



**SEP**  
SECRETARÍA DE  
EDUCACIÓN PÚBLICA



**SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA  
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL  
UNIDAD AJUSCO  
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA**

**EL ANÁLISIS DE CANCIONES POP COMO ESTRATEGIA PARA  
ESTIMULAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO Y REFLEXIVO EN  
ESTUDIANTES DE PRIMERO DE SECUNDARIA**

**TESIS  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN PEDAGOGÍA**

**PRESENTA:  
DAVID ESTEBAN BARRÓN MARTÍNEZ**

**ASESORA:  
MTRA. LETICIA SUÁREZ GÓMEZ**

**CIUDAD DE MÉXICO, AGOSTO 2019**

## **AGRADECIMIENTOS**

Realizar una tesis no es un trabajo fácil, pues requieres de mucha disciplina, paciencia, creatividad y pasión, desde el momento en que tratas de plantear tu tema de investigación hasta llegar a las conclusiones, sin embargo, puedo decir que disfruté bastante cada aspecto de este trabajo porque nunca estuve solo durante este proceso, sino que siempre estuve rodeado de personas lindas y amorosas a las cuales quiero agradecer enormemente porque creyeron en mí, estuvieron atentas de cómo me iba en todo este proceso, y siempre tenían palabras de ánimo y sabiduría para que no me rindiera y siguiera adelante hasta alcanzar la meta; por ello, quiero agradecer:

### **A DIOS**

Por ser el sustento de mi vida, por guiar mis pasos en el camino correcto, por su amor incondicional y la bendición de vivir y rodearme de gente que me ama y me ha apoyado hasta este momento.

### **A MI MAMÁ LYDIA MARTÍNEZ**

Por la paciencia, el apoyo y sobretodo el amor que me ha brindado estos últimos años para seguir adelante con la tesis y los retos que me ha impuesto la vida. Te amo mucho mamá y te admiró porque me has enseñado a través de tu vida que rendirse no es una opción, sino que debo dar lo mejor de mí en cada aspecto de mi vida para triunfar. Eres el mejor ejemplo a seguir y espero algún día llegar a ser como tú: tan valiente, tan perseverante, tan esforzada, tan amorosa y llena del gozo de Dios.

### **A MIS HERMANOS SAMUEL E ISRAEL**

Por su amor, apoyo y comprensión, pues sé que soy una persona difícil de soportar, así que me disculpo por las veces que los he lastimado consciente o inconscientemente y les agradezco enormemente por estar en los momentos más difíciles de mi vida, bendiciendo mis pasos y brindándome palabras de aliento que reconfortan mi alma. Los amo bastante y trataré de demostrárselos cada día más.

## **A MI ASESORA LETICIA SUÁREZ**

La admiro y la quiero muchísimo por toda la paciencia, apoyo, atención, dedicación, cariño y todos los conocimientos que compartió conmigo para seguir adelante con mi investigación. Sin duda alguna usted es una gran maestra, una increíble asesora y una excelente amiga.

## **A MIS ABUELOS:**

Mariano y Bertha Martínez quienes siempre se preocupan por mis estudios y mis necesidades tanto económicas como emocionales. Su cariño y su apoyo nunca me han faltado, por eso y más, se los agradezco muchísimo.

## **A MIS TIOS:**

- Joel y Lulú Martínez quienes siempre con amor y comprensión de padres me bendicen, me abrazan y me dicen que puedo contar con ellos para lo que sea. Siempre me abren la puerta de su casa y de sus corazones para recibirme en los momentos alegres y en los más difíciles, por eso, los amo muchísimo y aprecio bastante todo el apoyo que me brindan.
- Efraín e Ivonne Martínez quienes siempre me preguntaban cómo iba con la tesis y de qué manera me podían ayudar, también por los consejos tanto escolares como espirituales, pues constantemente me recuerdan que debo poner a Dios en todos mis planes para triunfar. Los amo muchísimo y estoy sumamente agradecido por todo el amor que siempre me ofrecen.

## **A MIS AMIGOS:**

Alberto Rodríguez, Amairani Martínez, Dayanira Palomo, Karina Martínez, Mónica Muñoz, Ángel López, Liseth Olivares, Stephanie Nava, Viridiana Ramos, Kassandra Rodríguez, Martha García y Alexis Rojas por sus pláticas, las aventuras que vivimos juntos, las sonrisas, abrazos y tristezas que compartimos, sus palabras de ánimo y sus consejos. Todas las experiencias que tuvimos juntos han contribuido a mi crecimiento personal y profesional, por eso los quiero

demasiado, agradezco su amistad y espero Dios los bendiga en todos los aspectos de su vida porque lo merecen. GRACIAS.

# Índice

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>Capítulo I: Los valores y la industria discográfica de música pop .....</b>	<b>6</b>
1.1 El mundo de los valores .....	6
1.2 La cultura como repertorio para aprender valores.....	10
1.2.1 El impacto sociocultural de la industrialización y las innovaciones tecnológicas frente a los valores de la Sociedad .....	12
1.3 Las discográficas de música pop: Una industria del Sistema Capitalista .....	21
1.4 Experiencias en torno a la educación mediática y el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo.....	29
<b>Capítulo II: Perspectiva sobre el pensamiento crítico y reflexivo desde la educación mediática, la pedagogía crítica y el constructivismo .....</b>	<b>35</b>
2.1 Las canciones pop y su incidencia en el mundo de los valores.....	35
2.2 El pensamiento crítico y reflexivo y su importancia en la educación actual de primer grado de secundaria .....	43
2.3 La pedagogía Crítica y su enfoque comunicativo para el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo.....	47
2.4 La educación mediática .....	53
2.4.1 El sujeto crítico: Una dimensión sobre educación mediática para potenciar el pensamiento crítico y reflexivo .....	56
2.5 El constructivismo: Una base para potenciar el aprendizaje significativo .....	59
<b>Capítulo III: La canción como estrategia para estimular el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de primer grado de secundaria.....</b>	<b>66</b>
3.1 Descripción del contexto de la escuela “República del Perú” .....	66
3.1.1 Ubicación .....	66
3.1.2 Composición social .....	69
3.1.3 Características generales del inmueble .....	69
3.2 Metodología de investigación .....	70
3.2.1 Selección de sujetos de investigación .....	71
3.2.2 Proceso e instrumentos de investigación .....	73

3.3 Presentación y análisis de resultados del “Cuestionario sobre el consumo musical de estudiantes de primer grado de secundaria” para el diseño y elaboración de un taller sobre análisis de canciones .....	77
3.4 Diseño del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores” .....	80
3.4.1 TALLER: LAS CANCIONES POP: UN MUNDO PARA ANALIZAR Y REFLEXIONAR VALORES. 81	
3.4.2 Secuencias didácticas: .....	82
<b>Capítulo IV: Presentación y análisis de resultados sobre los instrumentos de investigación y del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores” .....</b>	<b>98</b>
4.1 Aplicación y resultados del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores” .....	98
4.2 Presentación y análisis de resultados de los test “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” .....	111
<b>Conclusiones .....</b>	<b>122</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>126</b>
Anexo 1 “Cuestionario sobre el consumo musical de los estudiantes de primer grado de secundaria” .....	126
Anexo 2 Test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” .....	130
Anexo 3 “Llegue a la escuela montado en...” .....	134
Anexo 4 Actividad: La casa en llamas.....	135
Anexo 5 “Táctica de salvamento contra incendios” .....	137
Anexo 6 “Equipo de bomberos al rescate” .....	138
Anexo 7 Lectura: “Quizás no lo sabías, pero...” .....	139
Anexo 8 Ejercicio: “Detectives del pop” .....	141
Anexo 9 Cuadro comparativo: “Dos artistas, dos puntos de vista” .....	142
Anexo 10 Letras de las canciones.....	144
Anexo 11 Cosas positivas y negativas de una canción pop.....	149
Anexo 12 Resultados del “Cuestionario sobre el consumo musical de los estudiantes de primer grado de secundaria” .....	151
Anexo 13 Resultados de la actividad “Táctica de salvamento contra incendios”.....	160
<b>REFERENCIAS: .....</b>	<b>161</b>

## INTRODUCCIÓN

La investigación presente nace del interés por desarrollar una estrategia pedagógica con canciones pop que permita estimular el pensamiento crítico y reflexivo en estudiantes de primero de secundaria para que tomen consciencia sobre el tipo de valores e ideologías que promueve la música que suelen escuchar: ¿Qué tipo de valores son? ¿Son valores acordes a los que les enseñan en casa y la escuela? ¿Por qué se promueven? En este sentido, el estudio se cuestiona constantemente sobre los valores y el significado que éstos han adquirido y/o perdido en la era contemporánea, que se caracteriza por ser un mundo mediático.

Los valores son creencias prescriptivas o, si se prefiere, principios normativos y duraderos que nos sugieren que una determinada conducta o un estado final de existencia es personal y socialmente preferible a otros que consideramos opuestos o contradictorios (Carreras, Eijo, Estany, Gómez, Guich, Mir, Ojeda, Planas y Serrats, 1999, p. 14).

En otras palabras, los valores son principios normativos que dictan qué conductas o actitudes son socialmente aceptadas por una determinada cultura o sociedad, por lo tanto, son éstos los que guían nuestra forma de ser, de actuar y de pensar, sin embargo, hoy en día, los avances tecnológicos y los medios de comunicación han influido en la forma en que se concibe el mundo de lo valioso en cada contexto, pues de acuerdo con Aparici (2005), “los medios de comunicación y las tecnologías digitales de información ofrecen no sólo información y entretenimiento, sino también formas y contenidos que afectan al sistema de percepción de valores y actitudes” (p. 86).

De alguna manera, los contenidos de los medios de comunicación a pesar de no ser creados con el fin de educar, al estar inmersos en diferentes áreas de nuestra vida cotidiana tienen el poder de impactar en nuestra formación, esto incluye nuestra forma de pensar, de actuar y de valorar las cosas, sin embargo, no todo lo que aprendemos de ellos resulta empatar o complementar la educación que se recibe en casa o en la escuela, pues de acuerdo con Bauman (2007) dichos

contenidos son creados principalmente para el entretenimiento y generar con ello, fuertes ganancias a las industrias que los producen y controlan.

Ejemplo de ello es la industria de la música pop, que según Roura (2007), al ser controlada por una diminuta clase empresarial, tiene el poder de imponer modas, valores, ideologías y estilos de vida donde lo más importante es resaltar el consumo y la competencia como sinónimos de éxito y realización personal con el fin de crear entre la audiencia ciertas necesidades y estilos de vida.

Este fenómeno cultural suele cobrar mayor relevancia en una edad en que los chicos y chicas cursan la secundaria, pues de acuerdo con Ballesta, Gómez, Guardiola, Lozano y Serrano (2003) y Aparici (2005), es una etapa donde la música junto con otros consumos mediáticos ocupa un lugar central en la vida de los adolescentes para la identificación personal y con sus pares. Asimismo, Colomo y de Oña (2014) afirman que al escuchar música, consciente o inconscientemente se adquiere experiencia axiológica, que influye en la construcción de la personalidad.

Por esa razón, algunos investigadores como Bauman (2007), Aparici (2005), Silverstone (2004), Rivière (2003), entre otros, hacen hincapié en que las instituciones escolares hoy en día no pueden ni deben ignorar el hecho de que los medios han tomado un papel importante en la enseñanza de valores, por lo tanto, éstos se deben de tomar en cuenta en el currículo y los contenidos escolares para enseñar a los educandos a utilizarlos de manera crítica, consciente y responsablemente. Dichos autores plantean que la educación mediática debe ser considerada en los planes de estudios desde la educación básica hasta la educación superior, ya que se trata de un campo de estudio que tiene por fin fomentar y estimular el pensamiento crítico de las personas, el cual según Campos (2007) se describe como una habilidad necesaria del siglo XXI, pues permite discernir, analizar y actuar con responsabilidad en un mundo repleto de avances tecnológicos y medios de comunicación, donde se debe cuestionar constantemente cómo funcionan estos, cómo construyen la realidad, con qué objetivos, a partir de qué valores, etcétera.



Al respecto, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (la UNESCO por sus siglas en inglés, 2011) afirma que en la era actual llena de tantos cambios tecnológicos es imprescindible ofrecer a niños y jóvenes una educación mediática que les permita utilizar con una actitud crítica los diferentes medios de comunicación para que no se vean influidos por lo que éstos exponen. Ante tal necesidad, dicho organismo internacional desarrolló el “Currículum para Profesores sobre Alfabetización Mediática e Informativa” (AMI) con el propósito de brindar a maestros de diferentes regiones del mundo y niveles educativos dicha formación.

De esta misma manera, la Secretaría de Educación Pública (SEP, 2011) plantea que a través de la Asignatura Estatal los estudiantes de primero de secundaria deben desarrollar y fortalecer habilidades críticas que les permitan contribuir a los problemas que enfrenta su sociedad, esto incluye la reflexión sobre los medios de comunicación y su impacto en el mundo social.

No obstante, según Orozco, citado por Méndez (2017), afirma que actualmente la SEP no ha mostrado gran interés por implementar en los planes de estudios la alfabetización mediática como un elemento pedagógico que impulse a los estudiantes a cuestionar, comprender y analizar la información y los contenidos que ofrecen los diversos medios de comunicación.

Dicho esto, la hipótesis de mi investigación es que el análisis de valores a través de canciones pop, puede ser una estrategia que permita estimular el pensamiento crítico y reflexivo en estudiantes de primero de secundaria, para que éstos alumnos no se vean influidos por los contenidos negativos que exponen algunas de sus canciones favoritas, sino que sean conscientes de los mensajes que consumen al momento de escuchar música.

En este sentido, el presente trabajo se centrará en descubrir: ¿Qué tipo de valores e ideologías se difunden a través de las canciones pop que suelen escuchar estudiantes de primero de secundaria de la institución “República del Perú” y por qué? ¿Qué papel juegan las canciones pop en la vida de éstos estudiantes? Y

¿De qué manera podemos aprovechar sus canciones favoritas de pop para estimular su pensamiento crítico y reflexivo?

Para dar respuesta a dichas interrogantes la tesis se estructuró a partir de cuatro capítulos, a saber:

El capítulo uno denominado “Los valores y la industria discográfica de música pop” hace referencia a los valores como un constructo social y cultural donde se reflexiona el significado e importancia que han tenido para la humanidad y las diferentes culturas. Para ello, se hace referencia a los medios como promotores de valores, a partir de la producción de bienes y servicios en México, en el contexto de la industria de la música Pop, es decir, cómo surgió, cómo opera actualmente, bajo qué valores y con qué objetivos. Finalmente, se ofrece al lector un breve panorama sobre las formas en que se han utilizado los medios y la música para potenciar el pensamiento crítico y reflexivo.

En el capítulo dos se centra la atención en los contenidos y valores que difunden las canciones pop que actualmente escuchan estudiantes de primero de secundaria. Asimismo, se describen las características del pensamiento crítico y reflexivo y su importancia en el mundo actual, para finalmente hablar de este fenómeno desde la perspectiva de la Pedagogía Crítica, la Educomunicación y el Constructivismo como marco teórico-conceptual de la estrategia sobre análisis de canciones que aquí se desarrolló.

El tercer capítulo hace referencia a la metodología que sustentó a la investigación que dio lugar al taller “Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar valores”. Para ello, se describe de manera general el contexto en el que se desenvuelven los estudiantes de 1º de secundaria de la institución “República del Perú” así como el proceso, las técnicas e instrumentos de investigación que me permitieron concretar el objetivo planteado.

Por último, el cuarto capítulo describe la forma en que se llevó a cabo el taller “Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar valores” y se presentan los

resultados de la evaluación del mismo a partir de la aplicación de un mismo test trabajado en dos momentos (diagnóstico y evaluación).

## **Capítulo I: Los valores y la industria discográfica de música pop**

El presente capítulo tiene como objetivo entender que las industrias discográficas promueven determinados valores a través de las canciones que crean y que éstos influyen en la percepción de valores de las personas. De ahí la importancia de explicar lo que por valor habrá de entenderse y cómo se han construido socioculturalmente.

En este sentido, es necesario dar un panorama de cómo el desarrollo industrial y tecnológico contemporáneo ha impactado a la cultura y la sociedad y por lo tanto, a los valores que las constituyen. Por último, referiré algunas experiencias en torno a la educación mediática y a las posturas educativas críticas que han impulsado el pensamiento crítico y reflexivo de las personas, con la finalidad de potenciarlas como sujetos conscientes de los valores que la industria promueve.

### **1.1 El mundo de los valores**

En todo momento estamos aprendiendo valores a través de la familia, la escuela, los amigos, las personas que nos rodean y la sociedad en general; lo hacemos consciente o inconscientemente al observar cómo se comportan las personas o cómo actúan ante las distintas situaciones que se presentan a lo largo de sus vidas (pueden tratarse de situaciones conflictivas o no); sin embargo, pocas veces reflexionamos sobre qué son los valores y qué significan éstos en la sociedad actual.

Para algunos autores como Carreras et al. (1999), los valores son principios normativos que direccionan nuestra forma de actuar ante determinadas situaciones y nos indican si algo es bueno o malo, de tal manera que nos ayudan a configurar nuestra identidad y orientar nuestra vida. Éstos nos brindan una base para tomar decisiones y confrontar algunos conflictos.

De acuerdo con Latapí, citado por Siciliani (2004), “entendemos por valor, desde una dimensión general, a lo que se valora, lo que se considera digno de aprecio; así, valor puede ser identificado con «lo bueno», lo provechoso” (p. 13).

Tomando como referencia a estos autores, aquí se concebirá como valor al conjunto de normas que cada persona va construyendo a lo largo de su vida de acuerdo con sus intereses y objetivos personales para determinar cómo va actuar en el presente y en el futuro. Significa tener un criterio propio sobre todo lo que nos rodea, considerando así que valorar es apreciar las cosas y otorgarles un valor, ya sea económico, estético, ético, material, etcétera.

De acuerdo con Casals (2000), “las cosas no son por ellas mismas valiosas, sino que somos nosotros los que les damos o no valor” (p. 17). En otras palabras, valorar es otorgar significado a los objetos a partir de los intereses sociales, políticos, económicos de cada sociedad. Significa ejercer o tener una opinión sobre ciertos actos o cosas determinadas, tomando como referencia nuestros sentidos, sentimientos, emociones, creencias y aspiraciones.

Cuando evaluamos algo o a alguien como bueno o malo, bonito o feo, pequeño o grande, falso o verdadero, estamos de alguna manera valorando, es decir, estamos otorgando atributos y méritos a las cosas. Tal acción tiene como punto de referencia las creencias y convicciones que a lo largo del tiempo fuimos aprendiendo en la interacción con los otros. De ahí que los valores sean un constructo social (familia, escuela, iglesia, pandillas, equipos deportivos y de trabajo, clubes, etcétera), es decir, producto de una serie de normas que nos indican cómo actuar y comportarnos en dichas comunidades; por lo tanto, los valores reflejan a la sociedad que los practica porque cada grupo social construirá su propia escala de valores a partir de aquello que considera digno de reconocimiento.

El término valor está asociado con ideas como *aprecio, calidad, estima, interés y preferencia*, por destacar sólo algunas. [...] valor es todo aquello a lo cual se aspira por considerarlo deseable, ya se trate de objetos concretos o de ideales abstractos que motivan y orientan el quehacer humano en una cierta dirección (Garza y Patiño, 2000, p. 12).

Esto confirma que cada individuo, como integrante de una sociedad, pone en acto sus gustos, preferencias, propósitos y necesidades al momento de valorar las

cosas y tomar decisiones, por lo que la configuración de los valores se vuelve algo individual.

Asimismo, Acosta y Sotelo (2015) señalan que el valor “es una cualidad que humaniza al hombre y a la mujer; son los bienes deseables, las preferencias, los compromisos que dan significado a la vida” (p. 12). Por lo tanto, estos representan nuestras convicciones, ideales y aspiraciones más profundas y reflejan parte de nuestra historia humana.

Por otra parte, Gómez y Planas (1995) afirman que el valor “es sencillamente la convicción razonada de que algo es bueno o malo para llegar a ser más humanos” (p. 165). Por ende, se considera que los valores tienen la cualidad de orientar nuestro comportamiento, lo que nos permite identificar quiénes somos, cómo queremos vivir y ser en el presente y en el futuro, y qué es lo que necesitamos para lograrlo; por lo tanto, los valores se manifiestan como propósitos y anhelos que nos impulsan a ser cada vez mejores personas ante nuestros propios ojos y ante los ojos de la sociedad. De este modo, se puede decir que los valores se reflejan a través del comportamiento humano, y por lo tanto, se enseñan y aprenden a través del ejemplo y la práctica, sin embargo, para Casals (2000) los valores:

(...) no tienen para todos la misma importancia, cada persona va construyendo su propia escala de valores y procura comportarse de acuerdo con ella. Esta jerarquía individual hará también que no todas las personas interpretemos de la misma manera las vivencias y los problemas, ya que, según los valores que prioricemos, daremos sentido a la realidad y la afrontaremos de una forma determinada (p. 17).

Si bien no todas las personas concuerdan con nuestros puntos de vista, existe un punto que nos permite aceptar esas diferencias: los “valores universales”, mismos que se traducen en “valores morales o éticos”, que son básicos para que todo tipo de sociedades aprendan a vivir en armonía, aceptando las diferencias de los demás.

Para Casals (2000) “los valores morales son aquellos aceptados por la mayoría de la sociedad, que nadie cuestiona y por los que todas las personas hemos de

luchar para que se hagan realidad, ya que su objetivo es humanizar la vida” (p. 18).

A nuestro parecer, los valores morales o éticos son aquellos que permiten mantener una sana convivencia con los demás como el respeto y la tolerancia, pues nos ayudan a aceptar la diferencia de los demás y mantener el equilibrio social entre las naciones. Por ende, la práctica de estos valores no son permutables en ninguna civilización, ya que son la brújula de las diferentes culturas para alcanzar la paz entre los ciudadanos que las conforman. Al respecto, Acosta y Sotelo (2015) afirman que:

Aprender a ser y vivir en sociedad implica la puesta en práctica de valores y actitudes, que permitan a las personas lograr el éxito, desarrollar su inteligencia individual y social, buscar y actuar con sabiduría, pero sobre todo lograr la autorrealización como una meta superior del ser humano (p. 6).

Dicho de otra manera, la educación y el aprendizaje de valores es imprescindible para construirnos como personas, establecer objetivos, lograr nuestras metas y poder vivir en sociedad de una manera agradable; por esa razón, la práctica y la formación en valores de un individuo comienza a partir del hogar donde el ser humano comienza a interactuar; le sigue la escuela, donde los valores aprendidos en casa se refuerzan a través de los contenidos curriculares que los profesores enseñan por medio de asignaturas como “Formación Cívica y Ética”, “Asignatura Estatal”, entre otras, pues a decir de Acosta y Sotelo (2015):

Uno de los propósitos de la educación es favorecer al desarrollo y la práctica de valores que permitan promover una adecuada convivencia entre las personas y, por ende, la conformación de una mejor sociedad donde el humanismo sea una práctica permanente. (p. 15).

De ahí que en las instituciones educativas enseñen valores éticos/morales como lo son la justicia, la libertad, la solidaridad, el respeto y la tolerancia, porque son valores universales que impulsan a las personas a relacionarse con otras de la mejor manera posible. No obstante, a pesar de que estos valores son aceptados de manera universal, la forma en que se conciben y practican dependerá de cada

persona y cultura, pues según Casals (2000), una de las características de todos los valores es que:

No son estáticos e inamovibles, al contrario, son vivos y cambiantes. [...] los valores cambian a lo largo de la historia, los valores son diferentes en una cultura y en otra, nosotros podemos tener unos valores en la infancia que serán diferentes en la adolescencia y podemos irlos modificando y/o cambiando a medida que crecemos, etc. (p. 18).

De alguna manera la forma en que valoramos las cosas habla de quiénes somos, refleja nuestro ser, nuestra educación, necesidades, objetivos y, por supuesto, nuestra cultura y de ahí que ésta sea el referente para aprenderlos.

## **1.2 La cultura como repertorio para aprender valores**

Para que el ser humano pueda vivir en sociedad necesita organizarse y conformar sistemas de normas y reglas basados en valores que les permitan vivir en sana convivencia con los demás; a este tipo de interacción organizada que da lugar a particulares modos de ser, pensar, creer y entender el mundo, se le denomina cultura.

De acuerdo con Giménez, citado por González (2017), “la cultura es un conjunto de signos, símbolos, representaciones, modelos, actitudes, valores, etc. Inherentes a la vida social” (p. 64). Es todo aquello que los miembros de cada sociedad han establecido como digno de aprender y/o de practicar.

De esa misma manera para Tylor citado por Warnier (2002), la cultura es la “totalidad compleja que comprende los conocimientos, las creencias, las artes, las leyes, la moral, la costumbre y toda capacidad o hábito adquirido por el hombre en su condición de miembro de la sociedad” (p. 11). Es decir, formar parte de una sociedad significa poseer una cultura: adoptar patrones de comportamiento, hábitos, formas de pensar, valorar la vida, los actos humanos y todo lo que nos rodea. Se trata pues de la humanidad dándole un significado al acto de vivir. De ahí la expresión de Warnier (2002): “una cultura no puede vivir ni transmitirse independientemente de la sociedad que la nutre” (p. 13).



Poseer o ser parte de una cultura significa entonces adoptar formas particulares de vivir y valorar la vida y todo lo que nos rodea, es decir, cada cultura determina qué cosas son o no dignas de aprecio y mérito. En este sentido, la cultura se convierte en un referente de valores que establece y desarrolla cada civilización para poder entender el mundo y actuar de manera apropiada en él.

Quando el ser humano capta la realidad con sus sentidos, aprende a ver y percibir su mundo de acuerdo con el contexto en el que se desarrolla. Por ello, la captación de los valores se da a través de la estructura mental del sujeto, así como de la educación y el medio ambiente en que éste se desenvuelve (Acosta y Sotelo, 2015, p. 7).

Esto significa que todo ser humano conforma su sistema de valores de acuerdo a la sociedad y cultura a la cual pertenece, así pues, los valores frente a todo tipo de cultura son aquellos aspectos, elementos, virtudes y atributos humanos que son merecedores de aprecio para el desarrollo de la sociedad.

De acuerdo con Pablo Latapí, citado por Siciliani (2004), “los valores como construcciones culturales (humanas) aspiran a ser universales para poder encontrar en ellos un referente de aquello que debe ser considerado fundamental para darle sentido y posibilidad de desarrollo individual y social” (p. 14). Esto quiere decir que el desarrollo de los valores en las culturas adviene por la necesidad de establecer normas que permitan al ser humano convivir en armonía con sus pares y la naturaleza, por ello, se aspira a que sean universales.

De ahí que sean las culturas las que establezcan sus propios parámetros de éxito y realización personal, determinando qué cosas son éticas o moralmente correctas o incorrectas, tomando como referencia las experiencias pasadas de sus integrantes con la intención de mejorar su presente.

Es por esto que constantemente estamos valorando las cosas a partir de los referentes culturales que se poseen, debido a que nuestra manera de pensar y de actuar está relacionada con los valores y educación que recibimos de nuestra familia, pero también de aquellos que conforman la sociedad a la que pertenecemos (leyes y políticas que la rigen, su historia, su lenguaje, sus prácticas sociales habituales y tradicionales, etcétera).

En este mismo sentido, Morduchowicz (2004) afirma que:

La cultura es una manera de posicionarse frente al mundo, frente a los demás y frente a uno mismo. Permite mirar de otra manera la realidad y pensar en el lugar que cada uno ocupa en ella.

Pertenecer a la misma cultura significa compartir una misma interpretación del mundo y un mismo universo conceptual y lingüístico. La cultura es la reproducción y el intercambio de significados compartidos. Estos significados son lo que dan sentido a nuestra identidad; quiénes somos y a dónde pertenecemos. Si los significados y el lenguaje no son compartidos, no podemos hablar de una misma cultura (p. 39).

Este intercambio de significados compartidos permite al sujeto construir su propia identidad con principios morales y éticos que tienen como base, experiencias y aprendizajes pasados y presentes que ayuda a los individuos conservar un equilibrio social. Vistos así, los valores son un legado cultural que tratan de preservar nuestro origen, quiénes somos, nuestros ideales e intereses, es decir nuestra identidad que como ya se dijo no es estática, es cambiante y se ve influenciada por los avances tecnológicos y los medios de información que presentan visiones diferenciadas del mundo.

### **1.2.1 El impacto sociocultural de la industrialización y las innovaciones tecnológicas frente a los valores de la Sociedad**

De acuerdo con Escudero (2009) la Revolución Industrial que experimentó Gran Bretaña, Francia, Bélgica y Alemania entre las últimas décadas del siglo XVIII y mediados del XIX, se caracterizó por una serie de cambios institucionales, económicos e innovaciones tecnológicas<sup>1</sup> que aumentaron la productividad del trabajo humano en dichos territorios. De acuerdo con éste autor, las innovaciones tecnológicas como la máquina de vapor que fue inventada por Newcomen en 1712, la máquina hiladora de Spinning-Jenny creada en 1764 por James Hargreaves y la invención de la primera locomotora de vapor construida por Richard Trevithick en 1804, permitieron el desarrollo y el incremento de producción de las industrias agrarias, textiles, de transporte y de comunicaciones.

---

<sup>1</sup>Para Cazadero (2010) una innovación tecnológica es un servicio o un invento nuevo reconocido mundialmente que se utiliza para facilitar un trabajo o acelerar la producción de una mercancía en particular.

No obstante, tales innovaciones también ocasionaron un cambio en la relación que tenía el ser humano con su entorno y la forma de valorar la vida, pues las máquinas fueron transformando paulatinamente la forma de trabajo que realizaba cada persona en su área laboral; en la actividad agrícola disminuyó la necesidad de mano de obra, pues gracias a la aparición de arados de hierro tirados por caballos, el uso de fertilizantes y de máquinas sembradoras, y la aparición de nuevas formas de drenaje, mejoró y aceleró la producción de alimentos en Gran Bretaña, sin embargo, esto provocó que algunos campesinos migraran a los suburbios cercanos a las fábricas para conseguir trabajo (Escudero, 2009).

En otras palabras podemos decir que la Revolución Industrial transformó la estructura sociocultural de los países que decidieron industrializarse debido a que el estilo de vida y necesidades laborales de muchos campesinos se transformaron gracias a las innovaciones tecnológicas. Por si fuera poco, Escudero (2009) señala que:

Durante varias décadas, las nuevas tecnologías se extendieron por otros países europeos por medio de la emigración clandestina de artesanos, el espionaje industrial y el contrabando de máquinas ya que Gran Bretaña no permitió la libre salida de técnicos y de maquinaria hasta 1825 y 1842, respectivamente (p. 44).

Esto significa que incrementó la competencia entre los trabajadores por mantener o conseguir un puesto de trabajo que les permitiera solventar sus necesidades económicas, pero también, comenzó la competencia entre los países europeos por incrementar su forma de producción, a tal grado, que algunos países vecinos de Gran Bretaña buscaron la manera de replicar o robar su tecnología de manera clandestina. Por otra parte, Escudero (2009) afirma que gracias a los avances sanitarios, como las vacunas y la producción acelerada de alimentos, ayudó a disminuir el índice de mortalidad que antes sufría Europa por la falta de comida para sus pobladores, sin embargo, se produjo un fuerte aumento demográfico como consecuencia de la elevada natalidad y esto causó a su vez el rápido desarrollo de las ciudades.

El progreso económico que experimentó Gran Bretaña por los avances tecnológicos para la aceleración de la producción de alimentos, de algodón, de telas y de otras materias primas, fueron cambios codiciados después por Estados Unidos y Japón, por esa razón, Cazadero (1995) afirma que:

La Revolución Industrial no fue un proceso que se limitó a Inglaterra o a los países que se industrializaron siguiendo su ejemplo, sino que se trató de un fenómeno de alcances planetarios que afectó, en mayor o menor medida, prácticamente a todas las naciones y sociedades del mundo (p. 14).

En el caso de México, según Velasco (1992) entre los años 1940 y 1970 la sociedad mexicana comenzó a experimentar una serie de cambios significativos culturales y sociales debido a la transformación de la producción y venta de bienes materiales y alimenticios que dio lugar a un modelo capitalista industrial basado en la agricultura como principal actividad económica.

De acuerdo con Martínez (1985) la industrialización mexicana tiene sus antecedentes desde el gobierno de Lázaro Cárdenas, pues durante su administración como presidente desde el año 1934 a 1940, la atención estuvo centrada en las actividades primarias, notablemente en la agricultura; su meta principal fue dismantelar definitivamente las fuerzas feudales y distribuir las tierras agrarias a los campesinos pobres que las trabajaban, sin embargo, su plan sexenal carecía de un carácter técnico, pues a pesar de crear en su gobierno el Instituto Politécnico Nacional, no centró la suficiente atención en preparar al campesino para la industrialización.

Por esa razón, los historiadores enmarcan el inicio de la industrialización mexicana en el año de 1940 con el inicio del gobierno de Manuel Ávila Camacho (1940-1946); durante su administración fue promulgada la Ley de Industrias de Transformación (LIT) y la Ley de Fomento de Industrias de Transformación (LFIT), efectiva en 1945. Éstas estipulaban beneficios fiscales para las industrias textiles, emparadoras de alimentos, siderurgia, cemento, celulosa y papel, metalmecánica y la de productos químicos que se fueron desarrollando poco a poco en México.

Además, la LIT y la LIFT permitieron la importación de la maquinaria y equipos necesarios para cada una de las industrias antes mencionadas (Martínez, 1985).

Asimismo, en el gobierno de Miguel Alemán que duró de 1946 a 1952, se elevó la protección arancelaria y se estableció el mecanismo de licencias de importación, se hizo todo lo posible por reforzar el sector capitalista de la agricultura y además se abrió más la puerta a los inversionistas extranjeros que se interesaron en la industria y la agricultura mexicana; como ejemplo, Gutelman (1974) señala que:

[...] Alemán transformó ciertas disposiciones constitucionales en materia agraria, o las interpretó con mucha "flexibilidad". Eso hizo que los financieros ya quis comenzaran a invertir en el norte del país, donde se había ya empleado la parte esencial de las sumas destinadas a la infraestructura y principalmente las obras de irrigación. "Algodoneros" norteamericanos, sobre todo el trust Anderson & Clayton, se implantaron en ese tiempo, cuando la producción algodonera aumentó en proporciones considerables. Esa parte de la producción agrícola está, pues, casi totalmente por capitales extranjeros (pp. 118-119).

Asimismo, durante el gobierno de Ruiz Cortines (1952-1958), el gobierno de López Mateos (1958-1964) y el gobierno de Díaz Ordaz (1964-1970), el sistema capitalista basado en la agricultura, se caracterizó según Martínez (1985) y Velasco (1992) por la incorporación y uso de diferentes innovaciones tecnológicas para la aceleración productiva de las industrias alimenticias, textiles, minería, ganadería, empresas petroleras, entre otras; estos autores señalan que durante los gobiernos que impulsaron la Revolución Industrial mexicana, disminuyó la preocupación por formar personas críticas y racionales y se puso énfasis en brindar una educación técnica que facilitara a las personas incorporarse a cada una de las industrias antes mencionadas.

De este modo y gracias a las revoluciones industriales que experimento cada país en su respectivo momento, nos encontramos bajo un sistema regido por reglas de mercado y no tanto por la práctica de valores que impulsen a sus ciudadanos a fortalecer la convivencia y perseguir bienes en común, pues a decir de Arias (2012):

Actualmente, la mayoría de los estados nacionales se desenvuelven con el modo de producción capitalista, es decir, utilizan un sistema económico regido por las leyes del mercado y el intercambio comercial de bienes y servicios, esto a través de relaciones sociales de producción y el uso de fuerzas productivas (Arias, 2012, p. 12).

Es decir, vivimos en un mundo globalizado que funciona bajo los principios del capitalismo, caracterizado por el consumo, la acumulación del dinero y bienes materiales, donde el bienestar individual debe de estar por encima del bienestar colectivo.

Al respecto, Acosta y Sotelo (2015) afirman que:

En nuestros días, la globalización de la vida económica, las nuevas relaciones entre países, la plena integración de comunidades económicas y el avance en la construcción de una comunidad, así como la consolidación de sistemas democráticos en los países con mayor desarrollo y crecimiento y la pérdida del rol tradicional de la iglesia en las sociedades contemporáneas, entre otros factores, influyen en el incremento o pérdida de significación histórica y social de determinados valores e imponen una obligada atención hacia nuevas realidades y valores, en que el tener es más importante que el ser. [...] vivimos en una situación de renovación de valores, resultado del avance de la ciencia y la tecnología (p. 12).

De este modo, no es de sorprender que para algunas personas progresar en la vida signifique: tener dinero, ropa, lujos, entre otras cosas, es decir, poseer cosas más que valores. En este nuevo orden social impuesto por la burguesía o clase social alta, lo que caracteriza al sujeto como persona no son los valores que los rigen, ni las cualidades y virtudes que los diferencian de los demás, sino el capital y el poder adquisitivo que tengan, por lo tanto, aquellos que posean más cosas, son quienes tendrán el mayor reconocimiento de la sociedad.

