equivocada de ellos, como por ejemplo, pueden demostrarse como antisociales o personas con problemas de conducta.

5.4.4. Son receptores de rasgos culturales de otra sociedad impuestos por la música, a expensas de su propia cultura(Proceso de Aculturación)

Entendemos por aculturación al resultado de un proceso en el cual una persona o un grupo de ellas adquieren una nueva cultura, generalmente a expensas de la propia cultura y de forma involuntaria.

De ahí, la aculturación implica la recepción y asimilación de elementos culturales de una cultura dominante a una menos desarrollada. Este proceso sociocultural, tradicionalmente ha generado colonización y dependencia.

De esta manera, si no establecemos la cultura musical desde la radio, los adolescentes de este pueblo podrán adoptar uno o más rasgos de la sociedad brasilera, usualmente en detrimento de la propia cultura pandina, amazónica y boliviana.

Hasta el momento, los medios de comunicación en la ciudad de Cobija, no han hecho un mayor esfuerzo ni han tenido el apoyo suficiente por ayudar a la educación de las personas, alejándose de su principal función la cual es educar y entretener. Esto se debe a que la mayoría de éstos solo buscan el lucro de sus propietarios mientras otros, recurren a esta venta de espacios radiales a extranjeros por sobrevivencia. En uno u otro caso, muchas veces llevan a promover el individualismo, el consumismo y los antivalores en la sociedad.

5.4.5. CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Del análisis inferencial que consistió en el cruce de la variable independiente con la variable dependiente, se confirma la hipótesis de esta investigación que presumía que la música brasilera en las radios FM de Cobija, es un factor de cambio en la identidad de los adolescentes.

Varias investigaciones realizadas sobre el tema demuestran que una cultura dominante y una oferta unipolar es un atentado para la diversidad, olvidándose de la pluralidad. Nadie tiene derecho a limitar la oferta que se recibe.

Los resultados de esta investigación, comparativamente se parecen con estudios objetivamente comparables como los ejecutados en otros países para determinar los impactos del Rock y del Reageatón en los adolescentes, pues las relaciones, generalizaciones y los efectos que indican los investigadores, tienen similitud con los obtenidos en el presente estudio.

Finalmente, podemos resaltar que la música no sólo altera la conducta y los valores de los adolescentes, sino también la identidad personal y cultural tan débil en esta frontera de la patria.

RECOMENDACIONES

1. La radio por tener la ventaja de persuasión auditiva, se convierte en un medio de comunicación social privilegiado, tiene un alto grado de influencia en la transformación cultural, a través de una socialización y transmisión de ideologías y valores, éstas ventajas deben ser utilizadas positivamente con proyectos y planes de difusión produciendo programas educativos y culturales para llegar a los adolescentes, con el propósito de encaminarlos a una cultura donde se rescaten los valores de este grupo étnico.

2. Los medios de comunicación radial deben retomar los esfuerzos originarios de contrarrestar la música y costumbres brasileras, que produzcan y difundan programas que rescaten, promuevan y conserven la cultura pandina destinada eliminar la aculturación histórica presente en esta frontera.

3. La Superintendencia de Telecomunicaciones debe de intervenir a las radioemisoras que emiten programas en portugués para aplicar sanciones.

4. Las instituciones educativas y culturales deben de producir programas que sean de exclusividad para los adolescentes para prevenir la influencia de la música brasileras en los adolescentes que afecten a sus valores y conductas.

5. Las unidades de cultura del Gobierno Autónomo de Pando y de los Gobiernos Municipales deben hacer gestión cultural relacionado al desarrollo de políticas culturales, investigación cultural, patrimonio cultural (tangibles e intangibles) y planificación estratégica y diseño de proyectos culturales de rescate y conservación de la cultura pandina ligada al ecoturismo.

6. La radio de la Universidad Amazónica de Pando, categorizada como emisora educativa, por el soporte y la representatividad que tiene de una casa superior de estudios, debe cumplir su función social y convertirse en la emisora vanguardia de la cultura pandina, sin embargo, por el formato de sus programas que presenta no pasa de ser una radioemisora comercial.

