

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Educación



La apreciación musical de la generación millennial.

Trabajo de graduación con modalidad de tesis presentado por Raisa Nicté
Arévalo Avalos para optar al grado académico de Licenciada en Música.

Guatemala,

2019

UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

Facultad de Educación



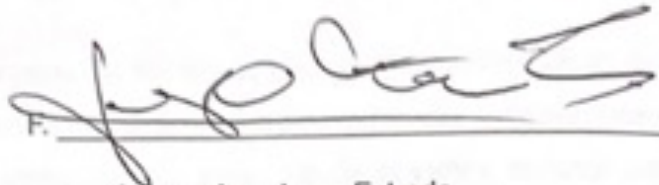
La apreciación musical de la generación millennial.

Trabajo de graduación con modalidad de tesis presentado por Raisa Nicté
Arévalo Avalos para optar al grado académico de Licenciada en Música.

Guatemala,

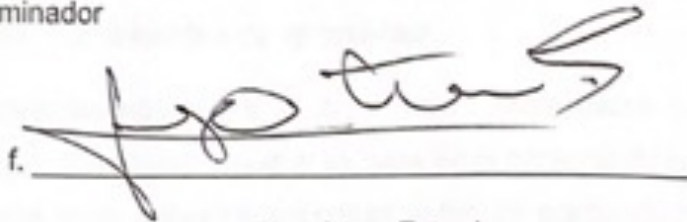
2019

Vo.Bo.

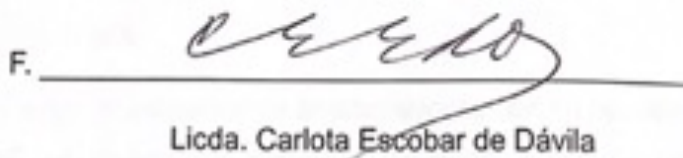
F. 

Asesor, Ing. Jorge Estrada

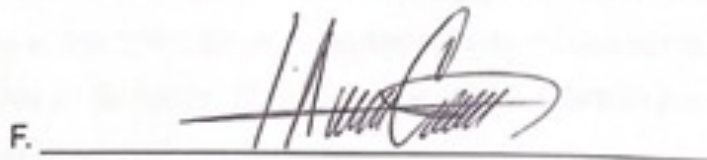
Tribunal Examinador

f. 

Ing. Jorge Estrada

F. 

Licda. Carlota Escobar de Dávila

F. 

Licda. Mayra Carrera

Fecha de aprobación: Guatemala, 8 de junio de 2019 /

PREFACIO

En este trabajo de graduación en modalidad de tesis se investigó la apreciación musical de la generación millennial. Esto comenzó como una indagación particular hace poco más de dos años, la razón principal fue la curiosidad en los géneros que identificaban a la generación millennial como interés personal. Sin embargo, al indagar entre compañeros de estudios, trabajo y amistades las respuestas se volvieron más extensas e interesantes. Así pues, surgió un tema de investigación formal, con objetivos, preguntas, justificación, sobre todo con mucha hambre de aprendizaje.

El proceso fue interesante, lleno de ideas y necesidades que sirven a través de interrogantes. El contexto musical se basa en el contexto de la generación, la mayor limitación en definitiva fue encontrar un tiempo adecuado para indagar con millenials sin quitarles tiempo valioso de estudio o trabajo. También una limitación muy grande fue encontrar estudiantes de todas las carreras pues los horarios de cada carrera eran diversos y no todos permanecen en el centro de estudios mucho tiempo luego de clases

Se agradece a las personas colaboradoras con su opinión en encuestas y grupos focales, así como a los que leyeron más de una vez el trabajo de investigación para dar su opinión valiosa. Se agradece al asesor de tesis por sus aportes al tema, a la dirección del departamento de música por la disposición hacia la resolución de dudas. Se agradece a amigos y familia por el acompañamiento en este proceso.

CONTENIDO

I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO CONTEXTUAL	3
A. CONTEXTO GUATEMALTECO	3
1. Contexto social.....	3
2. Contexto político.....	5
3. Contexto educativo	7
B. UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA	11
1. Historia de la Universidad del Valle de Guatemala	11
2. Grupos Educativo del Valle.....	12
3. Crecimiento y desarrollo	14
III. MARCO TEÓRICO	20
A. GENERACIÓN MILLENNIAL	20
1. Características de la generación millennial	20
B. APRECIACIÓN MUSICAL	23
1. Definición de apreciación musical	23
2. Elementos de la música	24
3. Cualidades del sonido.....	25
C. MÚSICA 2003 A 2018	27
1. Música grabada	27
2. Música que venden los medios de comunicación.....	29
IV. MARCO METODOLÓGICO	37
A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	37
1. Objetivo general	37
2. Objetivos específicos	38
C. FASES DEL TRABAJO DE CAMPO (METODOLOGÍA)	38

D. CRONOGRAMA	39
1. Muestra de estudiantes	40
F. DESCRIPCIÓN DE INSTRUMENTOS	40
1. Encuesta para estudiantes	41
2. Grupos Focales	41
G. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA	41
H. OBJETIVOS DE LOS GRUPOS FOCALES	42
I. TIPOSD E VARIABLES	42
J. TIPOS DE ÍTEM	42
V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	44
A. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A ESTUDIANTES	44
1. Análisis ÍTEMS #4 y #5	44
2. Análisis ÍTEM #7 y #8	45
3. Análisis ÍTEM #9	46
B. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS GRUPOS FOCALES	47
1. Análisis de los ÍTEM #4 y #5	48
2. Análisis ÍTEM #6	49
3. Análisis ÍTEM #7	49
4. Análisis ÍTEM #8	50
VIII. Referencias	54

LISTA DE GRÁFICAS

Gráfica 1	9
Gráfica 2	10
Gráfica 3	28
Gráfica 4	33
Gráfica 5	35

Gráfica 6	46
Gráfica 7	47
Gráfica 8	50

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Índice de Desarrollo Humano por Departamento	4
Ilustración 2: Misión y Visión del Ministerio de Educación	8
Ilustración 3: Ejes prioritarios del Plan Estratégico de Educación 2016-2020	8
Ilustración 4: Valores del Grupo Educativo del Valle.....	13
Ilustración 5: Objetivos de Us Education og the University of the Valley of Guatemala	14
Ilustración 6: Carreras de la UVG campus sur	15
Ilustración 7: Carreras en UVG-Altiplano.....	16
Ilustración 8: Misión y Visión de la UVG.....	17
Ilustración 9: Fines del Plan Estratégico 2016-2020	18
Ilustración 10: Valores de la UVG	18
Ilustración 11: Plan estratégico UVG 2016-2020	19
Ilustración 12: Funciones cerebrales de cada hemisferio en la música.....	24

LISTA DE TABLAS

Tabla 1.....	26
Tabla 2.....	29
Tabla 3.....	30
Tabla 4.....	30
Tabla 5.....	32
Tabla 6.....	34
Tabla 7.....	39
Tabla 8.....	43
Tabla 9.....	45
Tabla 10.....	48

Tabla 11	49
Tabla 12	50

RESUMEN

La generación millennial, también conocida como generación Y, generación Einstein o los jóvenes del nuevo milenio. Son todos los nacidos entre 1980-1999. A pesar de existir una generación de transición entre ellos llamada xennials nacidos entre 1980-1985, los millenials generalizando según el contexto se componen por los nacidos antes del cambio de milenio, de donde el nombre principal proviene. Varía dependiendo del contexto, el contexto dependerá tanto del país como del área y nivel socioeconómico.

Sabemos que la música es un medio de expresión a través de sonidos agradables al oído y muchas veces letras que demuestran desahogo social, político o emocional. Por tanto, las generaciones dependen de los cambios entre las mismas para una apreciación musical que se identifica con los vivido, normalmente esto trasciende en los éxitos reconocidos a nivel mundial.

La generación millennial se conoce por el cambio y la adaptación hacia la tecnología, con la tecnología se revoluciono la forma de adquirió de información y con ello, el cambio de música en formato físico a formato digital. Con estos cambios se formó una adaptación a los cambios mismos, con esto la apreciación musical se ve reflejada de una manera completamente diferente a otras generaciones anteriores.

Para fundamentar los supuestos se realizó una investigación sobre música grabada en los últimos 15 años y se compararon dichos resultados con respuestas de los mismos millenials en grupos focales y encuestas. Los resultados del supuesto fueron positivos para la investigación, comprobando una adaptación a diversos géneros musicales.

I. INTRODUCCIÓN

En este documento de investigación se muestra lo realizado en la Universidad del Valle de Guatemala (UVG) Campus Central. Centro de estudios ubicado en zona 15 de la ciudad capital de Guatemala de la Asunción. El fenómeno observado es una apreciación musical adaptable al estado de ánimo, contexto político, social o económico que a su vez se hace viral a través de medios de comunicación, pero principalmente a través de redes sociales. El pronóstico sobre la identificación musical es incierto hasta el momento por la variabilidad en la apreciación musical de la generación misma.

Al entender la generación ubicando el contexto en el cual se desenvuelven los jóvenes comprendidos entre 20 y 30 años de edad y los factores que los rodean se puede vincular los cambios adaptativos con los mismos cambios sufridos en la niñez y adolescencia en el ámbito tecnológico, educativo y social de la generación. Tomando en cuenta lo anterior, con la información recabada se puede no solo comprender una generación sino también desarrollar técnicas de estudio para alumnos comprendidos entre las edades mencionadas, así como, aprovechar de manera real y al máximo las competencias que se pretenden alcanzar en cada curso. Siendo esta la razón principal para realizar la investigación en un centro de estudios reconocido a nivel nacional e internacional.

En el proceso de esta investigación se involucró a jóvenes estudiantes de diversas carreras y facultades, por tanto, de diversas jornadas y horarios. Se observó un apoyo abierto hacia la investigación y también curiosidad hacia la misma. Las respuestas de los colaboradores en los diversos instrumentos utilizados fueron abiertas, sinceras y con información valiosa. La autorización de los instrumentos y encuestas se dio gracias al apoyo del Departamento de Música de la UVG, así como la Facultad de Educación de dicha universidad.

Gracias a la investigación y el trabajo de campo realizado se pudieron observar varias técnicas de estudio con música que los jóvenes utilizan, sea como distracción, para concentrarse o simplemente para no escuchar conversaciones ajenas al momento de estudiar en un área común. También se observó un fuerte uso tecnológico de plataformas digitales

pagadas donde pueden escuchar música ilimitada mientras se tenga conexión a internet. La apreciación musical se observó en las encuestas y grupos focales realizados, la cual es variante.

Finalmente, con la investigación documental y en campo, se muestra el producto sobre la apreciación musical de la generación Y.

II. MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se abordó el tema de **la apreciación musical de la generación millennial**. Dicho trabajo se llevó a cabo en la Ciudad de Guatemala de la Asunción, dentro de la Universidad del Valle de Guatemala campus central ubicada en zona 15 área urbana anteriormente mencionada. La investigación se basó en los jóvenes comprendidos entre 20 y 30 años, generación Y.

A. CONTEXTO GUATEMALTECO

Guatemala es un país situado en Centroamérica en el que se habla español, además de 22 idiomas mayas y el idioma garífuna. La población consta de 13,636,487 personas donde el 70% es menor a 30 años. La Ciudad de Guatemala, la capital del país está situada en el departamento de Guatemala, municipio de Guatemala. La investigación presentada a continuación se basa en el área urbana de Guatemala, en el área capitalina.