Por consiguiente se tiene que cuando las personas:

[...] enfrentan conflictos, casi nunca buscan resolverlos mediante el modelo ganar-ganar para conciliar intereses que beneficien a ambas partes; casi siempre, los involucrados buscan ganar y no les importa que el otro pierda. Vemos con tristeza que el amor al prójimo no se refleja; surge más la ambición y el deseo de triunfar aun pisoteando la dignidad de los demás. Por ello, muchos de los problemas y conflictos no se logran resolver. Mucha gente vive realidades vacías en su interior; lucha sin saber contra quién, ya que no reconoce su esencia y su propósito en la vida (Acosta y Sotelo, 2015, p. 13).

Frente al actual sistema capitalista global caracterizado por los avances tecnológicos y los medios de comunicación, las culturas han perdido de cierta manera el sentido y el interés por la educación en valores que antes representaba la herencia cultural más valiosa de las personas, por ello, de acuerdo con Esper (2007):

[...] nuestra sociedad enfrenta una profunda crisis de valores, signada por el relativismo (nada es bueno y nada es malo, todo depende del punto de vista con que se vea), el libertinaje (el mal uso de la propia libertad), el hedonismo (el placer como máximo objetivo), el materialismo (interés primordial por lo material y económico), y el permisivismo (todo se permite) (p. 37).

Hoy en día podemos ver que la acumulación de riquezas, la competencia, el egoísmo y la individualidad han cobrado mayor importancia que los valores ético/morales tales como la solidaridad, la tolerancia, el respeto, la honestidad y la responsabilidad, por ello, es difícil ver a la gente unida luchando para solventar problemas que nos competen a todos como lo es la contaminación, la hambruna, la desigualdad social, entre otras problemáticas que nos negamos a enfrentar. Tristemente podemos observar que a la gente le cuesta trabajo ayudar a otras personas con sus problemas y establecer objetivos en común; al respecto Garza y Patiño (2000) afirman que:

La cultura contemporánea, caracterizada por todos los avances tecnológicos que conocemos y disfrutamos, ha provocado, tal vez sin proponérselo y de manera indirecta, que se privilegien criterios valorativos sobre otros. Estos criterios se han extrapolado de manera indebida a otras áreas de la experiencia humana con resultados ciertamente desventurados (p. 17).

Actualmente quienes suelen determinar la forma en que debemos vivir, actuar y pensar frente al mundo son las personas que tienen el poder de controlar las tecnologías y medios de comunicación e información con los que establecemos diariamente contacto, que al ser individuos pertenecientes en su mayoría a la clase alta, imponen ideales donde la compra y la adquisición de bienes materiales son fundamentales para ser feliz.

De acuerdo con Bauman (2007) la era contemporánea que se rige bajo los preceptos del capitalismo se distingue por ser una era de consumo y “atajos”, en la

cual, se adquieren, consumen y practican cosas que nos eviten la realización de actividades que requieren energía, esfuerzo, tiempo y compromiso, pues según este autor “se espera que las cosas, como los vínculos, sirvan sólo durante un lapso determinado [de tiempo] y luego se hagan pedazos” (p. 29). Este tipo de ideologías que fluye por los medios y las TIC de alguna manera trae como consecuencia que los individuos desvaloricen las relaciones sociales, anteponiendo a ello objetos materiales que las personas consumen y desechan de manera inmediata. Actualmente, el tiempo se vuelve un fastidio o un dolor de cabeza que se alivia con el consumo. Por ello:

Los valores éticos, aquellos que universalmente *apreciamos* por el motivo trascendente que otorgan a la existencia humana, encuentran dificultad para expresarse en una sociedad en donde lo rápido, lo fácil y lo cómodo se nos “ha vendido” como lo más valioso. Nuestros esquemas mentales han adoptado estas condiciones como el *deber ser* para las acciones humanas, con consecuencias desastrosas. Evitamos a toda costa aquello que nos cueste trabajo, tiempo o esfuerzo y, por tanto, evitamos emprender acciones o tomar retos en los cuales habremos de invertir tiempo, esfuerzo y trabajo (Garza y Patiño, 2000, p. 17).

Consecuentemente el atributo más importante de cualquier individuo es su nivel de consumo y de bienes materiales, así como su capacidad de eludir retos, obligaciones y responsabilidades. Covi (2007), afirma que el desarrollo de las tecnologías y su convergencia para la creación de nuevos mensajes mediáticos<sup>2</sup>:

(...) ha impactado a las sociedades del último cuarto del siglo XX y de los inicios del siglo XXI. Estas innovaciones, empleadas desde una lógica neoliberal han colocado las redes y los procesos de virtualización en el centro neurálgico de los sistemas educativos, de producción, servicios y relaciones sociales (p. 38).

Así se tiene que las TIC y los medios ocupan un lugar importante en nuestras vidas a tal punto que influyen en la manera en que concebimos el mundo y en la forma en que nos relacionamos con los demás. Hemos dejado que estos determinen cómo debemos vivir, valorar y actuar en el mundo real, viralizando por medio de nuestras acciones lo que aprendemos de los programas de televisión, de

---

<sup>2</sup>Entendemos por mensajes mediáticos a las representaciones de la realidad que se exponen a través de las TIC y los medios de comunicación como las imágenes, los videos, las películas, las canciones, los textos digitales, etc.



las películas que vemos, de la música que escuchamos, de las redes sociales que utilizamos o de las revistas que leemos.

Actualmente los aparatos electrónicos como el celular, las tabletas electrónicas así como los medios digitales como Facebook, Instagram, Twitter, YouTube e Internet son, figurativamente hablando y tal como lo refiere Silverstone (2004), extensiones del cuerpo humano, pero también aparecen como un miembro más de la familia al estar inmersos en nuestras actividades cotidianas de tal manera que nos acompañan en la comida, a la hora de hacer ejercicio, tarea o cualquier otra labor en el hogar. De ahí la expresión de Silverstone (2004): “ya no podemos pensar en la casa, así como no podemos vivir en casa, si nuestros medios” (p. 143). Hemos permitido que los contenidos que se difunden en los medios de comunicación y las TIC transformen el orden social y el estilo de vida de las culturas contemporáneas al involucrarlos en diferentes aspectos de nuestra cotidianidad.

Al respecto, el sociólogo Armand Mattelart (originario de Bélgica), citado por Carrizales (2006) en una nota de *La Jornada* afirma que “Los medios de comunicación han concentrado tanto poder económico y político que en muchos países se han convertido en los grandes electores, por encima de los millones de ciudadanos que son inducidos a votar contra sus propios intereses” (No. 7827, 9 de Noviembre de 2006).

Esta nota es muestra de que los medios son algo más que herramientas de información y comunicación, pues influyen en las decisiones que tomamos, la forma en que percibimos el mundo, y esto a su vez, repercute en la forma en que vivimos y valoramos las cosas. Es por ello que se hace necesaria una educación mediática que impulse a los ciudadanos a reflexionar sobre el papel que han tomado los medios en nuestra vida y el tipo de mensajes que se difunden a través de estos.

Aparici (2005) afirma que “los medios de comunicación y las tecnologías digitales de la información conforman un sistema educativo informal que actúa como escuela paralela a la convencional con sus propios códigos, lenguajes, normas y

valores” (p. 85); de ahí que los sujetos aprendan de los medios y las TIC, significados más allá de lo enseñado por la escuela y que resultan altamente gratificantes por lo atractivo de sus mensajes, pues como asegura Orozco (2010):

La educación ya no solo es un producto de la enseñanza, ni tampoco sólo una resultante de una escolarización. La educación también resulta de otras interacciones y encuentros, sobre todo de descubrimientos y exploraciones de los propios educandos (p. 269).

Una de esas interacciones que los estudiantes de primer grado de secundaria tienen es con la música<sup>3</sup> y las canciones del género pop, que está presente en diversas esferas de su cotidianidad, pues según el estudio llamado “Los hábitos de los usuarios de internet en México” realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2015), el 53% de jóvenes y adolescentes gustan de descargar y escuchar música cuando se conectan a Internet, lo que coloca a ésta práctica en tercer lugar, solo después de las redes sociales (83%) y del uso del email (55%).

Asimismo, un estudio llamado “Sobre consumo de medios en jóvenes de secundaria”, realizado en Madrid (España) por Ballesta et al. (2003), confirma que los chicos y chicas de secundaria son una población que dan a la música un lugar significativo en sus vidas, tanto, que un 91,8% de ellos poseen algún dispositivo de reproducción musical (radio, walkman, discman, reproductor mp3 o mp4, etc.). Según estos autores “esta difusión de medios a nivel individual, no alcanza ni el móvil ni la televisión que son los de mayor difusión personal” (p. 98).

En este sentido, la presente investigación tratará de dar cuenta sobre qué tipo de actitudes y conductas están promoviendo las canciones pop que escuchan actualmente los estudiantes de primer grado de secundaria y los valores que promueven; para ello, es necesario conocer primero bajo qué valores e ideales operan las industrias musicales al momento de promover la creación de una canción pop.

---

<sup>3</sup>De acuerdo con Herrán (2007) “la música consiste en secuencias de sonidos relacionados, agradables sugestivos al oído del ser humano” (p.7). Por esa razón, en este trabajo al hablar de música nos referiremos a la sucesión de sonidos que conforman una melodía agradable de escuchar.

### **1.3 Las discográficas de música pop: Una industria del Sistema Capitalista**

A decir de Waisburd y Erdmenger (2007), “la música ha sido una expresión colectiva constantemente en todas las culturas, desde la antigüedad hasta nuestros días. La música tiene la virtud de contactar y transmitir emociones” (p. 13). Esto significa que como invención humana, la música permite canalizar nuestras emociones y sentimientos; o sea es producto de nuestras experiencias; en este sentido es que se dice que cada composición al respecto es única e irrepetible. Su estructuración depende no solo del pensamiento y las ideas, sino también del estado de ánimo de quien la compone. No obstante, en la actualidad, el destino de la música, las canciones y toda expresión artística parece estar ligada al desarrollo industrial y económico de los países, pues en la era contemporánea, quienes se encargan de la producción y difusión del arte a nivel mundial, son empresarios quienes trabajan para sacar adelante sus industrias.

Al respecto, García, citado por Calderón y Villegas (2006), afirma que actualmente el arte “se produce dentro de un campo atravesado por redes de dependencias que lo vinculan con el mercado, las industrias culturales” (p. 14) que se distingue por explotar elementos característicos de una cultura en particular para producir mercancías y con ellas generar ganancias.

Como evidencia tenemos la música pop que se encuentra presente en todo tipo de medios que se entretajan y funcionan como un engranaje. En consecuencia, cuando la industria quiere lanzar a un artista<sup>4</sup>, éste aparece en entrevistas por la televisión y los medios impresos, al tiempo que sus canciones suenan en la radio,

---

<sup>4</sup>Para Fischerman (2004) en el mundo de la música y del arte en general, no hay una respuesta única para determinar qué cosas son artes y a quiénes se les puede considerar artistas, debido a que socialmente y quizás erróneamente se le puede considerar artista a cualquier persona que sea capaz de utilizar su inspiración para transformar o modificar parte de la realidad, por lo que todos podríamos ser artistas con solo escribir algunas líneas en forma de poesía o dibujar un gato en nuestra libreta; por esa razón, en ésta tesis para no profundizar en este aspecto debido a que no es el foco central de la investigación, utilizaremos la palabra artista para distinguir a aquellos cantantes de canciones pop u de otro género musical que socialmente son nombrados así por el hecho de dedicarse a la composición de letras musicales, pero que sin embargo, su título de artista puede ser cuestionado desde otros enfoques como el filosófico, el histórico, entre otros.

transmutando de ser un arte a ser una mercancía, una moda, y con ello, un estilo de vida que imponen las grandes empresas disqueras con la finalidad de que sus productos sean vendidos y consumidos. Pero ¿qué llevó a la música y en general al arte a convertirse en productos comerciales?

Bueno, según Warnier (2002) el desarrollo industrial fue la causante de que elementos culturales como la música, la pintura, y el arte en general, fueran visualizados como mercancías y/o productos para consolidar un nuevo mercado a nivel mundial, pues asegura que:

Las culturas siempre estuvieron en contacto y en relación de intercambio entre sí. Pero a partir del momento en que las sucesivas revoluciones industriales dotaron a los países llamados «desarrollados» de máquinas para fabricar productos culturales y de medios de difusión de gran potencia, apareció una situación histórica completamente novedosa. Estos países pueden ahora derramar por todo el mundo, en masa, los elementos de su propia cultura o de la de los otros. La industria aparece como cultura entre otras, pero una cultura cuyo régimen es nuevo (pp. 20-21).

En otras palabras, todo producto cultural<sup>5</sup> opera bajo las normas del mercado y tiene algún valor económico y no solamente estético, por lo que es posible su producción masiva para su venta. De ahí el surgimiento de una industria especializada en la producción de bienes y servicios culturales denominada industria cultural.

Las Industrias Culturales se dedican al mundo del espectáculo y el entretenimiento, que con ayuda de la tecnología y los medios de comunicación buscan atraer al público hacia un consumo masificado. Éste concepto fue utilizado por primera vez en 1947 por los sociólogos Theodor W. Adorno y Max Horkheimer, quienes lo atribuyeron a aquellas industrias que buscaban, a través de la utilización de herramientas tecnológicas, producir y comercializar en masa bienes y servicios culturales como la música de una región en específico con el objetivo de enriquecer el mundo de la industria, pero sobre todo, al sistema económico-social denominado capitalismo (Warnier, 2002).

---

<sup>5</sup>“Cuando hablamos de productos culturales nos referimos a cualquier actividad en el ámbito cultural, este puede ser un bien o un servicio” (López, 2014, p. 53). Estos pueden tratarse de libros, música, artesanía y cualquier otra manifestación artística que tuvo origen de una cultura en particular.

Para Adorno y Horkheimer las industrias culturales funcionan igual que cualquier otro tipo de industria, sólo que las primeras no suelen satisfacer las necesidades primordiales o básicas del ser humano (alimentarse, vestirse o asearse), sino que buscan entretener y divertir. De acuerdo con Warnier (2002) el propósito de tales industrias es conquistar parte del mercado mundial a través de estrategias mercantiles y persuasivas que direccionen las acciones humanas a consumir sin razonar, esto quiere decir que su sistema de comercialización consiste no sólo en crear productos culturales, sino en producir discursos e imágenes que inciten a las personas a comprar por comprar, fortaleciendo y beneficiando así al capitalismo.

El funcionamiento de dichas industrias consiste en traspasar elementos simbólicos de una cultura particular a un objeto específico para comercializarlo en grandes cantidades por todo el mundo, emergiendo así los productos culturales con supuestas características de una región, país o nación. Pensemos como ejemplo en las canciones pop contemporáneas, las cuales solemos creer que han sido escritas por un compositor con un determinado contexto cultural que le sirve como marco de referencia experiencial que lo lleva a escribir canciones de una determinada manera, sin embargo, esto no es así, pues de acuerdo con Roura (2007) actualmente “(...) las canciones y los artistas son impuestos de manera arbitraria por una diminuta clase empresarial, y las radiodifusoras, sin brújula ni capacidad de contestación, sólo son las hacendosas y serviciales recipiendarias de las irrefutables órdenes de los magnates” (p. 9).

En este sentido, si bien los productos culturales como la música conllevan una carga simbólica, también tienen un gran referente comercial que contribuye al crecimiento y desarrollo del sector industrial que la condiciona.

Al respecto, Arias (2012) afirma que:

Los productos culturales comenzaron a crearse, desarrollarse y sobreproducirse en función del sistema capitalista, es decir, enfocados en la generación de ganancias y la constitución de industrias dedicadas especialmente al entretenimiento masivo (p. 3).

Por lo tanto, éstas industrias suelen operar bajo las reglas que imponen los empresarios que las hacen funcionar, a los cuales, no necesariamente les interesa difundir o dar a conocer los conocimientos, las tradiciones ni las características de una cultura en particular, sino difundir una marca que pueda ser reconocida a nivel mundial con la intención de generar ganancias.

De este modo vemos cómo la industria televisiva y cinematográfica se apoyan de las industrias discográficas para reforzar sus mensajes y patrocinar diversos productos como por ejemplo “Pepsi” con la canción “Giza” del canta-autor J. Balvin; asimismo la marca de champús Pantene promociona sus productos con la canción “Hands To Myself” de la cantante Selena Gomez; se crea la ilusión de que las industrias culturales trabajan en pro del desarrollo cultural, sin embargo, quienes siguen controlando qué es lo que se va a producir, son los empresarios a cargo de cada industria que no buscan más que potenciar sus ingresos.

El surgimiento de las Industrias Culturales o del espectáculo como la Industria discográfica de canciones Pop, es otra forma en que el capitalismo manifiesta su presencia dentro de nuestras sociedades, sugiriendo una relación pacífica entre el comerciante y el consumidor, empero, ante tal relación el único beneficiado suele ser el que mercadea el producto cultural y no la persona que lo adquiere, pues se trata de una ilusión mental donde se hace creer al cliente que podrá obtener un fragmento de otra cultura al adquirir una mercancía que supuestamente la caracteriza.

Para Adorno esta acción mercantil de producir arte a través de los medios y tecnologías para su venta pone en crisis su valor sagrado y único, pues “para él, las expresiones artísticas debían ser autónomas e irrepetibles. Y satisfaciendo siempre una necesidad individual sobre una social o económica” (Calderón y Villegas, 2006, p. 14).

Consecuentemente hoy en día todo aquello que quiera llevar el atributo o nombre de arte debe ser aprobado ya no por especialistas que han dedicado su vida a estudiar las expresiones artísticas, sino por mercaderes, empresarios e

inversionistas. Se trata de “producir arte” que consolide mercados a favor de los poderosos y la industrialización. Por esa razón, escuchamos hablar de modas, espectáculo y entretenimiento y no de arte: En el ámbito musical la gente suele hablar de las apariencias y estilo de vida que llevan sus artistas musicales favoritos antes que de composición y de letras.

Ante esta situación, Arias (2012) afirma que los productos que comercializan las Industrias Culturales como las disqueras:

Se construyen a partir de tendencias y modas globalizadas que se van regionalizando dependiendo de los usos y costumbres de poblaciones determinadas, pero que a grandes rasgos persiguen patrones semejantes que los hacen homogéneos siguiendo fórmulas que a través de la repetición constante les garantizan éxito con menores inversiones (p. 4)

Es así como se puede observar a personas que direccionan su vida con base en estereotipos, preceptos, valores y modas que imponen las industrias de la cultura: personas con similares formas de pensar y de vestir, calzan los mismos zapatos o tenis, portan los mismos cortes de cabello; escuchan determinado tipo de música con un determinado ritmo y cantantes, y siguen sus patrones de comportamiento esperando ser como ellos.

Para Adorno y Horkheimer lo anterior es una manipulación al público por parte de las sociedades industrializadas, las cuales buscan homogeneizar la mente humana a través de ilusiones de libertad que “ofrecen” la diversidad de productos culturales, pero que en realidad buscan atraer a “la masa” hacia un consumo irracional que genere ganancias.

Desde esta lógica las industrias culturales trabajan para generar productos y contenidos cargados de ideales, valores, y en general, modelos que dictan o determinan qué significa ser hombre o mujer, cómo es que debemos comportarnos ante ciertas circunstancias y cómo debemos de pensar, esto con la finalidad de direccionar nuestras acciones al consumo masificado. Por eso:

Se habla de que toda industria cultural produce en serie ya no únicamente objetos sino también sujetos acordes con los intereses de esa industria, de la sociedad y sobretodo de quienes manejan a dicha sociedad.

Adorno y todos sus simpatizantes hablan de una pérdida de individualidad y de una “masificación” del hombre como consecuencias de la industria cultural (Calderón y Villegas, 2006, p. 17).

Lo anterior ha llevado a la gente a modificar su escala de valores y anteponiendo en ella, estilos de vida, estereotipos de belleza, patrones de éxito, etcétera, propuestos por los medios. En este sentido, Adorno y Horkheimer (2013) consideran que “todo lo que aparece [en la industria de la cultura] está tan profundamente marcado por un sello, que al final nada puede darse que no lleve por anticipado la huella de la jerga y que no demuestre ser, a primer vista, aprobado y reconocido” (p. 20). Así, las industrias culturales representan un sistema donde el dinero y el consumo es la mayor expresión de realización humana, poder y éxito, y aquellos que no acepten dichos estándares son excluidos por el sistema mismo.

En el caso de las canciones pop, no son la excepción, pues el interés primario que guía su creación musical es el dinero, por lo que su producción y difusión es mayor en comparación con la música clásica, la tradicional y la religiosa. Por ende, la penetración de dicho género musical que se caracteriza por sus melodías y letras pegajosas que la gente alegremente suele cantar y compartir, es muy alta.

De acuerdo con Frith, citado por Márquez (2014), podemos decir que en nuestra era “la música pop es, pues, una música profesionalmente producida y envasada, musicalmente conservadora y cuya mayor ambición es el lucro y la recompensa comercial” (p. 30).

Este género visto desde la lógica industrial de la cultura, implica no sólo la producción de una determinada melodía, sino la construcción de un engranaje cultural alrededor de ésta; lo que implica generar modas, imágenes, accesorios, apariencias en torno al artista favorito que se estereotipa como una persona de éxito.

Desde esta lógica, la industria de música pop es considerada una pequeña pero beneficiosa parte de las industrias culturales, por tratarse de un sector que se encarga de hacer del arte un negocio en beneficio del sistema capitalista; de tal



modo que el sujeto-artista, se crea para ser vendible, es decir, el producto se crea para ser consumido hasta en el último resquicio de su vida íntima.

Por esa razón, Calderón y Villegas (2006) refieren que la industria discográfica es parte de la industria cultural “porque cumple con las características de producción, reproducción, conservación y difusión de un bien cultural” (p. 12). Es decir, su proceso de producción masificado de discos cumple con las leyes del mercado para hacer, en este caso, de la canción un bien o servicio cultural; una mercancía adquirible y consumible. De este modo “la industria de la música pasa a ser una división más de ese subsistema que constituye la industria cultural” (Calderón y Villegas, 2006, p. 16).

El funcionamiento de las industrias musicales como industrias culturales depende de su capacidad de imponer modas, ideologías, estilos de vida, pero sobretodo, de despertar en la audiencia un sentido de identificación con las letras de las canciones que promocionan en los medios. Pensemos en el cantante de trap y reggaetón que se hace llamar Ozuna, quien es reconocido por varios estudiantes hombres según el cuadro de análisis 1 (ver página 152); los alumnos no sólo consumen sus canciones, sino que también tratan de imitar la forma de ser que expone dicho cantante en sus videos musicales: copian su corte de cabello, portan cadenas similares al del artista, tratan de consumir la marca de ropa que éste cantante ocupa porque se vuelve un ejemplo a seguir, y por supuesto, la disquera se encarga de sacar mercancía relacionada con este cantante para el consumo de los chicos; si esto no es un intento de imponer modas por parte de la empresa que representa a Ozuna con tal de atraer a la audiencia al consumo masificado, yo me cuestionaría: ¿Qué otra cosa puede ser?.

Lo que sucede es que no es sino dentro de éstas formaciones sociales capitalistas, donde se cosifica la música como mercancía y la relación de producción social se hace presente, si bien no directamente como lo sería con un trozo de pan, sí como un bien cultural que genera otras aportaciones tales como la identificación y satisfacción que experimenta un usuario al consumir un producto musical determinado (Calderón y Villegas, 2006, p. 72).

Desde esta lógica se plantea que la música pop tiene la función de mantener al oyente en una total pasividad para que la gente se disponga a obedecer y crear sus expectativas a partir de los estereotipos que promueven las letras de las canciones que consumen.

Por lo tanto, la producción de música pop no es cuestión de artistas, sino de empresas y de monopolios que buscan no sólo un espacio radiofónico para la distribución y venta de música, sino todo tipo de medios para tener mayor alcance y así adquirir mayores beneficios económicos.

De este modo, hablar de música pop es hacer referencia a una industria que determina quiénes serán las próximas estrellas, qué discos deberá comprar la gente y qué música deberá escuchar de acuerdo al tiempo en que viven, ejerciendo así un poder mediático<sup>6</sup> que mueve los hilos de toda una red industrial con el objetivo de alcanzar un gran número de ventas, dejando a los artistas a merced de los ideales e intereses de aquellos empresarios e inversionistas que contratan su servicio. Roura (2007) ejemplifica de la siguiente manera:

Luis Miguel sufrió una conmoción cuando fue enterado de que su disquera había ya acordado que grabaría boleros románticos, ¡aquellos boleros que él odiaba desde que jugaba golf en su jardín para matar el tiempo antes de que llegara su profesor particular de inglés! Boleros que con demasiada premura serían transmitidos en la radio para que el intérprete aumentara el círculo de compradores de sus discos, antes sólo abocado al mercado adolescente (p. 38).

No en vano, invierten millones de dólares para colocar en el *top ten* de las listas de popularidad a los artistas que deciden. Al respecto, Roura (2007) asegura que Fonovisa “distribuyó millones de dólares en efectivo a terceras partes para lograr que sus artistas principales fueran difundidos por las estaciones de radio” (p. 39).

Con base en lo hasta aquí expuesto, vale la pena no perder de vista que la difusión de canciones de cualquier tipo, implica la difusión de valores y de determinada ideología; así lo refieren Adorno y Horkheimer, citados por Alvarado

---

<sup>6</sup>Para Rivière (2003), el poder mediático se refiere al control que tienen las empresas sobre las TIC y los medios de comunicación para difundir mensajes y contenidos que logren impactar en los ideales y decisiones de las personas.

(2012) cuando afirman que “la producción mediática (films, radio y medios impresos) persigue ideologizar, homogeneizar contenidos y preferencias; fomentar gustos y necesidades y con ello, bloquear el discernimiento mental de las audiencias” (p. 103). De ahí la necesidad de desarrollar la consciencia crítica de estudiantes de primero de secundaria en torno a los valores que promueve la música pop.

Para tal fin, la educación mediática aparece como una alternativa educativa que puede contribuir a la formación de individuos críticos y reflexivos capaces de enfrentar los medios desde posturas autónomas, para contrarrestar la influencia de éstos en sus vidas.

#### **1.4 Experiencias en torno a la educación mediática y el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo**

La educación mediática, educación en medios, educomunicación o educación audiovisual “es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico-prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación” (Barbas, 2012, p. 158).

En otras palabras, este campo de estudios teóricos-prácticos manifiesta la importancia de una educación que brinde a los individuos herramientas y recursos necesarios para la comprensión y estudio de los medios de comunicación desde perspectivas críticas. Al respecto, González y Gutiérrez (2017) afirman que, en países como Reino Unido y España, las teorías desarrolladas en materia de educomunicación se han intentado integrar en los currículos escolares obligatorios debido a que muchos especialistas sobre este campo reconocen que la educación mediática atiende aspectos y necesidades que la escuela suele desdeñar, por ejemplo:

- La influencia creciente de los medios en los procesos democráticos y en la sociedad en general.
- La alta tasa de consumo de medios por parte de niños, adolescentes y jóvenes y la saturación de mensajes mediáticos.

- La capacidad que tienen los medios de influir en las percepciones, creencias y actitudes de las personas.
- La importancia creciente de la comunicación visual y de la información.
- Los intereses ideológicos y económicos de los medios.

Es decir, la educación mediática surge de la necesidad de contrarrestar la influencia que puedan tener las TIC y los medios de comunicación en la vida de las personas. Su propósito es impulsar la consciencia y/o pensamiento crítico/reflexivo en los individuos para que puedan comprender el significado y el impacto que pueden tener los medios en sus vidas.

González (2007) afirma que los medios de comunicación:

Constituyen un elemento fundamental y característico de la humanidad moderna, los cuales forman parte de la vida cotidiana. Éstos son moldeadores de las percepciones e ideas, y los sujetos en la sociedad de masas son vulnerables a su influencia. Su influjo se refleja en la tecnología, en la opinión pública, las leyes, modifica los valores, crean necesidades, ofrecen soluciones a problemas sociales, entre otros. [...] Presentan modelos de conducta que refuerzan estereotipos de hombre-mujer, que pueden ser imitados por niños y jóvenes (p. 1).

En torno a este problema sobre la influencia que pueden tener los medios sobre las personas, profesionales en educación y comunicación han realizado diversos estudios sobre el impacto de los medios en la vida cotidiana de las personas y sobre cómo podemos aprovechar el consumo mediático de éstas para potenciar su pensamiento crítico y reflexivo, entre ellos podemos recuperar el trabajo de la autora antes citada, González (2007), quien realizó un estudio sobre cómo los medios de comunicación tienen el poder de influir en la educación sexual de niños entre 10 y 12 años de edad, ya que éstos se valen de imágenes y mensajes cargados de erotismo que confunden a los niños acerca de lo que es la sexualidad en el contexto cotidiano. Dicha perspectiva resulta interesante por el estudio que se hace sobre los medios de comunicación y la forma en que estos exponen mensajes.

Del mismo modo, Velasco (2011) señala que los medios no sólo cumplen con la función de entretener e informar al público, sino también intervienen en el proceso

de formación en valores de los individuos. Este autor centra su investigación en la televisión y su impacto en alumnos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos (CECyT) No. 12 del Instituto Politécnico Nacional (IPN), en el cual concluye que “la televisión, tiende a influenciar en la estructura social, transgrediendo a las creencias, valores, conocimientos y modos de vida [...] no educa, ni invita a la reflexión, ni produce interés cultural de los receptores” (p. 142). Dicho estudio resulta interesante por presentar un análisis sobre el lugar que ocupa la televisión en la vida cotidiana de la población antes mencionada.

En este mismo orden de ideas, se encuentra la investigación realizada por Téllez y Ramírez (1998) sobre el impacto de la música rock en la formación de valores en jóvenes entre los 16 y 18 años de edad de una preparatoria privada. En dicho estudio se afirma que “la música rock se está convirtiendo en un instrumento de manipulación para los jóvenes, sin que ellos lo noten o estén decididos a aceptarlo” (p. 172) porque llegan cargados de ideologías que los jóvenes suelen adoptar como suyos sin cuestionar que tan acordes son con los valores que en casa y en la escuela se enseñan.

Por ende, estos autores decidieron desarrollar un manual educativo que buscó “apoyar a los padres en su labor educativa integral a partir del ámbito musical propio de la edad del adolescente” (p. VI); dicho manual tiene el propósito de concientizar a padres de familia sobre el tipo de valores e ideales que promueven las canciones que escuchan sus hijos de prepa y así puedan orientar a sus hijos a consumir de manera responsable música, por ello, se consideró pertinente retomar esta investigación para la comprensión de los temas que aquí abordamos: canciones y valores, pero también se recupera este trabajo para la elaboración de la propuesta que en este trabajo se plantea.

Asimismo, Colomo y de Oña (2014) escribieron un artículo cuyo objeto de estudio versa en los valores que, durante los años 2005 y 2011, transmitieron las letras de las canciones más escuchadas en España. Estos autores señalan que las canciones son un medio de comunicación que transmiten valores de acuerdo con el contexto sociocultural e histórico donde son creadas y logran impactar en la vida

social de las personas por su gran carga de emotividad. Enfoque que resultó interesante para este trabajo, ya que se buscaba no sólo conocer el impacto que tienen las canciones en la vida social del educando de primer grado de secundaria, sino también porque nos ayudó a desarrollar una estrategia que pudiera estimular la actitud crítica y reflexiva de éstos con la finalidad de analizar y desmitificar los valores que difunden sus canciones favoritas.

De ese mismo modo, se retomó el libro “Educar con los medios” elaborado por Peña y Viveros (1997), ya que además de abordar el tema de los medios y su impacto en la vida cotidiana de las personas, realizan una serie de propuestas y actividades educativas que se pueden llevar a cabo dentro de las instituciones escolares con el fin de aprovechar el contenido de los medios para potenciar en los individuos el pensamiento crítico y reflexivo, y así pueda mejorarse la relación que establecemos con los medios de comunicación, es decir, cuestionar siempre los mensajes que en ellos fluyen y estando atentos a los ideales que imponen las personas que los controlan.

En relación con el pensamiento crítico, la investigación de Bautista (2015) señala que el Internet y, en general, los medios y las TIC pueden ser recursos con el cual las personas pueden desarrollar un pensamiento crítico. El autor concibe la Internet como un medio educativo que puede llevar al individuo a la construcción del conocimiento mediante una actitud de duda, cuestionamiento, análisis y reflexión, pues:

Por una parte, la Red facilita la creación de espacios para el intercambio de ideas, información o recursos, además de espacios para la protesta y el debate ante las estructuras de poder de los ámbitos políticos y mediáticos, que generalmente son previos a la denotación de los propios movimientos sociales y que posibilitan la formación de un pensamiento crítico (Bautista, 2015, p. 76).

Sin embargo, aclara que las TIC y los medios por sí solos no generan en los individuos un pensamiento crítico, pero puede favorecerlo, siempre y cuando se encamine el uso de éstos desde ciencias educativas como la Pedagogía. Para tal efecto, el autor desarrolló una propuesta que incluyó el uso de la plataforma de Facebook para llevar a cabo un foro de debate con estudiantes de pedagogía de

la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) con la finalidad de generar un espacio de reflexión individual y colectiva en torno a los movimientos sociales que surgen en la red. Por lo tanto, se retoma esta investigación por sus aportes teóricos que hace sobre el pensamiento crítico, el cual Bautista (2015) lo asocia con una actitud de cuestionamiento a todo aquello que reprime la libertad y también por su propuesta educativa de utilizar los medios para concientizar al ser humano que los mensajes que se expresan en los medios poseen ideologías e intenciones que no siempre son visibles.

Por su parte, Calderón y Villegas (2006) realizaron la investigación “La industria discográfica en México: La música pop, entre el arte y el comercio” donde afirman que la música como práctica contemporánea y trascendental, ha sido un punto de convergencia entre el arte y el comercio, por lo tanto, su investigación comienza por ubicar la industria musical como cultura y como negocio para luego describir el proceso que tienen las compañías disqueras (específicamente de música pop) al momento de producir y comerciar música. Su estudio enfatiza la importancia de los medios de comunicación en el desarrollo y consumo de la industria discográfica.

Si bien el estudio no buscó analizar el contenido de canciones pop sí nos brinda las bases necesarias para entender cómo funciona la industria musical y nos ayuda a entender el papel de los medios y TIC en la producción, distribución y comercialización de la música pop.

Asimismo, para comprender cómo operan las industrias de música pop y bajo qué valores producen sus canciones, se retomaron los estudios realizados por Márquez (2014) y Roura (2007) quienes afirman que la industria musical de pop trabaja a favor de un sector que no está conformado precisamente por músicos o artistas, sino por empresarios que buscan primeramente un beneficio monetario antes que promover la cultura.

Cada nueva noticia relacionada con algún aspecto de la industria musical se convierte rápidamente en blanco de todas las miradas, ya sea por parte de los propios músicos, el público, de los empresarios, o de los responsables de otras industrias del sector cultural (cine, videojuegos,

televisión, publicidad, etc.). Así las cosas, la música, con sus continuos cambios y metamorfosis, adquiere en pleno siglo XXI una importancia capital a la hora de entender las nuevas dinámicas culturales, prácticas sociales y cambios discursivos que se van reproduciendo (Márquez, 2014, p. 20).

De ahí que en el siguiente capítulo se aborden los temas sobre pensamiento crítico y reflexivo como una necesidad de la época en que vivimos donde nos vemos bombardeados de múltiples mensajes mediáticos que promueven valores e ideologías relacionadas con el consumo y el placer como sinónimo de éxito y realización personal.



## **Capítulo II: Perspectiva sobre el pensamiento crítico y reflexivo desde la educación mediática, la pedagogía crítica y el constructivismo**

El presente capítulo, busca acercar al lector al mundo de música pop para posteriormente explicar cómo éste ha incidido en el mundo de los valores.

Se hablará sobre el pensamiento crítico y reflexivo y su importancia en la educación de primer año de secundaria; asimismo, se mencionarán las acciones que han tomado la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ante la necesidad de formar individuos críticos y reflexivos capaces de acercarse y usar los medios y las TIC de manera consciente, por lo que se abordará el tema de la educación mediática exponiendo sus características y su importancia en la era actual, la pedagogía crítica y el constructivismo como perspectivas fundamentales de la propuesta que aquí se plantea.

### **2.1 Las canciones pop y su incidencia en el mundo de los valores**

En el hogar, nuestros padres o tutores se encargan de formar en nosotros actitudes que nos permitan relacionarnos de manera respetuosa y armoniosa con los demás; recuerdan una y otra vez, tratar a los demás como nos gustaría ser tratados, ofreciendo respeto y tolerancia hacia las distintas formas de pensar.

Los padres enseñan a sus hijos a ser responsables de sus cosas, es decir, inculcan valores porque este tipo de actos es lo que hace al individuo ser humano. Así es como empieza nuestra educación en valores, haciendo patentes principios éticos, normas, códigos y convicciones que nos permiten vivir dentro y fuera del hogar.

Por su parte, las instituciones educativas enseñan la importancia de los valores en la vida cotidiana, principalmente pretenden fortalecer y fomentar los valores éticos o universales, los cuales, según Camps citado por Cortés (2015) “(...) forman el carácter y permiten promover un mundo más civilizado y crítico” (p. 19).