7. La música y los mensajes que se envíen a los adolescentes y estudiantes, deberán ser de alta calidad, moralmente consistentes, con argumentos cívicos y patrióticos sólidos, seguros y serios, de modo que establezca directrices favorables para el desarrollo de los adolescentes.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

RAMÍREZ Arriaga Velveth Johanna, 2009 INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN EN LA NIÑA Y EL NIÑO, Guatemala, Pág. 8-9

GARCIA, Néstor y RONCAGLIOLO, Rafael, 1988 (Edit.). Cultura Transnacional y Culturas Populares Instituto Para América Latina. Lima.

Rossana Barragán PIEB mayo 2001 Formulación de Proyectos de Investigación 2° Edición Pág. 93

Hernández R., Collado C., Baptista L., 2002, Metodología de la Investigación, (Pág. 117)

Hernández R., Collado C., Baptista L., 2002, Metodología de la Investigación, (Pág.) (455)

GARCÍA Camargo Jimmy 1999 la Radio por dentro y por fuera, Quito – Ecuador: colección Intiyan

Mc. QUAIL, Denis 1972 Sociología de los medios masivos de comunicación, Buenos Aires, Editorial Paidós.

MALETZKE, Gerhard 1976 Sociología de la comunicación, Quito – Ecuador, Editorial Época: Colección Intiyan

CAMACHO Azurduy, Carlos 1999 Comunicación masiva: de la audiencia a la competencia, La Paz, Programa Nacional de Formación Universitaria en Comunicación Radiofónica Voces Unidas.

RAMÍREZ Arriaga Velveth Johanna, 2009 INFLUENCIA DE LA MÚSICA A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN EN LA NIÑA Y EL NIÑO, Guatemala, Pág. 7

REDONDO Romero Antonio, 1996 PAPEL DE LA MÚSICA EN LOS JOVENES

Sunkel, Guillermo. **Una mirada otra. La cultura desde el consumo.** *En libro: Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder.* Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. 2002.

MEDINA Hernández, Ileana, 1998: Los estudios de comunicación masiva en América Latina. Revista Latina de Comunicación Social N° 1 La Habana, Cuba Pág. 3

Investigaciones

Investigación de Estudiantes del Tercer Semestre de la carrera Ciencias de la Comunicación Social, Rating Radial en Cobija, 2006

UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO 2006 Influencia de la música en la conducta de los adolescentes

Páginas Web

Influencia de la Radio en los Jóvenes « Vida de Palabra - La Coctelera 21 Sep 2006 vidadepalabra.lacoctelera.net/.../influencia-la-radio-los-jovenes -

COMAS Martin, Semiótica de los Medios www.monografias.com

Investigación cuantitativa y cualitativa de S Objetiva Las diferencias más ostensibles entre ambas metodologías se muestran en la tabla 1 5-6. Los fundamentos de la metodología cuantitativa podemos encontrarlos... www.fisterra.com/mbe/investiga/.../cuanti_cuali.asp -

Álvaro Román C. 2005-2006 Sinopsis de investigación social sociolorock.blogspot.com/search/label/metodología - 40k

Investigación cualitativa y cuantitativa La **Metodología Cuantitativa** es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística.... www.monografias.com › *Epistemología*

Las Encuestas y la Investigación Cuantitativa El método de la encuesta. El representante más destacado el método cuantitativo es la encuesta. La encuesta es un método de investigación... www.insp.mx/Portal/Centros/ciss/nls_new/docs/.../encuestas.

RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN DOCUMENTAL www.monografias.com/trabajos28/guia-plan-trabajo/guia-plan-trabajo3.shtml - 448k

OMONTE Rivero Abraham, 2001, Metodología cualitativa: más que una herramienta para la obtención de datos www.monografias.com/.../guia.../guia-plan-trabajo3.shtml

NAVARRO Gonzalo, 2001, Métodos de encuesta: Entrevistas y Cuestionarios. La entrevista estructurada www2.udec.cl/~gnavarro/2001_1/ienc.html - 19k -

4 Metodología del trabajo de campo www.edomexico.gob.mx/cemapem/cuaderno/cuaderno4/htm/c4%204metodologia.htm

Una mirada psicológica a los estudios de la comunicación masiva ... En la década del 20 al 30 aparece en los Estados Unidos la **radio** y el cine comienza.... Mediación **cultural**, de Jesús Martín Barbero; **Teoría socio-cultural** del... es el reconocimiento de la **influencia** de la **cultura** en la comunicación,...

www.monografias.com › *Psicología*

likay urbano: **influencia** del discurso **radial** ... "teoría hipodérmica", explica Benjamín Zubiaur (Periodista argentino). ... Etiquetas: Discurso **radial**, emisoras **radiales**, **influencia** de la radio, ... likayurbano.blogspot.com/.../influencia-del-discurso-radial.html –

Influencia de las críticas políticas de los locutores **radiales** en ... 29 Jun. 2001... Según la **Teoría** Hipodérmica el receptor es un elemento pasivo,.... Asunto:**Influencia** de las críticas de la locución **radial** en la población ... www.monografias.com › *Estudio Social* –

La investigación en comunicación masiva y comportamiento... de AMI López - de los medios; la **teoría** del cultivo y la perspectiva de **aculturación**,.... Establecer su **radio** de **influencia** y sus implicaciones en la vida social. ... ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=4308&N=1

Cap 17 Teoría De Las Mediaciones Sociales **Martín Barbero** propone tres lugares de **mediación**: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia **cultural**. ... www.slideshare.net/.../cap-17-teoria-de-las-mediaciones-sociales - *Estados Unidos* -

APORTES DE JESÚS MARTÍN-BARBERO AL ESTUDIO DEL CONSUMO CULTURAL de G Sunkel Reconocimiento que a su vez está relacionado con la constatación que en países... El consumo sería una práctica sociocultural en la que se construyen.... de una teoría social de la comunicación basada en el paradigma de la mediación. que Martín Barbero realiza de las transformaciones socio-culturales.... bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc – Medios de comunicación. 3 Mar 2010... La mediación cultural de Jesús Martín Barbero, a través de su “teoría de las mediaciones” (1987) pionera en el pensamiento latinoamericano, ... www.mailxmail.com/.../medios-comunicacion-teorias-literarias-2-2 -

Euskonews & Media Gaiak **La audiencia de la radio. De los oyentes a los usuarios (III)** Escuchar artículo - Artikulua entzun. Jon MURELAGA IBARRA, Profesor del Departamento ... www.euskonews.com › *EM 426* › *Gaiak*

La investigación en comunicación masiva y comportamiento... de AMI López - de los medios; la **teoría** del cultivo y la perspectiva de **aculturación**,..... Establecer su **radio** de **influencia** y sus implicaciones en la vida social. ... ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=4308&N=1

Crítica a las teorías de los efectos directos de los medios de comunicación masiva. Un enfoque socioantropológico. Rosario M. Guerrero Álvarez... www.alaic.net/alaic30/ponencias/.../GT21_10%20Guerrero.pdf –

La investigación en comunicación masiva y comportamiento... de AMI López - de los medios; la **teoría** del cultivo y la perspectiva de **aculturación**,..... Establecer su **radio** de **influencia** y sus implicaciones en la vida social... ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=4308&N=1

Influencia de las críticas políticas de los locutores radiales en ... 29 Jun. 2001... Según la **Teoría** Hipodérmica el receptor es un elemento pasivo, Asunto:**Influencia** de las críticas de la locución **radial** en la población ... www.monografias.com › *Estudio Social* –

La investigación en comunicación masiva y comportamiento... de AMI López - de los medios; la **teoría** del cultivo y la perspectiva de **aculturación**,..... Establecer su **radio** de **influencia** y sus implicaciones en la vida social... ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=download&ID=4308&N=1

Anexos

Anexo nº1

ENCUESTA RADIAL

Barrio:.....