1. Contexto social

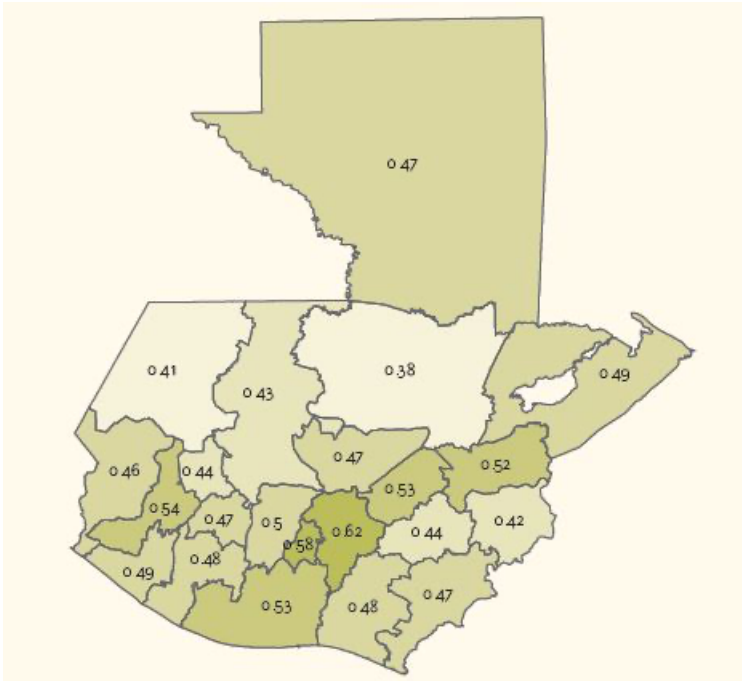
La investigación se desarrolló en Guatemala, país de Centro América el cual muestra una variedad social donde se pueden encontrar que en la región metropolitana sectores con un IDH (Índice de Desarrollo Humano) parecidos a un país del primer mundo; sin embargo, el área rural existe sectores comparables con países africanos. (Unite Way, 2003)

El índice de desarrollo humano que presentaron las estadísticas del informe del Programa de Naciones Unidas por el Desarrollo (PNUD) muestra un incremento del 17% del 2000 al 2014, tomando en cuenta que el mejor crecimiento es en la primera década de los 2000 (Programa de las Naciones Unidas por el Desarrollo, 2016, pág. 17). La percepción de un guatemalteco sobre el bienestar que se vive consta de buscar estar con buena salud, contar

con empleo, acceso a educación y disponer de alimentos necesarios. Mayormente el contraste de estas valoraciones con la situación del servicio público resulta crítico. El estado se convierte en generador de malestar, generando inconformidad y frustración en la población, y en respuesta a esto se realizan acciones como movilizaciones y protestas para buscar el bien común.

La pobreza en Guatemala, según la medición del PNUD (2014) evidencia que “seis de diez guatemaltecos se encuentran en un estado de pobreza general, indicando que no se cubren todos los gastos necesarios para “vivir bien”. La situación es crítica ya que tres de cada diez personas tienen una situación de pobreza extrema en la cual no logran el consumo mínimo de alimentos al día. Esto hace concluir que en el país no existen condiciones socioeconómicas mínimas para el bienestar de las personas. Pocos guatemaltecos tienen acceso a seguro social e ingresos mayores al salario mínimo pues el 90% de la población trabaja en la informalidad. A continuación, en el mapa de Guatemala se muestra por departamento el índice de desarrollo humano (2014)

Ilustración 1: Índice de Desarrollo Humano por Departamento



Fuente: IDH-PNUD Guatemala 2015/2016, página 25.

La multidimensionalidad de la pobreza se enfoca en tres aspectos: salud, ingresos y educación. La dimensión de ingresos a nivel nacional muestra a un 76% de la población sin ingresos, lo cual no le permite obtener una canasta básica de bienes y servicios. La dimensión representativa de la salud muestra a un 73% de población sin este beneficio. Por último, en el tema educativo, aunque lo profundizaremos más adelante, cabe resaltar que casi cada 6 de 10 adultos no terminó la primaria. Cabe mencionar que la pobreza multidimensional se redujo en los primeros años posteriores a los acuerdos de paz de un 72 a un 58%. Luego del 2006, la incidencia se ha ido incrementando al punto de alcanzar dos terceras partes de la población.

2. Contexto político

“El desarrollo es un proceso fundamentalmente político, en el que se han conformado las relaciones de poder que estructuran a la sociedad en las distintas escalas, desde lo local hasta lo global.” (Programa de las Naciones Unidas por el Desarrollo, 2016, pág. 5)

El desarrollo, resultado de procesos políticos y económicos enlazados entre sí, han confrontado intereses y afectado a gran parte de su población. La estructura socioambiental y la acción de las personas son dos esferas que se mantienen en una rigidez normalmente, muy fuerte, esto se debe a que ambas partes son lo que marcan la dinámica del desarrollo. Por el lado contrario, el ambiente y el orden histórico de la sociedad restringen o fomentan lo que las personas pueden ser y hacer.

El poder en el contexto guatemalteco, políticamente, siempre ha estado en relación a conflictos marcados por la forma desigual estructural o por la existencia de diversas cosmovisiones, identidades y conceptos del bien, las cuales anteriormente condujeron a guerras o genocidio. Socialmente el ser humano busca reordenar las estructuras que se mantiene en las instituciones del Estado, organizándose de manera que se derroque lo que se considera injusto.

La historia también muestra a la humanidad buscando una luz y salida de las épocas oscuras de la historia. Esto hace que las ideas se vuelvan tradiciones en busca de una vida pacífica. Esta búsqueda de la paz da la pauta a los Derechos Humanos los cuales tuvieron su declaración en 1945. A mitad del Siglo XX los Derechos Humanos inspiraron varios

esfuerzos por la aplicación de sus principios los cuales dieron pie al marco del desarrollo humano, el cual surge 50 años después.

El desarrollo humano al momento de buscar cumplir con los objetivos planteados para el mismo tiene una coincidencia con los contenidos de la democracia. Entendiendo la democracia como lo que busca un orden social, justicia y equidad de poder. El orden social mencionado se muestra formalmente por un Estado democrático.

Se confunde usualmente la democracia con el único hecho de las elecciones cada cierto número de años, como muestra de una delegación justa de poder. Cuando no existe una sociedad empoderada no son suficientes las elecciones para cambio de poderes. Desde el punto de vista del desarrollo humano una ciudadanía empoderada cuenta con una alta capacidad de agencia y un profundo respeto por los principios de la justicia. La democratización envuelve el poder del ciudadano y a las instituciones políticas fuertes, lo cual demanda un acceso universal y transparente a la información y el conocimiento.

Las últimas elecciones celebradas en el 2015, en las cuales el actual presidente Jimmy Morales ganó por un 67.44% de los votos, siendo un total de votos los 2,750,847, Morales se convierte en el candidato más votado de este siglo. Sin embargo, las cifras de no votantes muestran a 3,300,999 personas con abstinencia de voto. El 44% de empadronados no depositaron su voto.

Históricamente no es la primera vez que gran parte de los ciudadanos se abstienen de ejercer su derecho del democrático. En 1999 cuando Alfonso Portillo fue elegido presidente de Guatemala hubo un 59.61% de abstención, en 2003 fue de un 53.23% cuando Oscar Berger resultó ganador. (Gamazo, 2015)

Edelberto Torres Rivas en su texto *Del autoritarismo a la paz* nos explica que la transición de los años 1982 a 1997 despliega al contexto político guatemalteco tres lecciones justificables. En primer lugar, que el fin de la presencia militar en el gobierno es parte fundamental de una estrategia para ganar la guerra. La segunda es que la presencia civil en el gobierno no es resultado del vigor de las fuerzas democráticas civiles. Por último, el inicio de una transición a la democracia ayudó en la época a incitar la paz.

3. Contexto educativo

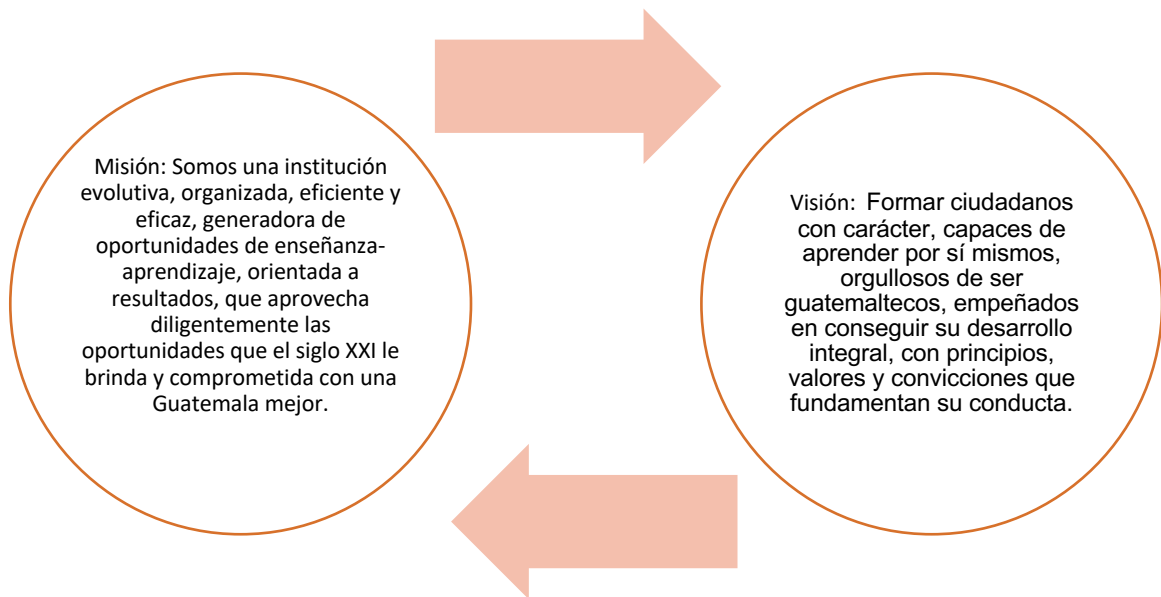
La educación es esencial para que el ser humano obtenga conocimientos, habilidades y destrezas necesarias para la vida, de forma que pueda sobre salir en diversos ámbitos y de esta manera obtener un empleo y mejorar sus condiciones económicas, interacciones sociales, participación política, entre otras. Guatemala, según el INDH 2015/2016, muestra a un 17.9% de población analfabeta, un 18.9% sin estudios aprobados y un 47.9% solo con nivel primario. Al ser un país multicultural se ve reflejada un acceso pobre a la educación en el área rural mostrando un 4.8 de años estudiados en promedio. En el área urbana se muestra 7 años promedio de estudio.

Los Objetivos del Milenio (ODM) son acciones que se toman con base en las problemáticas más alarmantes de 189, entre ellos Guatemala. Entre estos el Objetivo 2: “*Lograr la enseñanza primaria universal*” (Secretaría de Plannificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN, 2015). En el informe final de cumplimiento de los objetivos de desarrollo del milenio, publicado e el 2015, muestra una tendencia descendiente del 2010 al 2015. La tasa neta de escolaridad.

En Ministerio de Educación (MINEDUC) dentro del presupuesto abierto 2018-2022 nos muestra que al 2016 el porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) gastado es de un 2.9%, al paso de los años ha ido disminuyendo siendo el gasto más bajo entre varios países. Promediado, el gasto por estudiante, al 2016, es para preprimaria Q4300, primaria Q4524, básicos Q3053 y diversificado Q5576; este ha sido constante en el paso de los años. Se contempla un presupuesto de Q16,891.6 millones para el periodo 2018-2022 del plan estratégico.

El plan estratégico del MINUDUC contempla su misión y visión descritas literalmente en la siguiente ilustración.