Pero estas dos instituciones, la familia y la escuela, no son las únicas formadoras. La música y las canciones pop al ser un componente esencial en la vida de los adolescentes también juegan un papel importante en la educación en valores y en la conformación de su personalidad individual. Al respecto, Téllez y Ramírez (1998) afirman que:

Jóvenes y en especial los adolescentes, adoptan patrones de conducta de la televisión, radio y revistas; buscan ser entidades diferentes de los demás. En este intento por distinguirse entre tantos, la música se convierte en una fuente de inspiración para algunos de ellos y muchos.

Los jóvenes mexicanos gustan escuchar la música propia de los cantantes nacionales u optan por grupos procedentes del extranjero. Una vez que ellos conocen los ritmos, estos se vuelven parte de su realidad; comienzan a bailarlos, las canciones a cantarlas y poco a poco todo esto lo vuelven parte de su vida cotidiana (p. II).

Ante esta situación resulta importante centrar la atención en qué tipo de contenidos se difunden a través de la música pop actualmente, bajo qué valores se producen éstas canciones y por qué sus contenidos pueden influir en la vida diaria de los estudiantes que cursan primero de secundaria. Para tal fin, es necesario explicar qué se entiende por canciones y/o música pop y cuál es el origen de dicho género musical.

Para definir el primer concepto, retomaremos a Versión (2005) quien plantea que: “la canción es palabra “cantada” que se materializa conjuntamente con la voz humana y en la música y se transmite de manera oral y auditiva como sonido” (p. 10). De este modo, podemos entender la canción como una combinación entre la palabra (la cual permite expresar un sinnúmero de mensajes) y la música. Es el producto de la emisión de uno o varios mensajes a través de la voz en plena sincronía con la melodía.

En este sentido, la canción, al ser considerada música, de acuerdo con Zorrillo (2014) es expresiva y comunicativa, y a través de ella, el ser humano manifiesta sus emociones y sentimientos, pero también, sus ideologías; es decir, a partir de las canciones los artistas manifiestan diferentes maneras de pensar y percibir el mundo, apreciaciones que tienden a ser expresadas mediante valoraciones.

El término “pop” proviene de la contracción de la palabra “popular”, quien según Valls citado por Márquez (2014) se refiere a:

[...] la gente común, vulgar, esto es, al conjunto de manifestaciones artísticas y culturales nacidas en los estamentos inferiores de la sociedad o en medios rurales y que se caracterizan por su carácter ingenuo, espontáneo, directo o vivaz, por contraposición a una cultura académica, alta u oficial centrada en expresiones culturales sabias y eruditas tradicionalmente valoradas como superiores. Evidentemente, la idea de una música que merezca el calificativo “popular” solo puede existir por la existencia de otra a la que se le opone y con la que contrasta, una música a la que comúnmente designamos con los adjetivos de “cultura”, “ilustrada”, “elevada” o “clásica” (p. 28).

Se puede decir entonces que la música pop (popular) es aquella que nació fuera de una zona o élite de prestigio y que tiene origen en los medios rurales o en la sociedad donde se vieron nacer algunos géneros como: el blues, el rock, el hip-hop, el jazz, el funk, la electrónica, el reggaetón, etcétera, que no cumplen precisamente con una función ritual o ceremonial como lo hace la música clásica o religiosa.

El pop es pues una música simple, que originalmente no fue creada con base en un estudio arduo y profundo de normas de composición y estructura musical, sino que surgió de la espontaneidad y creatividad de gente común, con pocos conocimientos en composición musical. Según Márquez (2014), lo que nació como un fenómeno espontáneo simple, ahora se ha convertido en un género musical explotado y profesionalmente producido en masa para su venta al público en general, no como se hacía en la antigüedad con la música clásica.

Asimismo y respecto al origen de la música pop, Suárez (2009) afirma que:

El término *pop* —como contracción de *popular*— fue el nombre que se le dio en Inglaterra en la década de los sesenta a la música popular urbana derivada del *rock and roll* estadounidense. Este ritmo nació en 1954 en Estados Unidos, con una canción de Billy Haley, *Rock around the clock*, como resultado de una mezcla de música *country* (de los campesinos blancos estadounidenses) y el *rytm and blues*, una forma de *blues* cantada por los negros en las grandes ciudades del norte del país (p. 44).

Es decir, la música pop se caracteriza por ser un género descendiente principalmente del rock, pero también se alimenta de otros géneros musicales como el blues, el jazz, la música disco, el funk, entre otros.

Actualmente, se considera como música pop aquellas composiciones que son producidas con fines lucrativos, que se difunde y se comercializa a nivel mundial en beneficio de la industria discográfica y de los empresarios que la producen; por ello, hoy hablar de música pop es hablar de las canciones más escuchadas y de los géneros musicales más consumidos por la gente por su alto nivel de difusión en los diversos medios (radio, internet, discos, etc.). (Márquez, 2014); de ahí la necesidad de preguntarse cómo este género musical ha incidido en los valores de los adolescentes.

De acuerdo con Swanwick (2000), frente a la música “podemos adoptar una actitud asociativa, conectando lo que oímos con un color, un suceso o posiblemente con otro sonido” (p. 28). Es así que la música y las canciones tienen la posibilidad de contactarnos con los sentimientos, emociones e ideas de las personas que las componen.

Al respecto, Téllez y Ramírez (1998) afirman que al escuchar canciones, éstas tienen el poder de influir en nuestra formación porque a través de las letras se expone “[...] la filosofía, estilo de vida y metas de los mismos “artistas”, valores, principios, costumbres, frustraciones, así como los problemas particulares de cada uno de los intérpretes, etc.” (1998, p. II). Esto significa que al escuchar música no sólo la disfrutamos, sino que al hacerlo, nos apropiamos de los valores e ideologías que se difunden a través de sus letras cuando al escucharla recordamos o la relacionamos con algún suceso o aspecto de nuestra vida, o bien, incide en nuestra forma de pensar y de ser cuando al cantar una canción afirmamos estar de acuerdo con las ideas que emite y las reproducimos en nuestra vida cotidiana por medio de nuestras acciones.

En este sentido, Stefani (1987) considera que la música, puede desempeñar un papel como medio de comunicación ya que “[...] está organizada, en parte, en

forma de un lenguaje” (p. 13); esto es; que al ser considerada un lenguaje, las personas pueden valerse de ésta para comunicar cosas como sus sentimientos, emociones e ideologías, o sea, formas particulares de entender el mundo. En el caso de la música pop, al formar parte de la industria de la cultura busca alcanzar el mayor número de consumidores posibles y lo hace apelando a situaciones cotidianas de “prestigio” social, por ello, muchos de los valores que se transmiten en las canciones pop suelen hablar de: dinero, placer inmediato, drogadicción, sexo y consumo, como virtudes dignas de poseer; tal es el caso de una de las canciones más escuchadas por los estudiantes de primer grado de la Secundaria Diurna 91 “República del Perú, según el “Cuestionario sobre el consumo musical” aplicado:

Canción: “Diles”

Canta/autores: Ozuna, Bad Bunny, Farruko, Arcángel y Ñengo Flow

1ª Estrofa:

Prende otro phillie bebé  
Que ya este mismo se apaga  
Vamos para el cuarto polvo  
Ya esto es una saga  
Dice que le gusta hacerlo con mis temas de trap  
Y si te preguntan porque pa'l sexo, yo soy tu fav.

Coro:

Diles  
Que yo me sé tus poses favoritas  
Que te hablo malo y que eso te excita  
Que te hago todo lo que necesitas  
Pa´hacerte venir

Al respecto, Colomo y de Oña (2014) afirman que las canciones contemporáneas:

(...) priorizan valores como el consumismo, el narcisismo y el hedonismo sobre otros más importantes para el conjunto de la humanidad como pudieran ser los afectivos, identitarios, morales-éticos o sociales. Nos encontramos en una realidad social en el que el hecho de tener cosas y disfrutar del momento se ha convertido en uno de los aspectos definitorios de la felicidad y progreso de la misma. (p. 329).

De ahí que no sorprenda el hecho de que para algunos adolescentes consumir productos de moda y marca representen acciones de prestigio, pues buscan ser

como sus artistas favoritos y poner en práctica los valores que estos promueven en sus canciones, sin importar transgredir los valores que humanizan al hombre y a la mujer, pues la meta es conseguir el placer inmediato; aún si para ello hay que quebrantar el orden social y el bien común.

La canción “Despacito”, una de las más escuchadas por los hombres y mujeres de esta institución escolar es un ejemplo de ello:

Canción: Despacito  
Canta/autores: Luis Fonsi y Daddy Yankee,

Coro:

Despacito,  
Quiero respirar tu cuello despacito  
Deja que te diga cosas al oído  
Para que te acuerdes si no estás conmigo  
Despacito  
Quiero desnudarte a besos despacito  
Firmo en las paredes de tu laberinto  
Y hacer de tu cuerpo todo un manuscrito

2ª y 3ª Estrofa:

Quiero ver bailar tu pelo  
Quiero ser tu ritmo  
Que le enseñes a mi boca  
Tus lugares favoritos (favoritos, favoritos baby)

Déjame sobrepasar tus zonas de peligro  
Hasta provocar tus gritos  
Y que olvides tu apellido...

De acuerdo con Colomo y de Oña (2014) las canciones pop hoy en día “[...] transmiten un mensaje relacionado con lo efímero y transitorio en detrimento de aspectos más permanentes y duraderos” (p. 330), poniendo de lado la práctica de los valores que nos humanizan como el respeto, la tolerancia, la solidaridad, etcétera, y proponiendo nuevas visiones del mundo donde las personas se perciben como objetos sexuales que se usan y son fácilmente reemplazables por otras, y no así ciudadanos que valen por sus valores y virtudes.

En el caso de las canciones antes mencionadas, exponen ideas donde la drogadicción, el tabaquismo y el sexo son actos dignos de apreciar proponiendo frases como: “prende otro phillie bebe”, “vamos para el cuarto polvo”, “Y si te preguntan porque pa'l sexo, yo soy tu fav”, “quiero desnudarte a besos”, “déjame sobrepasar tus zonas de peligro”. Es así que las historias amorosas, íntimas e interpersonales son expuestas como acciones pasajeras de poca importancia. De acuerdo con Bauman (2007) este proceder es una característica propia de la época que se vive: un mundo efímero como el que retratan las canciones pop donde el beneficio y el placer individual está por encima de los bienes comunes, por ello, predominan historias de amor a corto plazo, donde se busca saciar un deseo sexual más que tener una vida amorosa sólida o estable.

En este mundo líquido, a decir de Bauman (2007):

[...] la solidez de los vínculos humanos, se interpreta como una amenaza. Cualquier juramento de lealtad, cualquier compromiso a largo plazo (y mucho más un compromiso eterno) aseguran un futuro cargado de obligaciones que (inevitablemente) restringiría la libertad de movimiento y reduciría la capacidad de aprovechar las nuevas y todavía desconocidas oportunidades en el momento en que (inevitablemente) se presenten. La perspectiva de cargar con una responsabilidad de por vida se desdeña como algo repulsivo y alarmante (p. 28).

De alguna manera lo que resulta sorprendente del contenido de las canciones pop que los estudiantes de primero de secundaria escuchan, es la propuesta de estilo de vida que venden donde se prioriza el placer inmediato sencillo y fácil, minimizando la importancia de los valores como el respeto hacia los demás y hacia uno mismo.

Por otra parte, también hay que tomar en cuenta que la forma en que puede impactar la música en la vida de los individuos dependerá del contexto en el que éstos se desenvuelven, pues como vimos en el primer capítulo, no todos apreciamos las cosas de la misma manera debido a que cada quien ha recibido una formación diferente en el hogar y la escuela, por ello, uno de los objetivos de esta investigación es analizar de manera diferenciada cómo alumnos y alumnas de primer grado de secundaria conciben los valores y otorgan significado a las

canciones que suelen escuchar, pues a decir de Colás y Villaciervos (2007) “[...] se considera que los hombres y las mujeres no son iguales, debido a que cada uno tiene su propia función en la vida” (p. 37).

En otras palabras, se puede decir que culturalmente las personas han aprendido diferentes patrones de comportamiento y de valorar las cosas cargados de ideologías y estereotipos que cada sociedad dicta y refuerza en hombres y mujeres por considerarlos correctos, por eso, a pesar de que un grupo de chicos y un grupo de chicas tengan consumos culturales similares, la forma en que interpretan lo que consumen puede ser diferente por el tipo de formación que han recibido en el lugar de su crianza.

Al respecto Colás y Villaciervos (2007) afirman que:

Las personas se convierten en hombres y mujeres en función del aprendizaje de representaciones culturales de género que rigen, no sólo, su constitución genérica, sino también, el carácter de las relaciones que, unos y otras, mantienen en diferentes esferas sociales (en ámbitos como la familia, la escuela, el grupo desiguales, etc.) (p. 38).

De acuerdo con los autores antes citados, culturalmente se concibe a la mujer como una persona a quien se le permite expresar sus sentimientos y emociones, por lo que se le facilita expresar lo que siente y lo que piensa al momento de enfrentar situaciones conflictivas, sin embargo, los varones adoptan en mayor proporción actitudes competitivas, independientes y de fortaleza, por lo tanto tratan de resolver problemas por su propia cuenta y les cuesta mayor trabajo expresar sus sentimientos ya que lo consideran socialmente símbolo de debilidad.

Para Jiménez, citado por Colás y Villaciervos (2007) los estereotipos “generan una percepción de género interiorizada que orienta y guía tanto la representación de la realidad como las acciones, pensamientos y comportamientos de los sujetos” (p. 38). Lo anterior resulta importante para este trabajo porque se tratará de averiguar qué diferencia hay en la forma en que chicos y chicas se apropian de las letras de las canciones que actualmente escuchan, qué importancia le dan (hombres y mujeres) a sus canciones favoritas y de qué manera podemos aprovechar sus consumos para potenciar su pensamiento crítico y reflexivo.



Para ello, se considera pertinente atender tal problemática desde la pedagogía crítica, el constructivismo y la educación mediática a través de una propuesta que pretende incorporar los consumos musicales de estudiantes de primer grado de secundaria con la finalidad de estimular en ellos un pensamiento crítico y reflexivo que empodere a las audiencias ante los mensajes mediáticos, y así aprendan a desmitificar los mensajes que se difunden en sus canciones favoritas.

## **2.2 El pensamiento crítico y reflexivo y su importancia en la educación actual de primer grado de secundaria**

Para Campos (2007), el pensamiento crítico “se refiere a la habilidad consciente, sistémica y deliberada que usa el hombre en la toma de decisiones” (p. 12). Es para nosotros la acción de evaluar eficazmente alternativas para poder elegir la mejor de acuerdo con los propósitos, necesidades, valores, creencias e ideales que conforman nuestra persona; en este sentido:

[...] el pensamiento crítico es aplicable en toda la vida personal y profesional. Más aún, su uso frecuente y su perfeccionamiento mejoran la comunicación e influye en la manera de ser, de comportarse y de entender el mundo actual y futuro. Más que una persona con mucha información se requiere de una persona que sepa discernir y tomar decisiones razonadas tanto en su vida personal y profesional, así como en asuntos civiles. Se requiere que la persona sea capaz de darle significado a sus experiencias y que ante una afirmación y situación, sea capaz de generar preguntas que le permitan aceptar o rechazar lo dicho o hecho (Campos, 2007, p. 12).

Por otro lado, cuando se habla de pensamiento reflexivo se hace referencia a lo que Gadino (2005) concibe como un pensamiento que nos permite realizar valoraciones a partir del funcionamiento de las cosas o de las aportaciones que pueden ofrecer a nuestra vida y formación, por lo tanto, en este proceso no se ven involucrados las emociones o sentimientos, de ser así, haríamos evaluaciones subjetivas y estéticas de las cosas viendo lo bonitas o feas que son y no sus aportaciones a nivel educativo.

Desde esta lógica ambas formas de pensamiento (crítico y reflexivo) permiten tomar decisiones conscientes y responsables a partir del cuestionamiento y razonamiento. En este sentido, pensamos que una educación que tiene como

propósito potenciar el pensamiento crítico y reflexivo como aquí se plantea, apunta a que los estudiantes adquieran la habilidad de discriminar o evaluar información de una manera objetiva, pero también adquieran la capacidad de discernimiento, es decir, que aprendan a diferenciar lo bueno de lo malo, lo correcto de lo incorrecto, lo justo de lo injusto y lo verdadero de lo falso tomando como referencia los valores que han aprendido en casa y en la escuela.

En este sentido:

El cultivo del pensamiento crítico en la sociedad de la información deviene no sólo como un propósito, sino también como una exigencia social. Es necesaria una rápida y eficaz intervención educativa en la adquisición de habilidades de pensamiento crítico para discernir correctamente ante la explosión de la información y procesos sociales complejos que caracterizan a la sociedad actual (Campos, 2007, p. 18).

Dicho de otra manera, la educación basada en la formación del pensamiento crítico y reflexivo es para nosotros formar sujetos más conscientes de las condiciones en las que viven con el propósito de que estos puedan aprovechar todo lo que tienen a su disposición para alcanzar sus objetivos de vida; por lo tanto, si se vive en una era donde estamos expuestos ante una gama infinita de información producto de las interacciones con las TIC y los medios de comunicación como la música, se debe enseñar a la gente a pensar y utilizar de manera crítica y reflexiva los medios y los mensajes que estos contienen.

En esta investigación creemos que potenciar este tipo de pensamiento en estudiantes de primer grado de secundaria permitirá concientizarlos de que no todo lo que expresan sus canciones favoritas es digno de aprender o de ser apreciado porque podrían atentar contra sus valores, esto sin que dejen de disfrutar de su música o utilizar los medios.

Asimismo se parte de la idea de que el pensamiento crítico puede ser la clave para ayudar al alumno a pensar por sí mismo, no a memorizar contenidos curriculares, sino a darles sentido a través de sus experiencias de vida. Dar sentido a lo que el estudiante aprende fuera de la escuela o en el salón de clases; es ayudar al alumno a que genere habilidades, estrategias o técnicas que lo lleven

a cuestionarse qué es lo que le conviene aprender de su entorno y qué cosas pueden perjudicar su formación o su vida.

Al respecto, la SEP (2011), en el plan de estudios vigente 2011, plantea que los alumnos durante la educación primaria y secundaria deberán recibir una formación integral para el desarrollo de habilidades críticas que les permitan construir su propio sistema de valores, su identidad y contribuir a los problemas sociales que enfrenta su sociedad. Para tal efecto, dicho plan:

[...] propone contribuir a la formación del ciudadano democrático, crítico y creativo que requiere la sociedad mexicana del siglo XXI, desde las dimensiones nacional y global, que consideran al ser humano y al ser universal.

La dimensión nacional permite una formación que favorece la construcción de la identidad personal y nacional de los alumnos, para que valoren su entorno, y vivan y se desarrollen como personas plenas. Por su parte la dimensión global refiere al desarrollo de competencias que forman al ser universal para hacerlo competitivo como ciudadano del mundo, responsable y activo, capaz de aprovechar los avances tecnológicos y aprender a lo largo de toda su vida (SEP, 2011, p. 25).

Es decir, se habla de una educación que permita al alumno generar propuestas alternas e innovadoras para enfrentar los problemas que su entorno exige. En este sentido, el plan de estudios reconoce que la educación debe atender la realidad del educando generando ambientes de aprendizaje que partan de temas, contenidos y actividades que los estudiantes conocen, permitiendo un vínculo entre currículum escolar y realidad; de ahí que el desarrollo de una propuesta como la que aquí se plantea, resulte pertinente para alcanzar tal cometido.

La SEP propone un enfoque por competencias; este concepto se define como “la capacidad de responder a diferentes situaciones, e implica un saber hacer (habilidades) con saber (conocimientos), así como la valoración de las consecuencias de ese hacer (valores y actitudes)” (SEP, 2011, p. 29).

De esta manera los planes de estudios vigentes señalan que la educación actual debe preparar al alumno para aprender a aprender, esto es, aprender a hacer y a vivir, lo que implica razonar y no solo aprender de una manera memorística. Por consiguiente, el plan de estudios 2011 de Educación Básica propone fortalecer en

los educandos cinco tipos de competencias: competencias para el aprendizaje permanente, competencias para el manejo de la información, competencias para el manejo de situaciones, competencias para la convivencia y competencias para la vida en sociedad; de las cuales, la segunda (competencias para el manejo de la información) y la quinta (competencias para la convivencia), según la SEP (2011), permitirán al educando actuar de manera crítica y reflexiva ante los problemas sociales y problemas de carácter ético/moral que enfrenta el mundo actual, pues plantea que:

Su desarrollo requiere: Identificar lo que se necesita saber; aprender a buscar, identificar, evaluar, seleccionar, organizar y sistematizar información; apropiarse de la información de manera crítica, utilizar y compartir información con sentido ético (SEP, 2011, p. 38).

En tanto que la competencia para la vida en sociedad requiere:

[...] decidir y actuar con juicio crítico frente a los valores y las normas sociales y culturales; proceder a favor de la democracia, la libertad, la paz, el respeto a la legalidad y a los derechos humanos; participar tomando en cuenta las implicaciones sociales del uso de la tecnología; combatir la discriminación y el racismo, y conciencia de pertenencia a su cultura, a su país y el mundo (SEP, 2011, p. 38).

La SEP pretende fortalecer estas competencias a través de diferentes asignaturas, a saber: Asignatura Estatal para primer año de secundaria, y Formación Cívica y Ética para segundo y tercer año de secundaria y que pertenecen al campo de formación Exploración y comprensión del mundo natural y social, el cual:

Constituye la base de formación del pensamiento crítico, entendido como los métodos de aproximación a distintos fenómenos que exigen una explicación objetiva de la realidad.

En cuanto al mundo social, su estudio se orienta al reconocimiento de la diversidad social y cultural que caracteriza a nuestro país y al mundo. [...] Asimismo, adiciona la perspectiva de explorar y entender el entorno mediante el acercamiento sistemático y gradual a los procesos sociales y fenómenos naturales (SEP, 2011, p. 49).

Desde esta perspectiva, la materia como Asignatura Estatal debe encaminar a los educandos a reflexionar sobre los valores que conforman su sociedad tomando en cuenta el estudio y análisis de los elementos que la constituyen como sus leyes, los problemas sociales por los que atraviesa, su organización, sus prácticas

culturales y sociales, etcétera. Por esa razón, consideramos pertinente encuadrar nuestro proyecto en la materia de Asignatura Estatal por ser un espacio que permite desarrollar actividades donde se tengan que analizar los valores que se exponen en sus canciones favoritas.

Para lograr dicho objetivo se consideró pertinente retomar principios de la pedagogía crítica y su enfoque comunicativo por ser estas dos perspectivas que nos permiten sentar las bases de una educación que pone énfasis en el pensamiento crítico y reflexivo de las personas a partir de sus consumos culturales.

### **2.3 La pedagogía Crítica y su enfoque comunicativo para el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo**

Para Bórquez (2006) en la pedagogía crítica, el conocimiento, los saberes y los esfuerzos tanto de los educadores como el de los educandos se condensan para aprender y descubrir el valor que todo bien cultural encierra, y usarlo críticamente; el fin principal de este tipo de educación es que el educando se vuelva responsable de su propio aprendizaje y el educador sea un orientador o guía para alcanzar dicho objetivo, no resolviendo y proponiendo un conocimiento absoluto o acabado al alumno, sino enseñando a este que aprenda a aprender, es decir, motivarlo a que construya su propio conocimiento.

Para ello es necesario “analizar algunos aspectos de la Edad Moderna o modernidad, debido a que tanto la teoría como la pedagogía crítica son críticas con respecto a esta época histórica” (Bórquez, 2006, p. 13).

A decir de Bórquez (2006), no existe una fecha exacta para indicar el inicio y fin de la Edad Moderna o Modernidad, sin embargo, algunos científicos sociales encuadran dicha etapa histórica entre el siglo XV y XVIII, época en que se experimentaron diversos sucesos históricos a nivel mundial y se lograron avances científicos que impactaron en la forma de concebir el conocimiento y la organización social, los principales fueron:

1. La invención de la imprenta en 1440, puesto que gracias a ella, se pudo producir, extender, reproducir y masificar el conocimiento a través de escritos, permitiendo que el conocimiento llegara a más personas.
2. El descubrimiento de América (1492).
3. La Reforma Protestante de Lutero (1520).
4. La Revolución Francesa (1789).

El principal rasgo de la modernidad fue que, durante el siglo XVIII, los pensadores de la Ilustración pusieron en tela de juicio todas las formas de conocimiento que estuvieran sustentadas en principios religiosos, y afirmaron que existen otras formas más certeras de acceder a un verdadero conocimiento; así, depositaron toda su fe en la razón científica, y al mismo tiempo unieron los principios de libertad, secularismo y filantropía, proponiendo un programa universal-cosmopolita. (Bórquez, 2006, p. 14)

La ideología que se desprendió de la modernidad y la fe que se puso en la ciencia para el desarrollo del conocimiento, permitió la separación de la iglesia y el Estado para que las personas se sintieran libres de la opresión que ejercía la iglesia como institución y de sus ideas religiosas. No obstante, introducir el espíritu científico en la sociedad permitió el surgimiento de otro tipo de sistema opresor.

[...] la modernidad muestra su cara terrible al imponer un sistema de trabajo “científico” de producción, que somete al obrero a una organización rígida de constante vigilancia, y cuyo objetivo es aumentar las ganancias de unos pocos, olvidándose de las abominables condiciones físicas, psicológicas y sociales en que son sometidos los trabajadores.

La modernidad había prometido acabar con el oscurantismo cruel de los distintos sistemas políticos-religiosos, pero permitió que nacieran durante el siglo XX diversos regímenes tanto más autoritarios y represivos que antes, como fueron el nazismo, el fascismo, y las dictaduras comunistas y militares (Bórquez, 2006, p. 53).

Ante esta situación se desarrolló la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt donde pensadores científicos, sociólogos y filósofos harían un análisis crítico de dicha etapa histórica (Ver Cuadro 2.1).

Cuadro 2.1 La Escuela de Frankfurt y el origen de la Teoría Crítica

Escuela de Frankfurt	Exponentes principales de la teoría crítica	Crítica a la Modernidad
<b>Primera generación</b>	<p>-Max Horkheimer</p> <p>-Theodor Adorno</p> <p>-Herbert Marcuse</p>	<p>Para la primera generación de la Escuela de Frankfurt que fueron los principales impulsores de la Teoría Crítica, el desarrollo de la tecnología y medios masivos de comunicación que se impulsó en la Modernidad y que permitieron el desarrollo de un sistema capitalista basada en la industrialización de productos culturales provocó:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Un desequilibrio en el orden social: Las personas se categorizaban por clases sociales, es decir, por su nivel económico y no por sus valores humanos, aprovechándose así la burguesía o clase social alta (que tenían el control de los medios de producción) del proletariado o clase social baja (constituida por obreros y empleados).</li> <li>2. Dependencia al consumo masivo de productos culturales y el impulso de un espíritu competitivo (entre más consumes más reconocimiento tienes en la sociedad).</li> <li>3. El atrofio de la imaginación, el espíritu crítico y de lucha: A través del entretenimiento que ofrecen los productos culturales y los medios de comunicación que están a cargo de la clase dominante se eliminó la capacidad creadora, transformadora y crítica de las personas mediante mensajes que promovían ideas donde la posesión de múltiples mercancías se convirtió en sinónimo de éxito, satisfacción y bienestar, provocándose así el conformismo social, la aceptación del nuevo sistema y la pasividad del pensamiento crítico y reflexivo.</li> </ol>
<b>Segunda generación</b>	<p>-Jürgen Habermas</p>	<p>Siendo discípulo de Adorno, Horkheimer y Marcuse, Habermas afirmaba que los medios funcionan bajo la lógica capitalista, y se interponen a la construcción de una esfera pública ideológica, sin embargo, las personas pueden resistir y liberarse de la opresión que ejerce la clase dominante a través de los medios mediante la práctica del diálogo crítico, racional y argumentativo. De ahí que Habermas sea fuente de inspiración de las propuestas que presentan los críticos de la pedagogía crítica.</p>
<b>Tercera generación</b>	<p>-Hannah Arendt</p> <p>-Arato, Cohen y Rödel</p> <p>-Alain Touraine</p>	<p>El objeto de estudio y propuestas de esta generación es hacer más vasta la democracia a través de la educación: El estudiante debe aprender no sólo lo considerado en el currículum –“¿qué debo estudiar?”– sino también aprender a promover toda forma de vida democrática y, así, cultivar la capacidad y la conciencia de responder la pregunta: ¿por qué aprendo?</p>

Fuente: elaboración propia a partir de Bórquez, 2006, pp. 60-82.

Según Bórquez (2006) la teoría crítica que desarrollaron las tres generaciones de la escuela de Frankfurt no pretendía brindar un tipo de solución ante las opresiones que se vivían en la Edad Moderna o buscar la fórmula para llegar a una igualdad social, sino que sólo trataba de estudiar dicho fenómeno social, así surgió la Pedagogía Crítica como una corriente que se desprende de las ideas de la teoría crítica, pero cuyo propósito principal era la liberación ideológica de las personas de los nuevos poderes opresores surgidos durante la Modernidad. Así, la pedagogía crítica busca que la educación impulse un cambio social a partir de la formación de un ciudadano crítico que logre resistir ante las opresiones de su entorno.

Esta corriente, tiene como principio formar individuos autónomos, críticos y reflexivos relacionando el currículo escolar con su vida cotidiana a partir de sus experiencias. De acuerdo con McLaren (1997) la pedagogía crítica “pretende proporcionar a los estudiantes pautas críticas para que examinen sus propias experiencias vividas” (p. 62) para que aprendan de ellas las cosas positivas que pueden contribuir en su formación y el logro de sus metas.

De acuerdo con McLaren, en la Pedagogía crítica:

La experiencia estudiantil, como medio principal de cultura, acción y formación de la identidad, debe desempeñar un papel preferente en el currículum emancipatorio; así, los educadores críticos deben aprender a comprender, afirmar y analizar dicha experiencia (1997, p. 62).

Por esa razón, decidimos tomar como base esta corriente para el desarrollo de la propuesta, pues permite trabajar ciertos contenidos curriculares desde lo que el estudiante conoce (como la música y los medios de comunicación en general) y no desde lo que el educador considera pertinente trabajar.

La Pedagogía Crítica como heredera de los planteamientos de la Teoría Crítica,

Se cuestiona el valor de la tecnología en relación con el progreso, analiza el valor de la razón instrumental como medio para alcanzar unos intereses particulares y el papel de la técnica al servicio de los grupos sociales dominantes. [...] Sitúa el valor de los medios y de las técnicas por encima de los principios básicos de democracia y de igualdad.



De la misma manera, ha elaborado una crítica muy importante a la sociedad del consumo y al modelo capitalista en el que se generan todo tipo de desigualdades, de alienación y autoritarismo (Ayuste, Flecha, López y Lleras, 1999, p. 36).

Existen varios enfoques críticos que tratan de cambiar la realidad educativa para mejorarla, según Bórquez (2006) los más actuales son el Reproccionista y el Comunicativo (Ver Cuadro 2.2).

Cuadro 2.2 La teoría reproductonista y el enfoque comunicativo de la Pedagogía Crítica

Corrientes de la pedagogía crítica	Principales representantes	Postulados teóricos
<b>Teoría reproductonista</b>	-Antonio Gramsci  -Louis Althusser  -Pierre Bourdieu	<p>Para estos tres autores la escuela (la educación) y otros aparatos ideológicos del Estado como la familia y medios de comunicación, reproducen la fuerza laboral que responde al sistema capitalista impuesta por la clase dominante:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>La escuela:</b> reproduce la ideología de la clase dominante cuando trata de formar al estudiante con conocimientos y habilidades para la incorporación de su vida al campo laboral industrial, a este tipo de imposición que hace la escuela sobre el alumno Bourdieu la denomina “violencia simbólica”, pues se imponen temas curriculares que generalmente al ser controlados por el Estado responden a la ideología de la clase dominante y no a los intereses y necesidades de los alumnos.</li> <li>2. <b>Los medios de comunicación:</b> A partir de estos la clase dirigente se encarga de difundir concepciones del mundo acordes a sus intereses para someter a las clases subalternas a su poder e ideologías y así no tengan la posibilidad de librarse.</li> </ol>
<b>Enfoque comunicativo de la resistencia</b>	-Paulo Freire	<p>Freire hace una crítica al modelo bancario de educación que consistía en ajustar o adaptar al ser humano al sistema dominante mediante una educación de naturaleza narrativa, discursiva o disertadora donde el educando se consideraba un ente pasivo u objeto paciente sin capacidad de razonar sino tan sólo de escuchar, memorizar y repetir lo que enseña el profesor y así adaptarse a su entorno (al sistema capitalista ya impuesto).</p> <p>Freire reconocía la existencia del poder que tenía la burguesía (su posesión de bienes y medios de producción), pero también reconocía que el ser humano</p>

		al tener consciencia y poseer la capacidad de hacer crítica, reflexionar y razonar tiene la posibilidad de resistir, modificar y cambiar el mundo que el poder dominante pretende implantar y asimismo transformar sus condiciones de vida a través de la palabra: la comunicación y el diálogo.
	-Paul Willis  -Michael Apple	Estos autores afirman que la escuela sigue reproduciendo la ideología de la clase dominante, no obstante, a diferencia de las teorías reproduccionistas, lo novedoso de estos autores es que las personas tienen la opción de oponerse.
	Henry Giroux	Al igual que Freire, Giroux hace una crítica a las teorías conservadoras y tradicionalistas de la educación que planteaban que el profesor era el único poseedor de conocimientos digno de tener la palabra para transmitir conocimientos a los alumnos quienes se consideraban sujetos pasivos, es decir, sin conocimientos ni capacidad para generar aprendizajes por sí mismos, sujetos que debían sólo escuchar y aceptar como verdadero aquellas cosas que enseñaba el profesor y no participar en el proceso de su formación, sino aceptar su realidad y el sistema en el que viven.

Fuente: elaboración propia a partir de Bórquez, 2006, pp. 103-180.

De acuerdo con Bórquez (2006) la corriente reproduccionista de la Pedagogía crítica consideraba a los sujetos, estudiantes y profesores como entes pasivos sin capacidad de resistir a las ideologías dominantes; mientras que el enfoque comunicativo de la Pedagogía Crítica brindó voz y poder a los oprimidos por lo que llegó a considerarse la mejor alternativa educativa.

Este enfoque se caracteriza principalmente por entender:

El aprendizaje como un proceso de interacción entre los participantes, un proceso que ayude a reflexionar a la persona sobre sus ideas y prejuicios para así poderlas modificar si es preciso. [...] De ésta forma, el individuo puede hacerse consciente de sus propios condicionamientos, liberarse de determinadas ideas preconcebidas y de concepciones que considera suyas, pero que en realidad responden a unas experiencias y una historia personal condicionadas por la educación, la familia, el estado, la cultura y la religión (Ayuste, et al., 1999, p. 39).

En este sentido, la pedagogía crítica con un enfoque comunicativo consiste en que todos los participantes del proceso enseñanza-aprendizaje tengan el derecho de “[...] expresar y defender sus opiniones, a reflexionar y a argumentar sus experiencias y a construir nuevos significados” (Ayuste, et al., 1999, 32). Esto

quiere decir, que el maestro cumplirá un rol de guía, de facilitador del aprendizaje tomando en cuenta los conocimientos y experiencias que generan los estudiantes fuera de las instituciones educativas.

Para ello, es importante que en el aula se promueva el diálogo y la libre expresión del educando con el fin de saber qué cosas le acongojan o le resultan interesantes para darle sentido en clases a partir de los temas curriculares que cada programa escolar propone. Así, el educando aparece como un sujeto responsable con las habilidades necesarias para encargarse de su propio aprendizaje y formación y construir sus propios conocimientos y significados fuera y dentro del aula.

En nuestro caso, retomaremos este enfoque para desarrollar un taller que permita a educandos de primer grado de secundaria reflexionar y estar conscientes sobre los valores e ideologías que priorizan sus canciones favoritas que generalmente suelen promover determinados estilos de vida, sin embargo también se hace necesario retomar los planteamientos de la educación mediática por ser un campo que también brinda una educación para el análisis y comprensión de los medios.

#### **2.4 La educación mediática**

Los medios de comunicación e información brindan al espectador infinidad de datos que exponen los puntos de vista de cómo un determinado grupo de escritores, autores, artistas e inversionistas conciben la realidad. De acuerdo con Ambrós y Breu (2011) la educación mediática es un campo de estudio interdisciplinar que:

Plantea conferir a la ciudadanía las claves de acceso para interpretar los contenidos de los medios de comunicación (ya sean los antiguos o los nuevos); claves que permitan expresarse y también seleccionar la información, ordenarla, utilizarla e interpretarla, para finalmente valorarla (p. 19).

El fin principal de esta educación es formar un ciudadano capaz de reconocer las intenciones de los mensajes mediáticos que circulan en diferentes medios como las canciones pop, programas televisivos, la radio, entre otros.

De acuerdo con Aguaded y Pérez (2007) “lo que interesa conocer es cómo funcionan los medios, cómo producen significado, cómo son parte de la industria de construcción de realidad y cómo esa supuesta realidad ofertada por los medios es interpretada por quienes la reciben” (p. 68).

Este tipo de educación se encamina entonces a que los estudiantes en su relación con los medios sean capaces de analizar, reflexionar, seleccionar y apropiarse la información que beneficie su proceso formativo como estudiantes, seres humanos y ciudadanos; tal como lo expresa la UNESCO (2011) cuando afirma que “vivimos en un mundo donde la calidad de la información que recibimos influye en gran manera sobre nuestras elecciones y acciones subsiguientes, incluyendo nuestra capacidad para disfrutar nuestras libertades fundamentales y habilidades para la auto-determinación y el desarrollo” (p. 11).