Sexo:..... Edad:.....

1.- ¿Qué emisora le agrada escuchar?

.....

2.- ¿Tiene algún programa favorito?

Musical Noticia Deportes Humor Revista Matinal Otros

3.- ¿Qué le agrada de su programa preferido?

La voz del Locutor El Sector Musical Los Temas que se Plantean Horóscopos

4.- ¿Qué sector que no le gusta del programa radial?

Programas en portugués Entrevistas Noticias Locales Música

5.- ¿Qué horario le gusta escuchar la Radio?

Mañana Tarde Noche

6.- ¿Le gusta los programas en Portugués?

SI NO

7.- ¿Considera que los programas en portugués afecta a nuestra cultura?

¿Cómo?:.....

¿Por qué?:.....

8.- ¿Cómo sugerencia qué tipo de programa le gustaría que se emita en la radio?

.....
.....
.....

ENTREVISTA A PROPIETARIOS DE MEDIOS

NOMBRE.....

MEDIO.....

1.- ¿Tiene Conocimientos que la influencia cultural del Brasil afecta a la población a través de los programas con música y conductores brasileiros?

2.- ¿Qué Actitud tomará con relación a la falta de conciencia de la población sobre la importancia de valorar nuestra cultura?

3.- ¿Qué Sentimientos tiene hacia esas personas que tienen preferencia con la música y el idioma brasileiro

4.- ¿Cuáles son las Prácticas que puede hacer para evitar la influencia brasileira a través de programas y sectores musicales en portugués que afectan a la población en general?

5.- ¿Qué Expectativas tiene usted para que se ponga en práctica producciones radiales culturales bolivianos y evitar la influencia brasileira que poco a poco está ganando terreno en nuestra ciudad?

ENTREVISTA A LOCUTORES

NOMBRE.....

MEDIO EN QUE TRABAJA.....

1.- En función de los contenidos, los modelos de su programa es:

Convencional

especializado

2.- En función de la estructura, los modelos son:

Dramas

Concursos

Socio-Cultural

Otros

3.- ¿Cómo se llama su Programa?

4.- ¿Es producción exclusiva en portugués?

5.- ¿Cuál es el horario que utiliza?.....

6.- ¿Cuánto paga por el espacio radial?

7.- ¿Le es rentable pagar un espacio radial?.....

8.- ¿Cómo sustenta financieramente el programa?

9.- ¿De dónde es la publicidad?.....

10.- ¿Sabe de qué manera puede influir en las costumbres de la población de Cobija?

.....
.....
.....
.....

Anexo nº 4

ENTREVISTA PSICOLOGO (A)

NOMBRE.....

PROFESIÓN.....

1.- ¿Considera que los adolescentes con relación a la música brasilera son consientes de sus deseos y motivaciones para escucharla?

4.- ¿La música puede afectar a los adolescentes mentalmente?

5.- ¿Cómo puede afectar la música en la conducta del adolescente?

6.- ¿Cómo trabajan los sentidos de un adolescente cuando escucha música?

7.- ¿La música podría trastornar a un adolescente?

8.- ¿Qué recomienda?

Anexo nº 5

ENTREVISTA SOCIÓLOGO (A)

NOMBRE.....

PROFESIÓN.....

- 1.- ¿La música podría cambiar actitudes de los adolescentes?

- 2.- ¿El rol social de los adolescentes podría cambiar con la influencia de la música?

- 3.- ¿La acomodación podría funcionar en los adolescentes a través de la influencia musical?

- 4.- ¿La música podría darle estatus a los adolescentes?

- 5.- ¿Los valores de los adolescentes podrían ser afectado con la influencia de la música?

- 6.- ¿La música podría afectar en las pautas de conducta de los adolescentes?

- 7.- ¿Qué recomienda?