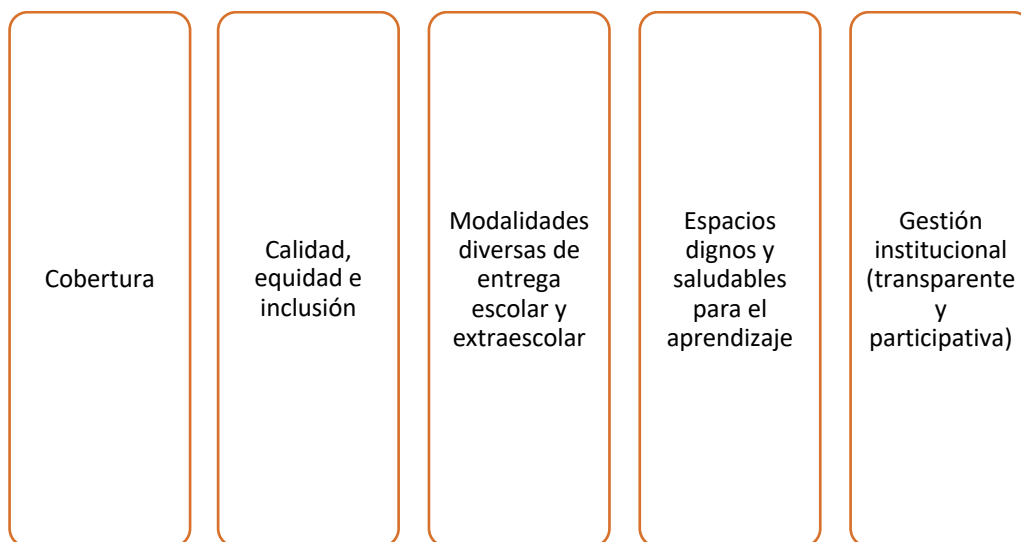
Ilustración 2: Misión y Visión del Ministerio de Educación



Fuente: Plan estratégico MINEDUC (Ministerio de Educación , 2017)

Los ejes prioritarios del Plan Estratégico de Educación 2016-2020 son:

Ilustración 3: Ejes prioritarios del Plan Estratégico de Educación 2016-2020



Fuente: Plan estratégico MINEDUC (Ministerio de Educación , 2017)

Caja eje anteriormente mencionado tiene destinado un presupuesto según sus diversos programas. En el caso de cobertura educativa tiene programas a su cargo como lo son la ampliación de preprimaria, primaria, ciclo básico, ciclo diversificado, financiamiento puestos docentes vacantes, estimación de escalafón docente, sensibilidad a padres de familia de niños en edad escolar.

El informe presidencial 2018-2019 se muestra a la educación como tercera prioridad para el gobierno, luego de la desnutrición y la salud, basado en las metas planteadas en: Plan nacional de desarrollo K'atun: nuestra Guatemala 2032. La tasa neta de escolaridad que anteriormente venía en baja se logró detener gracias a eliminar el requisito de certificado de nacimiento actual al momento de la inscripción. Cabe mencionar que desde el 2017 se implementó la inscripción automática, inscribiendo a todos los niños que aprueben el grado.

Dentro de los principales logros en educación resaltan la incrementación de la cobertura educativa entre 4 y 6 años. Un aumento de 72,100 niñas y niños en preprimaria. 13,625 personas inscritas en primaria de adultos al 2018. La tasa de cobertura, como se muestra en la siguiente gráfica, en la cuál se exponen más de un 6% de incremento en los tres años del actual gobierno.

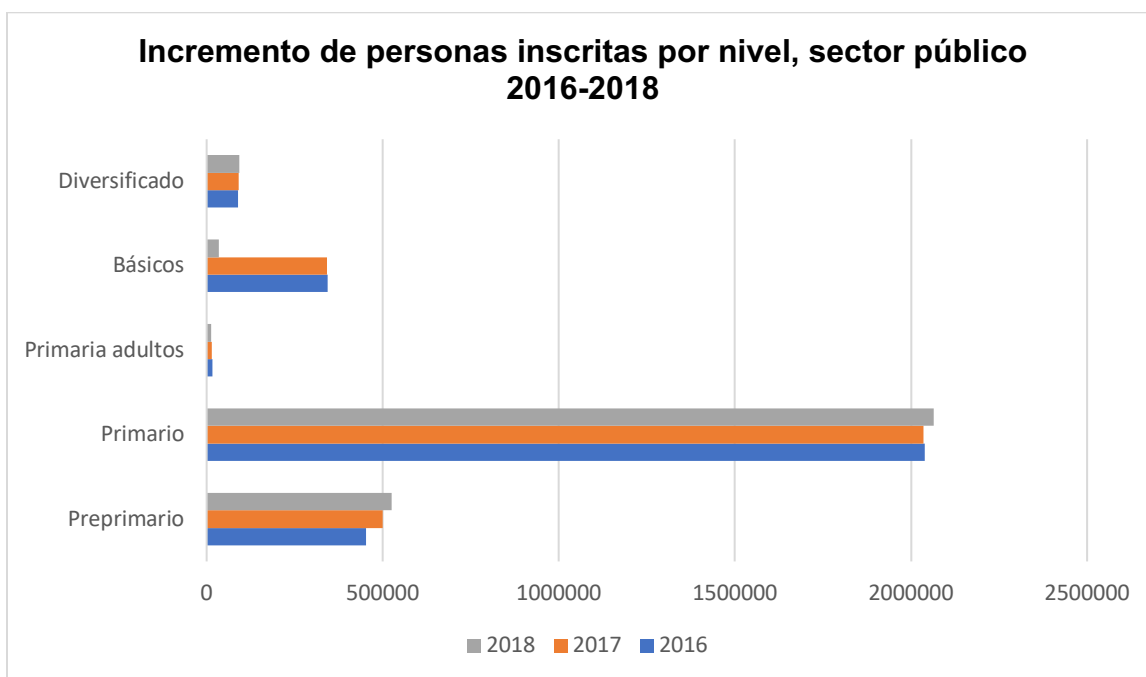
Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia según el MINEDUC 2018, dato al 11 de septiembre de 2018.

La incrementación por ciclo educativo también es numerosa, exceptuando, tal vez, la primaria para adultos. El incremento de estudiantes inscritos reafirma el compromiso del gobierno con la educación y su cobertura nacional. Este incremento también contribuye a la implementación de la Estrategia de padres en apoyo a la educación.

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia según el MINEDUC 2018 datos al 11 de septiembre de 2018.

Uno de los programas más conocidos es el de útiles escolares, en el 2018 se benefició a 2,369,765 estudiantes en total. Esto con un monto establecido de Q50 en área urbana y Q55 en área rural. Este apoyo es principalmente en niveles preprimario y primario. Cabe mencionar que el MINEDUC promueve acceso al transporte, mediante un subsidio financiero donde la cuota diaria por estudiante es de Q2.20 y estudiantes de jornada nocturna de Q4.40. con esto durante el 2018 se benefició a 28,962 estudiantes.

B. UNIVERSIDAD DEL VALLE DE GUATEMALA

La Universidad del Valle de Guatemala, (UVG) es una institución privada, no lucrativa, dedicada a los estudios superiores. Dicha universidad es ajena a cualquier actividad de carácter político o religioso. Se ubica en la 18 avenida 11-95 zona 15 Vista Hermosa III de la ciudad de Guatemala de la Asunción. Cuenta, actualmente, con tres campus habilitados: Campus Central ubicado en la zona urbana de la ciudad de Guatemala y los otros dos, el Programa Educativo del Sur (PROESUR) y la Universidad del Valle de Guatemala-Altiplano, se ubican en Santa Lucía Cotzumalguapa, Departamento de Escuintla y en Sololá, Departamento de Sololá. (Universidad del Valle de Guatemala, 2019) El trabajo de investigación presentado a continuación se basa únicamente en el Campus Central de la UVG.

1. Historia de la Universidad del Valle de Guatemala

La Universidad del Valle de Guatemala fue una iniciativa de la Asociación del Colegio Americano de Guatemala (CAG), formada ya con 20 años de anterioridad, al momento de formalizar la propuesta. El propósito principal de ese entonces fue: *“ofrecer educación superior aplicando técnicas pedagógicas modernas que garantizan alta calidad educativa con elevados criterios cívicos y éticos”* (Universidad del Valle de Guatemala, 2019).

El Honorable Consejo Superior de la Universidad de San Carlos de Guatemala aprobó los estatutos de la nueva universidad y su personería jurídica el 29 de enero de 1966, la UVG comenzó labores el 1 de marzo de 1966. Desde el comienzo la UVG *quiso ser una fuerza activa en el desarrollo de la educación superior como institución de vanguardia. Para ello, promueve la experimentación en métodos de enseñanza y sistemas de organización, la realización de investigaciones de largo alcance y la formación de personas altamente capacitadas para el desarrollo educativo.* (Universidad del Valle de Guatemala, 2019).

Las facultades que fueron creadas poco después de su fundación fueron:

- a. Ciencias y Humanidades
- b. Ciencias Sociales y Educación
- c. Colegio Universitario

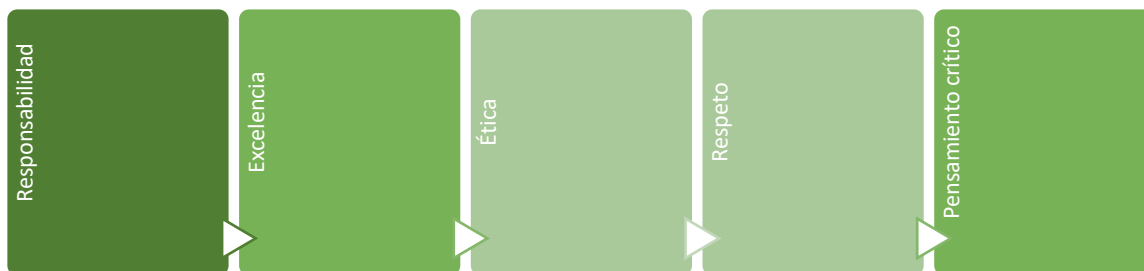
Con la fundación de estas facultades, la universidad demuestra la intención de ser un centro de estudios superiores con dedicación en ciencias básicas, sociales y problemáticas educativas. El 29 de septiembre de 1972 la antigua Asociación del Colegio Americano de Guatemala se transforma en la Fundación de la Universidad del Valle de Guatemala, con lo cual asume el patrocinio de los Colegios Americanos en Guatemala y Escuintla y de la Universidad del Valle de Guatemala.

2. Grupos Educativo del Valle

La UVG pertenece al Grupo Educativo del Valle, el cual está comprometido a ofrecer una educación completa, desde jardín de infantes hasta nivel de maestría, de excelencia académica incidiendo en el sistema educativo nacional.

El GEV se fundamenta en cinco valores centrales que se ven reflejados en dirección, profesorado, administración y personal de manera que se busca la influencia directa en el alumnado. Dichos valores se mencionan a continuación:

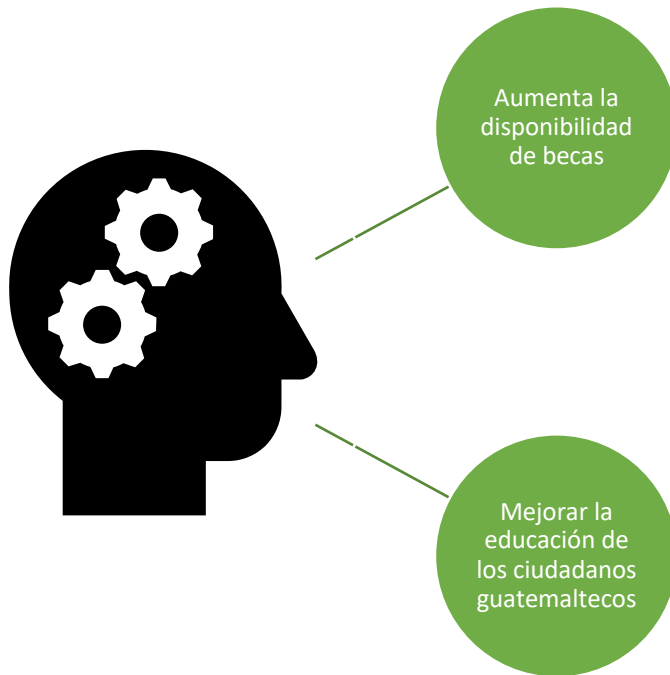
Ilustración 4: Valores del Grupo Educativo del Valle



Fuente Elaboración propia elaborada según en el Portal UVG, (Universidad del Valle de Guatemala, 2019).

El Grupo Educativo del Valle está encabezado por la Fundación Universidad del Valle que agrupa las instituciones con sus respectivos campus. Además, la Fundación está relacionada con la US Foundation of the University of the Valley of Guatemala, organización sin fines de lucro que opera en Estados Unidos la cual busca mejorar la educación en Guatemala. Los objetivos de dicha institución estadounidense son:

Ilustración 5: Objetivos de Us Education of the University of the Valley of Guatemala



Fuente: Elaboración propia según el Portal UVG (Universidad del Valle de Guatemala, 2019).