Es así que el reto educativo es preparar a los estudiantes para que aprendan a leer crítica e ideológicamente los medios, para ello, la UNESCO (2011) desarrolló el “Currículo para Profesores sobre Alfabetización Mediática e Informativa” (AMI) como una iniciativa para educar en medios a profesores de cualquier región y nivel educativo, y así aprendan cómo operan los medios y puedan utilizarlos de manera crítica y responsable dentro del salón de clases a la vez que también enseñan a sus alumnos la importancia e impacto que hoy en día tienen en la vida real.

Lo importante en esta educación según Buckingham (2005) no es ayudar al individuo a utilizar los medios de comunicación como herramientas de trabajo, ni mucho menos que el profesor las use para ejemplificar o enseñar a través de los medios una asignatura o reforzar un contenido curricular en particular, sino estudiar o analizar en conjunto, educadores y estudiantes, cómo las personas que controlan los medios representan el mundo y cuáles son sus intenciones al producir un programa, una canción o algún otro contenido mediático.

En consecuencia, educar mediáticamente significa potenciar el pensamiento crítico y reflexivo de las personas para que aprendan a razonar y reflexionar sobre la forma en que consumen y utilizan los medios en su vida cotidiana.

De acuerdo con Peña y Viveros (1997) uno de los beneficios de la educación mediática es que promueve el aprendizaje significativo ya que se discute constantemente sobre la importancia que han tomado los medios en la vida cotidiana de niños, adolescentes, jóvenes y adultos; asimismo, dicha disciplina fomenta la participación activa de los alumnos, fortalece su capacidad de análisis y observación crítica y refuerza la socialización en clase, porque no se centra en la exposición del profesor como única estrategia de enseñanza, sino que se pone énfasis en la discusión grupal como estrategia para reflexionar sobre el uso que hacen las personas de los medios de comunicación, por lo tanto, todos tienen permitido participar y hablar sobre la manera en que ocupan los medios.

En este sentido y para el caso que nos ocupa, la importancia de la educación mediática radica en que permite estimular el pensamiento crítico, pero también, ayuda a fortalecer aspectos del currículo escolar como reforzar la educación en valores en los estudiantes, pues se pone en tela de juicio la forma en que operan los medios: saber cómo funcionan, bajo qué valores operan, quién los controla y con qué fin.

Para Peña y Viveros (1997) un sujeto educado mediáticamente entiende de procesos comunicativos, es decir, identifica ¿Quién emite el mensaje? (Momento de emisión o producción) ¿Con qué fines? (Distribución o difusión) y ¿Quiénes lo reciben? (Recepción o consumo de mensajes), ¿Qué tanto los utilizamos en nuestra vida?, ¿Para qué los necesitamos?, ¿Cómo los utilizamos?, ¿Con quiénes los utilizamos? (a solas o con un grupo de amigos o compañeros); ya que lo que se busca es que el individuo al usar los medios tenga presente que las formas en que se representa la realidad depende del contexto de emisión, es decir, del momento histórico que se vive, el objetivo y las experiencias de quien emite.

En el caso de las canciones pop éstas interrogantes tienen que ver con la producción de dinero, con la fama, con estilos de vida que se nos han hecho creer que son los que reflejan el éxito de las persona; sin importar a qué costo o si se atenta contra los valores sociales.

Pero, ¿Cómo hacerlo?

De acuerdo con la UNESCO (2011):

El aprender haciendo es una parte importante de la adquisición del conocimiento en el siglo XXI. La producción de medios da paso a que los estudiantes se puedan sumergir en el aprendizaje al adquirir conocimiento a través de la producción de textos e imágenes en un ambiente participativo. (p. 28).

En este sentido, la presente investigación retomará las canciones más conocidas y escuchadas por un grupo de estudiantes de primero de secundaria de la institución “República del Perú” para potenciar, como lo marca la SEP (2011), su pensamiento crítico.

Para alcanzar este objetivo, se hace necesario retomar las ideas de Martínez de Toda (s/f) quien propone seis dimensiones para educar en medios, a saber: Sujeto Alfabetizado Mediáticamente, Sujeto Consciente, Sujeto Activo, Sujeto Crítico (ideológicamente), Sujeto Social y Sujeto creativo; pero para los fines de esta investigación, solo se considerará la dimensión del Sujeto Crítico por presentar las bases necesarias de una educación que apunta al desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo.

#### **2.4.1 El sujeto crítico: Una dimensión sobre educación mediática para potenciar el pensamiento crítico y reflexivo**

Kaplún, citado por Alvarado (2012) considera que lo importante de una educación mediática centrada en potenciar el pensamiento crítico es:

[...] más que enseñar cosas y transmitir contenidos, es que el sujeto aprenda a aprender, que se haga razonar por sí mismo, de superar constataciones meramente empíricas e inmediatas de los hechos que lo rodean (conciencia ingenua) y desarrollar su propia capacidad de deducir, de relacionar, de elaborar síntesis (conciencia crítica) (p. 102).

Es decir, lo importante en esta dimensión es motivar el desarrollo de un sujeto autónomo con un pensamiento analítico que lo lleve a cuestionar y entender las intenciones de un mensaje mediático.

Instaurar y promover la actitud crítica, en el caso de la educomunicación, implica identificar el carácter político de la industria cultural y del proceso comunicacional; supone sospechar la transparencia de mensajes mediáticos; y propone la creación/formación de un ciudadano independiente cuestionador y creativo (Alvarado, 2012, p. 103).

Es decir, este tipo de educación considera pertinente impulsar a las personas a preguntarse por las intenciones de los sujetos que controlan los medios al producir un mensaje (si este es elaborado con intenciones políticas, comerciales, culturales, educativas o de otra índole) y con ello cuestionar sobre lo que se afirma o niega en dichos mensajes. En este caso, se busca retomar los valores que promueven las canciones que habitualmente escuchan los estudiantes de primer año de secundaria como vehículo estimulador del pensamiento crítico con la intención de que puedan identificar los valores que promueven a partir de preguntarse: quién transmite y quién elabora los mensajes de las canciones pop, con qué intenciones u objetivos, a partir de qué valores, cómo me hace sentir eso que escucho, entre otras interrogantes, de esta manera el educando tendría la posibilidad de identificar qué valores e ideologías son acordes a los suyos y desechar aquellos mensajes que no aportan nada positivo a su vida y educación.

“La actitud crítica no sólo implica ser un receptor, sino que implica asumir una forma de vida que se exprese en nuevas formas de relación con los medios, con los mensajes y con otras personas” (Peña y Viveros, 1997, p. 5). Por ello, en la estrategia de análisis de canciones pop llevado a cabo por medio de un taller, no se puso énfasis en que el educando de primero de secundaria dominara o aprendiera a manipular algún medio en particular, sino que aprendiera a cuestionar el por qué se priorizan ciertos temas, valores y estereotipos en los contenidos mediáticos, despertando un interés por desenmascarar la realidad que se oculta a través de las canciones pop; haciendo de su conocimiento la forma en que las disqueras operan, bajo qué valores y por qué.

Al respecto Aguaded y Pérez (2007), afirman que:

[...] a la hora de planificar una educación crítica con los nuevos lenguajes irían encaminadas a que los alumnos sean capaces de codificar y decodificar mensajes y atender el proceso de producción desde una perspectiva social, estética, política y económica. En consonancia con lo anterior, la educación crítica en los nuevos lenguajes atenderá a los diferentes modos en que los medios y las tecnologías de la información y comunicación representan la realidad, a la técnicas que utilizan para crear y mediar en conocimiento social y a las ideologías que impregnan sus representaciones (p. 66).

En otras palabras, la dimensión que aquí se presenta pretende que el educando desarrolle la habilidad de descifrar el significado de ciertos mensajes mediáticos a partir de su análisis. Se trata pues de una educación que encamina al educando a utilizar los medios de una manera consciente y responsable; una educación emancipadora en el sentido de tomar conciencia sobre las formas de poder que controlan lo que aparece en los diferentes medios para que la audiencia no se vea subordinada por las fuerzas de poder que usualmente tienen un propósito mercantil y persuasivo.

Aguaded y Pérez (2007) afirman que:

La educación crítica en los nuevos lenguajes puede ser un instrumento muy eficaz para desafiar la desigualdad del conocimiento y poder que existe entre quienes fabrican la información y quienes la consumen inocentemente en este contexto de globalización que caracteriza y determina nuestro mundo. Por ello, integrar los medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo, al tiempo que sobre las formas que permiten recrearlo y “construirlo” son aspectos clave que han de estar presentes en una educación integral de las personas (p. 66).

La educación en medios deberá considerar entonces técnicas, actividades y herramientas que faciliten al educando cuestionar y decodificar los mensajes que vienen implícitos en las canciones. No obstante, para otros autores resulta también importante cuestionar el papel que juegan los medios en nuestras vidas; es así que Alvarado (2012) afirma que el pensamiento crítico:

[...] alude a determinadas ideas o formas de reflexión, incluyendo la metacognición como mecanismo que lleva a pensar sobre lo que se piensa y que, por tanto, es un proceso autoreflexivo, desarrolla el cómo aprender a



pensar, para hacerlo de manera autónoma, sin atenerse a enfoques restringidos o predeterminados (p. 105).

De esta manera es imprescindible no solo que los educandos reflexionen sobre el contenido de los medios, sino también sobre la forma en que los sujetos consumen y se relacionan con ellos para concientizarlos sobre el papel que juegan en su vida cotidiana y sobre el provecho que pueden obtener de estos más allá de la satisfacción y diversión que proporciona su uso.

En ese sentido, la propuesta que aquí se pondrá a consideración buscará formar un espectador crítico, que a decir de Peña y Viveros (1997) se caracteriza por tener las siguientes habilidades:

- ✓ Analiza lo que ve y escucha de los medios de comunicación masiva; primordialmente de la radio y la televisión.
- ✓ Juzga racionalmente lo que ve [o escucha].
- ✓ Expresa sus evaluaciones a través de la discusión o la selección de lo que lee.
- ✓ Sabe distinguir entre la ficción que ve en los medios y la realidad.
- ✓ Entiende la relación de los medios visuales con la palabra escrita.
- ✓ Hace uso racional del tiempo que dedica a éstos; primordialmente a la televisión.
- ✓ Considera una gama amplia de opciones culturales y ubica en ella la oferta de los medios
- ✓ Ubica su papel como receptor y productor de mensajes (p. 7)

Para tal fin, se retomará el constructivismo como una de las teorías que nos permita hacer converger los planteamientos de la pedagogía crítica y de la educación mediática y de esta manera potenciar el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de primero de secundaria mediante el análisis de canciones.

## **2.5 El constructivismo: Una base para potenciar el aprendizaje significativo**

Al igual que la pedagogía crítica, el constructivismo plantea que “el conocimiento es un producto de la interacción social y de la cultura” (Carretero, 2004, p. 24). Esto quiere decir que los sujetos aprenden en un determinado contexto social donde interactúan y/o se relacionan con diversos seres y objetos.

Asimismo, el constructivismo presenta las bases necesarias para hablar del aprendizaje como una construcción de conocimientos que realiza el propio

educando a través de la socialización y la relación que éste establece con un objeto en particular (Ver Cuadro 2.3).

Cuadro 2.3 La educación según el constructivismo

El papel del docente o educador	El papel del estudiante	La enseñanza	El aprendizaje	El conocimiento
<p>-Debe enseñar a aprender a aprender.</p> <p>-Más que transmitir conocimientos debe promover las capacidades psíquicas del alumno (el pensamiento reflexivo y crítico) para que este logre desarrollar conocimientos por sí mismo.</p> <p>-Debe potenciar la autonomía del alumno motivando un interés por el aprendizaje, es decir, que el alumno se interese en las características del material, la materia o el contenido que debe aprender, más que en alcanzar algún tipo de reconocimiento y recompensa.</p>	<p>-Se considera un sujeto capaz de hacerse responsable de su propia formación con apoyo del docente.</p>	<p>-Se debe promover la participación activa del estudiante en el proceso del aprendizaje.</p> <p>-Debe consistir en la resolución de problemas reales recuperando experiencias o actividades que realiza el alumno cotidianamente.</p> <p>-El objetivo aquí es desarrollar el pensamiento crítico del educando.</p> <p>-Debe enfatizarse el diálogo, la comunicación y la interacción social en el aula.</p>	<p>-Ocurre cuando las personas se involucran de manera organizada en actividades particulares con propósitos bien definidos.</p> <p>-Ocurre cuando el alumno es capaz de "ligar" de manera significativa lo que ya sabe con los nuevos contenidos.</p> <p>-No sólo se trata de un proceso mental, sino también de un proceso social (se aprende en la interacción con las personas).</p>	<p>-Es un producto construido social y culturalmente.</p> <p>-No importa la cantidad o acumulación de conocimientos que tengan las personas sino el uso que se hace del conocimiento en la vida real.</p> <p>-Importa más el "saber hacer" que el memorizar conocimientos y temas.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de García, 2010, pp. 7-36

En este sentido, se pretende ofrecer al alumno una educación donde pueda relacionar los contenidos curriculares como los valores, con situaciones de la vida real (escuchar música) y a partir de esta formación pueda vincular los temas que se ven en clase con aspectos de su vida; no obstante, para esto se hace

necesario según García (2010) retomar las aportaciones psicológicas de la educación desarrolladas por Piaget y Vigotsky así como los avances teóricos de Bruner, Ausubel y Gardner, porque son estos autores quienes plantearon las bases del enfoque constructivista (Ver Cuadro 2.4).

Cuadro 2.4 Postulados teóricos del constructivismo y sus principales representantes

Principales representantes del Constructivismo	Postulados teóricos
Jean Piaget	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concebe el aprendizaje como una construcción mental que hacen las personas con respecto a la realidad que perciben y viven.</li> <li>• Desarrolló el concepto de “asimilación”: Para que una persona pueda aprender un nuevo concepto o tema, es necesario que este ejerza una acción sobre aquello que le interesa o necesita conocer.</li> <li>• El ser humano aprende de diferentes maneras según sus etapas biológicas y cognitivas de evolución y según su entorno en donde se desarrolla:               <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Etapa sensoriomotora (Del nacimiento a los 2 años de edad): El niño aprende a través del uso de sus capacidades corporales innatas que le permiten explorar y conocer su entorno.</li> <li>➤ Etapa del pensamiento pre-operacional (De los 2 a los 6 o 7 años de edad): El niño comienza a crear imágenes mentales mediante el juego, el dibujo y el lenguaje.</li> <li>➤ Etapa de las operaciones concretas (De los 6 o 7 años, a los 11 o 12 años de edad): Empiezan a ser capaces de tomar en cuenta el punto de vista de otra persona y resolver problemas que requieren abstracción pero dentro de situaciones muy concretas.</li> <li>➤ Etapa de las operaciones formales (De los 11 a los 12 años en adelante): El ser humano llega a un alto estado de equilibración y autoorganización de tal modo que su manera de pensar es totalmente representativa que le permite analizar, reflexionar y comprender las cosas desde diferentes puntos de vista.</li> </ul> </li> </ul>
Vigotsky	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrolló el concepto “Zona de Desarrollo Proximal” (ZDP): Se refiere a la distancia que existe entre lo que el alumno es capaz de aprender por sí mismo, y lo que él puede aprender con asistencia de un adulto.</li> <li>• El propósito fundamental de la educación es promover el desarrollo de las “funciones psíquicas superiores”, es decir, potenciar el pensamiento reflexivo de las personas o “metacognición”, pues este pensamiento permitiría al alumno actuar de manera responsable, consciente y adecuada ante las situaciones cambiantes de la vida. Para ello, Vigotsky afirmaba que conocer algo depende de dos momentos:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El primer momento consiste en estar en comunicación y contacto con</li> </ol> </li> </ul>

	<p>otros, a lo que él llamó <i>relaciones intersíquicas</i> (entre una mente y otra).</p> <p>2. El segundo momento es la <i>toma de conciencia</i> de aquello que se ha vivido, de aquello que nos ha dejado experiencia, de lo que hemos aprendido. (García, 2010, p. 20).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsó la idea de establecer un vínculo entre los procesos mentales y los procesos sociales que experimenta cada individuo: La acción de educar debe partir de los conocimientos que posee cada alumno así como considerar sus intereses, necesidades, las condiciones en las que vive y su entorno.</li> <li>• La educación debe consistir en un proceso de intercambio cultural entre el maestro y alumno a través del lenguaje, es decir, un intercambio entre profesor-alumno de las cosas que saben y conocen de la vida y su cotidianidad para darle significado a esas experiencias a partir de la reflexión y el dialogo donde todos puedan opinar y expresar sus puntos de vista respecto a los nuevos temas que se desean aprender.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>David Ausubel</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo la influencia de Jean Piaget, Ausubel desarrolló su propia teoría del aprendizaje y creó el concepto de “aprendizaje significativo”: Este se logra cuando las personas logran conectar información, conocimientos o temas nuevos con conocimientos y experiencias previas.</li> <li>• Igual que Piaget, Ausubel señala que la asimilación no consiste en “copiar”, sino en “reconstruir”: El aprendizaje ocurre cuando el alumno es capaz de establecer vínculos entre los contenidos curriculares que enseña el profesor con situaciones propias de su vida personal (escuchar música, jugar videojuegos, etc.).</li> <li>• En la educación el aspecto verbal debería ser lo más relevante para que el alumno aprenda, pues a través del habla, la lectura, la escritura y en general la comunicación, las personas tienen la posibilidad de compartir sus conocimientos y saberes que generan al estar en contacto con su entorno (la escuela, la familia, la sociedad, los medios, etc.).</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Jerome Brunner</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La educación no debe consistir en dominar datos y técnicas o memorizar conocimientos, sino en encontrar y descubrir relaciones y significados a partir de problemas sobre asuntos conocidos y familiares, para ello, el educador debe: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Promover la autonomía del alumno, en un principio, impulsando su capacidad intuitiva y así poco a poco logre desarrollar la capacidad de análisis y reflexión que le permitan estudiar su entorno.</li> <li>➤ Promover el diálogo y la participación de los estudiantes así como la interacción social entre alumno-alumno y alumno-maestro.</li> </ul> </li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Howard Gardner</b></p>	<p>Desarrolló la teoría de las “inteligencias múltiples” que especifica que la inteligencia no se manifiesta sólo de una manera, sino que reviste diferentes formas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Corporal/kinestésica. Consiste en las habilidades de emplear el cuerpo para expresar ideas y sentimientos, así como para resolver problemas.</li> <li>2. Intrapersonal. Habilidad para conocerse a sí mismo, sus propias fuerzas y debilidades.</li> <li>3. Interpersonal. Capacidad para comprender los estados de</li> </ol>

	<p>ánimo de otras personas y saber cómo actuar ante ellas de manera eficiente.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Lingüística. Es la habilidad para poder emplear las palabras de manera más efectiva, tanto en forma oral como escrita.</li> <li>5. Lógico-matemática. capacidad de emplear el razonamiento lógico, así como la de aplicar el uso de números para resolver problemas. Incluye la capacidad de entender el uso de máquinas, dispositivos técnicos y conceptos abstractos.</li> <li>6. Musical. Poseer una sensibilidad hacia el ritmo, los tonos y las melodías.</li> <li>7. Naturalista. Habilidad para reconocer el entorno en que se vive.</li> <li>8. Visual-espacial. Capacidad para percibir e identificar formas, espacio, colores y tamaño.</li> </ol> <p>“Cada tipo de inteligencia tiene sus propias fuerzas y sus propias debilidades, por lo cual los esfuerzos educativos deben procurar orientarse hacia la dirección de impulsar al máximo las fortalezas intelectuales de cada alumno”. (García, 2010, p. 69).</p>
--	---

Fuente: Elaboración propia a partir de García, 2010, pp. 11-69.

La intención pues de considerar las bases y postulados teóricos del Constructivismo en nuestra investigación es para reconocer que los alumnos no llegan a la escuela en cero, sino que tienen conocimientos previos que generan afuera de las instituciones educativas, los cuales pueden aprovecharse para lograr reforzar un contenido escolar, o bien, como se plantea en esta propuesta y como los expresa Vigotsky citado por García (2010) potenciar “las funciones psíquicas superiores” del estudiante, esto es, su pensamiento crítico y reflexivo.

La investigación apunta entonces a formar estudiantes capaces de aprender por su propia cuenta a leer mensajes mediáticos con una visión crítica, es decir, sujetos capaces de construir aprendizajes significativos por sí solos a partir del cuestionamiento, análisis y la reflexión del contenido que proyectan los medios de comunicación, particularmente de las canciones pop que es el género más consumido según el “Cuestionario sobre el consumo musical de los estudiantes de primer grado de secundaria” aplicado (ver página 126).

Pero, ¿cómo lograrlo en este proyecto? Consideramos necesario pensar en términos de estrategia por ser este un concepto que “se refiere, en el campo educativo, a la secuencia de actividades o tareas que el profesor decide y propone como pauta de intervención en el aula” (Florentino, 2007, p. 658). Es decir, pretendemos organizar y aplicar con estudiantes de primer grado de secundaria

una serie de actividades que los lleven a preguntarse sobre las razones por las cuales se crean canciones pop. Por ejemplo, se pretende que los estudiantes en una sesión escuchen dos canciones pop y traten de encontrar las diferencias y similitudes que tienen ambas canciones para que después se cuestionen sobre el objetivo que impulsó a los artistas a crearlas y reflexionen sobre los valores que creen que se promueven; esto con el propósito de que los estudiantes tomen conciencia que muchas de las canciones de su agrado no fueron creadas con un fin artístico, sino con fines lucrativos sin importar los valores que se transmitan.

Para la planeación de nuestra estrategia, se pretende organizar las actividades en un taller que llevará por nombre “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”, pues a decir de Sosa (2002) el taller es una técnica educativa que hace converger la teoría y la práctica para lograr la construcción del conocimiento y el aprendizaje significativo, ya que permite la participación de las personas involucradas, una buena organización de tiempo y espacio y comprobar, en este caso, si las canciones pueden ser aprovechadas para estimular el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de secundaria o no.

El taller es una estrategia educativa reciente, empleada por pedagogos, capacitadores, asesores, e investigadores, con el propósito de generar aprendizaje significativo, en los diferentes grupos proporcionales donde se desarrolla. [...] El soporte teórico tiene como punta de lanza, el enfoque constructivista, porque ésta concepción, entiende y maneja el aprendizaje como una función integradora, que le permite a las personas construir sus propios conceptos a partir de los anteriores, en el hacer, reflexionar, opinar, sentir, decidir y proponer soluciones (Sosa, 2002, p. 7).

Dándole así sentido a las experiencias que desarrollan los educandos fuera del entorno institucional educativo, pero reforzando contenidos curriculares como los valores y las formas en que estos pueden ser representados a través de la música como es el caso.

El taller permite construir conceptos y/o aprendizajes por medio del hacer y no por lo que me dan. Es claro que los aprendizajes son individuales, pero esto no excluye el trabajo en grupo porque, la reflexión se logra en sus mejores términos en el interactuar, al conocer las ideas de los otros, se reflexiona, analiza y construye lo propio (Sosa, 2002, p. 12).

Consideramos que la implementación de un taller para los fines de esta investigación, facilitará el desarrollo de habilidades y destrezas para el análisis crítico de canciones. Si bien la pedagogía crítica, la educación mediática y el constructivismo son un punto de partida para tal fin, también se hace necesario considerar algunos instrumentos y técnicas de investigación que nos permitan conocer qué canciones y qué actividades son pertinentes utilizar para lograr nuestro objetivo; por ello, en el capítulo siguiente se abordará la metodología que sustentó el desarrollo de la presente investigación.

## **Capítulo III: La canción como estrategia para estimular el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de primer grado de secundaria**

En este capítulo hablaremos sobre la estrategia que se desarrolló para estimular el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de primer grado de secundaria de la escuela diurna No. 91 “República del Perú”; para ello, primeramente, se hablará del contexto en el que se desenvuelven los estudiantes con la intención de dar un panorama sobre el lugar en que estos suelen convivir. Posteriormente, se procederá a abordar la metodología que se utilizó para la realización del taller: “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”, y los instrumentos utilizados.

### **3.1 Descripción del contexto de la escuela “República del Perú”**

Para comprender la importancia de hablar del entorno donde los estudiantes de secundaria se desarrollan, es necesario tomar en cuenta lo expresado por Sánchez (2016):

(...) cuando el niño va creciendo y sale de su hogar de una forma más consciente, entonces empieza a aprender no sólo de su familia, sino de todas las experiencias sociointeractivas en que interviene. Así, la calle, la tienda, la casa de algún familiar serán también ámbitos donde el niño estará aprendiendo (p. 34).

De ahí la relevancia de hacer una breve descripción del lugar en el que se desenvuelve la población con la que tuvimos oportunidad de trabajar.

#### **3.1.1 Ubicación**

La escuela secundaria Diurna No. 91 “República del Perú” es una escuela pública ubicada en la calle Emiliano Zapata y Jalapa, sin número, que pertenece a la delegación La Magdalena Contreras, específicamente se localiza en la colonia San Jerónimo Aculco, C.P. 10200, Ciudad de México.



Imagen 3.1 Exterior de la escuela

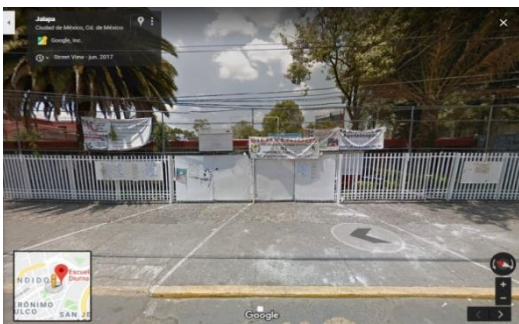


Imagen 3.2 Interior de la escuela



Fuente: Recuperado de: <https://www.google.com/maps>

Recuperado de: <https://www.google.com/maps>

Cerca de la escuela se encuentran instituciones gubernamentales y públicas como: El “Centro de Seguridad Social Contreras” perteneciente al Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) el cual brinda servicios deportivos, culturales, de capacitación y de educación al público en general.

Imagen 3.3 Exterior del Centro de Seguridad Social Contreras



Imagen 3.4 Interior del Centro de Seguridad Social Contreras



Fuente: Recuperado de: <https://bienestarimss.org.mx/sitios/css-contreras/>

Fuente: Recuperado de: <https://bienestarimss.org.mx/sitios/css-contreras/>

Asimismo, se puede observar la Estancia para el Bienestar y Desarrollo infantil No. 135, el “Tribunal Federal de Justicia Administrativa”, la secundaria 91 y el “Colegio New South Wales” que ofrece educación preescolar y primaria, inglés y actividades extraescolares; entre otros. Además, instituciones culturales como el

centro de música CIEM (institución de paga), el centro de danza “MovArt” (institución de paga), el parque llamado “El Reloj” frecuentado por los estudiantes de la secundaria 91 después de clases para convivir, y “La casa popular de la Magdalena Contreras”.

Imagen 3.5 Interior del “Colegio New South Wales”



Fuente: Recuperado de: <http://www.colegionewsouthwales.com.mx/album/>

Imagen 3.6 Exterior del “Colegio New South Wales”



Fuente: Recuperado de: <https://www.google.com.mx/maps>

Imagen 3.7 Parque “El Reloj”



Recuperado de: <https://www.google.com.mx/search>

La escuela también se encuentra rodeada de múltiples negocios tanto familiares como cadenas comerciales tales como: Superama, Oxxo, Farmacia del Ahorro, Max costuras, un Subway, entre otros.

Asimismo, se pueden apreciar negocios familiares como: una reparadora de calzado, salones de belleza, fondas de comida, taquerías, tiendas de abarrotes y papelerías.

### **3.1.2 Composición social**

De acuerdo con el Consejo Nacional de Evaluación de la Política y de Desarrollo Social (por sus siglas CONEVAL, 2010) la población total de la delegación Magdalena Contreras en el 2010 fue de 239,086 personas, lo cual representó el 2.7% de población en la entidad federativa y de los cuales se reportó que 68,595 individuos se encuentran en situación de pobreza: 28.1% en pobreza moderada y 2.2% en pobreza extrema.

En 2010, la delegación contaba con 91 escuelas preescolares, 78 primarias y 30 secundarias.; además de ocho bachilleratos, cuatro escuelas de profesional técnico y tres escuelas de formación para el trabajo (CONEVAL, 2010).

### **3.1.3 Características generales del inmueble**

La escuela cuenta con seis grupos de cada grado. La jornada de labores de la escuela es: 7:00 a.m. a 1:45 p.m. en el turno matutino y de 2:00 p.m. a 8:10 p.m. en el turno vespertino, y las clases tienen una duración de 50 minutos.

La institución cuenta con diferentes talleres como: electrónica, corte y confección, carpintería y cocina; asimismo cuenta con un salón de computación.

Cuenta con cinco edificios, uno de ellos en la parte inferior de la escuela pertenece a grados de 1° de secundaria y la parte superior a algunos grupos de 2°, el segundo edificio en la planta baja es de grupos de 2° y la planta alta de algunos grupos de 3°, el tercer edificio en la parte baja es de talleres y la parte alta de grupos de 3°, el cuarto edificio es de la sala de cómputo, orientación y trabajo social y por último, el quinto edificio correspondiente a la dirección, administración y la biblioteca.

Por otra parte, se cuenta con dos canchas de deportes donde los alumnos realizan diversas actividades como fútbol y baloncesto, y hay un espacio para la cooperativa.

De acuerdo con un informe elaborado por la página Mejora tu escuela (s/f) la escuela República de Perú cuenta con servicio de agua, energía eléctrica, drenaje y teléfono; no obstante, las conexiones de electricidad en algunos salones se encuentran colocadas hasta el techo, por lo que es difícil utilizar aparatos electrónicos como computadoras, cañones, bocinas u otros instrumentos tecnológicos que se podrían requerir para dar clase.

En el ciclo escolar 2017-2018 la institución contaba con 895 alumnos distribuidos en 18 grupos: 6 grupos de primer año de secundaria, 6 de segundo y 6 de tercero; población que es atendida por 66 miembros que conforman el personal institucional (Mejora tu escuela, s/f).

### **3.2 Metodología de investigación**

La presente investigación estuvo sustentada en una metodología mixta, que según Teddlie, Tashakkori, Creswell, Mertens, Williams, Unrau y Grinnell, citados por Hernández R. (2006), “es un proceso que recolecta, analiza y vincula datos cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio o una serie de investigaciones para responder a un planteamiento del problema” (p. 755).

La metodología cuantitativa trata de imitar el proceso de investigación de las ciencias físicas y naturales, buscando como fin principal descubrir regularidades y formular generalizaciones probabilísticas que posibiliten la explicación y predicción de un fenómeno en específico a través de probabilidades y estadísticas, es decir, este tipo de investigaciones trata de generalizar datos basándose en un modelo hipotético-deductivo que requiere comprobación, por lo tanto, se utilizan instrumentos como escalas, cuestionarios y observaciones sistemáticas que permiten medir tendencias y ciertos tipos de patrones como los de comportamiento o numéricos (Bisquerra, 2014).

Por otra parte, de acuerdo con Bisquerra (2014) y Hernández R. (2006) la metodología cualitativa se refiere a los procedimientos de investigación que proporcionan datos descriptivos, es decir, el investigador comienza por examinar el mundo social de su interés y en dicho proceso va desarrollando teorías coherentes que puedan describir y explicar el fenómeno que observa. Por lo tanto, la recolección de datos consiste en obtener las perspectivas y puntos de vista de los que están involucrados en el fenómeno a estudiar, por ello, el investigador es el principal instrumento de recogida de datos, pues es quien describe e interpreta las situaciones observadas en un determinado contexto, para tal fin, emplea estrategias como la observación participante, encuestas y entrevistas que le permitirán entender un fenómeno o problemática en específico.

En nuestra investigación consideramos necesario utilizar ambas metodologías, pues el enfoque cuantitativo permitió conocer las preferencias musicales de los estudiantes de secundaria, mientras que el enfoque cualitativo nos permitió analizar la forma en que los estudiantes conciben ciertos valores a través de las canciones que habitualmente escuchan.

### **3.2.1 Selección de sujetos de investigación**

Dado que la investigación pretendió profundizar en el tema de los valores que promueven las canciones que escuchan estudiantes de primer grado de secundaria y estimular con ello el pensamiento crítico y reflexivo de estos sujetos, la selección de la muestra no respondió a los criterios de investigaciones de corte cuantitativo, sino de naturaleza cualitativa, pues en éste tipo de estudios, según Mertens, citado por Hernández (2006) “el principal factor es que los casos nos proporcionen un sentido de comprensión profunda del ambiente y el problema de investigación” (p. 564). En este caso, comprender cómo estudiantes de primer grado de secundaria conciben los valores de las canciones que habitualmente escuchan y entender qué lugar ocupan en sus vidas, para así desarrollar un taller que potencie el pensamiento crítico y reflexivo de los estudiantes y develar así, las ideologías y valores que se promueven en las canciones. En este sentido, la selección de la muestra respondió a tres aspectos:

1. Necesidad de aceptación. De acuerdo con García (2010) la adolescencia es una etapa en la cual las personas son más influenciables por los grupos sociales en los que se desenvuelven, debido a que:

Los estudiantes tanto de primaria como de secundaria tienen una enorme necesidad de actuar de acuerdo con las “normas” que implica la “cultura”; no a la cultura general de la sociedad, sino a la particular del grupo al que pertenecen. El alumno tiene una enorme necesidad de ser no sólo aceptado, sino también reconocido (García, 2010, p. 53).

Ante esta necesidad de aceptación, los estudiantes pueden orientar su conducta hacia actos que no responden a los valores que le son inculcados en casa o la escuela, por ende, creemos que potenciar el pensamiento crítico y reflexivo en esta etapa formativa ayudará al estudiante a tomar decisiones más conscientes y responsables y no sucumbir acríticamente a los ideales, normas y valores que practican el grupo de amigos con los que se relacionan diariamente con pretexto de ser aceptado o reconocido.

2. Pertinencia de la muestra. Se consideró pertinente trabajar con estudiantes de primer grado de secundaria (12 y 13 años de edad) porque de acuerdo con Piaget, citado por Pulaski (1989) implica entenderlos como sujetos capaces de “(...) hacer razonamiento deductivo e inductivo basado en la *forma* de una proposición dada. Su conocimiento del problema puede ser simplemente hipotético, y, sin embargo, es capaz de llegar a una conclusión lógica mediante el razonamiento”. (p. 211).

Es decir, el estudiante de primer grado de secundaria cuenta con las capacidades y habilidades necesarias para llevar a cabo actividades que involucren análisis y reflexión y fortalecer así, su pensamiento crítico y reflexivo y su capacidad de análisis deductivo.

Además, de acuerdo con Wolton, citado por Alvarado (2012) las lecturas críticas de medios “precisan que el lector posea una serie de competencias intelectuales que implican la lectura, decodificación, análisis, puestas en perspectiva, expresión y comunicación” (p. 106).

3. Se decidió trabajar con estudiantes de primer grado de secundaria de la escuela pública “República del Perú” por cuestiones prácticas, pues ya se había trabajado anteriormente en dicha institución y fue fácil el acceso.

### **3.2.2 Proceso e instrumentos de investigación**

Para llevar a cabo la investigación, se dividió en dos etapas, a saber:

1) Investigación de gabinete o revisión de literatura: Esta, según Hernández (2006) “consiste en *detectar, consultar y obtener la bibliografía* y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que *extraer y recopilar* la información relevante y necesaria que atañe a nuestro problema de investigación” (p. 65). En otras palabras, me sirvió para sustentar teóricamente la presente investigación.

2) Investigación de campo, misma que a su vez se dividió en cinco fases:

a) Aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas a cuarenta y seis estudiantes de primer grado de secundaria. De acuerdo con Hernández (2006) este tipo de cuestionarios contiene categorías u opciones de respuesta que han sido previamente delimitadas por el investigador y pueden utilizarse para medir tendencias, por lo tanto, lo utilizamos para poder identificar qué canciones y géneros musicales suelen escuchar nuestros sujetos de estudio y tener un panorama sobre qué hacen con su música favorita.

Para ello, se diseñó el “Cuestionario sobre el consumo musical de los estudiantes de primer grado de secundaria” (ver página 126) a partir de tres categorías de análisis, a saber: Datos generales, Consumo musical y Prácticas de recepción.

La primera categoría denominada “Datos generales” se estableció con el objetivo de distinguir las respuestas entre estudiantes hombres y mujeres, pues como se ha señalado en el capítulo anterior, nuestro estudio trató de verificar de qué manera cada uno de estos dos sectores dan significado a las canciones pop que

escuchan cotidianamente. Para ello se incluyó un ítem que nos permitió saber el sexo de la persona encuestada:

- Sexo:                    (   ) Masculino                    (   ) Femenino

La segunda categoría “Consumo musical”, permitió conocer el tiempo y lugar en que los estudiantes de primero de secundaria otorgan a su música favorita; para ello se conformaron subcategorías tales como:

- Tiempo que escuchan música (¿Cuántas horas escuchas música al día?)
- Género musical preferido (¿Qué tipo de música escuchas?)
- Formas en que consiguen música los estudiantes (¿Cómo consigues tu música favorita?)
- Instrumentos o dispositivos para escuchar música (¿Qué dispositivos utilizas para escuchar música?), entre otras.

En cuanto a la tercera categoría “Prácticas de recepción”, se buscó conocer qué hacen los estudiantes con la música que escuchan, por lo tanto, se hicieron preguntas como:

- ¿Qué haces cuando escuchas música?
- ¿En dónde escuchas música?
- ¿Con quiénes escuchas y compartes música?

b) Análisis de resultados de los cuestionarios. Los resultados que arrojaron los cuestionarios fueron codificados en gráficas tal como lo sugiere Hernández (2006) debido a que facilitó el análisis de tendencias sobre el tipo de consumos musicales que tiene nuestra población muestra.

c) Diseño y aplicación de un taller sobre análisis de valores a través de canciones pop para estimular el pensamiento crítico y reflexivo de estudiantes de primero de secundaria. A partir de los resultados obtenidos del primer instrumento de investigación se creó el taller “Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar valores” acorde a las necesidades y gustos



musicales que detectamos de nuestros sujetos de estudio; finalizando la elaboración del taller este se aplicó para verificar su funcionalidad.

d) Aplicación de dos test con fines de diagnóstico y evaluación (un pre-test y un post-test) que nos permitió conocer qué lugar ocupan las canciones pop en la vida del estudiante de primero de secundaria, la forma en que dan sentido al mensaje que estas difunden y evaluar el taller antes mencionado.

De acuerdo con Comellas (1990) los test permiten medir o evaluar procesos educativos así como evaluar el rendimiento escolar de estudiantes en un área en específico; entre los test más característicos se encuentran los test de: aptitud, habilidades, conocimientos, aptitudes escolares y profesionales, de intereses, de adaptación y los de personalidad, pero el que se utilizó para nuestra investigación fue el denominado test de conocimiento, ya que según esta autora, estos permiten evaluar el grado de aprendizaje que ha logrado el estudiante al finalizar un área formativa en específica, pero también suelen administrarse a manera de diagnóstico antes de iniciar el proceso de aprendizaje de nuevos conocimientos o un nuevo curso con el fin de constatar con qué conocimientos cuenta un alumno sobre un determinado tema, verificar qué conocimientos le hacen falta y que logró aprender al final de un curso.

Para nuestra investigación, se aplicó el test de conocimiento en dos determinados momentos:

1. Pre-test: para conocer las opiniones de chicas y chicos en torno a cómo inciden las canciones en la percepción de valores del estudiante de primer grado de secundaria antes de aplicar el Taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”.
2. Post-test: posterior a la aplicación del taller para conocer qué tanto cambió o no, la percepción de los valores que promueven las canciones que suelen escuchar y de este modo saber si el taller funcionó o no. A diferencia de la primera aplicación del test, esta segunda aplicación tuvo una sección adicional o categoría de análisis llamada “Impresión del taller” que permitió a los estudiantes evaluar la importancia y pertinencia del taller.

Para dichos propósitos, se diseñó el test “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” (Ver página 130) con base en las siguientes categorías de análisis:

- **Importancia de las canciones pop en la vida cotidiana del estudiante de primero de secundaria**

La intención de esta categoría fue conocer qué papel ocupan las canciones pop en la vida diaria de los estudiantes de primero de secundaria. Estuvo conformada por preguntas como:

- ¿Qué es para ti la música pop?
- ¿Qué lugar ocupa la música pop en tu vida, es decir, para qué la utilizas?
- ¿Quiénes son tus artistas o grupos musicales pop favoritos y qué es lo que más te agrada de ellos?
- ¿Cuáles son tus canciones favoritas pop en español y qué es lo que más te gusta de esas canciones?

- **Forma en que estudiantes de primero de secundaria analizan, valoran y otorgan significado a las canciones pop que escuchan.**

La intención de esta categoría era analizar la forma en que los estudiantes de primer grado de secundaria concebían los valores a través de las canciones que escuchan y la forma en que ponen en práctica su pensamiento crítico y reflexivo al momento de analizar una canción; para ello, se reprodujo en clase una canción que conocieran la mayoría de los estudiantes y posteriormente tenían que contestar las siguientes preguntas:

- ¿Quién es el artista o grupo musical intérprete?
- ¿Qué es lo que más te gusta de la canción?
- ¿Qué es lo que más te disgusta de la canción?
- ¿De qué tema habla la canción y por qué crees que habla de ese tema?
- ¿Qué tipo de valores crees que resalta la canción y por qué?
- ¿Qué cosas crees que pueda aportar esa canción a tu vida?

- **Impresión del taller**

Esta categoría se sumó en la segunda aplicación del test “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” con la intención de que los estudiantes evaluaran el taller y expresaran qué les gusto y/o disgusto del taller, qué les sirvió, etcétera; por ello, se agregaron preguntas como:

- ¿Qué te gustó del taller en general y por qué?
- ¿Qué te disgustó del taller y por qué?
- ¿Para qué crees que te sirva lo visto en este taller?
- ¿Qué otros temas te hubiese gustado ver o hablar en el taller y por qué?

De acuerdo con Abalos (2013), este tipo de evaluación permite tomar en cuenta qué temas interesa o necesita conocer una población en específico para desarrollarlos en futuros encuentros, talleres o cursos; asimismo, permite al facilitador, tallerista, maestro o coordinador del taller reorganizar o mejorar los temas y actividades vistos en clase y mejorar su práctica como formador o docente; en otras palabras permite mejorar el taller.

e) Análisis de resultados y conclusiones. Una vez habiendo aplicado el taller y realizado la aplicación del pos-test con fines de evaluación del taller, se procedería a generar los resultados del taller para llegar a conclusiones sobre su pertinencia.

### **3.3 Presentación y análisis de resultados del “Cuestionario sobre el consumo musical de estudiantes de primer grado de secundaria” para el diseño y elaboración de un taller sobre análisis de canciones**

La aplicación de este primer instrumento de investigación (ver página 126) fue el día 11 de Mayo de 2017 a un grupo de primer grado de secundaria del turno matutino de la institución #91 “República del Perú” donde me permitieron acceder. Dicho grupo asignado por la misma institución contaba con 23 alumnos y 23 alumnas ese día, sumando un total de 46 alumnos.

Para el análisis e interpretación de los resultados que arrojaron los cuestionarios, se realizaron una serie de cuadros de análisis y gráficas que se encuentran en el anexo 12 (ver desde la página 151 a la 159) para una mayor comprensión y análisis si así se requiere, y lo que se presentará a continuación son los resultados más significativos que nos permitieron entender qué importancia tiene la música pop en la población muestra y qué canciones suelen escuchar, pues esto me permitió incluir algunas canciones en las actividades del taller que se presenta en el apartado 3.4 de este mismo capítulo.

De acuerdo con la gráfica 1 (ver página 151), podemos visualizar que la mayoría de chicos y chicas encuestados prefiere escuchar música en un rango de 2 a 4 horas al día, pues el 34.78% de la población en general así lo afirmaba. Asimismo la gráfica 3 del mismo anexo demuestra que la mayoría del grupo en general afirma escuchar música por el gusto que tienen de los ritmos, pues 14 alumnos y 15 alumnas (esto representa un 63.04% de la población general) así lo manifestaron.

Por otra parte, podemos decir que la música es muy importante para la población que encuestamos, a tal grado, que cuentan con diferentes alternativas para conseguir, portar y escuchar sus canciones favoritas, pues de acuerdo con la gráfica 4 (ver página 157), podemos apreciar que 17 chicos y 18 chicas (esto es el 76.08% de la población general) consigue su música descargándola de Internet; de esa misma manera, la gráfica 5 de la página 157 demuestra que la plataforma que más frecuentan para escuchar música es YouTube puesto que 16 chicos y 17 chicas (71.73%) así lo afirmaban; y finalmente la gráfica 6 demuestra que el dispositivo que más utilizan los estudiantes en general para portar su música es el celular ya que 19 chicos y 20 chicas (84.78%) así lo manifestaban.

Por otro lado y para comprender qué lugar ocupan las canciones pop en la vida de los estudiantes, en el cuestionario se hicieron preguntas sobre qué hacen ellos con su música favorita y de acuerdo con las gráficas 7, 8 y 9 (ver páginas 158 y 159), los estudiantes afirman realizar diferentes actividades mientras reproducen sus canciones favoritas:

- 8 chicos y 8 chicas (esto es el 34.78% de la población en general) realizan tarea cuando escuchan música, seguido de 7 chicos y 6 chicas (28.26%) que descansan o no realizan otra actividad mientras escuchan música y el resto de la población realizan otro tipo de actividades como quehacer (10.86%), jugar (8.69%), cantar (6.52%), bailar (4.34%), estudiar (4.34%) o relajarse (2.17%).
- Los lugares que frecuentan para escuchar música son la casa (50% de la población en general), seguido de la recamara (17.39%), la escuela (15.21%), la calle (15.21%) y por último el transporte (2.17%).
- 18 chicos y 16 chicas (esto es el 73.91% de la población en general) afirman que prefieren escuchar música solos, a 4 chicos y 6 chicas (21.73%) les gusta escuchar música con amigos y dos personas (4.34%) con la familia.

Los datos anteriores demuestran que la música es un componente importante que no falta en la vida de los estudiantes que encuestamos ya que la utilizan de diferentes maneras y por bastante tiempo.

Ahora bien, la gráfica 2 (ver página 151) demuestra que el 39.13% de la población general escucha música pop, seguido del reggaetón por parte de los chicos (10.86%), y por parte de las chicas fue la electrónica (8.69%) y el hip-hop (8.69%); De esa misma manera, en el cuadro de análisis 1 (ver página 152) y 2 (ver página 154) podemos visualizar que la canción más conocida por chicos y chicas fue “Despacito” del artista Luis Fonsi, que se mencionó 12 veces, el artista más escuchado por chicos es Ozuna, una de sus canciones favoritas es “Diles”, y finalmente, otra de las canciones favoritas de chicas es “Reggaetón lento” de la banda CNCO.

Por esa razón, los géneros musicales que se tomaron en cuenta para la elaboración del taller fueron el pop y el reggaetón, y las canciones antes mencionadas fueron consideradas para la elaboración de algunas actividades del taller que a continuación se presentará.

### 3.4 Diseño del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”

Para diseñar el taller se tomó como referencia la propuesta que realiza Sánchez (2016) sobre la planificación de clases o secuencias didácticas. Este autor afirma que toda planificación debe incluir propósitos que sean acordes con los aprendizajes o competencias esperadas, para ello recomienda organizar las secuencias en tres momentos que sugieren los programas en la actualidad (Ver Cuadro 3.1).

Cuadro 3.1 Planificación de secuencias didácticas o clases a partir de tres momentos

INICIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se presentan las actividades que el profesor va a realizar durante la clase, explicando a los estudiantes lo que se espera de ellos y las acciones que va a realizar.</li> <li>• En este momento también se puede indagar sobre lo que los estudiantes saben del tema a tratar en clase, cuáles son sus aprendizajes previos y cuáles son sus intereses y necesidades, es decir, es necesario que el educador indague sobre qué les gusta y disgusta a los estudiantes, qué cosas les atrae para que así se propongan actividades y cosas que logren conectar con sus afectos y, así obtener su atención.</li> </ul>
DESARROLLO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se recomienda trabajar en equipos que impliquen relaciones e intercambios más cercanos entre los miembros del grupo.</li> <li>• Se recomienda proponer actividades que los alumnos puedan enfrentar en equipo o en grupo para fomentar la solidaridad, el compañerismo y así impulsar a los educandos a construir ideas y soluciones no en su individualidad, sino en comunidad para que conozcan diversos puntos de vista y aprendan a convivir, compartir y comunicarse.</li> <li>• Lo más importante es que los estudiantes aprendan y no que se ejecute la planeación al cien por ciento.</li> </ul>
CIERRE	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el cierre se puede proponer alguna exposición en la que los niños compartan sus elaboraciones o conclusiones, ya sea material o de forma oral para reflexionar sobre los temas abordados en clase y que ellos mismos se den cuenta de sus avances y la importancia de los temas abordados en clase para con su vida cotidiana.</li> <li>• Más que evaluar los contenidos aprendidos por el estudiante, se recomienda reflexionar sobre los avances y dificultades que han tenido los educandos durante la elaboración de las actividades o temas vistos en clase.</li> </ul>

Fuente: elaboración propia a partir de Sánchez, 2016, pp. 44-46.

Tomando como referencia los tres momentos que recomienda Sánchez (2016) nuestro taller quedó conformado de la siguiente manera:

### **3.4.1 TALLER: LAS CANCIONES POP: UN MUNDO PARA ANALIZAR Y REFLEXIONAR VALORES.**

#### **Objetivos del taller**

- Brindar al estudiante las herramientas necesarias que le permitan conocer y reflexionar sobre los valores e ideologías que se promueven en las canciones pop, es decir, entender:
  - ¿Quiénes realizan o producen canciones pop?
  - ¿Cómo operan los artistas y disqueras de canciones Pop para crear y difundir canciones?, es decir, ¿con qué objetivo o intenciones las crean? y ¿bajo qué valores e ideologías las producen?
- Estimular en el estudiante una actitud crítica, reflexiva, de investigación y curiosidad que lo impulse a cuestionarse sobre las ventajas y desventajas de escuchar música pop, es decir, reflexionar acerca de:
  - El impacto que puede tener las canciones pop en su vida cotidiana.
  - La relación que existe entre lo que se dice en las canciones pop con la vida real.
  - Los puntos positivos y negativos de escuchar canciones pop.

### 3.4.2 Secuencias didácticas:

#### Sesión 1. Presentación del taller y aplicación del test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo”

De acuerdo con Sánchez (2016) “el aprendizaje de los niños no inicia en la escuela; ellos ya llegan con capacidades que han logrado desarrollar antes. El deber de los maestros es hacer una indagación de dichos niveles de dominio” (p. 69). Por ello, en esta primera sesión se aplicó el test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” (Ver página 130) con la intención de indagar sobre la forma en que estudiantes conciben los valores de las canciones que suelen escuchar. Las actividades que conformaron esta primera sesión fueron las siguientes:

<b>“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”</b>				
<b>Sesión 1:</b> Presentación del taller y aplicación del test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo”		<b>Secuencia de intervención:</b> 1 de 6		<b>Tiempo estimado:</b> 1 hora
		<b>Contenido:</b> No aplica en esta sesión por ser una sesión diagnóstica		
<b>Objetivo general:</b> Conocer las opiniones de chicas y chicos en torno a cómo perciben los valores a través de las canciones pop que regularmente escuchan y qué lugar ocupan estas en su vida.				
<b>Actividades</b>	<b>Objetivos particulares</b>	<b>Descripción</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
<b>INICIO</b>				
“Llegue a la escuela montado en...”	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar un ambiente de confianza y conocer al grupo</li> </ul>	Para dar inicio al taller abriremos con una actividad grupal llamada “Llegue a la escuela montado en...” (Ver página 134) que permitirá al facilitador conocer a los integrantes del grupo y fomentar un ambiente de confianza.	Ninguno	20 minutos
<b>DESARROLLO</b>				



<p>Aplicación del test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo" a manera de diagnóstico.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El estudiante a través de un test expondrá qué significado tienen las canciones pop en su vida y si percibe o no valores en este género musical.</li> </ul>	<p>En esta segunda parte aplicaremos el test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo" (Ver página 130).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo" (Ver página 130).</li> </ul>	<p>25 minutos</p>
<b>C I E R R E</b>				
<p>Presentación del taller "Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar valores"</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dar a conocer a los estudiantes el objetivo del taller, las sesiones que lo componen junto con las temáticas a tratar y los aprendizajes esperados en este mismo.</li> </ul>	<p>Para concluir la primera sesión, se explicará a los estudiantes por qué se ha decidido aplicar el taller con ellos, en qué consistirá este, cuáles serán las temáticas a abordar así como también los objetivos generales del taller que se expusieron anteriormente.</p> <p>En esta parte se aclarará a los estudiantes que ninguna actividad del taller en general no afectará a sus calificaciones; ello con la finalidad de que se sientan en la libertad de responder y comentar lo que quieran las próximas sesiones.</p>	<p>Ninguno</p>	<p>15 minutos</p>

## Sesión 2. “Identificando mis valores”

De acuerdo con Martínez de Toda (s/f) para lograr potenciar o estimular el pensamiento crítico de las personas a través de una metodología basada en la educación mediática es necesario que las personas se hagan conscientes primero de las ideologías y valores que conforman su persona, pues a decir de este autor “la confrontación de los medios se hace a través de la identificación del sujeto con su propia cultura, valores y significados” (p. 40). Para ello, es necesario que el estudiante se haga primero consciente de qué son y qué significan los valores en su vida para que después pueda identificar si éstos se exponen en sus canciones favoritas o son omitidos. Las actividades que conformaran esta sesión serán las siguientes:

“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”				
Sesión 2: “Identificando mis valores”		Secuencia de intervención: 2 de 6		Tiempo estimado: 1 hora
		Contenido: Valores		
<b>Objetivo general:</b> El estudiante reflexionará sobre el significado de los valores y la acción de valorar en su vida cotidiana, es decir, para qué les sirven y de qué manera se valoran las cosas.				
Actividades	Objetivos particulares	Descripción	Recursos	Tiempo
<i>INICIO</i>				

"Lluvia de ideas"	<ul style="list-style-type: none"> <li>El estudiante reflexionará sobre qué entiende por valores y la acción de valorar.</li> </ul>	<p>Para comenzar esta sesión abriremos con la actividad "Lluvia de ideas" que consiste en que los estudiantes generen sus propias ideas sobre un determinado tema, en este caso, sobre los valores; para ello, utilizaremos en clase la siguiente guía de preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Para ustedes qué son los valores?</li> <li>¿Para qué creen que nos sirven en la vida cotidiana?</li> <li>¿Qué valores son importantes para ustedes?</li> <li>¿Cómo los aprendieron?</li> <li>¿Cómo creen que se podrían identificar los valores de las personas?</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El pizarrón</li> <li>Plumones</li> </ul>	10 minutos
<b>DESARROLLO</b>				
"La casa en llamas"	<ul style="list-style-type: none"> <li>El estudiante reflexionará sobre las personas que son importantes en su vida y expondrá las razones del por qué lo son.</li> </ul>	<p>Una vez terminada la actividad "Lluvia de ideas" se abordará la actividad "La casa en llamas" (Ver página 135) y los estudiantes contestarán la hoja "Táctica de salvamento contra incendios" (Ver página 137).</p> <p>La actividad "La casa en llamas" se volverá a repetir, pero en esta segunda ocasión, se conformaran 3 equipos de chicas y 3 equipos de chicos con el fin de que los estudiantes tomen consciencia que la forma de valorar las cosas a veces depende del contexto en el que nos desenvolvemos.</p> <p>Para ello, cada equipo responderá una hoja llamada "Equipo de bomberos al rescate" (Ver página 138)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hojas "Táctica de salvamento contra incendios" (Ver página 137) para cada integrante del grupo.</li> <li>Hojas "Equipo de bomberos al rescate" (Ver página 138).</li> </ul>	25 minutos

**C I E R R E**

<p>“Preguntas de reflexión”</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los estudiantes reflexionarán sobre la importancia de la acción de valorar y sobre la forma en que ellos valoran las cosas.</li> </ul>	<p>Para finalizar esta sesión se invitará a los estudiantes a reflexionar sobre la forma en que valoran las cosas y a las personas mediante las “preguntas de reflexión” que vienen en la actividad “La casa en llamas” (Ver página 135).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hojas de papel bond con las preguntas de reflexión de la actividad “La casa en llamas” (Ver página 135)</li> </ul>	<p>15 minutos</p>
---------------------------------	---	---	---	-------------------

### Sesión 3. Explorando la existencia de las canciones pop

De acuerdo con Peña y Viveros (1997) uno de los primeros aspectos que se debe atender en la educación mediática que está encaminada en potenciar el pensamiento crítico y reflexivo es conocer quiénes son los autores o emisores de los mensajes mediáticos así como sus intenciones al emitir un mensaje por algún medio en particular, por ello, esta tercera sesión se enfocará en concientizar al educando de primero de secundaria en torno a que en la producción de canciones pop no sólo participan artistas, cantantes, músicos y compositores, sino también empresarios, inversionistas, especialistas en marketing que solo tienen interés económicos.

<b>“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”</b>				
<b>Sesión 3:</b> “Explorando la existencia de las canciones pop”	<b>Secuencia de intervención:</b> 3 de 6			<b>Tiempo estimado:</b> 1 hora
	<b>Contenido:</b> Las canciones pop y la intención de los artistas o disqueras que las crean.			
<b>Objetivo general:</b> El estudiante identificará el objetivo e intereses que tienen los artistas o compañías disqueras de música pop al momento de producir una nueva canción pop.				
<b>Actividades</b>	<b>Objetivos particulares</b>	<b>Descripción</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
<b>INICIO</b>				

Preguntas de reflexión	El educando expondrá qué conoce sobre las personas que participan en la producción de canciones pop y sus intenciones al producir este género musical.	<p>Para comenzar la sesión se hará al grupo una serie de preguntas relacionadas con el estrellato de los artistas pop para averiguar qué saben los estudiantes respecto a este tema:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué personas creen que impulsan el estrellato de los artistas pop?</li> <li>2. ¿Qué objetivos creen que persiguen estas personas al promover a algún artista?</li> <li>3. ¿Qué propósitos creen que tienen los artistas al crear una nueva canción?</li> <li>4. ¿Por qué creen que las canciones pop son tan escuchadas?</li> <li>5. ¿Por qué creen que los artistas o bandas pop tienen tanta fama y popularidad con sus canciones?</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pliegos de papel bond con las preguntas a reflexionar</li> </ul>	
<b>DESARROLLO</b>				
"Detectives del pop"	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El estudiante se cuestionará y reflexionará sobre las intenciones de las disqueras y artistas pop al producir una nueva canción.</li> </ul>	<p>Para esta segunda actividad, cada equipo deberá realizar la lectura: "Quizás no lo sabías pero..." (Ver página 139) y posteriormente contestar el ejercicio "Detectives del pop" (Ver página 141).</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lectura "Quizás no lo sabías, pero..." (Ver página 139)</li> <li>• Ejercicio "Detectives del pop" (Ver página 141)</li> </ul>	
<b>CIERRE</b>				

Exposición de conclusiones	<ul style="list-style-type: none"><li>• El estudiante expresará su punto de vista con respecto a las verdaderas intenciones de los artistas y disqueras pop al producir canciones</li></ul>	Para finalizar esta sesión se invitará a los equipos a exponer sus trabajos sobre el ejercicio "Detectives del pop" y exponer qué piensan con respecto a la creación de las canciones pop.	Ninguno	
----------------------------	---	--	---------	--

## Sesión 4. La fantasía no es la realidad

De acuerdo con Peña y Viveros (1997):

**Ser crítico se puede entender como el poner en acción constantemente nuestra capacidad de expresar la distinción entre lo real y lo ficticio** que nos ofrecen los mensajes de los medios y tomar decisiones razonadas al momento de realizar nuestro consumo material y simbólico, es decir, en lo material debemos decidir qué queremos comprar, para qué lo queremos y en lo simbólico debemos decidir qué programas queremos ver y por qué los queremos ver. (Peña y Viveros, 1997, p. 48).

Por esa razón, esta sesión estuvo conformada por las siguientes actividades:

<b>“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”</b>				
Sesión 4: “La fantasía no es la realidad”		<b>Secuencia de intervención:</b> 4 de 6		<b>Tiempo estimado:</b> 1 hora
		<b>Contenido:</b> Los valores que se exponen en las canciones pop.		
<b>Objetivo general:</b> El estudiante analizará y reflexionará sobre los valores que se exponen en las canciones pop que regularmente escucha.				
<b>Actividades</b>	<b>Objetivos particulares</b>	<b>Descripción</b>	<b>Recursos</b>	<b>Tiempo</b>
<b>INICIO</b>				
Escuchar dos canciones populares	N/A (No aplica)	Primeramente, se pedirá al grupo que se reúnan en los equipos previamente conformados en la sesión pasada para juntos escuchar la canción “Reggaetón lento” de la banda CNCO y la canción “Diles” de Ozuna.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bocinas</li> <li>• Reproductor de música</li> </ul>	15 minutos
<b>DESARROLLO</b>				
Cuadro comparativo “Dos artistas, dos puntos de vista”	Que los estudiantes: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identifiquen la intención de las</li> </ul>	Concluida la escucha, se les pedirá a los estudiantes que elaboren el cuadro comparativo “Dos artistas, dos puntos de vista” (Ver página 142). Para ello, se les	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas papel bond con los cuadros comparativ</li> </ul>	20 minutos



	<p>canciones pop.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomen conciencia sobre qué es lo que les agrada y desagrada de las canciones que regularmente escuchan.</li> <li>• Identifiquen si existe alguna relación entre la música con la vida real.</li> <li>• Aprendan a identificar los valores y cosas positivas y negativas que pueden aportar las canciones pop en su vida.</li> </ul>	proporcionará las letras de las canciones escuchadas previamente.	<p>os: “Dos artistas, dos puntos de vista” (Ver página 142).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas con las “letras de las canciones” (Ver páginas 144-148).</li> </ul>	
<b>C I E R R E</b>				
Exposición de conclusiones	<p>Reflexionarán sobre las respuestas y conclusiones a las que llegaron los estudiantes al realizar los cuadros comparativos: “Dos artistas, dos puntos de vista”</p>	Los equipos explicarán los cuadros comparativos que hicieron en la actividad anterior con la intención de reflexionar sobre lo que cada equipo percibió.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los cuadros comparativos ya realizados</li> </ul>	20 minutos

Tarea	Investigará sobre los aspectos positivos y/o negativos de las canciones pop.	<p>Como trabajo para desarrollar en casa los estudiantes investigarán qué aspectos de la canción "Despacito" de Luis Fonsi y Daddy Yankee consideran que pueden ser positivos o negativos para su vida.</p> <p>Para ello, se les repartirá a todos los estudiantes la hoja "Cosas positivas y negativas de una canción pop" (ver página 149) donde vienen los puntos a investigar.</p> <p>Esta tarea nos permitirá la siguiente sesión llevar a cabo un debate sobre las ventajas y desventajas de escuchar canciones pop.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hojas "Cosas positivas y negativas de una canción pop" (Ver página 149)</li> </ul>	5 minutos para repartir hojas y dar explicación
-------	--	--	---	---

## Sesión 5. Las cosas positivas y negativas de las canciones pop

De acuerdo con Peña y Viveros (1997), la educación mediática:

(...) permite entender que **junto a la diversión hay productos de consumo material y simbólico –valores y actitudes principalmente- que constantemente entran en contacto con nuestras formas tradicionales de ver el mundo**, pero es posible que desde nuestra realidad concreta reflexionemos respecto a lo que nos ofrecen y establezcamos una “sana distancia” entre la realidad y la fantasía. (p. 48).

Por ello, en esta sesión se pretende que los estudiantes mediante un debate puedan reconocer qué cosas de las canciones pop pueden ser positivas y negativas para sus vidas de acuerdo con su escala de valores y así reflexionen sobre la importancia de escuchar música de una manera crítica.

“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”				
<b>Sesión 5:</b> “Las cosas positivas y negativas de las canciones pop”	<b>Secuencia de intervención:</b> 5 de 6			<b>Tiempo estimado:</b> 1 hora
	<b>Contenido:</b> Valores, ideologías y aportes positivos y negativos de las canciones pop.			
<b>Objetivo general:</b> Promover en el estudiante una actitud de investigación, cuestionamiento y reflexión en torno a los temas que se exponen en sus canciones favoritas y la relación que tienen en su vida cotidiana.				
Actividades	Objetivos particulares	Descripción	Recursos	Tiempo
<b>INICIO</b>				

<p>“La papa caliente”</p>	<p>Conformar equipos de trabajo para organizar un debate</p>	<p>Para conformar dos equipos de 7 personas y proceder con la actividad del debate jugaremos con el grupo la papa caliente que consiste en cantar la siguiente canción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ “La papa caliente estaba en el sartén, tenía mucha aceite, quién se quemó, una, dos tres”</li> </ul> <p>Aquellos alumnos que al final de la canción se queden con la “papa caliente” los iremos repartiendo en dos equipos: el equipo rojo y el equipo azul.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un objeto suave para jugar a la papa caliente.</li> </ul>	<p>10 minutos</p>
<b>DESARROLLO</b>				
<p>Debate: ¿Las canciones pop pueden ser útiles en mi vida o sólo son una forma de entretenimiento?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflexionar sobre las ventajas y desventajas que ofrece la escucha de las canciones pop en la vida de los estudiantes, así como el tipo de valores y acciones que promueve.</li> </ul>	<p>Una vez conformados los equipos de debate el facilitador sugerirá la temática a debatir y expondrá las reglas para llevarlo a cabo que serán:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los estudiantes deberán respetar los puntos de vista de los debatientes.</li> <li>• Para participar u obtener la palabra los estudiantes deberán levantar la mano.</li> <li>• Los debatientes podrán apoyarse en la tarea que se dejó la clase pasada para argumentar y defender su postura.</li> </ul> <p>Una vez expuestas las reglas se dará inicio al debate a partir de las siguientes preguntas:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué opinan de las canciones pop, pueden ser útiles en su vida o sólo son un medio de entretenimiento?</li> <li>2. ¿Qué ventajas o desventajas consideran que tiene el escuchar música pop?</li> <li>3. ¿Qué tipo de valores o acciones (positivas y negativas) creen que nos proponen las canciones</li> </ol>	<p>Ninguno</p>	<p>35 minutos</p>

		<p>pop?</p> <p>4. De acuerdo con la canción que investigaron ¿Qué cosas positivas o negativas podemos aprender de las canciones pop que escuchamos?</p> <p>5. ¿Para qué creen que podemos aprovechar las canciones pop en nuestra vida?</p>		
<b>C I E R R E</b>				
<p>“Cuadro comparativo sobre las ventajas y desventajas de escuchar canciones pop”.</p>	<p>Los estudiantes harán un recuento de lo que se vio en el debate para generar conclusiones acerca de lo que promueven las canciones pop.</p>	<p>Para cerrar el debate la audiencia realizará un cuadro comparativo sobre las ventajas y desventajas que existen de escuchar canciones pop.</p> <p>Se sugiere que el grupo rescate los puntos que considere importantes del debate para completar el cuadro y posteriormente generar una conclusión general.</p>	<p>Plumones Pizarrón de clase</p>	<p>15 minutos</p>

## Sesión 6. Aplicación del test de evaluación

Todo taller debe tener una etapa de evaluación en el cual se debe tomar en cuenta los objetivos que se plantean al inicio de éste para ver cuáles se cumplen y cuáles no, pues según Fayol, citado por Sosa (2002), la evaluación “tiene por objetivo señalar las faltas y los errores a fin de que se pueda reparar y evitar su repetición” (p. 56). Por ello, en esta última sesión se aplicará nuevamente el test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” (Ver página 130), pero esta vez con la intención de verificar si la perspectiva de los estudiantes con relación a los valores que exponen las canciones pop cambió o no. A diferencia del primer test, esta segunda aplicación incluirá una sección o categoría más, llamada “Impresión del taller” que permitirá a los estudiantes evaluar el taller a partir de su importancia y el efecto que causó en sus vidas.

“Las Canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”				
<b>Sesión 6:</b> Aplicación del test de evaluación	<b>Secuencia de intervención:</b> 6 de 6			<b>Tiempo estimado:</b> 1 hora
	<b>Contenido:</b> No aplica por ser una sesión de evaluación.			
<b>Objetivo general:</b> Evaluar el pensamiento crítico y reflexivo que pone en práctica el estudiante de primero de secundaria para analizar canciones y hacer explícita las ideologías, valores o actitudes que promueve este tipo de música y evaluar la eficacia del taller.				
Actividades	Objetivos particulares	Descripción	Recursos	Tiempo
<b>INICIO</b>				

Explicación de la última sesión	No aplica	Para dar a inicio a esta última sesión que es de evaluación se aplicará a los educandos el mismo test de la primera sesión con la intención de conocer qué aprendieron durante el taller. Asimismo, se les pedirá que evalúen el taller a partir de su utilidad.	Ninguno	10 minutos
<b>DESARROLLO</b>				
Segunda aplicación del test "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo"	Indagar sobre el aprendizaje que generó el educando durante el taller "Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar"	Se aplicara el test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo" (Ver página 130).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo" (Ver página 130).</li> </ul>	25 minutos
<b>CIERRE</b>				
Cierre de sesión y del taller	No aplica	Se les dará las gracias a los estudiantes por su participación y apoyo.	Ninguno	15 minutos

## **Capítulo IV: Presentación y análisis de resultados sobre los instrumentos de investigación y del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”**

En este capítulo como su nombre lo indica, se presentarán los resultados más relevantes de la investigación. Primeramente, se hará una breve descripción de cómo se llevó a cabo el Taller y se presentarán los resultados más relevantes que se obtuvieron de dicha aplicación para finalmente pasar a presentar las conclusiones obtenidas de todo el proceso de investigación.

### **4.1 Aplicación y resultados del taller “Las canciones pop: Un mundo para analizar y reflexionar valores”**

#### **Sesión 1. Presentación del taller y aplicación del test: “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo”**

Fecha: 20 de Noviembre del 2018.

Horario: 7:30 a.m. – 8:20 a.m.

Este día, el orientador educativo de la escuela “República del Perú”, fue el encargado de recibirme y atenderme durante la aplicación de todo el taller en dicha institución. Me indicó que trabajaría con el grupo 1° “B” por ser éste el que a esa hora tienen la clase español. El orientador pidió permiso a la maestra responsable de dicha clase, ella con gusto aceptó, tomó asiento junto con su grupo porque quería saber de qué tema se les iba a hablar a los estudiantes y escuchó, sin interrumpir, las actividades propuestas.

Para comenzar la primera sesión del taller me presenté frente al grupo y realizamos la actividad llamada “Llegue a la escuela montado en...” (Ver página 134) la cual me permitió conocer un poco a los integrantes del grupo. Cabe mencionar que los alumnos y alumnas presentes se mostraron dispuestos a participar porque les parecía divertida la dinámica.

Una vez concluida la actividad expliqué el test que tuvo como fin conocer qué lugar ocupan las canciones pop en su vida cotidiana y qué piensan de los valores



que dicha música promueve. Los resultados obtenidos en este primer test se presentarán más adelante en el apartado 4.2 de este capítulo para facilitar el análisis y comparación de resultados.

Una vez concluida la aplicación del primer test (pre test), se procedió a explicar los objetivos del taller planteados en el capítulo anterior, y después recordamos a los estudiantes que estaríamos trabajando juntos por un tiempo y agradecí a la maestra de español por prestarnos su hora de clase.

## **Sesión 2. “Identificando mis valores”**

Fecha: 21 de Noviembre del 2018.

Horario: 7:30 a.m. – 8:20 a.m.

La sesión inició dando la bienvenida al grupo a la segunda sesión que llevaba por nombre “Identificando mis valores” y comenzamos con la actividad “Lluvia de ideas” para comprender qué entendían los estudiantes por valores.

Al principio, el grupo en general no sabía cómo explicar el concepto de valor, sin embargo, asociaban dicha palabra con el respeto, tolerancia, paz y armonía, e inclusive, reconocían que los valores antes mencionados sirven en la vida cotidiana para convivir con las personas, pues exponían lo siguiente:

- “Los valores nos ayudan a portarnos bien con las personas a pesar de que algunas no nos caigan bien” (Alumna 1).
- “Los valores como el respeto nos permiten llevarnos bien con nuestros compañeros de clase” (Alumno 1).

Para profundizar en el tema, se le preguntó al grupo de qué manera aprendieron los valores antes mencionados y por qué consideraban o no practicarlos en la vida cotidiana, a lo que muchos alumnos contestaron lo siguiente:

- “La propia familia te enseña a valorar a la familia y los valores como el respeto, la paz, el amor y la tolerancia” (Alumna 2).
- “La familia te enseña a respetar a los demás porque es correcto y además te evita algunos problemas” (Alumna 3).

- “Nuestros padres nos enseñan a respetar a las personas que conocemos y las que no conocemos” (Alumno 2).

La actividad “lluvia de ideas” dio paso a la actividad “La casa en llamas” (Ver página 135) que consistió en que los estudiantes tenían que imaginar ser bomberos y su labor era salvar cosas o personas que se encontraban dentro de una casa en llamas, para ello, se les repartió la hoja “Táctica de salvamento contra incendios” (Ver página 137) en la cual tenían que enumerar del 1 al 6 a que personajes de la historia “La casa en llamas” salvarían primero y a quiénes al último y exponer sus razones.

De acuerdo con la gráfica 1 del anexo 13 (ver página 160), 38 estudiantes del grupo decidieron salvar a su mamá primero, seguido de 3 personas que decidieron salvar primero a su mascota, 1 persona a su esposo o esposa y 1 persona decidió salvar su caja de ahorro de un millón de dólares.

En su hoja “Táctica de salvamento contra incendios”, el grupo argumentó que salvarían primero a su mamá porque:

- “Porque me quiere mucho y me dio la vida” (Alumna 3).
- “Porque me ha cuidado desde que era chica y siempre me apoya” (Alumna 4).
- “Porque ella ha dado muchas cosas por mí y es importante para mí” (Alumna 5).
- “Mamá es lo más importante en mi vida” (Alumno 3).
- “La familia es muy importante para mí” (Alumno 4).
- “Mamá es lo que más quiero en mi vida” (Alumno 5).