3. Crecimiento y desarrollo

La UVG inició con seis estudiantes, actualmente cuenta con más de 4000 personas en el alumnado dentro de los tres campus ubicados en Guatemala, Escuintla y Sololá. Con el apoyo de la industria azucarera en 1994 se abre el segundo campus, Programa Educativo del Sur (hoy llamado campus sur) el cual se encuentra ubicado en Santa Lucía Cotzumalguapa. En dicho campus operan:

Ilustración 6: Carreras de la UVG Campus Sur

Instituto Tecnológico UVG Campus Sur	Facultad de Ingeniería	Facultad de Educación
<ul style="list-style-type: none">• Bachillerato en ciencias y letras con énfasis en agricultura• Bachillerato en ciencias y letras con énfasis en matemática• Bachillerato en ciencias y letras con orientación en computación• Bachillerato en ciencias y letras con orientación en educación.	<ul style="list-style-type: none">• Programas de licenciatura (Tecnología Agrícola y Pecuaria, Tecnología Industrial, Tecnología de Sistemas Informáticos, Administración de Empresas)• Maestría en Producción y Gestión Avícola y Pecuaria• Técnico en Informática• Técnico en Mecatrónica• Técnico en Administración de empresas.	<ul style="list-style-type: none">• Varios Profesorados (Educación Primaria, Problemas de Aprendizaje, Educación Física, Deporte y Recreación Física, Música, Matemática y Computación, Inglés como Idioma Extranjero)• Licenciatura en Educación• Licenciatura en Psicopedagogía

Fuente: Creación propia según (Universidad del Valle de Guatemala, 2019) y (Universidad del Valle de Guatemala Campus Sur, 2019)

En el año 2000 inicia en Sololá la Universidad del Valle-Altiplano, la cual se encuentra en la antigua Base Militar de Sololá. La sede cuenta con las carreras de:

Ilustración 7: Carreras en UVG-Altiplano

Instituto Tecnológico	Facultad de Ingeniería	Facultad de Ciencias y Humanidades	Facultad de Educación	UVGMASTERS
<ul style="list-style-type: none"> •Ciclo básico •Bachillerato en ciencias y Letras •Bachillerato en Ciencias y Letras con orientación en Educación 	<ul style="list-style-type: none"> •Técnicos universitarios en: Agroforestería, Informática, Administración de Empresas. •Licenciatura en: Tecnología Agroforestal, Tecnología de Sistemas Informáticos, Administración de Empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> •Técnico en turismo. •Licenciatura en administración de empresas Terísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> •Profesorado en: Enseñanza en matemática y computación, enseñanza media en Inglés, Enseñanza media especializado en música, Educación Primaria, Educación Primaria Bilingüe Intercultural, Problemas de Aprendizaje, Educación Física, deporte y recreación física. •Licenciatura en: Educación, Psicopedagogía. 	<ul style="list-style-type: none"> •Maestría en Consejería Comunitaria.

Fuente: Creación propia según (Universidad del Valle Altiplano, 2019) y (Universidad del Valle de Guatemala, 2019)

Para el año 2005 la UVG logra expandir sus facultades con la fundación de la Facultad de Ingeniería, la cual a la fecha (2019) es la más grande en número de estudiantes y programas. La Universidad también cuenta con un instituto de investigaciones dividido en diez centros que contribuyen a la solución de distintas problemáticas.

Ilustración 8: Misión y Visión de la UVG

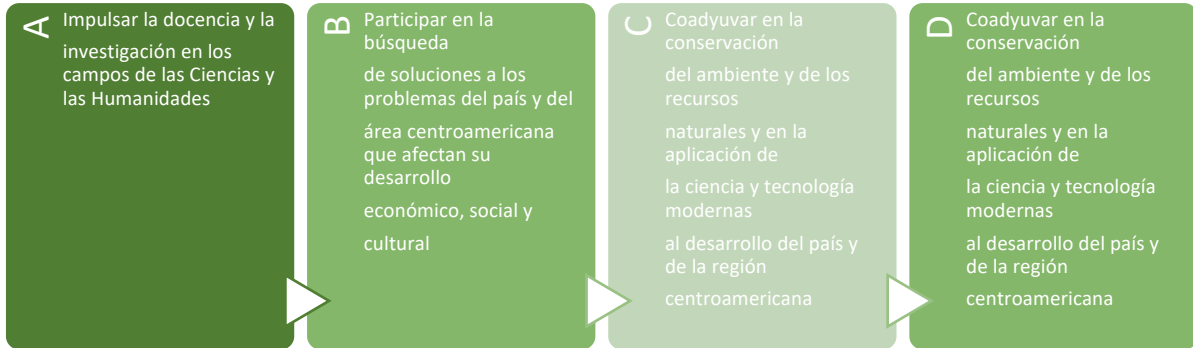


Fuente: Creación propia según el Plan Estratégico 2016-2020 (Universidad del Valle de Guatemala, 2016, pág. 10).

La UVG atiende a estudiantes, docentes, profesionales sin discriminación de raza, estado civil, sexo, religión, nacimiento, posición económica o social u opiniones políticas de los mismos. Actualmente (2019) se atienden a estudiantes de 10 profesorado dentro de facultad de educación, 44 licenciaturas en diversas facultades y 31 programas dentro de UVGMASTERS. Dentro del Plan Estratégico 2016-2020 la UVG fija el marco de trabajo, pilares estratégicos y ejes transversales de actuación institucional específicos de planificación que permitirán cumplir la Visión y Misión antes dicha por los próximos 5 años.

Los fines del plan estratégico 2016-2020 están basados en el artículo 6º, capítulo III, estatuto de la UVG, los cuales se describen literalmente a continuación:

Ilustración 9: Fines del Plan Estratégico 2016-2020



Fuente: Elaboración propia según el Plan Estratégico 2016-2020 (Universidad del Valle de Guatemala, 2016, pág. 9)

Los valores UVG sustentan el quehacer diario de la institución, diferenciándola de otras instituciones privadas a nivel superior. Dichos valores se mencionan en la siguiente gráfica:

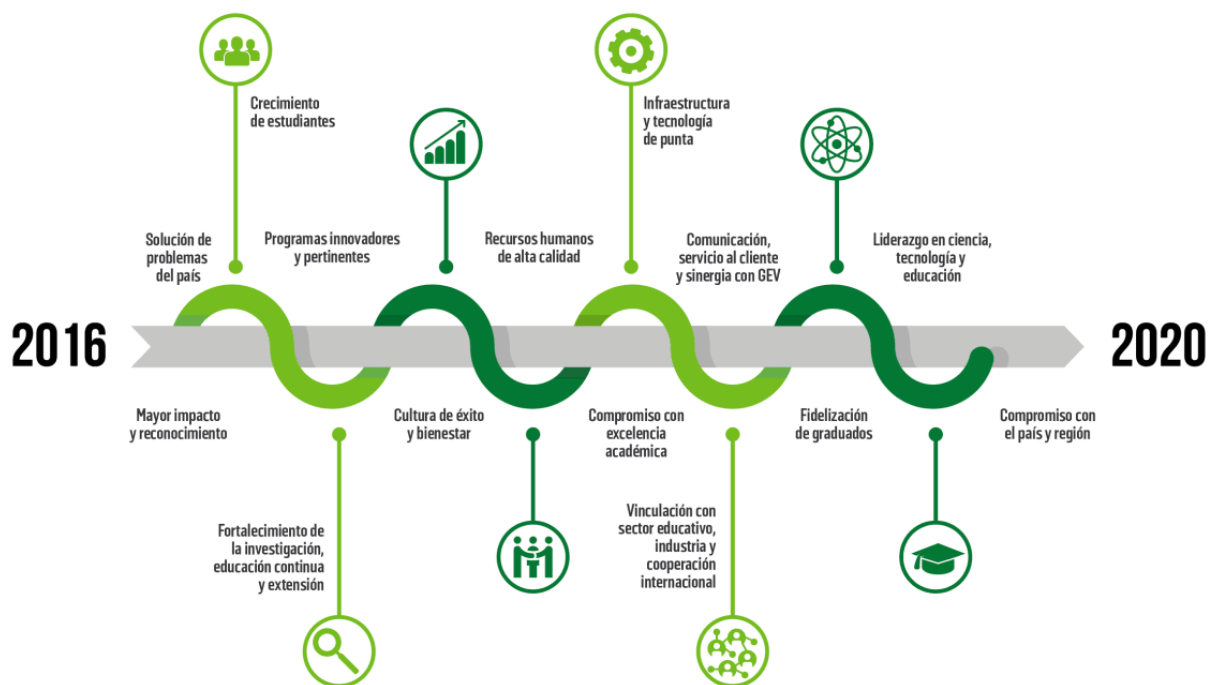
Ilustración 10: Valores de la UVG



Fuente: Creación propia según el Plan Estratégico 2016-2020 (Universidad del Valle de Guatemala, 2016, págs. 12-16)

El plan estratégico de la UVG se resume en la siguiente gráfica creada para el Portal UVG, donde se mencionan literalmente los objetivos a desarrollar desde el 2016 al 2020.

Ilustración 11: Plan estratégico UVG 2016-2020



Fuente: Portal UVG, nosotros, Plan estratégico 2016-2020 (Universidad del Valle de Guatemala, 2019)

III. MARCO TEÓRICO

Durante este trabajo de graduación con modalidad de tesis se realizó una investigación documental sobre **la generación millennial y su apreciación musical**. Los temas investigados son relevantes como el significado de la apreciación musical y los componentes de esta, así como los millenials y sus características, entre otros. Se buscaron, todos los campos que antes de realizar un trabajo de campo dieran una base sólida a la investigación.

A. GENERACIÓN MILLENNIAL

Se le denomina millennial al nacido entre 1980 y 2000, al tiempo actual comprenden las edades de 39 a 19 años. Neil Howe y William Strauss son los responsables del término millennial hacia la generación Y por haber vivido el cambio de milenio en su libro “*Millenials Rising: The Next Great Generation*” publicado En el 2000 donde los demógrafos con su investigación explican: “Durante la próxima década, la generación del milenio cambiará por completo la imagen de la juventud de pesimistas y alineada a optimistas y comprometidos, con consecuencias sísmicas para América” (Gutiérrez-Rubí, 2017)

En la actualidad la generación en cuestión es la más innovadora en aplicaciones que facilitan el uso de la tecnología, la búsqueda en línea y las redes sociales como auge de su vida diaria. Esta investigación se contextualiza en Guatemala, por lo cual se hablará de los millenials como generación característica de los jóvenes adultos universitarios.

1. Características de la generación millennial

Durante la niñez de los millenials se dio uno de los cambios más grandes de la tecnología, en 1985 se establece el internet, por lo cual, a pesar de no haber nacido con el mismo, los niños de esta época se adaptan fácilmente al uso de la computadora, el internet,

los celulares y todos los aparatos electrónicos que se han ido desarrollando luego del año ya mencionado.

Los millenials buscan ser emprendedores, debido a que la mayoría son hijos de baby boomers (una generación anterior) crecieron viendo a sus padres trabajar sin descanso, por lo cual buscan autonomía en el trabajo, negocios propios, horarios flexibles, no trabajar en casa. Todo lo anterior va acompañado de ideas nuevas y creativas para sus negocios, querer cambiar el mundo a través de diferentes movimientos sociales y de conciencia ecológica que se impulsan por las redes sociales. (EducaWeb, 2013)

Tienen un fuerte deseo con darse a conocer, que a través del mundo sean compartidas sus ideas por lo cual nacen trabajos de “influencers”, millenials que hacen contenidos virales en redes sociales como: YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat, Tiktok, Instagram, por mencionar las más populares.

Son sociables por naturaleza, contrario a la generación de sus padres. Valoran enormemente los lazos familiares y piensan que la amistad es esencial para la vida. El dinero es importante, pero juega un rol secundario a comparación de lo anteriormente mencionado. Buscan trabajos de voluntariados por el simple hecho de mantenerse ocupados, no lo ven como un trabajo simplemente.