Por otra parte y de acuerdo con la gráfica 2 del Anexo 13 (ver página 160), 31 estudiantes del grupo decidieron salvar al último al fugitivo de la ley, seguido de 8 estudiantes que decidieron salvar al último su caja de ahorro de un millón de dólares, 3 personas decidieron salvar al último a su esposa o esposo y 1 persona a su mascota.

Las razones por las que decidieron salvar en último al fugitivo de la ley fueron porque:

- “Me puede hacer daño” (Alumna 3).

- “Hace mal al robar o escapar” (Alumna 5).
- “Es el menos importante y es malo” (Alumno 1).
- “Ha hecho daño a las personas” (Alumno 4).

Como se puede ver, a pesar de que nunca se mencionó el acto delictivo que había cometido el “Fugitivo de la ley”, los estudiantes infirieron que podría tratarse de un ladrón o alguien que ha hecho daño a las personas porque había escapado de la ley, de ahí que se deduzca que los estudiantes valoran ciertas acciones como malas y otras como buenas.

En cuanto a los estudiantes que decidieron salvar al último la caja de ahorro de un millón de dólares las razones que expusieron, fueron las siguientes:

- “El dinero sería al último porque va y viene y es más importante salvar una vida porque vida solo hay una” (Alumna 4).
- “Porque vale más la vida que el dinero, porque lo puedo volver a tener ahorrando pero las personas no” (Alumna 6).
- “Lo material es lo menos importante, se puede volver a recuperar” (Alumno 2).

La actividad llamada “La casa en llamas” se aplicó por segunda vez con el grupo en esta misma sesión, pero en esta ocasión, los estudiantes tenían que trabajar en equipo para que tomaran consciencia que la forma en que valoramos las cosas también depende de la sociedad, comunidad, en este caso, del equipo al cual pertenecía cada estudiante. Para ello, se dividió al grupo en seis equipos (tres de chicos y tres de chicas) y a cada uno se le dio una hoja llamada “Equipo de bomberos al rescate” (Ver página 138) donde tenían que enumerar otra vez a qué personajes de la historia salvarían primero y a quiénes después.

Para finalizar la sesión, se invitó a los estudiantes a reflexionar sobre la forma en que valoran las cosas mediante las “preguntas de reflexión” que vienen en la actividad “La casa en llamas” (Ver página 135):

Al preguntarle las razones por las cuales salvan a determinadas personas, ellos respondieron:

- “Por la importancia que tiene cada persona y objeto en nuestra vida” (Equipo 2).

- “Por el valor emocional que tiene cada uno de ellos” (Equipo 4).
- “Por la importancia que tienen en nuestras vidas cada uno de ellos y por cada cosa que nos han aportado en nuestra vida cotidiana” (Equipo 5).

De manera general, los chicos respondieron que prefirieron salvar primero a ciertas personas por la importancia que tienen en su vida; mientras que las chicas enfatizaron el tipo de relación establecida con las personas que decidieron salvar.

Consideraron que las diferencias o similitudes de los argumentos expuestos por los equipos, se debe a que cada uno tiene diferentes maneras de valorar las cosas, pero también, se dieron cuenta que a pesar de que cada integrante tiene formas distintas de valorar las cosas, tenían que llegar a un acuerdo que les permitiera tomar una decisión como equipo. Así lo exponen:

- “Hay diferencia porque todos pensamos diferente, por ejemplo, hay personas que valoran más a sus mascotas que a las personas por el tipo de pensamiento que tienen además de la relación y el amor que tienen dichas personas por los animales” (Alumna 4).
- “Hay diferencia en nuestras decisiones porque cada quien tiene una forma distinta de pensar y valorar las cosas” (Alumno 6).
- “Hay diferencia por el tipo de educación que cada compañero o compañera ha recibido en casa y por ello era difícil tomar una decisión como equipo” (Alumno 7).

### **Sesión 3. Explorando la existencia de las canciones pop**

Fecha: 22 de Noviembre del 2018.

Horario: 8:20 a.m. – 9:10 a.m.

Para iniciar la sesión 3, se procedió a dar la bienvenida al grupo y a presentar el objetivo de la misma. Posteriormente, se trabajó con las “Preguntas de reflexión” previamente seleccionadas que tenían por fin averiguar qué conocían los estudiantes sobre los objetivos que persiguen las disqueras y cantantes de música pop al crear una nueva canción.

Al inicio de la sesión, el grupo en general afirmaba que la mayor motivación de un artista pop para salir adelante con su música y alcanzar el estrellato está dada por

la familia y sus amigos que los quieren y apoyan, pero también por la chica o chico que les gusta, y así lo expresaban:

- “La familia porque los quieren” (Alumna 2).
- “La chica o el chico que les gusta a los artistas pueden ser su mayor motivación” (Alumna 6).
- “El mejor amigo o amiga del artista son quienes los motivan a seguir adelante” (Alumno 4).

Asimismo, los estudiantes en general pensaban que los artistas pop crean sus letras con el objetivo de enseñar algo positivo en sus canciones, expresar sus sentimientos hacia una persona y entretener a la gente. Sólo un estudiante afirmaba que los objetivos de los artistas pop es ganar dinero y fama agregando que quienes los apoyaban para alcanzar estos objetivos eran las disqueras que los contratan porque también anhelan acumular fortuna:

- “Los artistas pop trabajan por alcanzar fama y dinero y las disqueras los apoyan porque también quieren ganar dinero y no porque los quieran” (Alumno 7).

Terminando la actividad “Preguntas de reflexión” se dio inicio a la actividad “Detectives del Pop”; para ello, pedimos al grupo que se juntaran en los equipos que se habían conformado en la sesión 2. Después a cada equipo se le dio la lectura “Quizás no lo sabías, pero...” (Ver página 139) para que con esta pudieran contestar el cuadro comparativo “Detectives del pop” (Ver página 141).

En esta actividad los estudiantes tenían que responder algunas preguntas comparando el trabajo que hace una disquera musical de pop con el trabajo de un artista pop; todo ello tomando como base la lectura dada, sin embargo, durante esta actividad se presentaron algunos inconvenientes, pues de entrada se llevó bastante tiempo la organización de los equipos de trabajo, debido a que el grupo estaba desordenado y no ponía atención por estar jugando.

Por tal razón, se detuvo la actividad 15 minutos antes de que finalizara la sesión con el fin de modificarla. Primero, se pidió a todos los alumnos que se sentarán en sus respectivas bancas de trabajo y guardaran silencio. Después, se procedió a

leer en voz alta la lectura “Quizás no lo sabías, pero...” (Ver página 139) y una vez concluida, se retomaron las preguntas que venían en el cuadro “Detectives del pop” (Ver página 141). Por último, se pidió al grupo que de manera ordenada, respondieran las preguntas y ofrecieran su opinión respecto a las verdaderas intenciones de los artistas y disqueras pop al producir canciones.

El grupo en general afirmó que los principales objetivos que persiguen los artistas y disqueras pop es ganar fama y dinero con sus producciones, por lo tanto, se encargan de llevar al público un espectáculo que despierte en ellos un interés por la música de los artistas que promueven, y así lo expresaban algunos estudiantes:

- “Los artistas pop se encargan de conmover a la gente y cautivarlas ya sea por medio de bailes como lo hace Shakira o posando desnudas para revistas de hombres con tal de vender sus discos, ganar dinero y popularidad y obtener más visitas y “likes” en sus páginas de YouTube” (Alumna 4).
- “Los artistas pop salen adelante por el dinero que invierten las disqueras en ellos, pero ambos buscan fama y dinero” (Alumna 7).
- “Las disqueras se encargan de difundir su música por todo el mundo para ganar mucho dinero” (Alumno 6).
- “Las disqueras se encargan de decir a los artistas qué deben cantar, pues son quienes invierten más dinero” (Alumno 8).

Asimismo, los estudiantes en general concluyeron que las canciones pop no promueven valores, sino que inducen a pesar que el dinero y la popularidad o la fama es lo más importante en la vida, y así lo expresaban:

- “Los artistas cantan de amor o cosas que nos parecen bonitas pero por ganar dinero y popularidad” (Alumna 4).
- “No estoy de acuerdo con lo que hacen algunas artistas pop como desvestirse para revistas solo por ganar más dinero y fama, no se dan a respetar” (Alumna 5)
- “Los artistas pop de la lectura no resaltan ningún valor porque solo piensan en ser famosos, reconocidos y millonarios” (Alumno 6).

#### **Sesión 4. La fantasía no es la realidad**

Fecha: 23 de Noviembre del 2018.

Horario: 11:10 a.m. – 12:00 p.m.

Este día el taller se llevó en el horario que le correspondía a la clase de educación física. Esta sesión, tuvo como objetivo que los estudiantes reflexionaran y analizaran dos canciones Pop para identificar los valores y cosas positivas y negativas que pueden aportar este tipo de música a su vida, pero debido a que el grupo se había estado comportando de manera inquieta la última sesión, se cambió la forma original de trabajo, por lo que se procedió a repartir a todos los estudiantes las hojas con las “Letras de las canciones” (Ver páginas 144-148) con las que se trabajaría ese día y se les explicó la forma en que trabajaríamos, así como el objetivo de la sesión.

Posteriormente, con ayuda de una mini-laptop y unas bocinas se reprodujeron las canciones “Reggaetón lento” de la banda CNCO y la canción “Diles” del artista Ozuna. Luego, se pidió al grupo que con sus opiniones, contestaran un cuadro comparativo que se puso en frente del salón llamado “Dos artistas, dos puntos de vista” (Ver página 142).

Al inicio de la actividad antes mencionada, el grupo en general argumentaba que el ritmo, los coros y la música de ambas canciones que analizaron les parecían agradables, incluso, que les provocaba cantar y bailar, sin embargo, reconocían que el tema central de las canciones era el amor, el sexo y la drogadicción, porque estos temas permiten a los artistas pop aumentar su venta de discos, ganar mucho dinero y hacerse más populares. Así lo expresaban los estudiantes:

- “Los cantantes ven que otros artistas hablan de estos temas y se hacen populares, y por eso se vuelven a hablar de los mismos temas siempre, porque quieren tener muchas visitas en sus páginas de música, vender muchos discos y ganar mucho dinero” (Alumna 4).
- “Yo creo que algunos artistas si les gusta hacer este tipo de temas porque ganan bastante dinero haciéndolas” (Alumna 8).
- “Hablan de amor y de sexo para ganar popularidad y dinero” (Alumno 2).
- “Ambas canciones hablan de amor y de sexo para hacerlas más llamativas” (Alumno 3).
- “Las dos canciones hablan de una mujer, una que la quieren conquistar y otra donde un chico ya se acuesta con ella” (Alumno 7).

- “Las dos canciones hablan de sexo, solo que la primera canción es un poco más tranquila en el tema del sexo y la otra es más extremo” (Alumno 8).

Como podemos ver en las respuestas anteriores, los estudiantes reconocían que las canciones pop como “Reggaetón lento” de la banda CNCO y el tema “Diles” del cantante Ozuna, no fueron creadas solamente por cuestiones emocionales o fines artísticos, sino por intereses comerciales. Asimismo, los estudiantes pudieron entender que el mensaje de las letras no tenían nada que ver con ningún valor debido a que expresaban frases que algunos estudiantes consideraban machistas u ofensivas para la mujer, pues la exponían como un objeto sexual, incluso, las chicas decían que les desagradaba este aspecto en las canciones que se analizaron porque se expone a la mujer como alguien débil y fácil de dominar; Aquí algunos de sus comentarios:

- “La canción “Reggaetón lento” exponen a una mujer fácil porque ninguna chica sale a bailar “perreo” con una persona que acaba de conocer” (Alumna 3).
- “Ambas canciones habla de que las chicas les da igual cómo las traten los hombres y eso me molesta porque no somos así” (Alumna 4).
- “Expresan que las mujeres somos fáciles de dominar, pero no es así” (Alumna 5).
- “Las dos canciones expresan que las mujeres siempre debemos de depender de un hombre y no debe de ser así” (Alumna 8).
- “En las canciones se resalta el machismo porque denigran mucho a la mujer, porque los hombres las quieren sólo para tener una aventura o tener sexo con ella” (Alumna 9).
- “La frase: “Quiero hacerte cositas que nunca te han hecho” de la canción “Diles” habla de sexo y de ser irrespetuosos con las mujeres” (Alumno 1).
- “En la canción de “Reggaetón lento” valoran a una chica pero su cuerpo al decir la frase: cuando baila hasta los dioses la quieren ver” (Alumno 4).
- “La letra de la canción “Diles” no me gusto porque habla mucho sobre el sexo y de la mujer como un objeto sexual cuando dicen: “Te gusta cómo te doy”, “Deja el drama, ven y mama” “Voy a darte duro hasta por la mañana”, entre otras frases” (Alumno 6).
- “Las canciones exponen al hombre como un dominador machista, el que siempre tiene la culpa y quien daña a las mujeres, pero no somos así” (Alumno 7).



- “Exponen al hombre como alguien que tiene la culpa de ser malo al tratar mal a las mujeres y que somos irrespetuosos con ellas” (Alumno 8).

Para finalizar la sesión, se les repartió a todos los integrantes del grupo la hoja llamada “Cosas positivas y negativas de una canción pop” (Ver página 149). Se les explicó que el trabajo consistiría en investigar en casa qué aspectos de las canciones pop como la de “Despacito” (Luis Fonsi y Daddy Yankee) consideran son positivos o negativos para su vida cotidiana; ello con la finalidad de que en la siguiente sesión se pudiera organizar un debate.

### **Sesión 5. Las cosas positivas y negativas de las canciones pop**

Fecha: 26 de Noviembre del 2018.

Horario: 10:00 a.m. – 10:50 a.m.

Este día el orientador de la institución le pidió permiso a la profesora de inglés para que me permitiera tomar la hora de su clase y seguir trabajando con el grupo 1 “B”; la maestra accedió con gusto.

La quinta sesión del taller consistió en un debate sobre las ventajas y desventajas de escuchar canciones pop; para comenzar la sesión primero preguntamos al grupo quiénes habían hecho su tarea, pero fueron pocos quienes la habían hecho, por lo que se tomó 15 minutos para realizar dicha actividad con el grupo, la cual consistió en analizar la canción “Despacito” de los artistas Luis Fonsi y Daddy Yankee.

Al inicio de la actividad, los estudiantes afirmaron que esta canción hace referencia al amor, pero también al sexo como las canciones que se habían analizado la sesión pasada, pero que les gustaba porque el ritmo era pegadizo debido a que el coro era muy fácil de aprender y más por la palabra de “Despacito” que se repite varias veces en esa canción.

A decir de estos estudiantes, la letra no es muy agradable como el ritmo por las siguientes razones:

- “Habla mucho de sexo, aunque es pegadiza la canción” (Alumna 6).
- “Tiene palabras de doble sentido” (Alumno 3).

Consideraron que la finalidad del artista al componer esta canción fue:

- “Ganar dinero” (Alumna 2).
- “Ganar más popularidad” (Alumno 5).
- “Ganar más seguidores” (Alumno 7).

Por otra parte, los estudiantes consideraban que la canción sólo hablaba de valores negativos, pues resaltaban lo siguiente:

- “La canción esta padre, por eso la escuchan muchas personas, pero te pones a pensar en lo que dice y no es tan bonita” (Alumna 5).
- “Lo malo de las canciones como “Despacito” que son internacionales, o sea, que las escucha todo el mundo, es que las personas en otras partes del mundo piensan que las mujeres en donde se creó la canción no nos damos a respetar o que los hombres tienen el derecho de tratarnos mal” (Alumna 8).
- “El mensaje creo que es fuerte porque habla de sexo” (Alumno 6).
- “Exponen que el hombre es algo malo o machista” (Alumno 7).

Por esa razón, algunos integrantes del grupo decían que canciones como la de “Despacito” solo podrían utilizarse para eventos sociales como fiestas o presentaciones o simplemente para bailar, pues no expresa ningún valor digno de apreciar.

Después de trabajar con las preguntas, algunos estudiantes manifestaron su curiosidad por saber otras cosas de la producción de canciones pop y de manera voluntaria expresaron lo que piensan. Esto fue lo que dijeron:

- “Es raro pero hay artistas que tienen muchos seguidores y es más por su físico que por las letras de sus canciones, tal vez las letras de sus canciones denigran a la mujer, pero lo escuchan porque dicen que está guapo” (Alumna 4).
- “Yo no entiendo ¿Por qué YouTube deja que suban ese tipo de canciones como “Despacito” con videos muy atrevidos y por qué los artistas suben ese tipo de canciones?” (Alumna 9).
- “Yo quisiera saber ¿Por qué hay personas que les cancelan sus contenidos o cuentas de YouTube por hablar de temas que son fuertes y hay música popular que hablan de sexo y no los cancelan?” (Alumno 5).

Cabe destacar que no fue necesario que yo respondiera sus cuestionamientos puesto que ellos mismos lo hicieron:

- “Yo creo que hay videos que a YouTube le permite ganar dinero debido a que pagan los artistas para que los reproduzcan y que por eso no las cancelan” (Alumna 8).
- “Los artistas o disqueras pagan mucho para que promocionen su música en YouTube, por eso no las cancelan” (Alumno 6).

Después de terminar esta actividad procedía iniciar con el debate. Ya no se hizo la actividad de la papa caliente que se tenía programada debido a que el grupo a diferencia de otros días, estaban trabajando en orden y participando constantemente, por lo que se decidió continuar con esa organización para realizar las preguntas que correspondían al debate.

Se dio la bienvenida al debate: ¿Las canciones pop pueden ser útiles en mi vida o sólo son una forma de entretenimiento? Y se inició con la siguiente pregunta: ¿Qué opinan de las canciones pop, consideran que pueden ser útiles en su vida o sólo son un medio de entretenimiento?

Ante tal cuestionamiento, sólo una chica pudo mencionar que el pop es un género que no denigra tanto a la mujer, sin embargo, la mayoría del grupo expresaba que las canciones pop son sólo para entretenimiento debido a que muchas canciones traen mensajes negativos relacionados con el sexo, las adicciones o temas que consideran machistas; así lo expresaban:

- “Solo sirven para entretener porque muchas de las canciones pop denigran a la mujer y eso no es nada positivo para nuestras vidas” (Alumna 3).
- “Son para entretenimiento porque no dependen de eso, no es como que en tu vida cotidiana forzosamente debes ocupar el pop, talvez si puedes sacar cosas positivas de las letras que te ayuden en tu vida cotidiana, pero no son tan necesarias” (Alumna 4).
- “Tal vez no todas denigren a la mujer pero si hablan mucho de sexo o drogas” (Alumna 6).

- “Sólo son un medio de entretenimiento porque pueden decir cosas positivas pero también cosas negativas como lo vimos en la clase pasada” (Alumno 2).

Por otra parte, al discutir sobre las ventajas y desventajas que tiene el escuchar música pop, una alumna comentó que este género musical puede relajarte cuando te encuentras estresado o preocupado por algo, sin embargo, la mayoría de los estudiantes concordaban que dicho género tiene las siguientes desventajas:

- “Algunas tiene palabras negativas como en el reggaetón que es muy popular, tienen palabras ofensivas hacia la mujer y a veces uno lo expresa como en las canciones sin darse cuenta” (Alumna 7).
- “Te quedas con la mentalidad de que si los artistas hablan mal de la mujer y les va bien, les pagan por eso, entonces uno piensa que también le va a ir bien si empieza a hablar mal de la mujer” (Alumna 10).
- “Se te queda mucho la mentalidad de que debes hacer ciertas cosas que se consideran malas como decir las groserías que se expresan en las canciones” (Alumno 6).

Por último, se habló de los valores o acciones positivas o negativas que pueden aportar las canciones pop a la vida de los estudiantes. Aquí algunas de las cosas que comentaron:

- “Hay canciones que te pueden aportar valores pero hay otras que sólo se deben escuchar para relajarse, hacer deporte u otras cosas porque no expresan cosas buenas pero sus ritmos son agradables” (Alumna 3).
- “Yo considero que uno mismo debe ver lo que está bien y lo que está mal de cada canción para saber elegirirlas y qué puedes tomar de ellas, pues no todas hablan de sexo” (Alumna 4).
- “Hay canciones que si te pueden aportar cosas positivas como la de “Adán y Eva” que expresa lo importante que es no depender de una persona; puedes lograr cosas si la necesidad de estar con alguien” (Alumna 7).
- “Hay que tener cuidado con las palabras ofensivas de las canciones y tratar de no decirlas aunque te guste mucho una canción” (Alumna 10).
- “Hay canciones que talvez expresan valores, pero debemos escucharlas bien para reconocer esos valores, porque muchas canciones hablan de sexo y dinero” (Alumno 4).

- “Yo creo que muchas canciones exponen cosas que no se practican en la realidad y solo hay que tener cuidado con esas cosas” (Alumno 8).

## **Sesión 6. Aplicación del Test de evaluación**

Fecha: 27 de Noviembre del 2018.

Horario: 8:20 a.m. – 9:10 a.m.

Esta fue una sesión de evaluación, para llevarla a cabo, se aplicó el mismo test de la primera sesión que llevó por nombre “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo” (Ver página 130), pero esta vez con la intención de verificar si la perspectiva de los estudiantes con relación a los valores que exponen las canciones pop cambió o no. Para fines prácticos, los resultados obtenidos se mostrarán junto con los resultados del primer test en el apartado 4.2 para facilitar su análisis.

### **4.2 Presentación y análisis de resultados de los test “Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo”**

La aplicación del primer test (diagnóstico) se llevó a cabo el 20 de Noviembre de 2018 y formó parte de la primera sesión del taller, se aplicó a 21 estudiantes mujeres y a 22 estudiantes hombres.

La aplicación del segundo test (evaluación) fue el 27 de Noviembre de 2018 como parte final de la sesión seis del taller, se aplicó a 19 mujeres y 21 hombres.

Los resultados se presentarán por las categorías ya establecidas en el capítulo 3 y por género, es decir, primero hablaremos de los resultados obtenidos por la población de mujeres y después de los resultados obtenidos de la población de hombres para analizar de manera diferenciada los resultados obtenidos de ambas poblaciones.

### **Categoría de análisis 1: Importancia de las canciones pop en la vida cotidiana de estudiantes de primero de secundaria**

**Estudiantes mujeres:**

En primera instancia pude percatarme que 11 alumnas en el primer test y 8 en el segundo test afirmaban que la música pop representaba para ellas una forma de entretenimiento y diversión ya que la utilizan para realizar actividades como relajarse, bailar, cantar o simplemente escucharla en sus tiempos libres. Por otra parte, 9 chicas en el primer test y 6 en el segundo test agregaban que la música pop también representa para ellas una manera de expresar sus sentimientos y emociones dado que se sienten identificadas con las letras de las canciones que escuchan además de que es un escape para olvidar los problemas que enfrentan en la realidad. Estos son algunos de sus comentarios:

- “Es una forma de expresar algo que sientes” (Alumna 1).
- “Es una forma con la cual olvido y dejo todos mis problemas a un lado y disfruto la vida” (Alumna 3).
- “Me ayuda a desahogarme” (Alumna 4).
- “Expresa la mayor parte de mis sentimientos” (Alumna 5).
- “Es la forma de expresar mis sentimientos y evitar emociones negativas” (Alumna 7).
- “La utilizo para relajarme cuando estoy muy estresada” (Alumna 9).
- “La escucho cuando estoy triste” (Alumna 10).

Otro elemento que nos permite identificar la importancia de las canciones en la vida de este sector, es que escuchan ciertos artistas por su forma de cantar y porque son agradables o admirables por las siguientes razones:

- “Mario Bautista es mi orgullo, mi distracción, el amor a tu ídolo, el apoyo, el conocerlo y compartir la mayor parte de mi día para él” (Alumna 7).
- “Me agrada como bailan los grupos coreanos” (Alumna 9).
- “Me agrada la forma de ser y todo lo que han logrado Katy Perry, CD9, Demi Lovato, Camila Cabello e Imagine Dragons” (Alumna 11).
- ““Xxxtentación” a pesar de que su vida fue difícil salió adelante” (Alumna 12).

Un tercer elemento que se detectó en el primer y segundo test fue el hecho de que las estudiantes de primero de secundaria escuchan pop porque les gusta la letra de las canciones o porque se sienten identificadas con algún aspecto de la misma:

- “Todas las canciones que escucho tienen una enseñanza (pero no me acuerdo de sus nombres)” (Alumna 1).
- “Me gustan las canciones de Porta por su forma de interpretar un tema delicado y llamar un alto sobre cosas como el machismo, suicidio y más” (Alumna 3).
- “Me gustan las canciones de Mario Bautista porque no ofende y ve el lado positivo de la vida” (Alumna 7).
- “Me gusta la de “Alas” porque dice que vas a lograr tus sueños” (Alumna 13).
- “Me gusta la de “Regálame” “Baby Girl” y “Un mundo nuevo” porque no denigran a la mujer” (Alumna 14).

### **Estudiantes hombres:**

Al igual que las chicas, 12 alumnos en el primer test y 10 en el segundo test afirmaban que la música pop representaba para ellos una forma de entretenimiento y diversión, mientras que otros 7 alumnos en el primer test y 6 en el segundo test agregaban que la música pop sólo es un género musical.

Fue interesante percatarse que, a diferencia de las mujeres, los estudiantes hombres, en ambos test, se abstuvieron de responder qué cosas les gusta de las canciones pop, inclusive, afirmaban que no les gustaba o no escuchaban mucho este género y lo exponían de la siguiente forma:

- “No conozco a ningún artista Pop” (Alumno 2).
- “No me gusta mucho la música Pop” (Alumno 6).
- “Realmente no la escucho mucho” (Alumno 9).
- “Casi no me llama la atención” (Alumno 10).

No obstante, durante el desarrollo del taller afirmaban que algunas de las canciones pop con las que se trabajó les gustaban por el ritmo, la instrumental y los coros pegadizos. Con base en esta observación, se puede afirmar que a pesar de que los chicos no acepten identificarse emocionalmente con las canciones pop que escuchan, si consumen este género.

**Categoría de análisis 2: Forma en que estudiantes de primero de secundaria analizan, valoran y otorgan significado a las canciones pop que escuchan**

Para que las y los estudiantes pudieran responder de la pregunta 5 a la 13 del primer test, tenían que analizar una canción, por lo tanto, se reprodujo la canción “Baby Girl” por ser una canción que el grupo en general afirmaba conocer y escuchar, y para el segundo test escucharon y analizaron la canción “Adán y Eva” por ser la segunda canción que más conocía el grupo. Entre los resultados más significativos que se obtuvieron de esta categoría están los siguientes:

### **Estudiantes mujeres:**

En el primer test 17 chicas afirmaron que la canción “Baby Girl” hablaba de amor y consideraron que el artista que la compuso estaba enamorado o quería expresar sus sentimientos hacia alguien. Esto fue lo que dijeron:

- “El artista estaba enamorado cuando escribió esa canción” (Alumna 1).
- “Porque va dirigida a una mujer o a las chicas en general” (Alumna 2).
- “Para dedicársela a una chica” (Alumna 3).
- “Habla de amor porque expresa los sentimientos de un chico a una chica para tratar de conquistarla” (Alumna 4).
- “Yo creo que se la quería dedicar a alguien especial” (Alumna 6).
- “Habla de amor quizás para que a la gente le guste su canción” (Alumna 8).
- “Va dedicada a los enamorados como el artista” (Alumna 9).
- “Yo creo que el artista quería hacer sentir bien a alguien que quiere” (Alumna 11).

Sin embargo, en el segundo test se dio un cambio de opinión entre este sector porque al escuchar la canción “Adán y Eva”, 7 chicas afirmaron que esa canción hablaba de amor porque el artista quería expresar sus sentimientos a una chica que le gustaba, mientras que 10 alumnas afirmaban que la canción hablaba de amor y de sexo porque el fin del artista era ganar dinero y popularidad. Aquí algunos de sus comentarios:

- “Habla de amor porque el artista quería ganar más popularidad” (Alumna 3).
- “Habla de amor porque el artista quería ganar dinero y fans” (Alumna 6).
- “El autor habla de sexo para ganar dinero y fama” (Alumna 7).
- “Se habla de amor pero porque el artista quiere vender discos” (Alumna 10).



Por otra parte, en el primer test, 14 chicas afirmaron que la canción “Baby Girl” poco hablaba de valores sin argumentar porqué, empero, en el segundo test, 7 chicas reconocieron que la canción “Adán y Eva”, a pesar de ser una de sus canciones favoritas, expresa mensajes que denigran a la mujer porque la exponen como el sexo débil. Estas fueron sus palabras:

- “La canción habla de sexo porque dice que como “Adán y Eva” dos personas quieren cometer pecado refiriéndose al sexo” (Alumna 1).
- “La canción denigra a la mujer porque sólo la quieren para tener sexo” (Alumna 2).
- “Creo que el único valor del que habla la canción es de amor, pero confunden el amor con el sexo” (Alumna 5).
- “No habla de valores porque la canción expone a la mujer como alguien que no sabe defenderse y necesita de alguien para que la cuide” (Alumna 7).

### **Estudiantes Hombres:**

En el primer test 12 estudiantes afirmaron que la canción “Baby Girl” hablaba de amor porque el artista quería expresar sus sentimientos hacia una persona que le gustaba o simplemente el artista quería manifestar sus emociones a través de una canción, y así lo manifestaban ellos:

- “Habla de amor porque el artista quería dedicársela a alguien” (Alumno 1).
- “La canción habla de lo importante que es para el artista el amor” (Alumno 3).
- “El artista quiere besos de una chica que le gusta” (Alumno 4).
- “El artista quiere demostrar lo que siente por alguien” (Alumno 6).
- “La canción es de amor porque habla de dos personas enamoradas que quieren sacar el máximo de una relación” (Alumno 10).

En el segundo test la opinión de los alumnos respecto a la canción “Adán y Eva”, se argumentó a partir de dos posiciones: 9 alumnos opinaban que esta canción hace referencia a una historia de amor en la que el autor tiene la necesidad de expresar sus sentimientos, sin embargo, 11 alumnos opinaban que dicha canción hablaba de amor y de sexo porque el fin principal del artista era ganar fama y reconocimiento mundial, y no tanto por dedicársela a alguien que quería o que le gustaba. Así lo manifestaron:

- “Habla de amor porque el artista quería ganar popularidad” (Alumno 5).

- “Habla de amor porque es un tema que más hace ganar dinero a un artista” (Alumno 6).
- “Habla de sexo porque el artista quería ganar fama” (Alumno 7).
- “Habla de amor pero porque el artista quería que a la gente le gustara su canción para vender muchos discos” (Alumno 9).
- “Habla de amor, pero la intención del artista era atraer a las jóvenes y mucho más a las niñas a escuchar su canción para ganar muchas visitas en su canal” (Alumno 11).

Con respecto al análisis de valores, en el primer test, 11 alumnos afirmaron que la canción “Baby Girl” no expresaba ningún valor, y solo 2 alumnos consideraron que la canción transmitía valores negativos porque hablaba de sexo. En el segundo test, poco cambió la percepción, pues 8 chicos seguían afirmando que la canción “Adán y Eva” no transmitía ningún valor, no obstante, 7 alumnos, es decir, 5 más se sumaron a la perspectiva de que se hablaba de sexualidad porque es un tema de moda que permite a las disqueras y artistas pop ganar más dinero y generar fama. Así lo expresaron:

- “Habla de sexo porque está de moda entre los artistas pop” (Alumno 3).
- “Transmite antivalores porque ven a la mujer como un objeto sexual” (Alumno 6).
- “La canción habla de amor pero también de sexo porque es lo que más se escucha ahora y obvio es lo que más venden los artistas” (Alumno 8).

Pienso que la sesión 3 del taller fue la que permitió al grupo ampliar su visión respecto a las intenciones por las cuales se producen y venden canciones pop, puesto que al inicio de ésta sesión, el grupo en general consideraba que las intenciones de los artistas de música Pop al producir una canción era enseñar algo positivo o simplemente querían expresarse a través de sus composiciones, pero nunca refirieron a los intereses económicos de las disqueras. Sin embargo, al finalizar dicha sesión, las y los estudiantes, pudieron reconocer que el objetivo de fondo de la industria pop es económico: ganar dinero y fama.

Por otra parte, podemos decir que en el taller como en los test de diagnóstico y evaluación los estudiantes constantemente ponían en acción su pensamiento crítico y reflexivo al tratar de descubrir y verificar qué tipo de valores e ideologías

se exponen a través de las canciones pop que suelen escuchar, pues de acuerdo con John Chaffee, citado por Campos (2007), “el pensamiento crítico se concreta a través de preguntas, de darle sentido a las cosas, de analizar lo que examina nuestro pensamiento y el de los demás. Esas actividades nos ayudan a alcanzar la mejor posible conclusión y decisión” (p. 21).

En el taller, el pensamiento crítico y reflexivo se vio reflejado cuando los estudiantes en la sesión 2 tenían que decidir a qué personajes de la actividad “La casa en llamas” salvarían primero, es decir, valoraban la situación y elaboraban una serie de argumentos que pudieran justificar por qué valía la pena salvar a ciertas personas o cosas primero que a otras.

Asimismo, en la sesión 4, los estudiantes en general no daban por hecho que las canciones que se analizaban en clase se crearon con fines de expresión artística, sino que ponían en tela de juicio las letras que escuchaban, es decir, reflexionaban sobre los múltiples propósitos que pudo llevar a un artista a componer una canción pop como las de “Reggaetón lento” o “Diles”, expresaban sus puntos de vista y por último elaboraban sus propias conclusiones; inclusive, en la sesión 5 pude percatar que algunos estudiantes cuestionaban el por qué plataformas como “YouTube” permiten subir contenidos que ellas consideraban inapropiados.

De alguna manera, en cada actividad del taller y los test, el grupo trataba de valorar cuidadosamente cada situación que se les presentaba para poder tomar una buena decisión acorde a sus creencias, valores, ideales y educación, por esa razón, podemos decir que el taller impulsó a los estudiantes a ser más críticos y reflexivos.

Como resultado se puede afirmar que el grupo en general reconoció que frente al mundo de las canciones pop no todo se trata de arte, composición, música o canto, sino que detrás de estas producciones musicales lo que más valoran los artistas y las disqueras es la parte económica, por eso priorizan aquellas canciones que venden, y dan reconocimiento.

### **Categoría de análisis 3: Valoración del taller por parte de los y las estudiantes de primero de secundaria.**

Esta categoría sólo se incluyó en el segundo test con la finalidad de conocer de qué manera los estudiantes valoraron o no los conocimientos adquiridos en el taller: qué les agradó de éste y de qué manera impactó o no en su vida cotidiana.

#### **Estudiantes mujeres:**

En primera instancia 15 chicas argumentaron su gusto por haber trabajado con música, especialmente con pop, ya que es uno de sus géneros favoritos. Para estas estudiantes esto fue un acierto porque las motivó a participar en clase, e inclusive, aseguraron que el taller les ayudó a comprender y analizar qué tipo de valores se difunden en las canciones que escuchan y a pensar detalladamente lo que tratan de comunicarles a través de estas, y con base en ello, decidir lo que les conviene o no escuchar. Ellas expresaron lo siguiente:

- “Me gustó hablar sobre música pop porque es un género muy conocido y me agrada” (Alumna 2).
- “Me agrado que nos metiéramos en el tema del reggaetón porque es un género que les agrada a mis compañeros pero no son muy buenas esas canciones” (Alumna 3).
- “Me gustó que se hablara de cosas cotidianas que todos y todas pasamos por ellas” (Alumna 4).
- “Aprendí muchas cosas sobre música y los artistas pop, qué son los valores y qué cosas buenas o malas me aportan las canciones” (Alumna 5).
- “El taller me ayudó a entender, analizar y reflexionar las canciones pop para saber qué dicen” (Alumna 7).
- “Aprender a opinar sobre las canciones” (Alumna 8).
- “Con las clases pude comprender qué nos pueden aportar las canciones a nuestra vida o cómo pueden influir” (Alumna 10).
- “Me ayudó a pensar detalladamente lo que escucho” (Alumna 11).
- “Para saber escoger la música buena de la mala” (Alumna 12).
- “Aprender a elegir que canciones me conviene escuchar y cuáles no” (Alumna 13).

Estas estudiantes también afirmaron que la forma de trabajo les pareció agradable porque se abordó una temática que les enseñan en la escuela (los valores), pero se hizo de manera divertida. Además, aseguraron que les agradó el trato que se les ofreció. Aquí algunos de sus comentarios:

- “Me gustó porque el profesor fomentó valores y cuidado a las redes” (Alumna 1).
- “Nos ayudó a tomar decisiones, valorar y elegir qué tipo de música y canciones debemos escuchar y cuáles no” (Alumna 3).
- “Las actividades que hicimos sobre las canciones pop eran divertidas” (Alumna 4).
- “Me gustó la explicación del maestro sobre la música pop porque le pude entender” (Alumna 5).
- “Me gustó que el profesor nos comprendiera a todos y todas y nos explicó con cosas que nos gusta hacer” (Alumna 8).
- “Que el profesor nos tenía paciencia” (Alumna 11).
- “Me gustó aprender sobre valores pero con canciones” (Alumna 12).