En su texto *“Generación Einsten: Más listos, más rápidos y más sociables. Comunicar con los jóvenes del siglo XXI.”* Boschma y Groen nos explican: *“Le generación Einstein es la primera generación después de la II Guerra Mundial que se caracteriza por sus rasgos positivos: sociables, listos, dialogantes y solidarios. En Resumen: más listos, más rápidos, más sociables.”*

Otra característica de los millenials es su implicación con la comunidad, pues se interesan lo que pasa en la sociedad en varios contextos. Se implican cuando grandes catástrofes ocurre. Contextualizando en Guatemala tenemos el ejemplo de las catástrofes como la erupción volcánica del 2018 o la caída de Cambray II en 2015; dos lutos

guatemaltecos donde la generación Y dio paso a recaudaciones de gran magnitud, así como ayuda psicológica a los afectados, entre otras obras sociales a partir de estas pérdidas.

Personas que en su mayoría son impacientes y egocéntricas, a pesar de una gran preparación académica se ven en el desempleo, no siguen modelos tradicionales y quieren vivir con la mentalidad de “vivir la vida” más allá de ganar dinero. No se endeudan con carros o viviendas en parte por falta de poder económico y en parte porque prefieren el consumismo digital. De aquí podemos ver el incremento de páginas anteriormente gratis como YouTube, Scribd, Watpad, entre otras ahora con un precio “accesible” al mes, el único beneficio de diferencia es no tener anuncios que interrumpan la rápida visualización de contenidos.

Les gusta la funcionalidad, buscan generar dinero pues crecen en medio de abundancia. Pueden elegir muchas cosas lo cual desorienta en muchas ocasiones hacia un solo trabajo fijo o una sola carrera universitaria. La idea de ganar más dinero se centra en comprar lo que está a la moda en todo momento.

Tienen un vínculo especial con sus padres pues la lealtad tiene para ellos una relevancia aun mayor que otras generaciones anteriores. Aunque algunas veces los jóvenes expresan un desentendimiento por parte de sus padres no existe un conflicto generacional entre ellos. A consecuencia de lo últimamente descrito los millenials también tienen como característica el no tener como urgencia el irse de sus casas, más bien, la comodidad encontrada en sus hogares en cuanto a compañía y facilidades.

Jóvenes adultos que no les temen a los retos, preocupados por su reputación y proyección. Fácil interacción a través de una pantalla, poca en persona. Están mayormente conectados a una pantalla desde que despiertan hasta antes de dormir.

B. APRECIACIÓN MUSICAL

La apreciación musical puede tener varios fines, desde el conocimiento de la historia musical hasta simplemente escuchar música de manera activa. Parte de la apreciación musical es vincular los conocimientos musicales con la identidad de la persona. La percepción, la valoración hacia la música se perciben en distintos vínculos según compositor, interprete y oyente. Apreciar la música no es algo exclusivo de los músicos, se puede tener una apreciación hacia la música sin saber leer o escribir música. Para un músico por el contrario es un deber el apreciar la música y saber sobre ella. En el siguiente apartado se explica lo indispensable para realizar a cabo la investigación sobre la apreciación musical de una generación.

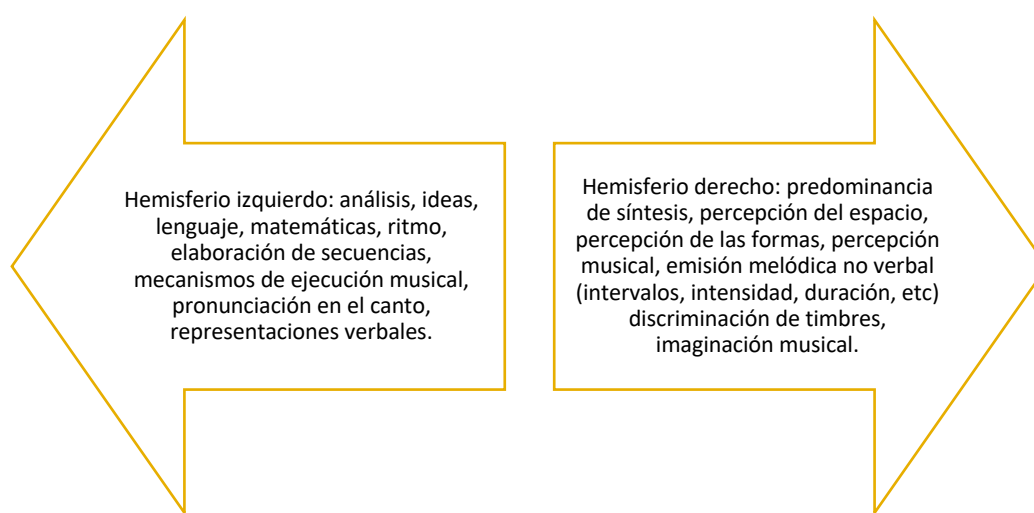
1. Definición de apreciación musical

Según la Real Academia Española (RAE, sf) el significado de apreciar es: *“Percibir algo a través de los sentidos o de la mente.”* Al apreciar la música el ser humano distingue y valora afectivamente lo que una melodía, canción o pieza se refiere. Lógicamente toda persona que escucha se convierte en un oyente, sin embargo, no todos al momento de “escuchar” están atentos a la música que escuchan.

Los oyentes se suelen clasificar por “escuchas u oyentes” dependiendo de la atención puesta a lo que sus oídos perciben. Sin embargo, otros autores proponen clasificaciones más específicas para los tipos de oyentes, tales como: oyentes hedonistas quienes buscan un placer sensorial, sonidos agradables sin profundizar más en contexto, letras o melodías. Oyentes espiritualistas o expresivos, quienes aprecian la música al punto de modificar su estado de ánimo. Son quienes comúnmente se dicen que escuchan con el corazón. Por último, tenemos a los oyentes intelectualistas o de plano puramente musical, aquellos que analizan y tienen un goce no solo musical sino intelectual, quienes se dice escuchan con la cabeza. (Rodríguez, 2002)

La apreciación musical abarca el campo de la psicología, para comenzar por la fuerza emocional que la música ejerce sobre las personas desde el vientre hasta la edad adulta. Dentro de las funciones cerebrales que la música incita en diversas zonas psicológicas se encuentran: la actividad sensorial, el mensaje afectivo y la actividad intelectual. Sin embargo, cada función cerebral de la música y su complejidad se clasifican en ambos hemisferios, según su finalidad.

Ilustración 12: Funciones cerebrales de cada hemisferio en la música



Fuente: Elaboración propia según (Moreno, 2003, pág. 217)

Por tanto, en tema de identidad, la música asemeja el contexto de una persona, generación, grupo social, entre otros. Al ser una forma de expresión la persona aprecia lo que sea similar a su coyuntura y por lo tanto psicológicamente le gusta porque lo entiende, indiferentemente de ser o no un ente con estudios musicales profundos. La apreciación musical cambia con el paso de los años, porque las personas cambian con el paso del tiempo.

2. Elementos de la música

Comenzaremos diciendo que la música es una organización de sonidos que resulta agradable al oído (Real Academia Española, 2014), pero para que los sonidos tengan un

patrón agradable sin generar aburrimiento al escucharlos se necesitan de varios elementos, estos son:

a. Ritmo

Se conoce como un patrón de sonidos y silencios en tiempo definidos. Roger Kamien en su libro “*Music: An Appreciation*” lo define como “*el arreglo particular de las longitudes de las notas en una pieza de música.*” Se forma básicamente por la métrica con los elementos de la cifra de compas y el tempo.

b. Armonía

Se escucha cuando se interpretan dos o más notas juntas formando un acorde por vez. Es la base de una melodía y le da textura a la misma. Los acordes pueden ser mayores, menores, aumentados, disminuidos, etc, dependiendo de las notas que se interpreten a la vez. Todo lo anterior se basa en la tonalidad en que la canción o pieza se encuentre. Se puede dar como acompañamiento a una melodía o con melodías complementarias entre sí.

c. Melodía

Es una sucesión de notas que se basa en un tono y ritmo determinado. En una composición musical se puede encontrar una melodía o varias dispuestas a formar parte de un coro o un motivo. La melodía es el fragmento musical que el oído humano normalmente recuerda con más facilidad.

3. Cualidades del sonido

a. Tono

Es el sonido basado en la frecuencia de vibración y tamaño del objeto vibrante. Mientras más lenta es una vibración el sonido más grave es, contrario a cuando la vibración

es rápida el sonido se vuelve agudo. El ejemplo dentro de la familia de cuerdas más gráfico es el contrabajo y el violín; el contrabajo por sus cuerdas largas y gruesas genera un sonido grave mientras que el violín con cuerdas más delgadas y cortas produce sonidos agudos. El tono puede ser definido, así como en el piano, un tono por tecla, o difícil de discernir, como en los instrumentos de percusión. Las frecuencias se miden en hertzios (Hz). El oído humano es capaz de detectar aproximadamente frecuencias de 20 Hz y por encima de 20000 Hz.

b. Intensidad

Se relaciona con el volumen o fuerza de un sonido. Depende de la amplitud de las ondas sonoras, en términos técnicos nos referimos a la distancia entre el eje y la cresta de la onda sonora. La intensidad la medimos a través de decibelios (Dd). Cuando la onda sonora tiene una amplitud mayor el sonido se percibe con mayor fuerza, efectivamente si la amplitud de la onda sonora es menor el sonido pasa a ser más débil.

En música existen abreviaturas para determinar la dinámica o los matices que el compositor sugiere para una pieza, estas suelen ser abreviaturas en italiano:

Tabla 1

Dinámica	Abreviatura	Significado
pianísimo	pp	Muy suave
piano	p	Suave
mezzo forte	mf	Medio fuerte
forte	f	Fuerte
fortissimo	ff	Muy fuerte
decrecendo o diminuendo	>	Disminuyendo el sonido
crescendo	<	Aumentando el sonido

Fuente: Elaboración propia según (Castillo, 2019)

c. Duración

Es el tiempo que los sonidos permanecen audibles o reconocibles al oído, se mide en unidades de tiempo. Esta es la cualidad del sonido más identificable para el oído desde un niño en edad temprana. El sonido puede ser corto o largo dependiendo del tiempo que los objetos mantengan a la vibración.

d. Timbre

Esta cualidad es la que ayuda a distinguir un instrumento de otro y una voz humana de otra, se conoce también como el color del sonido, físicamente dependerá de las ondas secundarias que acompañan la onda principal. Las ondas secundarias se acompañan por características físicas de los instrumentos, así como su tamaño, peso y material. Es necesario recordar que el oído tiene una memoria limitada, si se pone a prueba con una base de palabras se recordarán más fácilmente las primeras que las últimas en ser escuchadas. (Castillo, 2019)

C. MÚSICA 2003 A 2018

La investigación se centra en la preadolescencia y adolescencia de la generación Y, esto pensando en una identificación musical presente, psicológicamente ya fuera de música tradicional de artistas infantiles y canales de televisión dedicados a un público pequeño en edad. Ya se observa un gusto de géneros en ráfagas de radio nacionales e internacionales, videos musicales exitosos y tipos de música con mayores distribución y ventas.

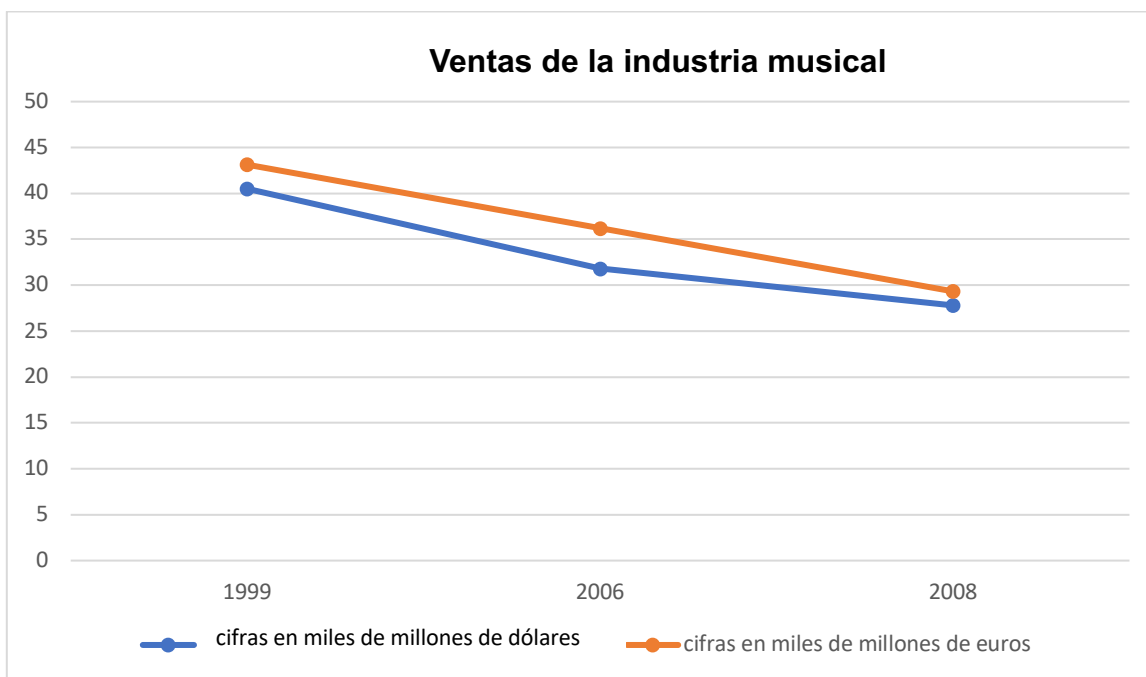
1. Música grabada

A mediados de los 90's se introdujo al mercado el formato de venta de música llamado *Compact Disc (CD's)* o *Disco Compacto*. Esto junto con el crecimiento de la presencia de la música en televisión gracias a los videos musicales renovó completamente los medios de distribución que acababan de pasar un periodo de estancamiento. En términos de cifras mundiales las ventas de contenido musical se triplicaron entre 1985 (12.3 miles de millones de dólares) y 1995 (39.7 miles de millones de dólares). (Lorenzo, 2015)

Para la época mencionada cinco discográficas controlaban globalmente el 80% de la cuota de la industria, estas eran: Universal/Polygram, Sony Music Entertainment, EMI, Warner Music Group y Bertelsmann Group (BMG). Estas compañías funcionaban verticalmente, gestionando totalmente la carrera de los músicos, sus producciones y sus derechos de copyright (derecho de autor); de esta manera no solo comercializaban al artista, también el proceso de grabación en sus propios estudios, plantas productoras de Cd's haciendo que llegaran al consumidor en sus propios sistemas de distribución.

Alrededor del 2005-2010 la situación de la industria musical cambia por completo, la siguiente gráfica muestra la disminución de ingresos que las disqueras sufren, a pesar de la alta cantidad de consumo que se tiene.

Gráfica 3



Fuente: Elaboración propia según IFPI 2007,2010

El gran descenso se debe a la caída del formato físico de CD's, en la actualidad el mercado digital es el auge de la industria musical, el formato físico no compensa en ventas. El formato digital se enfoca en sencillos, más no en álbumes completos. El medio de música

digital se ve fuertemente influenciado por las películas en DVD, los smartphones y la industria creciente de videojuegos. Cabe mencionar que la competencia no es solo entre la industria musical, también se compite con artistas independientes o no comerciales. Es importante mencionar que en la actualidad tres de las disqueras anteriormente mencionadas aun son reconocidas como lo más importante de la industria musical, obteniendo un 75% de ganancias en el mercado.

2. Música que venden los medios de comunicación

Los medios de comunicación complacen lo que las personas quieren escuchar, sin embargo, que la música de un artista sea lanzada en un medio de comunicación requiere de un pago con tiempo al aire. Sin importar si se habla de televisión, radio, prensa, medios digitales o internet la publicidad orgánica (sin paga) se genera cuando la publicidad anteriormente pagada tuvo su fruto y ganancia previa. Por tanto, la música que escuchamos y vemos en medios de comunicación masiva es la que mundialmente es reconocida.

En 2018 los artistas con mayor auge a nivel mundiales según IFPI 2019 fueron:

Tabla 2

Top 10 de Artistas globalmente reconocidos 2018	
1	Drake
2	BTS
3	Ed Sheeran
4	Post Malone
5	Eminem
6	Queen
7	Imagine Dragons
8	Ariana Grande
9	Lady Gaga
10	Bruno Mars

Fuente: Elaboración propia según (International Federation of the Phonographic industry, 2003-2019)

El mismo informe mencionado nos muestra el top de ambones digitales y sencillos digitales con más auge en el pasado año, estos son:

Tabla 3

Top 10 sencillos digitales 2018		Unidades en millones
1	Havana – Camila Cabello ft Young Thug	3.5
2	God’s Plan – Drake	2.7
3	Shape on you – Ed Sheeran	2.3
4	Perfect – Ed Sheeran	1.9
5	Girls like you – Maroon 5 ft Cardi B	1.7
6	Despacito – Luis Fonsi ft Daddy Yankee	1.3
7	Be Apart – Tia Ray	1.2
8	Something Just like This – The Chainsmonkers ft Coldplay	1.2
9	FRIENDS – Mashmello fr Anne-Marie	1.0
10	Psycho – Post Malone fr Ty Dolla \$!ng	0.9

Fuente: Elaboración propia según (International Fereration of the Phonographic industry, 2003-2019)

Tabla 4

Top 10 Álbumes digitales		Unidades en millones
1	The Greatest Showman (OST) - Cast of 'The Greatest Showman'	3.5
2	Love Yourself 結 'Answer' - BTS	2.7
3	Love Yourself 轉 'Tear' - BTS	2.3
4	A Star Is Born (OST) – Lady Gaga	1.9
5	Mon Pays C'est L'amour - Johnny Hallyday	1.7
6	Ed Sheeran	1.3
7	Bohemian Rhapsody - Queen	1.2

Top 10 Álbumes digitales		Unidades en millones
8	Beautiful Trauma - P!nk	1.2
9	Kamikaze - Eminem	1.0
10	Mamma Mia! Here We Go Again (OST) - Cast of 'Mamma Mia! Here We Go Again'	0.9

Fuente: Elaboración propia según (International Federation of the Phonographic industry, 2003-2019)

Como se puede observar en las listas los sencillos tienen una escucha más recurrente que los álbumes en descargas. Así mismo se analizan que la publicidad de las canciones y álbumes, tanto como el auge de los artistas no son únicamente musicales pues encontramos entre las listas globales música de película. También cabe mencionar que en el lanzamiento de todos los sencillos enlistados se acompañó con un material audiovisual fuera un lyric video o un video con formato completo.

En el 2018 se rompió el récord de visión general de mercado con un crecimiento del 9.7%. es la renta más grande desde 1997. (International Federation of the Phonographic industry, 2003-2019). Los países con más descargas compradas son Estados Unidos, Japón e Inglaterra. El único país latinoamericano en el top 10 de compras musicales es Brasil. Esto no significa que Latinoamérica no sea relevante en las ventas a nivel mundial, pues se puede observar a los artistas latinoamericanos en las listas más reconocidas con éxitos globales. Sin embargo, Latinoamérica es de los consumidores menos relevantes a nivel de streaming services. Es decir, dentro de la compra real del producto musical y no en servicio gratuito.

Se hizo un análisis de lo anterior, pero en los diversos años de la juventud, preadolescencia de los millennials. El IFPI año con año muestra la lista de las ventas mundiales, a continuación, mostraremos lo más relevante en ventas de los últimos 15 años.

Tabla 5

Ventas según formato, cifra en porcentaje de valor.	
Sencillo	-18.7%
LP's	-11.3%
MC'S	-27.4%
CD's	-9.1%
DVD	67.0%
VHS	-39.1%

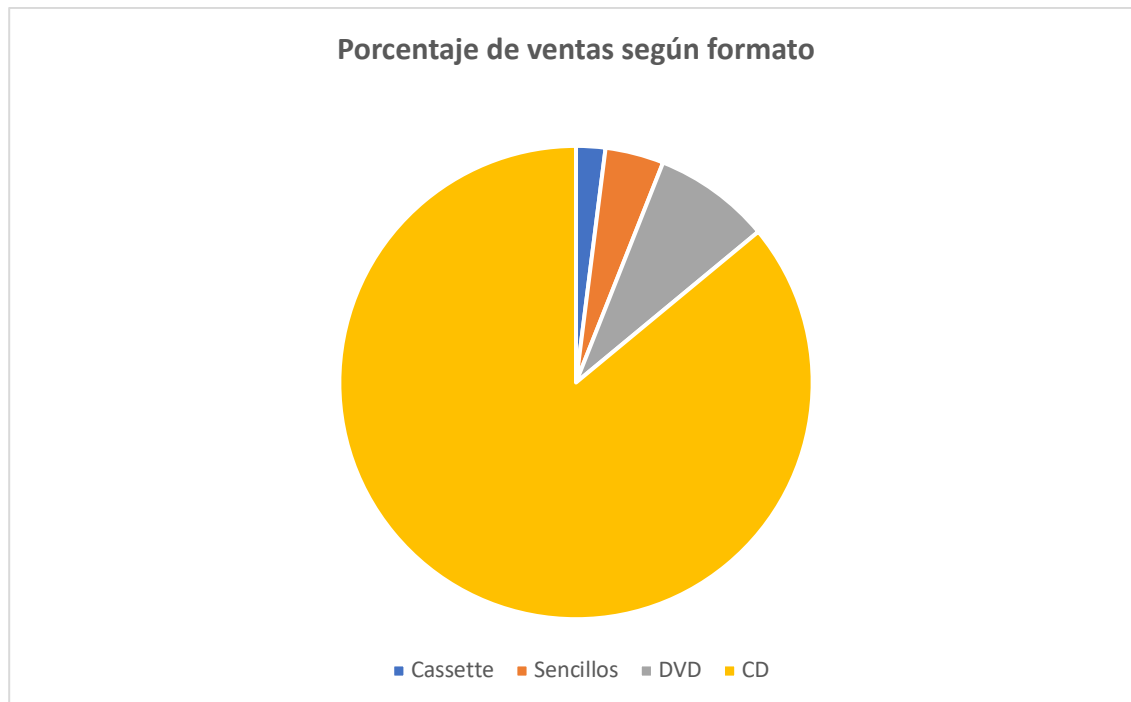
Fuente: Elaboración propia según (International Federation of the Phonographic industry) 2003.

En este año las ventas tuvieron su auge en el contenido audiovisual, mayormente en los conciertos en vivo de giras realizadas. Dentro de las ventas de DVD el 60% fueron conciertos en vivo, 25% recopilaciones de videos musicales y 15% de otro tipo.

En 2004 el negocio de la piratería fue cada vez más evidente y un problema de perdida monetaria aun mayor que otros años. Se calculó que 21 millones de unidades de CD's eran reproducidas ilegalmente en Latinoamérica, el país con mayor piratería era Brasil. Cada 1 de 3 CD's, en porcentaje era pirata.

Para el 2005 a pesar de que siguió el problema de la piratería los CD's representaron lo más codiciado en ventas. El artista con mayor auge en el 2005 fue 50 Cent, seguido por los Backstreet Boys y en tercer lugar de ventas mundiales Beck. Latinoamérica se posicionó en lista únicamente con Shakira en el #19 de 25. El álbum más vendido fue producido por la disquera Sony, con el título Confessions Usher llego al top de ventas mundiales.

Gráfica 4



Fuente: Elaboración propia según (International Federation of the Phonographic industry) 2005.

En el 2006 las ventas comienzan a notarse en la era digital, el formato de ringtone, lo sencillos lanzados con videoclip y álbumes completos se encontraban ya disponibles en casi cualquier página web. Se vuelve común tener memoria en el celular y audífonos para escuchar música en el dispositivo. Los aparatos celulares comienzan a tener un formato de “mobile operator”. Nokia en este año vendió 10 millones de teléfonos en este nuevo formato. El cambio lo marcó Eros Ramazzitti cuando su tema “La Nostra Vida” en Italia se descargó más de 30,000 veces tan solo en la primera semana de lanzamiento. En el 2007 ya existían más de 500 servicios de música online en más de 40 países.