Por otra parte, en este segundo test se les pidió que hicieran referencia a lo que les había desagradado del taller y solo 2 alumnas hicieron alusión a situaciones como que algunos de sus compañeros hacían mucho ruido en clase y 1 chica mencionó que la canción “Diles” le pareció muy “fea” porque hablaba mucho de sexo. Sin embargo, 13 chicas afirmaban que el taller les gustó mucho, inclusive, 2 chicas mostraron su inconformidad por la duración del taller y esto fue lo que dijeron:

- “Todo estuvo bien, pero me hubiese gustado tener más clases” (Alumna 4).
- “Se acabó muy rápido y yo quería conocer más sobre este tema” (Alumna 9).

### **Estudiantes hombres:**

Para este sector, el taller les resultó interesante y entretenido, pues 12 alumnos mencionaban que les agradó analizar valores a través de canciones pop ya que escuchar música es una actividad que disfrutaban hacer, además, afirmaron que el taller les ayudó a entender qué tipo de mensajes se les trata de transmitir a través de la música que escuchan. Estas son sus palabras:

- “Me gustó porque aprendí sobre qué es la música pop” (Alumno 1).

- “Para aprender a valorar canciones” (Alumno 3).
- “Me gustó analizar a fondo las canciones pop” (Alumno 4).
- “Me agradó que nos enseñaron el significado de la música pop y los valores” (Alumno 5).
- “Me ayudó a reflexionar valores mediante la música o cada que escuche una canción” (Alumno 7).
- “Me gustó el taller porque aprendí que la música tiene mensajes que te quieren transmitir” (Alumno 8).
- “Para reflexionar sobre las frases de las canciones” (Alumno 9).
- “Me gustó el taller porque nos enseñaron sobre los valores que hay en la música pop” (Alumno 10).
- “Me enseñaban algunos valores que yo jamás he utilizado en mi vida cotidiana” (Alumno 11).
- “Para escuchar música con buen contenido” (Alumno 12).
- “Me ayudó aprender qué valores tiene el pop” (Alumno 13).
- “Para decidir qué canciones escuchar y cuáles no” (Alumno 14).

Estos estudiantes también hicieron énfasis en el trato que se dio a lo largo del taller porque se les permitió expresarse libremente, algo que generalmente en sus clases se les prohíbe. Así lo expresan:

- “El profesor era agradable y comprensible” (Alumno 1).
- “El profesor era buena onda” (Alumno 5).
- “Me permitieron expresarme y en otras clases no nos dejan” (Alumno 7).
- “Trabajar con música fue bueno porque es algo que me gusta, pero que no nos dejan hacer en otras clases” (Alumno 8).

Al igual que las chicas, a los hombres se les pidió que reconocieran qué cosas no les habían gustado del taller, a lo cual, 3 chicos refirieron que no les gustó hablar solamente de un tipo de música, un chico dijo que algunas canciones resultaban algo “fuertes” por el mensaje que contenían y otro más mostró cierta inconformidad por la actitud de algunos de sus compañeros que hablaban mucho en clase. Sin embargo, 16 chicos afirmaban que el taller les gustó mucho.

Con base en los resultados anteriores, se puede decir que para las y los estudiantes de primero de secundaria lo aprendido en el taller les fue útil porque cuando escuchen sus canciones favoritas tratarán de entender y analizar qué dicen y qué contenidos, valores e ideologías están proponiéndoles.

Por otro lado, fue evidente que un acierto del taller fue haber trabajado con la música que forma parte del consumo cultural de los estudiantes, por ser una actividad que disfrutan y forma parte de su cotidianidad. Partir de este interés, permitió aprender que siempre se debe reflexionar sobre lo que la industria de la cultura ofrece; que cada canción tiene un significado o mensaje con valores que a veces se oponen o reafirman lo que se nos fue enseñado por la familia y sociedad, por eso es necesario siempre analizarlas.

## Conclusiones

“La educación es un proceso consciente y no consciente, se da con la interacción del hombre con el hombre, con la naturaleza y con su entorno” (Malagón, 2010, 16). La afirmación de Malagón me lleva a enfatizar que la educación no se limita al hecho de estar escolarizado o institucionalizado, sino que se trata de un proceso constante e interminable en el que cada experiencia de vida que tenemos va forjando nuestra forma de ser y de pensar. Para los estudiantes de primero de secundaria de la institución “República del Perú”, una de esas experiencias que incide en ese proceso formativo es la música y canciones pop, ya que está presente en diferentes esferas de su vida cotidiana, es decir, la ocupan para estudiar, hacer tarea, cantar, bailar, relajarse, hacer el aseo y exteriorizar sus sentimientos y emociones. De esa manera este sector adopta como suyos los ritmos, las melodías y las letras de las canciones que les resultan más agradables, pero también, como afirma Colomo y de Oña (2014) adquieren experiencia axiológica, pues la música al ser un medio para la expresión humana, tiene la posibilidad de mostrar diferentes perspectivas de lo que es el mundo real.

En este sentido, la investigación me permitió darme cuenta que la mayoría de los artistas y disqueras que producen canciones pop proponen temas donde el amor, el dinero, las drogas, la fama y las relaciones sexuales se consideran aspectos merecedores de reconocimiento. Dicho esto, el objetivo del estudio y la comprobación de la hipótesis se lograron a partir del taller “Las canciones pop: un mundo para analizar y reflexionar valores”, pues los alumnos y alumnas con los que trabajé aprendieron a reconocer, poco a poco, que no todo lo que circula a través de las canciones pop y otros medios de comunicación concuerda con los valores y enseñanzas que reciben en casa o la escuela, debido a que son elaborados principalmente con fines comerciales y de entretenimiento; por lo tanto, al momento de escuchar canciones, independientemente del género, siempre es necesario reflexionar lo que éstas promueven.



La Pedagogía Crítica y el Constructivismo plantean que el aprendizaje se vuelve más significativo cuando se logra establecer un vínculo entre los contenidos curriculares de los programas de estudio con los problemas o situaciones que viven diariamente los estudiantes; en este sentido, el mayor reto de la presente investigación recayó en este punto, debido a que el fin principal era demostrar que las canciones pop al ser un componente importante en la vida de estudiantes de primero de secundaria pueden convertirse en una herramienta poderosa para potenciar el pensamiento crítico y reflexivo de estos sujetos a través de análisis de los valores que estas difunden.

Asimismo, se puede concluir que el incorporar sus consumos mediáticos al aula, como fue el caso de la música pop, hizo del aprendizaje un proceso significativo y enriquecedor porque se habló de un tema que consideraron interesante, se sintieron identificados con las actividades porque conocían la música que se analizó en clase y consecuentemente se sintieron motivados para trabajar y participar. Al final, el grupo reconoció que lo visto en clase sería de utilidad para su vida cotidiana debido a que continuamente están escuchando música y usando diferentes medios de comunicación, es decir, encontraron una relación entre los contenidos de la escuela con aspectos de su vida.

Lo anterior me lleva a pensar que en todo proceso formativo, es necesario que las personas que se encargan del acto educativo estén atentas a los intereses y necesidades que inquietan a los estudiantes con los que diariamente trabajan, ya que existen elementos de su cotidianidad que pueden ser aprovechados dentro del salón de clases para facilitar el aprendizaje de algún contenido curricular y despertar en ellos el interés por aprender y seguir estudiando.

Por otra parte, pude notar que un elemento clave del taller fue fomentar el diálogo y la libre expresión en el grupo tal como lo plantea el enfoque comunicativo de la Pedagogía Crítica, pues me permitió establecer un lazo de confianza con los estudiantes a tal grado que se sintieron libres de expresar sus ideas, dudas e inquietudes, sin miedo a equivocarse o de ser criticados, esto a su vez causó que participaran constantemente y compartieran entre ellos sus diferentes puntos de

vista, lo que les ayudó a ampliar sus perspectivas respecto a los temas vistos en clase y disfrutar de las actividades planteadas sin tener que obligarlos a trabajar.

En este sentido, tal y como lo indican la Pedagogía Crítica y el Constructivismo, mi labor no consistió en ofrecer un conocimiento absoluto y acabado, sino en brindar las herramientas necesarias que permitieran a los educandos elaborar su propio conocimiento y descubrir qué intereses y valores promueven los artistas y disqueras de música pop. Al principio, dicha tarea me pareció un poco difícil de cumplir porque quería definir inmediatamente aquellos términos que los estudiantes no entendían como el concepto de valor, sin embargo, pude percatarme que al grupo le resultaba más gratificante y provechoso descubrir por su propia cuenta el significado de las cosas y elaborar sus propias conclusiones; como ejemplo puedo nombrar la actividad “La casa en llamas” donde los estudiantes de manera individual y en equipo se esforzaban y se divertían al momento de explicar por qué algunas cosas son más valiosas que otras, les gustaba argumentar y defender sus puntos de vista y al final de dicha actividad pudieron concluir que valorar es sinónimo de la palabra apreciar.

Se puede concluir entonces que los estudiantes adquieren un mayor conocimiento cuando se les permite actuar, trabajar, reflexionar y dialogar en torno al objeto o materia que necesitan o quieren aprender, por lo tanto, la labor de un educador no debe limitarse a la exposición y el discurso como única estrategia y técnica de enseñanza, sino que el salón de clases debe convertirse en un entorno para la comunicación y la interacción entre profesores y alumnos donde se fomente el diálogo, la discusión grupal y el debate para que todos tengan derecho de exponer sus puntos de vista, dudas y necesidades. De otra manera los formadores no tendrían la posibilidad de establecer un vínculo de confianza con sus alumnos ni mucho menos darse cuenta si están aprendiendo.

Ahora puedo decir que fue gratificante y un acierto haber trabajado con canciones pop a través de un taller porque me ayudó a darme cuenta de que iniciativas como éstas pueden incidir en el proceso de aprendizaje de los estudiantes. También pude entender lo importante que es trabajar a partir de la planeación didáctica,

pues a pesar de que no todas las sesiones salieron al cien por ciento como se habían planeado, sí son una guía de trabajo que sirve de orientación, pues cuando por alguna situación, no funciona alguna actividad, se puede continuar con otra.

En otro orden de ideas, puedo decir que éste trabajo me ayudó a fortalecer la competencia comunicativa escrita, pero sobre todo, me permitió darme cuenta de que soy capaz de planear y aplicar instrumentos que abonen en procesos formativos significativos.

La investigación también me permitió darme cuenta del duro y difícil trabajo que es estar frente a un grupo numeroso y tratar de atender los requerimientos de cada estudiante, es decir, en ocasiones se le exige al cuerpo docente que innove su forma de trabajo e incorpore las TIC y los medios al aula con el fin de lograr el aprendizaje significativo y de este modo, atienda las necesidades que exige la era actual, sin embargo, esto resulta difícil cuando un solo profesor tiene a su cargo a más de cuarenta alumnos y tiene que cumplir con el programa de contenidos que propone la SEP.

Por último quiero reconocer que dejo temas pendientes por salirse del área de mi objeto de estudio, pero que sin embargo, me gustaría abordar en futuras líneas de investigación. Por ejemplo, me gustaría indagar sobre la formación que han recibido los profesores de educación básica en torno a la tecnología como recurso para su utilización en el aula, o trabajar la línea de la inclusión pedagógica de las TIC al aula de educación básica.



- |                                  |   |   |
|----------------------------------|---|---|
| <input type="checkbox"/> Country | <input type="checkbox"/> K-pop                  | <input type="checkbox"/> Cumbia                             |
| <input type="checkbox"/> Metal   | <input type="checkbox"/> Cristiana              | <input type="checkbox"/> Disco                              |
| <input type="checkbox"/> Jazz    | <input type="checkbox"/> Indie /<br>alternativa | <input type="checkbox"/> Electrónica                        |
| <input type="checkbox"/> Blues   | <input type="checkbox"/> Reggaetón              | <input type="checkbox"/> Bachata                            |
| <input type="checkbox"/> Reggae  | <input type="checkbox"/> Rock                   | <input type="checkbox"/> Ska                                |
| <input type="checkbox"/> Funk    | <input type="checkbox"/> Salsa                  | <input type="checkbox"/> Instrumental<br>(sin letra ni voz) |
| <input type="checkbox"/> Clásica |   |   |

Otros (especifica cuáles): \_\_\_\_\_

3. Por qué te gusta escuchar éstos géneros musicales (Puedes elegir más de una opción ordenando de menor a mayor tu preferencia):

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> Por el ritmo | <input type="checkbox"/> Por el artista |
| <input type="checkbox"/> Por la letra | <input type="checkbox"/> Por la banda   |

Otras razones (indica cuáles): \_\_\_\_\_

4. Menciona tres de tus canciones favoritas en español junto con el artista o grupo musical que la interpreta:

1. \_\_\_\_\_ 3. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

5. ¿Cómo consigues tu música favorita? (Puedes escoger más de una opción, ordenando de menor a mayor el medio que utilizas más para conseguir tu música)

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Descargas de Internet                                   | <input type="checkbox"/> Grabaciones de la Radio |
| <input type="checkbox"/> Te la pasan tus conocidos<br>(amigos, familiares, etc.) | <input type="checkbox"/> Discos piratas          |
|  | <input type="checkbox"/> Discos originales       |

\_\_\_ Televisión

Otras formas (menciona cuáles): \_\_\_\_\_

6. ¿Qué páginas web utilizas para escuchar música? (Puedes escoger más de una opción, ordenando de menor a mayor tu preferencia)

\_\_\_ YouTube

\_\_\_ 8Tracks

\_\_\_ Google Play Music

\_\_\_ Deezer

\_\_\_ Spotify

\_\_\_ TheSixtyOne

\_\_\_ Grooveshark

\_\_\_ Napster

\_\_\_ Jango

Otras páginas (especifica cuáles): \_\_\_\_\_

7. ¿Qué dispositivos utilizas para escuchar tú música favorita? (Puedes escoger más de uno, ordenando de menor a mayor)

\_\_\_ Computadora  
(Laptop,  
computadora de  
escritorio, etc.)

\_\_\_ Celular  
\_\_\_ Tablet  
digitales

\_\_\_ Reproductor  
de CD's  
\_\_\_ Reproductor  
de mp3, mp4,  
etc.

\_\_\_ Televisión

\_\_\_ Reproductor  
de cassette

\_\_\_ Radio

Otros (especifica cuáles): \_\_\_\_\_

### III.- Prácticas de recepción

8. ¿Qué haces cuando escuchas música? (Puedes escoger más de una opción, ordenando de menor a mayor)

\_\_\_ Tarea

\_\_\_ Estudios

Quehacer Comes Descansas (nada) Para dormir Juegas Hacer ejercicio Bailas Para relajarte Cantas

Otras actividades (especifica cuáles): \_\_\_\_\_

9. ¿En dónde escuchas música? (Puedes escoger más de una opción, ordenando de menor a mayor los lugares donde escuchas música)

 Escuela Calle En la recámara Casa Transporte

Otros Lugares (especifica dónde): \_\_\_\_\_

10. Con quién escuchas y compartes tu música (Puedes elegir más de una opción, ordenando de menor a mayor)

 En familia Con los Sólo(a)

amigos

Otras personas (especifica quiénes): \_\_\_\_\_

## Anexo 2



### Test: "Las canciones pop y mi pensamiento crítico y reflexivo"

Escuela Secundaria Diurna "República del Perú"

**Objetivo:** Conocer la importancia de la música pop en la vida de estudiantes de primero de secundaria y la forma en que otorgan significado a los mensajes que en esta se difunden.

#### I: Datos generales:

Nombre: \_\_\_\_\_

Sexo:                    (   ) Masculino                    (   ) Femenino

Grado y grupo: \_\_\_\_\_

Número de lista: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Lee con atención las siguientes preguntas y responde lo que se te pide.

#### II.- Importancia de las canciones pop en la vida cotidiana del estudiante de primero de secundaria

1. ¿Qué es para ti la música pop?

2. ¿Qué lugar ocupa la música pop en tu vida, es decir, para qué la utilizas?



3. ¿Quiénes son tus artistas o grupos musicales pop favoritos y qué es lo que más te agrada de ellos?

4. ¿Cuáles son tus canciones favoritas pop en español y qué es lo que más te gusta de esas canciones?

**III.-Forma en que estudiantes de primero de secundaria analizan, valoran y otorgan significado a las canciones pop que escuchan.**

**Indicaciones:** Escucha con atención la canción que se reproducirá en clase y contesta las siguientes preguntas:

5. ¿Quién es el artista o grupo musical interprete?

6. ¿Para qué disquera trabaja el artista o grupo musical interprete?

7. ¿Qué es lo que más te gusta de la canción?

8. ¿Qué es lo que más te disgusta de la canción?

9. ¿De qué tema habla la canción y por qué crees que habla de ese tema?

11. ¿Cuál crees que era la finalidad del artista o grupo musical al componer esa canción?

12. ¿Qué tipo de valores crees que resalta la canción y por qué?

13. ¿Qué cosas crees que pueda aportar esa canción a tu vida?

**IV.- Impresión del taller**

14. ¿Qué te gusto del taller en general y por qué?

15. ¿Qué te disgusto del taller y por qué?

16. ¿Para qué crees que te sirva lo visto en el taller?

17. ¿Qué cosas crees que no te servirán del taller?

18. ¿Qué otros temas te hubiese gustado ver o hablar en el taller y por qué?

### Anexo 3

#### **“Llegue a la escuela montado en...”**

Esta actividad consiste en que el facilitador a cargo del taller formará un círculo con todos los integrantes del grupo con el que estará trabajando.

Pedirá a cada integrante del grupo que se presente, indicando que al inicio de la presentación que cada estudiante realizará, deberán decir primeramente su nombre y mencionar un objeto o animal en el que supuestamente vinieron montados para venir a la escuela; ejemplo:

Me llamo David y llegue a la escuela montado en un Dinosaurio (el animal que digan tiene que iniciar con la primera letra de su nombre) y posteriormente imitar el sonido del animal u objeto que mencionan.

El niño que siga deberá decir el nombre de su compañero anterior, así como el nombre del animal que mencionó con su respectivo sonido. Posteriormente él mencionará su nombre, un animal u objeto en el que supuestamente llego a la escuela e imitará el sonido del mismo. La actividad culminará hasta que todos los estudiantes hayan pasado (sin omitir a nadie).

## Anexo 4

### **Actividad: La casa en llamas**

Esta actividad consistirá de cuatro fases:

**Primera fase:** El facilitador proporcionará a cada uno de los estudiantes del grupo una hoja llamada “Táctica de salvamento contra incendios” (Ver anexo 5) y posteriormente leerá la siguiente anécdota:

Una casa en la cual se encontraba tú mejor amigo o amiga, tu mamá, tú esposa o esposo, tu mascota, tu caja de ahorro de un millón de dólares y un fugitivo de la ley comienza a estar en llamas y eres el bombero responsable para rescatarlos. ¿A quién salvarías primero y por qué?

**Segunda fase:** Una vez leída la anécdota, el facilitador indicará al estudiante que conteste la Columna 1 de la hoja “Táctica de salvamento contra incendios” donde el estudiante tendrá que enumerar del 1 al 5 en qué orden salvaría a las personas o cosas que se encuentran dentro de la casa en llamas y explicar por qué.

**Tercera fase:** Posteriormente el facilitador distribuirá al grupo en diferentes equipos con el número de integrantes que le convenga al facilitador y se pedirá a cada equipo que tomen una decisión por consenso sobre la misma tarea ya realizada.

**Cuarta fase:** Por último, el facilitador pedirá a los equipos que expongan sus respuestas ante el grupo para compararlas y observar las diferencias tanto en las elecciones individuales como las elecciones que realizaron en equipo y se realizarán algunas preguntas de reflexión que inciten a los estudiantes a reflexionar sobre la importancia de los valores en esta actividad.

### **Preguntas de reflexión:**

1. ¿Por qué han decidido salvar primero a ciertas personas o cosas antes que a otras?

2. ¿Por qué creen que hay similitudes o diferencias en la forma en que cada alumno o equipo decidió salvar a ciertas personas sobre otras?
3. ¿Por qué valoramos ciertas cosas más que otras, en este caso, por qué valoramos a unas personas más que a otras?
4. ¿Quién o qué nos enseñó a valorar ciertas cosas más que otras?
5. ¿Creen que los valores tienen que ver con las decisiones que tomamos en nuestra vida? Sí o no ¿Por qué o de qué manera tienen que ver con nuestras decisiones?

## Anexo 5

### “Táctica de salvamento contra incendios”

**Indicaciones:** Lee nuevamente la anécdota “La casa en llamas” y luego en la Columna 1 de esta hoja enumera del 1 al 6 a qué personajes o cosas de la historia salvarías primero y a quiénes después y explica por qué lo harías en determinado orden.

### La casa en llamas

Una casa en la cual se encontraba tú mejor amigo o amiga, tu mamá, tú esposa o esposo, tu mascota, tu caja de ahorro de un millón de dólares y un fugitivo de la ley comienza a estar en llamas y eres el bombero responsable para rescatarlos. ¿A quién salvarías primero y por qué?

	Columna 1	Explica en esta columna por qué elegiste salvar a ciertas personas o cosas antes que a otras
Tú mejor amiga o amigo		
Tú mamá		
Tú esposa o esposo		
Tu mascota		
Tú caja de ahorro de un millón de dólares		
Fugitivo de la ley		

## Anexo 6

### “Equipo de bomberos al rescate”

**Indicaciones:** Lee con tu equipo de trabajo la historia “La casa en llamas” y enumeren en orden de menor a mayor a qué objetos o personas salvarían primero y a quiénes después y expliquen el por qué.

	Columna 1	Explica en esta columna por qué elegiste salvar a ciertas personas o cosas antes que a otras
Tú mejor amiga o amigo		
Tú mamá		
Tú esposa o esposo		
Tu mascota		
Tú caja de ahorro de un millón de dólares		
Fugitivo de la ley		



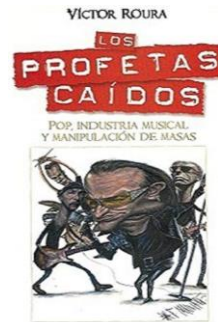
## Anexo 7

### Lectura: “Quizás no lo sabías, pero...”

**Indicaciones:** Lee atentamente con tu equipo de trabajo la sección “Quizás no lo sabías, pero...” e identifica lo que se te pide en el cuadro que viene al final del texto. Para facilitar la lectura, traten de que cada integrante del equipo lea un párrafo y después lo pasan a otro compañero del equipo.

### Quizás no lo sabías, pero...

De acuerdo con un libro sobre música pop llamado “Los profetas caídos” publicado en el año 2007 por el escritor y periodista mexicano Víctor Roura, muchas de los artistas y canciones que se clasifican como pop o populares han ganado su popularidad y fama debido al apoyo que les brindan las empresas de monopolio dueñas de las casas productoras que buscan no sólo un espacio radiofónico para la distribución y venta de la música que producen, sino todo tipo de medios para adquirir mayores beneficios económicos.



A manera de ejemplo, Roura (2007) expone en su libro que la compañía discográfica transnacional Warner Music, una de las compañías musicales más grandes del mundo, el viernes primero de septiembre del año 2000 anunció, con estruendo, que Madonna se hallaba en el primer sitio de las listas de popularidad de 17 países, sin embargo, dicha compañía no dijo cuánto dinero había distribuido a las radiofonías de dichas naciones para que programaran por bastante tiempo el nuevo disco de dicha artista.



**WARNER MUSIC GROUP**

Es así que las empresas discográficas han acumulado tanto poder y dinero que logran colocar a un artista en el primer lugar de popularidad de los más escuchados del momento, e incluso, tienen el poder necesario para indicar a los artistas o bandas musicales los géneros musicales que deben cantar en sus



próximos discos y de qué temas deben abordar en sus próximas canciones; tal es el caso del cantante Luis Miguel, quien en sus inicios siendo cantante de música pop, sufrió una conmoción (se alteró) cuando se enteró que su productora musical había acordado que grabaría boleros románticos, el cual era un género musical que él odiaba desde que era joven, sin embargo, decidió trabajar en dicho género para que pudiera aumentar su círculo de compradores así como la venta de sus discos.



Por otra parte, hay artistas que tratan de ganar más dinero y fama de otra manera, pues cantantes como Paulina Rubio, Britney Spears, Christina Aguilera, Mariah Carey, Kenny Avilés, Madonna, Paris Hilton, Gloria Trevi, Shakira, entre otras artistas que se dicen populares y de prestigio planetario, empiezan su carrera cantando y terminan irremediabilmente desvistándose para revistas de hombres con el fin de cautivar a su público, tener más espectadores y ganar más dinero.

Según el libro de Roura (2007):

Shakira, el 9 de Julio de 2006, en el intermedio de la final del partido entre Italia y Francia en la Copa Mundial de Futbol efectuada en Alemania, cantó una canción con un atuendo minúsculo que le sirvió, tal como estaba programado por los mercadólogos de su discográfica, para cautivar a su audiencia mediante figuraciones sensuales durante las cuales lo que menos importaba era precisamente la música. Es así que las artistas se desnudan (o medio desnudan, como la orgullosa preñada Britney Spears, que deja fotografiar sin ropa su abultado vientre en la portada de la revista *Harper's Bazaar* en junio de 2006, cobrando millones de dólares por ello) acaso para mostrar con vehemencia que, finalmente, la música no lo es todo en la vida.

**Información recuperada de:** Roura, V. (2007). Los profetas caídos. México: Lectorum

## Anexo 8

### Ejercicio: Detectives del pop

De acuerdo con lo que leíste en la sección “Quizás no lo sabías, pero...” reflexiona sobre quiénes participan en la producción de música pop así como el estrellato de artistas pop y llena el cuadro que se te presenta a continuación:

	Anota la compañía que se mencionó en la lectura y responde las siguientes preguntas. Compañía disquera: _____	Anota algún artista mencionado en la lectura y responde las siguientes preguntas. Artista: _____
¿En qué creen que consiste su trabajo?		
¿Cuáles creen que son sus objetivos o intereses?		
¿Qué creen que los impulso a hacer el trabajo que hacen?		
¿Qué tipo de valores o acciones creen que resaltan en sus canciones y por qué?		
¿Estás de acuerdo con lo que tienen que hacer en su trabajo para tener “éxito”? Sí, no. ¿Por qué?		
De acuerdo con la lectura ¿Cuáles son los intereses que tienen en común la compañía disquera y el artista que mencionaste?		

## Anexo 9

### Cuadro comparativo: “Dos artistas, dos puntos de vista”.

**Indicaciones:** Escucha atentamente las dos canciones que se reproducirán en clase y llena con tu equipo de trabajo el siguiente cuadro comparativo:

	Canción 1	Canción 2
	Artista: Canción:	Artista: Canción:
¿De qué tema hablan las canciones y por qué creen que hablan de dichos temas?		
¿Qué similitudes encuentran en ambas canciones?		
¿Qué diferencia encuentran en las canciones?		
¿Qué les gusta de cada canción y por qué?		
¿Qué les disgusta de cada canción y por qué?		
¿Qué frases de las canciones creen que expresan valores positivos que consideren importantes en su vida y por qué?		
¿Qué frases consideran que expresan valores negativos que no son apropiados aprender en la vida y por qué?		

¿Qué es lo que se valora como importante en las canciones que escuchaste?		
¿Qué tipo de acciones o conductas promueve cada canción?		
¿Cómo exponen que deberían ser las mujeres y su forma de pensar?		
¿Están de acuerdo? (si) (no) ¿Por qué?		
¿Cómo exponen que deberían de ser los hombres y su forma de pensar?		
¿Están de acuerdo? (si) (no) ¿Por qué?		
¿Qué cosas de las canciones pasan en la vida real?		
¿Qué cosas de las canciones no pasan en la vida real?		
Si estos artistas hablaran más de valores ¿Tendrían tanta fama y popularidad? (si) (no) ¿Por qué?		

## Anexo 10

### Letras de las canciones

**Canción:** Reggaetón lento

**Banda:** CNCO

**Álbum:** Reggaetón lento (Bailemos)

**Año:** 2017

**Sello discográfico:** Sony Music Latin

### Letra

Qué bien se ve  
Me trae loco su figura  
Ese trajecito corto le queda bien  
Combinado con su lipstick color café

Qué bien se ve  
Me hipnotiza su cintura  
Cuando baila hasta los dioses la quieren ver  
Ya no perderé más tiempo, me acercaré

CORO

//Yo sólo la miré y me gustó  
Me pegué y la invité: "Bailemos, eh?"  
La noche está para un reggaetón lento  
De esos que no se bailan hace tiempo// (Se repite 2 veces)

Permíteme bailar contigo esta pieza  
Entre todas las mujeres se resalta tu belleza  
Me encanta tu firmeza, te mueves con destreza  
Muévete, muévete, muévete

Muy rica, latina, estás llena de vida  
Sube las dos manos, dale pa' arriba  
¿Dónde están las solteras y las que no, también?  
Sin miedo muévete, muévete, muévete

//Yo sólo la miré y me gustó  
 Me pegué y la invité: "Bailemos, eh?"  
 La noche está para un reggaetón lento  
 De esos que no se bailan hace tiempo// (Se repite 2 veces)

Baila conmigo  
 La noche está para un reggaetón lento  
 De esos que no se bailan hace tiempo

I know you like it when I take you to the club  
 I know you like this reggaetón lento  
 This is happend baby till I say so  
 Come get come get some more

Es imposible atrasar las horas  
 Cada minuto contigo es un sueño  
 Quisiera ser su confidente

¿Por qué no te atreves y lo hacemos ahora?  
 No te pongas tímida  
 Estamos tú y yo a solas

CORO

//Yo sólo la miré y me gustó  
 Me pegué y la invité: "Bailemos, eh?"  
 La noche está para un reggaetón lento  
 De esos que no se bailan hace tiempo// (Se repite 4 veces)

//Muévete, muévete  
 Báilalo, báilalo  
 La noche está para un reggaetón lento  
 De esos que no se bailan hace tiempo// (Se repite 2 veces)

¿Que quiénes somos?  
 ¡CNCO!

Qué bien se ve  
 Me trae loco su figura  
 Ese trajecito corto le queda bien  
 Combinado con su lipstick color café  
 Qué bien se ve

**Canción:** Diles

**Artistas:** Bad Bunny, Ozuna, Arcángel, Farruko y Ñengo Flow

**Álbum:** El conejo malo

**Año:** 2017

**Sello discográfico:** Hear This Music

### Letra

Prende otro phillie bebé

Que ya mismo este se apaga

Vamos para el cuarto polvo

Ya esto es una saga

Dice que le gusta hacerlo con mis temas de trap

Y si te preguntan por qué pa'l sexo

Yo soy tu fav

CORO

//Diles

Que yo me sé tus poses favoritas

Que te hablo malo y que eso te excita

Que te hago todo lo que necesitas

Pa' hacerte venir// (Se repite 2 veces)

Farru

Dile que soy el baby

Tu novio viste de Old Navy

Yo sí tengo flow, él no tiene flow

Yo a ti te martillo y te doy dembow

Por la noche cuando él se va tú me llamas con la necesidad

Porque te gusta cómo te doy

Tranquila ma, que por ahí voy ya

Uhh

Quiero hacerte cositas que nunca te han hecho

Esta noche conmigo tú tocas el techo

Uhh

Cuando te pelean y estás en despecho

Me llamas y yo adentro te la echo



Dime si tú quieres que yo te ubique en mi cama  
 Deja el drama ven y mama  
 Voy a darte duro hasta por la mañana  
 Y que comience la acción  
 Dame tu ubicación  
 Tú sabes que yo le llevo y cuando llevo  
 Este bicho causa emoción  
 Le bajo al pozo como Poseidón  
 Le abro las piernas en el balcón  
 Pa' hablarte claro ma, tú le metes cabrón  
 Me gusta como con la boca me pones el condón  
 Y te queda mejor, mamá  
 Cuando no me pones na'  
 Este bicho es tuyo, avanza y corre  
 Ven y súbete en la torre

CORO

//Diles

Que yo me sé tus poses favoritas  
 Que te hablo malo y que eso te excita  
 Que te hago todo lo que necesitas  
 Pa' hacerte venir// (Se repite 2 veces)

Conozco tus poses, hago susurrar todas tus voces  
 Por mi cuello se ilumina el camino cuando estrello  
 Tu cuerpo junto al mío, haciendo detener el tiempo  
 Este es el mejor momento  
 Poses abajo o arriba  
 Poses en cuatro, encima o de lao  
 Caliente, caliente, dime qué tú sientes  
 Si te doy de frente, se siente apretao  
 Tu culo pégalo cerca pa' retumbarte completa  
 Baja y sube en cámara lenta, mai (Bad Bunny)

Vamo' hacerlo adentro del carro y pichea el hotel  
 Que tengo ganas bebé y no hay tiempo para perder  
 Cristales tinteados, nadie nos va a ver  
 Estamo' bellacos y queremos' meter  
 Tú y yo solitos, dale, apaga el cel  
 Que te voy a hacer lo que no te hace él  
 Y woah  
 Los cristales del carro se empañan  
 Tu carita de ángel me engaña

Yo soy sano pero tú me dañás  
Y woah  
Prende un krippy y se puso Lucía  
Me dio un blowjob mientras conducía  
Se trepó y me seducía

CORO

//Y diles  
Que yo me sé tus poses favoritas  
Que te hablo malo y que eso te excita  
Que te hago todo lo que necesitas  
Pa' hacerte venir// (Se repite 2 veces)

## Anexo 11

### Cosas positivas y negativas de una canción pop

#### Datos personales del alumno

Nombre: \_\_\_\_\_

Grado y grupo: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre de la canción a analizar: \_\_\_\_\_

Nombre del artista o grupo musical: \_\_\_\_\_

Álbum al cual pertenece la canción: \_\_\_\_\_

Año de lanzamiento: \_\_\_\_\_

Compañía disquera o sello discográfico: \_\_\_\_\_

1. ¿De qué tema habla la canción?

2. ¿Por qué te gusta esta canción?

3. ¿Qué te disgusta de la canción?

4. ¿Cuál crees que era la finalidad del artista al componer esta canción?

5. Esta canción ¿Qué tipo de valores o acciones positivos o negativos te propone que debes practicar y por qué?

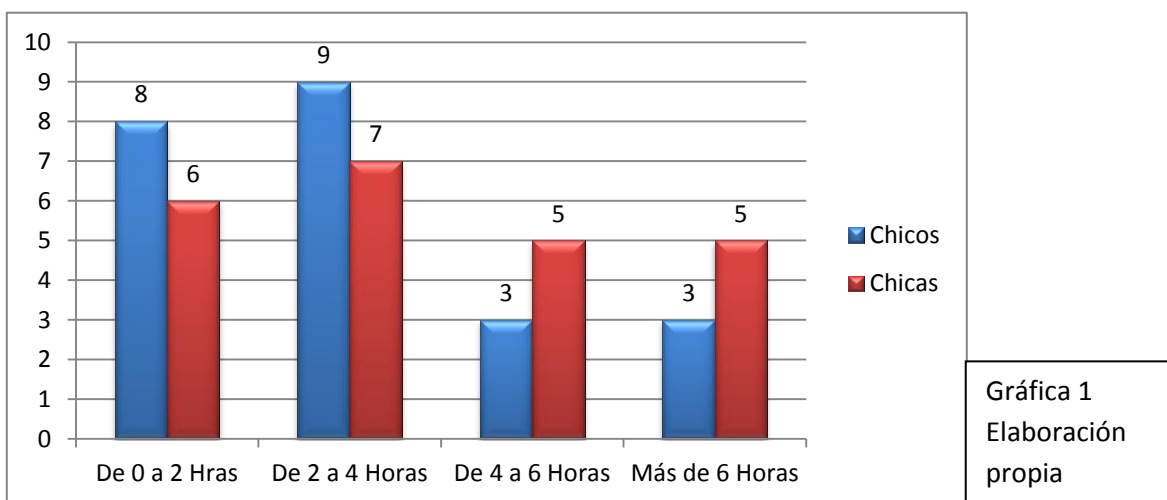
5. ¿Cuáles pueden ser las ventajas o desventajas de escuchar canciones pop como esta?

6. Si tuvieras que recomendar esta canción porque a ti te gusta ¿Para quién y por qué lo harías?

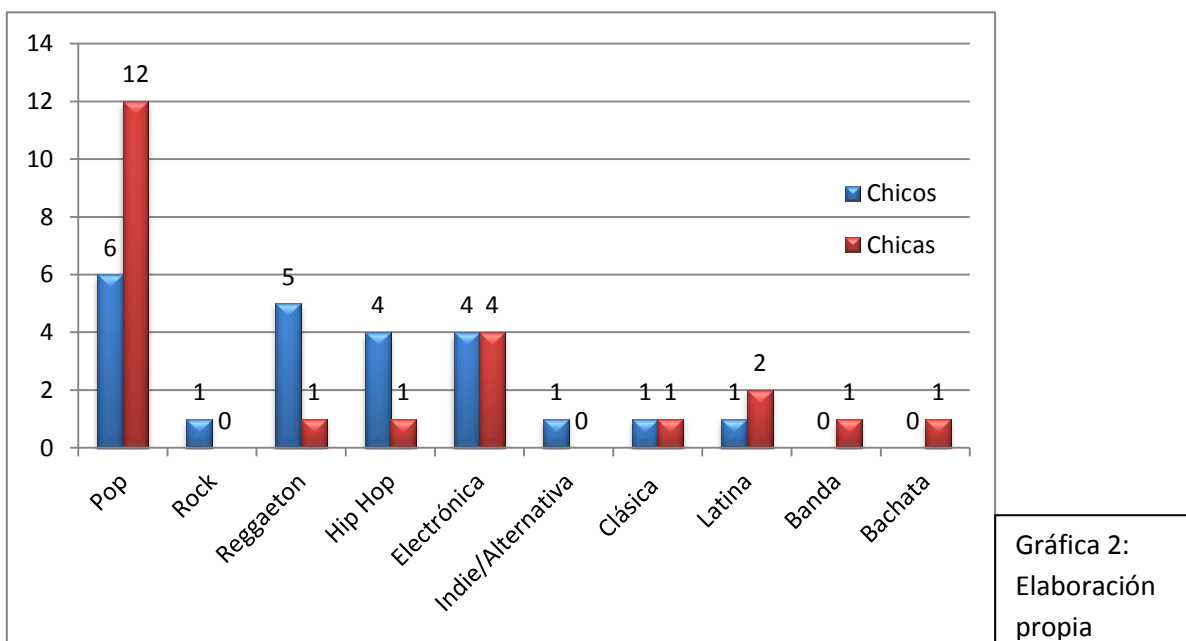
## Anexo 12

### Resultados del “Cuestionario sobre el consumo musical de los estudiantes de primer grado de secundaria”

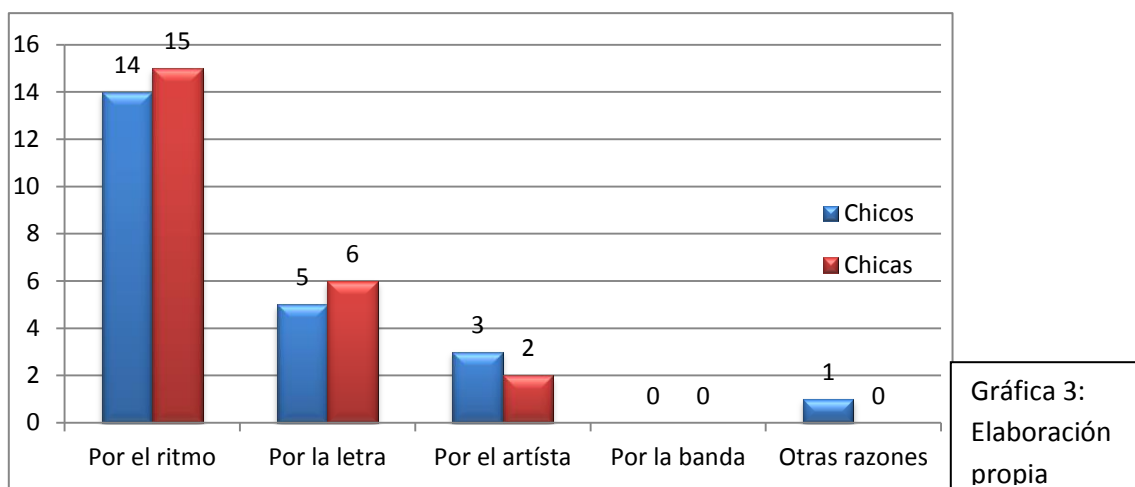
**Gráfica 1** Pregunta 1: ¿Cuántas horas escuchas música al día?



**Gráfica 2** Pregunta 2: ¿Qué tipo de música te gusta?



### Gráfica 3 Pregunta 3: ¿Por qué te gusta escuchar estos géneros musicales?



### Cuadro de análisis 1 Pregunta 4: Menciona tres de tus canciones favoritas en español junto con el artista o grupo musical que la interpreta.

Según el cuestionario contestado por los estudiantes hombres a esta pregunta, estos son las canciones que escuchan con mayor frecuencia junto con los artistas que los interpretan:

Artista	Canción	Género musical	Número de veces que se mencionó una canción	Total de veces que se mencionó a un artista
<b>Ozuna</b>	Diles	Trap	5 veces	14 veces
	Corazón de seda	Reggaetón	3 veces	
	Tu foto	Reggaetón	3 veces	
	Te vas	Reggaetón	1 vez	
	Si tu marido no te quiere	Reggaetón	1 vez	
	La rompe corazones	Reggaetón	1 vez	
<b>Luis Fonsi</b>	Despacito	Reggaetón	10 veces	10 veces
<b>Carla Morrison</b>	Déjenme llorar	Pop	3 veces	8 veces
	Disfruto	Pop/Rock	3 veces	
	Compartir	Pop	1 vez	
	Devuélvete	Pop	1 vez	
<b>Alan Walker</b>	Alone	Electrónica	2 veces	3 veces

	Faded	Pop/Electro	1 vez	
<b>Los Caligaris</b>	A vos	Ska	1 vez	2 veces
	Razón	Ska	1 vez	
<b>Ariadna Grande</b>	Greycy	Pop en inglés	1 vez	2 veces
	Everiday	Pop en inglés	1 vez	
<b>Nicky Jam</b>	Tu amante	Reggaetón	1 vez	2 veces
	Hasta el amanecer	Reggaetón	1 vez	
<b>Cartel de Santa</b>	Culón Culito	Rap	1 vez	1 vez
<b>Mc Aese</b>	Beso a beso	Rap	1 vez	1 vez
<b>Thalía</b>	La vida en rosa	Pop/Latino	1 vez	1 vez
<b>J. Balvin</b>	Sigo extrañándote	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>Rob Stone</b>	Chill Bill	Trap/Similar al rap	1 vez	1 vez
<b>Calvin Harris</b>	C.U.B.A.	Electrónica	1 vez	1 vez
<b>Dany Ocean</b>	Me rehúso	Pop	1 vez	1 vez
<b>Romeo Santos</b>	El malo	Bachata	1 vez	1 vez
<b>Don Miguelito y Pitbull</b>	Como yo le doy	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>Zoé</b>	Labios Rotos	Pop/Rock	1 vez	1 vez
<b>Natalia Lafourcade</b>	Nunca es suficiente	Pop	1 vez	1 vez
<b>Ed Sheran</b>	Shape of You	Pop	1 vez	1 vez
<b>Nirvana</b>	Like of fire	Rock/Pop	1 vez	1 vez
<b>Porta</b>	La bella y la bestia	Rap	1 vez	1 vez
<b>Marshmello</b>	Alone	Electrónica	1 vez	1 vez
<b>Barba Blanca</b>	Doble Cero	Rap	1 vez	1 vez
<b>Zarcort y Kronno Zomber</b>	Left 4 Dead	Rap	1 vez	1 vez
<b>Shakira y Maluma</b>	Chantaje	Pop	1 vez	1 vez
<b>Avicii</b>	Levels	Electrónica	1 vez	1 vez
<b>Skillet</b>	No gonna Die	Hard Rock	1 vez	1 vez
<b>Jassey y Joy</b>	Chocolate	Pop	1 vez	1 vez
<b>Morodo</b>	Amor sufrido	Reggae	1 vez	1 vez

**Cuadro de análisis 1.1** Géneros musicales preferentes según pregunta 4

Géneros musicales	Número de veces que se mencionaron canciones de un mismo género musical	%
Reggaetón	25	39.68%
Canciones Pop y derivados o mezclas entre pop y otro género musical	19	30.15%
Rap / Trap	9	14.28%
Electrónica	5	7.93%
Otros géneros (Hard Rock, Reggae, Ska, bachata, etc.)	5	7.93%
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>99.97%</b>

**Cuadro de análisis 2.**

Según el cuestionario contestado por las alumnas, estos son las canciones que escuchan con mayor frecuencia junto con los artistas que los interpretan:

Artista	Canción	Género musical	Número de veces que se mencionó una canción	Total de veces que se mencionó a un artista
<b>Zoé</b>	Brillas	Balada-pop	2 veces	4 veces
	Labios rotos	Rock-pop	2 veces	
<b>CNCO</b>	Reggaetón lento	Reggaetón	4 veces	4 veces
<b>Mc Richix</b>	No es cierto	Rap	1 vez	3 veces
	Te debo soltar	Rap	1 vez	
	Espero que seas feliz	Rap	1 vez	
<b>Natalia Lafourcade</b>	Hasta la raíz	Rock latino/pop	3 veces	3 veces
<b>Mon Laferte</b>	Tu falta de querer	Rock pop	1 vez	2 veces
	Amor completo	Rock pop	1 vez	
<b>Luis Fonsi</b>	Despacito	Reggaetón	2 veces	2 veces



<b>Pitbull feat. J. Balvin</b>	Hey Ma	Pop-latino	2 veces	2 veces
<b>Ed Sheeran</b>	2 Shape of You	Pop en inglés	2 veces	2 veces
<b>Demi Lovato</b>	Sabía que eras un problema	Pop	1 vez	2 veces
	Ataque al corazón	Electro-pop	1 vez	
<b>Aventura</b>	Cuando se pierde un amor	Bachata	1 vez	1 vez
<b>Auburn</b>	Perfect two	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Avicii</b>	Hey brother	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Ancud (Grupo dirigido por YouTuber: German Garmendia)</b>	Cambia	Rock/Pop	1 vez	1 vez
<b>Banda MS</b>	Mi razón de ser	Banda	1 vez	1 vez
<b>Carlos Rivera</b>	Cómo pagarte	Balada-pop	1 vez	1 vez
<b>Carla Morrison</b>	Flor que nunca fui	Rock Pop / Indie Rock	1 vez	1 vez
<b>Calle trece</b>	No hay nadie como tú	Rap	1 vez	1 vez
<b>Chopin</b>	Nocturno en do sostenido	Música clásica	1 vez	1 vez
<b>Charlie Puth</b>	We Don't Talk Anymore	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Chichi Peralta</b>	Procura coquetearme más	Merengue (son cubano)	1 vez	1 vez
<b>Duncan Dhu</b>	En algún lugar	Rock-pop	1 vez	1 vez
<b>Dj Peligro</b>	Candy Perreo	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>El haragan</b>	Él no lo mato	Rock-country	1 vez	1 vez
<b>Galantis</b>	No money	Electro-pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Gloria Trevi</b>	Todos me miran	Pop	1 vez	1 vez
<b>Harry Styles</b>	Sing of the times	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Julián Álvarez</b>	Y así fue	Banda	1 vez	1 vez
<b>Julieta Venegas</b>	Sal y limón	Rock-pop	1 vez	1 vez
<b>Justin Bieber</b>	Let me love you	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Katy Perry</b>	Roar	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>LemonGrass</b>	Baila sin miedo	Electro-pop	1 vez	1 vez
<b>Liran Roll</b>	María	Rock-blues	1 vez	1 vez
<b>Martin Garrix</b>	In the name of love	Electro-pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Mario Bautista</b>	No digas nada	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>One Direction</b>	Story of my life	Pop en inglés	1 vez	1 vez

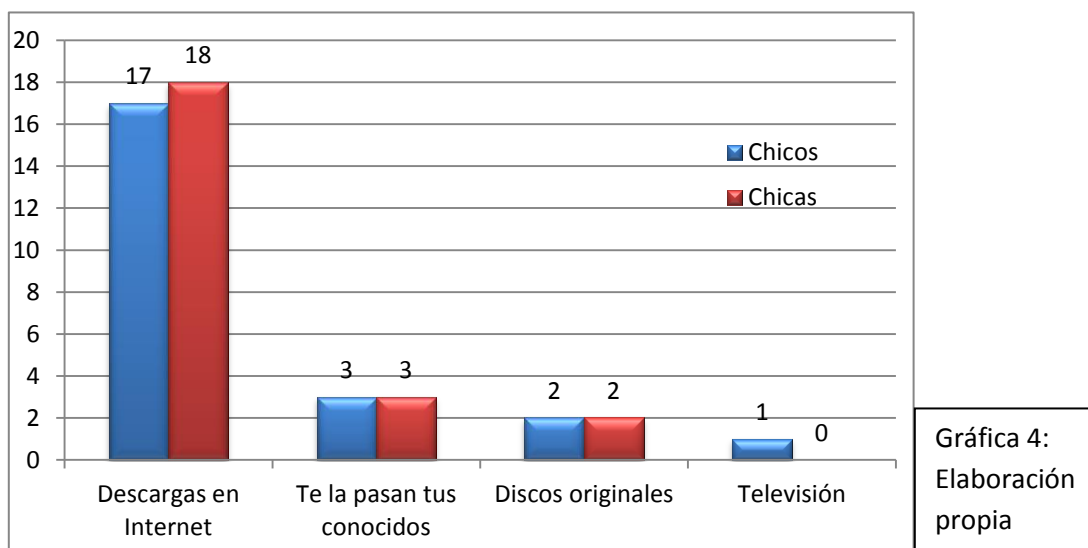
<b>Ozuna</b>	Corazón de seda	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>Plastilina Mosh</b>	Castigame	Rock-pop	1 vez	1 vez
<b>Pharrell Williams</b>	Happy	Pop en inglés	1 vez	1 vez
<b>Prymanena ft Mildred &amp; Dezean Rp</b>	No sirvo en el amor	Rap	1 vez	1 vez
<b>Reik</b>	Creo en ti	Balada-pop	1 vez	1 vez
<b>Río Roma</b>	No lo beses	Balada-pop	1 vez	1 vez
<b>Sebastian Yatra</b>	Traicionera	Reggaetón	1 vez	1 vez
<b>Shakira y Maluma</b>	Chantaje)	Pop	1 vez	1 vez
<b>SFM BENDY</b>	Construye nuestra maquina	Electro-swing	1 vez	1 vez
<b>Sofía Reyes y Reycon</b>	Llegaste tú	Pop	1 vez	1 vez
<b>Safree</b>	Quédate a mi lado	Pop	1 vez	1 vez
<b>Xion mc ft. Dyon mc</b>	Febrero sin ti	Rap	1 vez	1 vez
<b>Artista desconocido</b>	DISCORD	Electro-pop en inglés	1 vez	1 vez

**Cuadro de análisis 2.1** Géneros musicales preferentes según pregunta 4

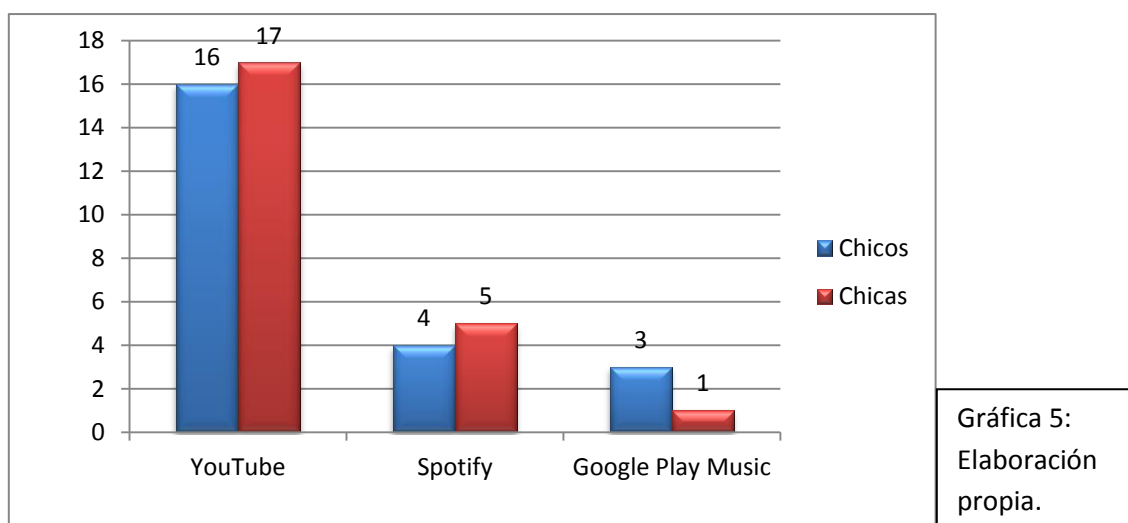
Géneros musicales	Número de veces que se mencionaron canciones de un mismo género musical.	%
Canciones Pop y derivados o mezclas entre pop y otro género musical	39	63.93%
Reggaetón	8	13.11%
Rap / Trap	6	9.83%
Electrónica	1	1.6%

Otros géneros (Hard Rock, Reggae, Ska, bachata, etc.)	7	11.47%
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>99.94%</b>

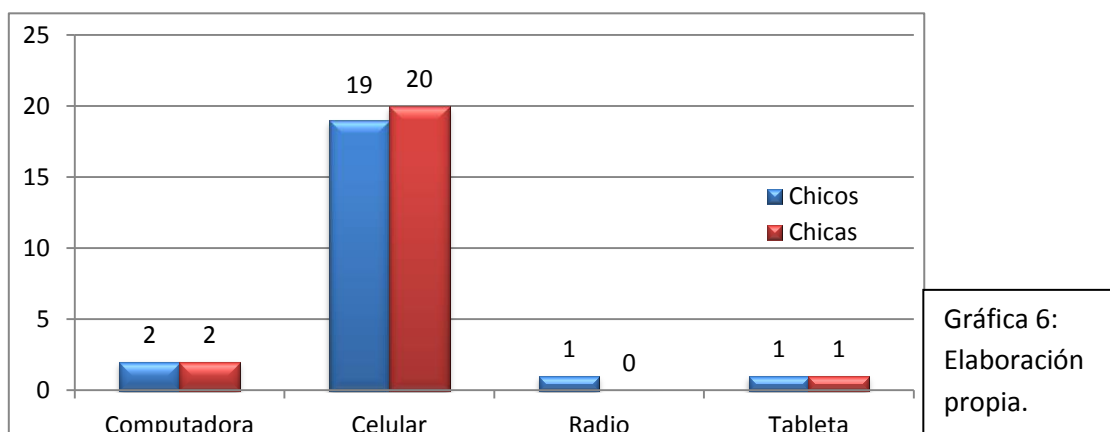
**Gráfica 4.** Pregunta 5: ¿Cómo consigues tu música favorita?



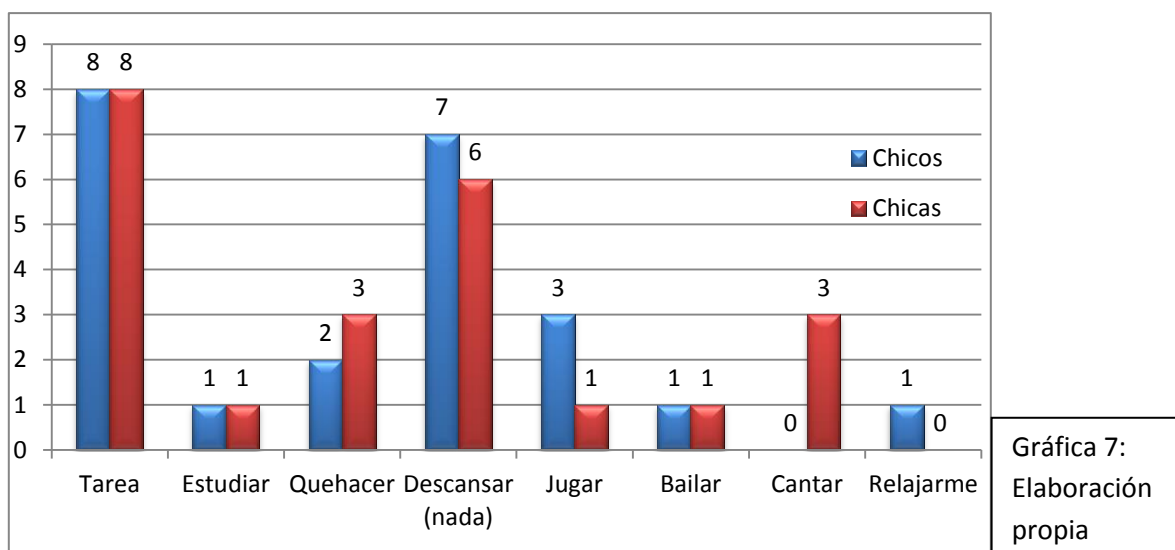
**Gráfica 5.** Pregunta 6: ¿Qué páginas web utilizas para escuchar música?

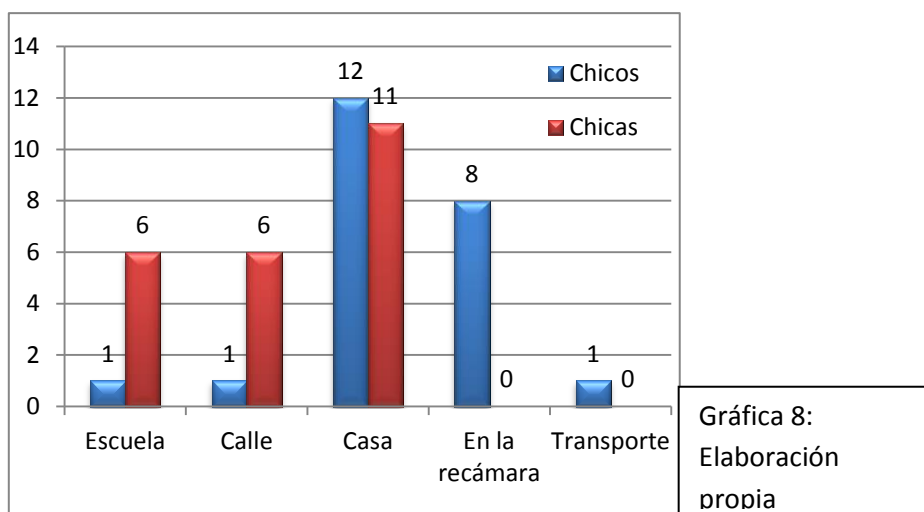
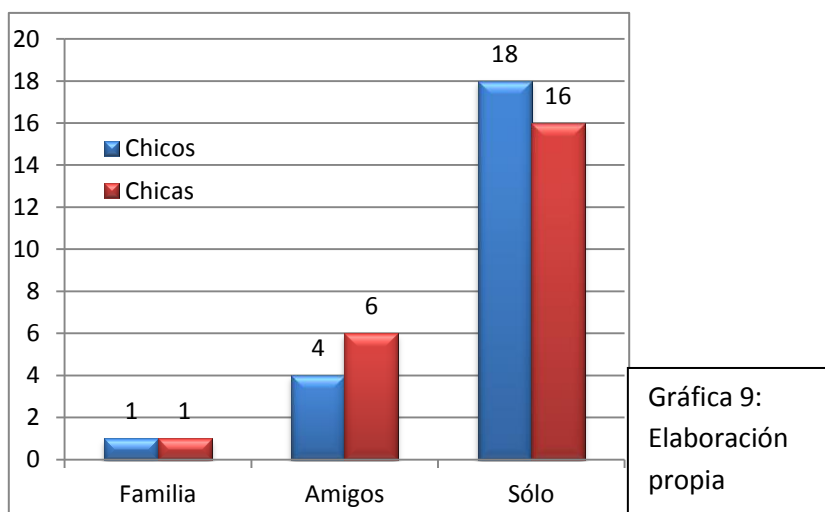


**Gráfica 6.** Pregunta 7: ¿Qué dispositivos utilizas para escuchar tú música favorita?



**Gráfica 7.** Pregunta 8: ¿Qué haces cuando escuchas música?



**Gráfica 8.** Pregunta 9: ¿En dónde escuchas música?**Gráfica 9.** Pregunta 10: Con quién escuchas y compartes tu música

### Anexo 13

Resultados de la actividad “Táctica de salvamento contra incendios” (Ver anexo 5).

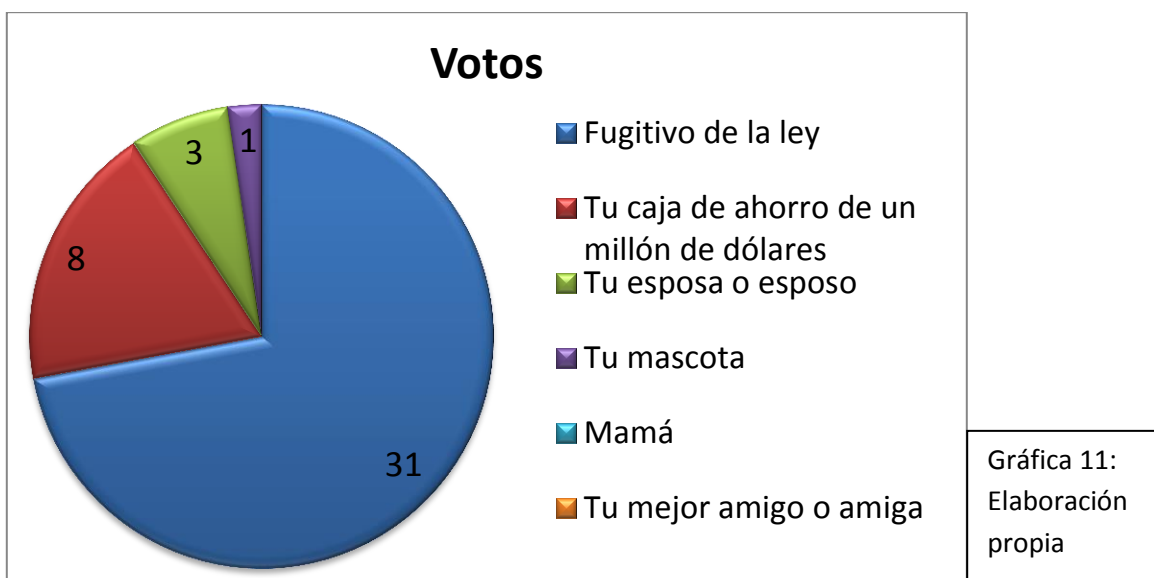
¿A quién salvarías primero?

Grafica 1



Gráfica 2

Personas o cosas que salvaron al último



## REFERENCIAS:

- Abalos, C. (2013). *El taller: Un dispositivo para el encuentro y la reflexión*. Buenos Aires: La cruzía.
- Acosta, S. y Sotelo, K. (2015). *Aprender a ser y vivir: una cuestión de actitud y valores*. México: Trillas.
- Adorno, T. y Horkheimer, M. (2013). *La industria cultural. Apostilla y con prólogo de Luis Ignacio García*. Buenos Aires: cuadernos de plata.
- Aguaded, J. y Pérez, M. (2007). La educación en medios de comunicación como contexto educativo en un mundo globalizado. En J. Almenara (Coord.). *Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación*. (pp. 63-75). Madrid: McGraw-Hill.
- Alvarado, M. (1 de Octubre de 2012). Lectura crítica de medios: una propuesta metodológica. En *Revista Científica de Educomunicación*. (n° 39). Pp. 101-108. Recuperado de:  
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4013474/2.pdf>
- Ambrós, A., y Breu, R. (2011). *10 ideas clave. Educar en medios de comunicación: La educación mediática*. Barcelona: Graó.
- Aparici, R., (2005). Medios de comunicación y educación. En *Revista de Educación*. S/v (338), Pp. 85-99.
- Arias, E. (2012). *Las identidades juveniles urbanas ante la industria cultural: el consumo de música independiente*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de:  
<http://132.248.9.195/ptd2013/Presenciales/0692574/Index.html>
- Asociación Mexicana de Internet. (2015). *11º estudio sobre los hábitos de los usuarios de internet en México 2015*. Recuperado de:  
<https://es.slideshare.net/dmedina83/amipci-habitos-2015-18mayo-vfinalpub>

- Ayuste A., Flecha R., López F. y Lleras J. (1999). *Planteamientos de la pedagogía crítica. Comunicar y transformar*. (3ª ed.). Barcelona: Graó.
- Ballesta, J. (dir.), Gómez, J., Guardiola, P., Lozano, J. y Serrano, F. (2003). *El consumo de medios en los jóvenes de secundaria*. Madrid: CCS.
- Bauman, Z. (2007). *Los retos de la educación en la modernidad líquida*. Barcelona: Gedisa. Pp. 19-46.
- Bautista, J. (2015). *Formación del pensamiento crítico y el uso del internet en la era digital*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de:  
<http://132.248.9.195/ptd2015/mayo/0730133/Index.html>
- Barbas, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*. Vol. 10 (14), pp. 157-175. Recuperado de:  
<https://www.forodeeducacion.com/ojs/index.php/fde/article/view/22/20>
- Bisquerra, R. (coord.). (2014). *Metodología de la investigación educativa*. (4ª ed.). Madrid: La Muralla.
- Bórquez, R. (2006). *Pedagogía Crítica*. México: Trillas
- Buckingham, D., (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.
- Calderón, H. y Villegas, A. (2006). *La industria discográfica en México: La música pop, entre el arte y el comercio*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de:  
<http://132.248.9.195/pd2007/0608878/Index.html>
- Campos, A. (2007). *Pensamiento crítico: Técnicas para su desarrollo*. Bogotá: Magisterio.



- Carreras, Ll., Eijo, P., Estany, A., Gómez, Ma., Guich, R., Mir, V., Ojeda, F., Planas, T., y Serrats, Ma. (1999). *Cómo educar en valores*. (15ª ed.). Madrid: NARCEA
- Carretero, M. (2004). *Constructivismo y educación*. (8ª ed.). Buenos Aires: Aique
- Carrizales, D. (9 de Noviembre de 2006). Mattelart: se convirtieron medios en gran elector. No. 7827. *La Jornada*. Recuperado de:  
<http://www.jornada.unam.mx/2006/11/09/index.php?section=sociedad&articulo=052n1soc>
- Casals, E. (2000). La importancia de trabajar los valores en la educación infantil. En E. Casals y O. Defis (Coord.). *Educación infantil y valores*. (2ª ed.). (pp. 15-35). España: Desclée De Brouwer.
- Cazadero, M. (1995). *Las revoluciones industriales*. México: Fondo de Cultura Económica
- Colás, P. y Villaciervos, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes. *Revista de Investigación Educativa*. 25 (1) pp. 35-58. Recuperado de:  
[https://www.researchgate.net/publication/41570423\\_La\\_interiorizacion\\_de\\_los\\_estereotipos\\_de\\_genero\\_en\\_jovenes\\_y\\_adolescentes](https://www.researchgate.net/publication/41570423_La_interiorizacion_de_los_estereotipos_de_genero_en_jovenes_y_adolescentes)
- Colomo, E. y de Oña, J. (2014). La influencia de las letras de las canciones en educación: Principales valores transmitidos. *Revista de Ciencias de la educación*. S/v (nº 239). Pp. 325-335.
- Comellas, M. (1990). *Cómo interpretar los test psicológicos: Estrategias para una orientación educativa*. España: Oikos-tau.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2010). *Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social*. Recuperado de:  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/32194/Distrito\\_Federal\\_008.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/32194/Distrito_Federal_008.pdf)

- Cortés, O. (2015). *Importancia de los valores éticos en la formación científica*. (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2015/agosto/0734220/Index.html>
- Crovi, D. (2007). *Comunicación educativa y mediaciones tecnológicas*. México: ILCE.
- Escudero, A. (2009). *La Revolución Industrial: una nueva era*. España: ANAYA.
- Esper, J. (2007). *¿Cómo educar en valores?*. México: Trillas
- Fischerman, D. (2004). *Efecto Beethoven: Complejidad y valor en la música de tradición popular*. Buenos Aires: Paidós.
- Florentino, L. (coord.). (2007). *Diccionario Enciclopédico de Didáctica*. Vol. 1. Colombia: GIL.
- Gadino, A. (2005). *La construcción del pensamiento reflexivo: Procedimientos para aprender a razonar a Nivel Inicial y 1er. Ciclo de la E.G.B.* (3ª ed.) Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- García, E. (2010). *Pedagogía Constructivista y Competencias: Lo que los maestros necesitan saber*. México: Trillas.
- Garza, J. y Patiño, S. (2000). *Educación en valores*. México: Trillas.
- Gómez, T. y Planas, L. (1995). *Cómo educar en valores*. En R. Buxarrais y M. Martínez (Coord.). *Educación en valores y desarrollo moral*. (pp. 165-168) Barcelona: Ed. Instituto de Ciencia de Educación.
- González, M. (2007). *Influencia de los medios de comunicación en la educación sexual infantil de 10 a 12 años*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México, Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2009/marzo/0641537/Index.html>
- González, P. (2017). *Economía y cultura: La cultura como elemento imprescindible para el desarrollo económico*. (Tesis de licenciatura). Universidad Nacional

Autónoma de México, México. Recuperado de:

<http://132.248.9.195/ptd2017/abril/309139768/Index.html>

González, R. y Gutiérrez, A. (4 de Diciembre de 2017). Competencias Mediática y Digital del profesorado e integración curricular de las tecnologías digitales. *Fuentes*. 19 (2). pp. 57-66. Recuperado de:  
<https://revistascientificas.us.es/index.php/fuentes/article/download/4028/3998>

Gutelman, M. (1974). *Capitalismo y reforma agraria en México*. México: Era.

Hernández, R. (2006). *Metodología de la investigación*. (4ª ed.). México: McGraw Hill Interamericana.

Herrán, J. (2007). *Física y Música*. México: ADN Editores

López, S. (2014). *Diseñando experiencias en el Centro Cultural Universitario Tlatelolco: Cómo transformar exposiciones en productos culturales*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México.  
Recuperado de: <http://132.248.9.195/ptd2014/mayo/0713195/Index.html>

Malagón, P. (2010). *Las ideas pedagógicas de Paulo Freire. Pedagogía, política y sociedad*. Bogotá: Magisterio.

Márquez, I. (2014). *La música popular en el siglo XXI: Otras voces, otros ámbitos*. España: MILENIO.

Martínez-de-Toda, J. (sin fecha). *Las seis dimensiones en la educación para los medios (Metodología de Evaluación)* Pp. 33-47.

Martínez, M. (1985). *Industrialización en México: hacia un análisis crítico*. México: El Colegio de México.

McLaren, P. (1997). *Pedagogía crítica y cultura depredadora. Políticas de oposición en la era posmoderna*. España: Paidós.

- Mejora tu escuela. (sin fecha). *República del Perú*. Recuperado de:  
<http://www.mejoratuescuela.org/escuelas/index/09DES0091P>
- Méndez, A. (9 de Agosto de 2017). La alfabetización mediática, o ¿por qué educar a las audiencias a defenderse a sí mismas?. *Nexos*. Recuperado de:  
<http://educacion.nexos.com.mx/?p=622>
- Morduchowicz, R., (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO (2011). *Alfabetización mediática e informacional: Currículum para profesores*. Francia. Recuperado de:  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>
- Orozco, G. (2010). Entre pantallas: nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos. En R. Aparici (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0* (pp. 267-277). Barcelona: Gedisa. Pp. 267-277.
- Peña y Viveros (1997). *Educación con los medios*. México: Secretaría de Educación Pública
- Pulaski, M. (1989). Apéndice A: Esbozo de los períodos de desarrollo cognitivo según Piaget. En *El desarrollo de la mente infantil según Piaget*. (2° ed.). Barcelona: Paidós. Pp. 207-211.
- Rivière, M. (2003). *El malentendido*. Barcelona: Icaira.
- Roura, V. (2007). *Los profetas caídos*. México: Lectorum
- Sánchez, R. (2016). *Planeación didáctica argumentada: corazón de la evaluación docente*. México: Trillas.
- Secretaría de Educación Pública. (2011). *Plan de Estudios 2011: Educación Básica*. México, SEP. Recuperado de:

[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/20177/Plan\\_de\\_Estudios\\_2011\\_f.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/20177/Plan_de_Estudios_2011_f.pdf)

- Siciliani, R. (2004). *Convertir deseos en proyectos: 100 ideas para educar desde los valores y en la diversidad*. Argentina: San Benito.
- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?*. (1° ed.). Buenos Aires: Amorrortu.
- Sosa, M. (2002). *El taller: Estrategia educativa para el aprendizaje significativo TEAS*. Bogotá: Círculo de Lectura Alternativa.
- Stefani G. (1987). *Comprender la música*. (1° ed.). España: Paidós.
- Suárez, L. (2009). *¿Qué hacen los adolescentes con la música pop en español?: Un estudio de sus prácticas cotidianas*. México: Universidad Pedagógica Nacional.
- Swanwick, K., (2000). *Música, pensamiento y educación*. (2° ed.). Madrid: Morata.
- Téllez, N. y Ramírez, P. (1998). *Estudio pedagógico sobre la influencia de la música rock en la formación de los valores de los adolescentes de 16 a 18 años en una preparatoria privada*. (Tesis de licenciatura). Universidad Panamericana incorporada a la Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/pdbis/259699/Index.html>
- Velasco, J. (1992). *Industrialización y cultura: Algunas consideraciones en torno a la música popular mexicana (1940-1970)*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional Autónoma de México, México. Recuperado de: <http://132.248.9.195/pmig2016/0189216/Index.html>
- Velasco, J. (2011). *Los medios de comunicación y la educación. Un análisis de la televisión en la formación de los alumnos del Centro de Estudios Científicos y Tecnológicos No. 12 "José María Morelos y Pavón" del Instituto Politécnico Nacional*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Nacional

Autónoma de México, México. Recuperado de:

<http://132.248.9.195/ptd2012/mayo/0679831/Index.html>

Versión: Estudios de comunicación y política (2005). *Música, cultura y política*.

Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Villalpando, J. (2012). *Historia de la educación en México*. (2ª ed.). México:

Porrúa.

Waisburd, G. y Erdmenger, E. (2007). *El poder de la música en el aprendizaje*.

México: Trillas.

Warnier, J. (2002). *La mundialización de la cultura*. Barcelona: Gedisa

Zorrillo, A., (2014). *Juego musical y aprendizaje. Estimula el desarrollo y la creatividad*. México: Nueva Editorial Iztaccíhuatl (NEISA).