El top de ventas para el 2008 lo lideró Alexandra Burke con su tema Hallelujah, producido por Sony Music. El álbum más vendido fue Rockferry del artista Duffy producido por Universal Music. Para el 2009 se unió a top de ventas la música en video juegos tanto como música de acompañamiento como los video juegos musicales el mejor ejemplo, y el más vendido del año, fue Guitar Hero. Las

redes sociales comenzaron a ser un auge en dicho año, la mayor para la época fue MySpace con su espacio de “Share your favorite music” cada usuario podía personalizar musicalmente su perfil. Los géneros más utilizados en esta red social fueron

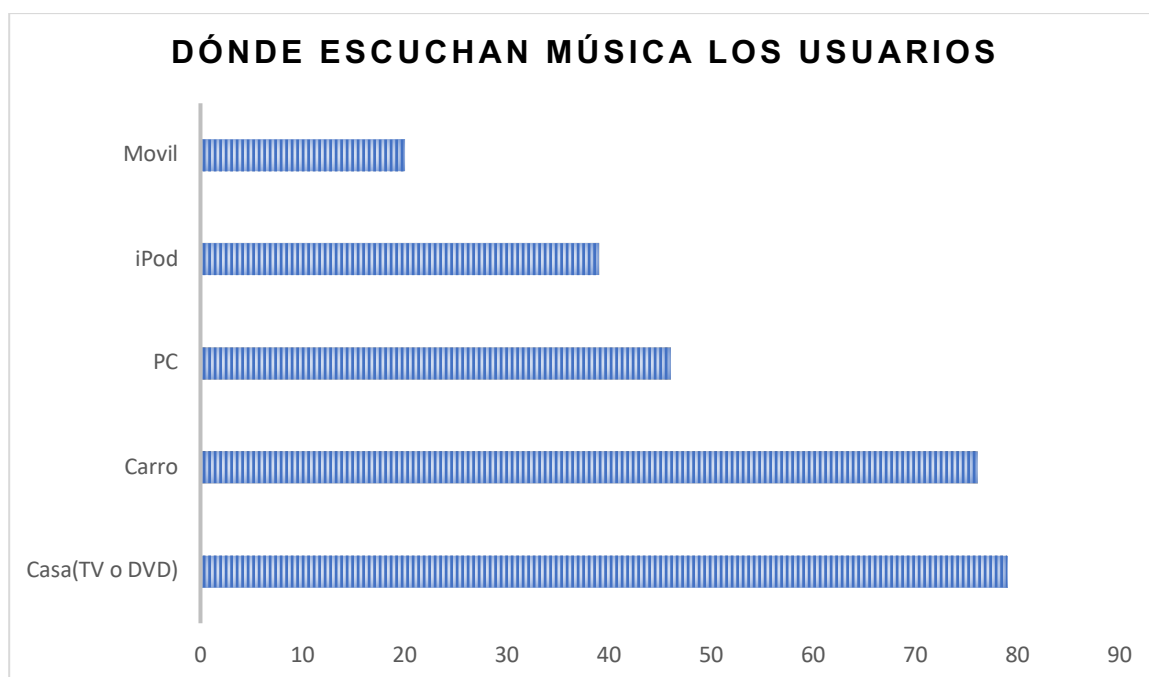
Tabla 6

Número de veces utilizado en MySpace	
Género	Número
Hip Hop	2.5 millones
Rap	2.4 millones
Rock	1.8 millones
R&B	1.6 millones
Pop	723,000
Metal	611,000
Punk	464,000
Electrónica	413,000
Techno	335,000
Reggae	314,000

Fuente: Elaboración propia según (International Federation of the Phonographic industry) 2009.

En el 2010 el auge en definitiva fue la música vendida en video juegos, seguida por los sencillos vendidos a suscriptores digitales o físicos. Lady Gaga lideró las ventas digitales a suscriptores con su sencillo “Poker Face” con más de 9.8 millones de descargas legales. En el 2011 la música era escuchada tanto fuera como dentro de casa, en el carro, en la laptop, y con su inversión de los iPod Apple dio una forma más para las descargas legales a través de una suscripción pagada mensualmente.

Gráfica 5



Fuente: Elaboración propia según en (International Federation of the Phonographic industry) 2011.

En 2012 el pop y la electrónico lideró listas con Bruno Mars y sus sencillos “Just the way you are”, “Grenade” y “Lazy Song”; así como LMFAO con “Party Rock Anthem”, Jennifer Lopez con “On the Floor” y Black Eyed Peas con The Time. Para el 2013, la era digital completamente trasciende a los videos de fans mostrando bailes de videos famosos de sus artistas o parodias de los mismos. YouTube crea sus canales de VEVO para mostrar los videos originales de los artistas famosos. La radio FM pasa a segundo plano y comienza el auge de las radios digitales, Pandora internet radio, lidera con más de 66 millones de escuchas activos a nivel mundial. Las redes sociales con el apogeo ya obtenido se vuelven un punto de conversación de artistas con fans, Twitter y Facebook son las redes sociales más utilizadas por la juventud. Artistas como Justin Bieber cuenta con más de 34.6 millones de seguidores para dicho año.

En el 2014 los consumidores se dividen en los principales servicios de música YouTube, iTunes, Amazon MP3, Spotify, Deezer y vevo. Las listas de éxito muestran como principales géneros el rap, pop, electrónica y rock. Para el 2015 el 52% de las ventas eran a

través de descargas permanentes y un 39% de ventas se daba en el streaming por suscripción. El recurso audiovisual dio un giro cuando Pharrell Williams con su sencillo *Happy*, creado para la película *Mi villano favorito 2*, tuvo millones de videos de imitación mostrando lugares turísticos de diversos países. El resultado fue más de 13.9 millones de descargas para la producción de estos videos.

En el 2016, se cumplían 15 años del lanzamiento del streaming ya con una ganancia de 3.5 millones de clientes por pago. Para el 2017, con la facilidad de crear listas de reproducción personales en los servicios de streaming los géneros musicales resaltados fueron pop, hip hop y rock. En el 2018 solistas y bandas de rock, pop y electrónica son los lideres mundiales en ventas. Con un 38% de ventas por streaming, 30% de ventas físicas y 16% de ventas digitales (no incluido el streaming). Artistas de todo el mundo comienzan a tener más escuchas mundiales, latinoamerica crece en un 17.7% de escuchas a nivel mundial, Asia y Australia un 5.4%, Europa un 4.3% y Estados Unidos un 12.8%.

IV. MARCO METODOLÓGICO

En el presente trabajo de investigación se indagó sobre **La apreciación musical de los millenials**. Se indagó sobre los intereses musicales de los jóvenes de la generación Y en la Universidad del Valle de Guatemala, ubicada en la zona 15 de la ciudad capital, como contexto central. Dicha institución atiende a estudiantes de diversos niveles socioeconómicos en sus diferentes carreras en nivel universitario tanto en plan diario como sabatino.

A. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Al momento de observar una apreciación musical variante en los jóvenes de 20 a 30 años, millenials, surge la idea de comenzar una indagación y profundizar en los gustos musicales y los conocimientos de estos. Esto da pie a la pregunta: ¿Qué géneros musicales prefieren los millennial? Según esta pregunta central surge el siguiente objetivo:

1. Objetivo general

Identificar la apreciación musical de la generación millennial a través de música grabada y transmitida en medios de comunicación durante los últimos 15 años.

Según este objetivo surgen tres interrogantes a responder: ¿Qué tan variados son los gustos de la generación millennial?, ¿Qué factores en el contexto social han influido en la música de esta generación? y ¿Cómo han influido los medios de comunicación al divulgar la música en los últimos 15 años? Con ellas se dio pie a los siguientes objetivos:

2. Objetivos específicos

- a. Verificar la música grabada y transmitida en medios de comunicación en los últimos 15 años a través de discografías, listas de reproducción, listados de éxitos radiales, encuestas y grupos focales.
- b. Analizar los cambios sociales que han ocurrido en los últimos 15 años los cuales afectan directamente a la generación millennial.
- c. Identificar los gustos musicales de la generación millennial a través de encuestas y grupos focales con base en listados de éxitos radiales, entre otros.
- d. Recomendar repertorios, actividades y estrategias para ampliar el conocimiento musical que puede enriquecer a la generación millennial.

B. SUPUESTOS

- a. Los millenials son una generación adaptable a los cambios, por lo tanto, la apreciación musical varía en diversos géneros musicales.

Según en el trabajo de campo realizado en las encuestas y grupos focales, se establece que la apreciación musical de la generación millennial sí varían entre los distintos géneros musicales. Es importante mencionar que tanto en los grupos focales como en las encuestas no se encontraron respuestas singulares, los gustos musicales varían entre tres o más géneros de música.

C. FASES DEL TRABAJO DE CAMPO (METODOLOGÍA)

Se utilizó una metodología mixta en la cual mediante a herramientas se recabó información del contexto seleccionado con una muestra en el mismo. Para dicha

investigación se tuvo un tiempo de cinco meses en los cuales se desarrollaron las siguientes fases:

1. Diseño de investigación: se realizó un protocolo de investigación con el esquema de trabajo a realizar.

2. Autorización: se gestionó el permiso con las autoridades de la Facultad de Educación de la Universidad del Valle de Guatemala para llevar a cabo la investigación en el Centro de Estudios Universitario.

3. Investigación informativa: se realizó una investigación informativa en diversos textos para obtener toda la información posible antes de realizar la recolección de datos.

4. Recolección de datos: a través de diversos instrumentos se recopilaban datos con estudiantes con edades comprendidas de la generación millennial.

5. Tabulación y análisis de resultados: se analizaron los resultados obtenidos según la información recopilada.

6. Redacción de producto final: se dieron a conocer los resultados de investigación.

D. CRONOGRAMA

Tabla 7

ACTIVIDAD	FECHA LÍMITE
Entrega de protocolo para aprobación	16/2/2019
Entrega digital de diseño de instrumentos	1/3/2019
Entrega digital de instrumentos	1/3/2019
Entrega de marco contextual y conceptual	20/3/2019

ACTIVIDAD	FECHA LÍMITE
Realización de entrevistas	1-15/4/2019
Realización de grupos focales	1-15/4/2019
Análisis de datos	16-30/4/2019
Entrega digital de análisis e interpretación de datos	1/5/2019
Entrega digital de marco contextual, conceptual, metodológico con correcciones anteriores	5/5/2019
Entrega digital de borrador completo de informe final	10/5/2019
Entrega digital de informe final	15/5/2019
Entrega impresa de informe final	18/5/2019

E. MUESTRA CON LA QUE SE TRABAJÓ EN EL CAMPO

En la investigación realizada en campo se trabajó con una muestra de la Universidad de Valle de Guatemala, siendo estos grupos de estudiantes universitarios de diversas carreras para la indagación sobre el interés en diversos géneros musicales.

1. Muestra de estudiantes

La población de estudiantes de la Universidad del Valle de Guatemala es mayor a los 2,000 estudiantes en el Campus Central. Se debe mencionar que no todos son millenials. En total la muestra fue de 40 personas total divididas en tres grupos focales de 8 personas y 16 encuestados.

F. DESCRIPCIÓN DE INSTRUMENTOS

En el trabajo de campo realizado para la investigación se utilizó dos instrumentos para recabar información requerida. A continuación, se describe el uso que tuvo cada uno de ellos.

1. Encuesta para estudiantes

El procedimiento fue el siguiente:

a. En los momentos de descanso en cafetería, pasillos y Plaza Paiz Riera se encuestó a estudiantes preguntando inicialmente si deseaban colaborar con la encuesta y la edad para corroborar su pertenencia a la generación millennial.

b. Se explicó la finalidad de la encuesta.

c. La duración de la misma fue de 7 a 10 minutos por encuestado.

2. Grupos Focales

El procedimiento fue el siguiente:

a. Se agendó con los tres grupos para diversos horarios convenientes para que todos los participantes pudieran estar presentes.

b. Se explicó la finalidad del grupo focal

c. La duración de cada grupo focal fue entre 12 y 15 minutos.

G. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA

Los principales objetivos de este instrumento fueron:

a. Indagar en el interés musical de los millenials

b. Conocer los géneros más escuchados por la generación

- c. Comprobar respuestas con listados de éxitos

H. OBJETIVOS DE LOS GRUPOS FOCALES

Los principales objetivos de este instrumento fueron:

- a. Indagar sobre la adaptación de la generación millennial.
- b. Conocer gustos musicales
- c. Verificar respuestas con listas de éxitos

I. TIPO DE VARIABLES

En los instrumentos utilizados las principales variables a indagar fueron de carácter mixto:

- a. Edad
- b. Edad de los padres
- c. Interés en géneros musicales
- d. Escuchas activos de música
- e. Uso de streaming en millenials

J. TIPO DE ÍTEM

- a. Selección múltiple
- b. Pregunta directa

K. RECURSOS Y PRESUPUESTO

Los recursos que se utilizaron en la investigación, en su mayoría, estaban a disposición del investigador gratuitamente; sin embargo, se estimó algunos gastos demostrados en la siguiente tabla:

Tabla 8

RECURSOS	COSTO
Computadora (propia)	Q0.00
Internet (propio)	Q0.00
Tinta (propia)	Q0.00
Gasolina (propia)	Q0.00
Parqueo (distribuido en los meses de investigación)	Q240
Copias de encuestas (16)	Q8
Copias de producto final	Q90
Engargolado de producto final	Q60
Total	Q398

V. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Durante el siguiente capítulo se muestran los resultados más relevantes de las pruebas realizadas en el trabajo de campo llevado a cabo en la Universidad del Valle de Guatemala, campus central, ubicada en zona 15 de la capital de Guatemala de la Asunción. La finalidad de la investigación fue comprobar la **apreciación musical de la generación millennial**. Se interpretaron la mayor parte de ítems utilizados en las encuestas y grupos focales.

A. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS A ESTUDIANTES

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas realizadas a 16 estudiantes de diversas carreras de la Universidad del Valle de Guatemala. Se determinó de esta manera ya que la encuesta se enfoca en comprobar gustos musicales con listados de éxitos.

1. Análisis ÍTEMS #4 y #5

En la siguiente tabla se muestra la preferencia de géneros y artistas musicales de los estudiantes encuestados. Estos ítems se realizaron para comprobar los gustos de los jóvenes con las listas de éxitos.

Tabla 9

Género y artista favorito	Hip Hop, (Drake, Eminem, Lil Peep)	Pop (Ed Sheeran, Ariana Grande, Lady Gaga)	Reggaetón (Maluma, J Balvin, Daddy Yankee)	Electrónica (Calvin Harris, Mashmello, Avicii)	Trap (Amenazzy, Anuel, Bad Bunny)	Total
TOTAL	7	5	2	1	1	16
%	43.75%	31.25%	12.5%	6.25%	6.25%	100%

Las listas de éxitos más recientes muestran a Drake en el top de ventas mundiales, por lo cual se comprueba el gusto por el artista y género, sin embargo, el reggaetón y la electrónica las listas de ventas y éxitos se encuentran antes que el pop. En las encuestas es mayor el porcentaje de pop que el de reggaetón y electrónica.

2. Análisis ÍTEM #7 y #8

Al ÍTEM #7 un 100% de los encuestados respondieron positivo, afirmando que utilizan un servicio de streaming en su smarthphone o PC. Sin embargo, para este análisis se complementó con el ÍTEM #8 donde se les cuestionó sobre si pagan el servicio de streaming o lo utilizan con anuncios sin paga.

Gráfica 6

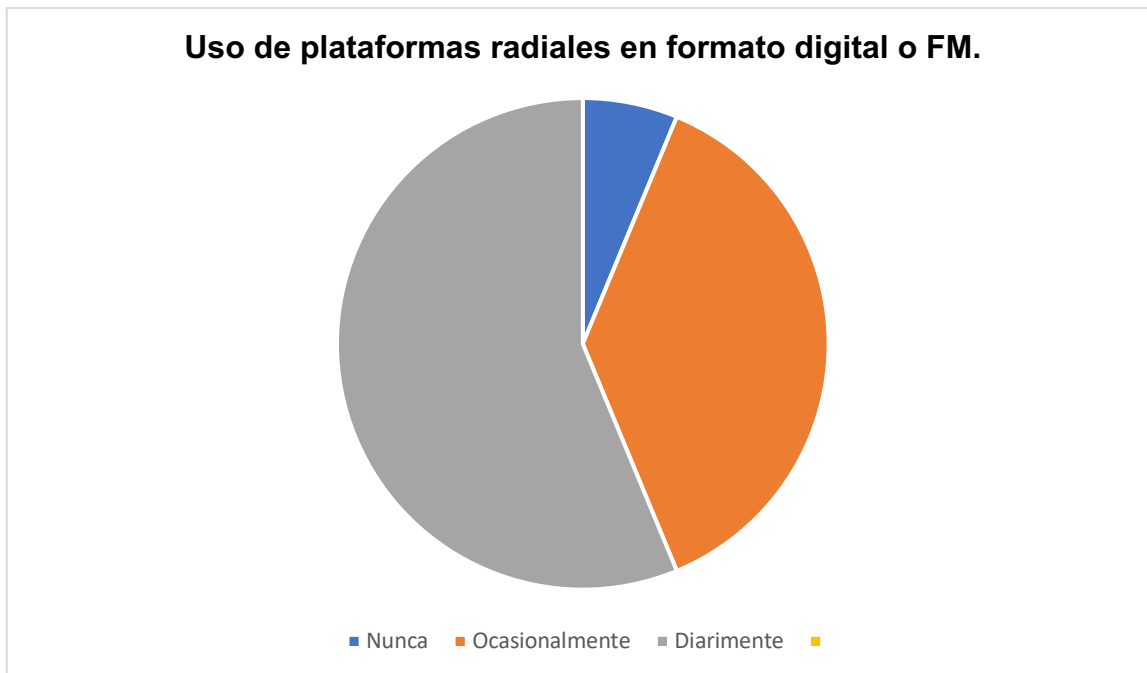


Como se puede observar la mayoría de los encuestados prefiere pagar mensualmente el uso de la plataforma streaming de su preferencia a manera de tener más beneficios dentro de ella. De los 16 encuestados únicamente 5 lo utilizan de manera gratuita.

3. Análisis ÍTEM #9

En la siguiente gráfica se presentan los resultados del ítem #39 en el cual se cuestiona si aparte del uso de plataformas streaming escuchan radio sea de manera digital o en formato FM.

Gráfica 7



Nueve de los encuestados siguen escuchando radio en algún momento de día, solo uno de ellos dijo que jamás escucha radio. Cinco de los jóvenes escucha ocasionalmente una plataforma radial. Por lo cual se concluye que los jóvenes millenials encuestados utilizan más una plataforma streaming sujeta a un pago mensual, en el cual eligen su género favorito y su artista dentro del mismo. Siendo así la comprobación de una adaptación a diversos géneros.

NOTA INFORMATIVA: los ítems no contemplados en el análisis de resultados eran únicamente de información general, por lo que no se consideró relevante o significativo para el análisis ya planteado.

B. INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS GRUPOS FOCALES

Anteriormente se describió un interés individual hacia diversos géneros musicales y el uso de streaming de los jóvenes entre 20 y 30 años. Como parte de la investigación en campo se realizaron grupos focales específicos con tres grupos de personas para comparar resultados entre los mismos. El primer grupo focal se realizó con estudiantes del profesora y

licenciatura en música, el segundo con estudiantes de diversos profesorados exceptuando música y el tercero con diversas carreras exceptuando las anteriores en grupos focales. Cabe mencionar que en todos los grupos focales se notó un mismo fenómeno, la adaptación a lo que todos les gustaba. Frases como: “Si esa canción es buena” o “Tenés toda la razón” o similares se escucharon en más de una ocasión.

1. Análisis de los ÍTEM #4 y #5

Al preguntar en los distintos grupos focales los géneros más escuchados por ellos las respuestas tuvieron un giro diferente al que se tuvo en las encuestas individuales. En el siguiente cuadro se expresa las respuestas literales hacia la interrogante del género que más escuchan y su canción favorita en este momento.

Tabla 10

	Genero más escuchado	Canción favorita del momento
Estudiantes de música	Rock, pop, latino, académico, disco, indie, jazz, blues.	Bohemia Rhapsody, Cuando nadie ve, Lo que te dí, One step, No van a parar, I’m in the modo for love, Alla round man.
Estudiantes de profesorados	Pop, electrónica, latino, rock, reggaetón.	I don’t care, Giant, Mañana too late, Medicine, Soltera.
Estudiantes ajenos a educación	Rock, reggaetón, reggae, trap, pop,	Easy, Con calma, Ilegal, Tal vez, No te vayas.

En todos los grupos focales los géneros son distintos y aunque algunos se repiten, no es el caso de todos. El idioma tampoco es único, la mayoría escucha música en inglés y español que comúnmente son los idiomas que se aprenden como parte del pènsu de estudios en colegios y universidades.

2. Análisis ÍTEM #6

Se les preguntó a todos de qué forma se enteraban de la música nueva, las respuestas fueron diversas. En la siguiente tabla se mencionan las respuestas.

Tabla 11

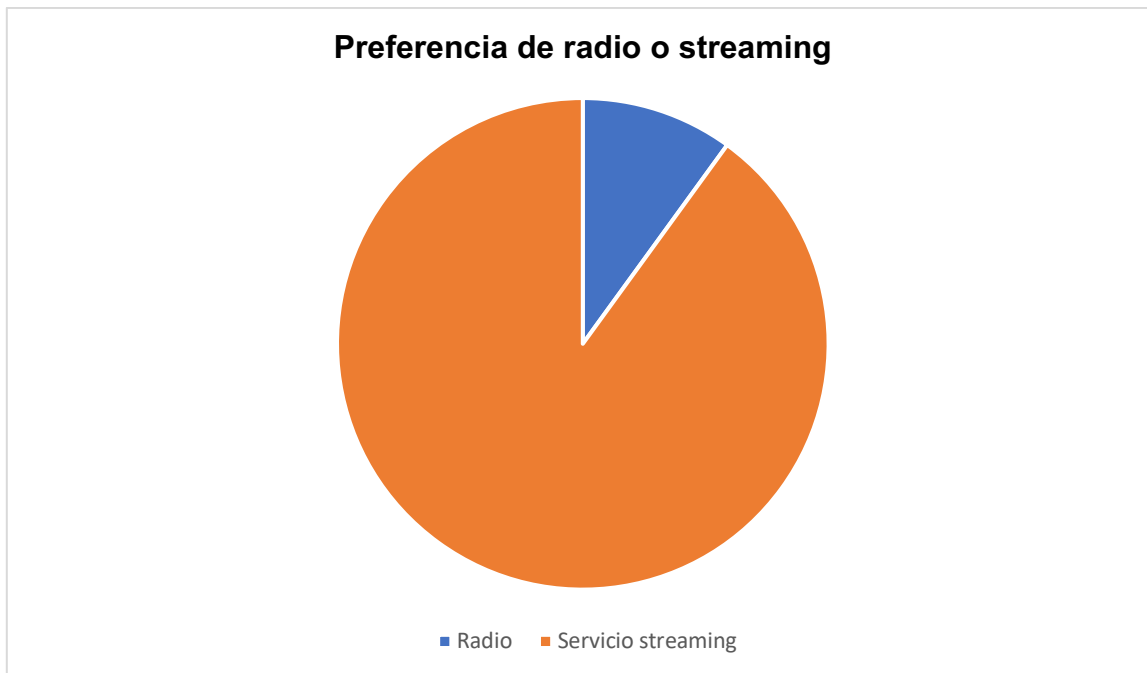
	Forma de actualización
Estudiantes de música	Shazam, investigando y redes sociales.
Estudiantes de profesorados	Shazam, redes sociales y avisos de su plataforma de streaming.
Estudiantes ajenos a educación	Shazam y avisos de la plataforma de streaming.

Shazam es una aplicación en la cual el smarthphone al escuchar parte de una canción la reconoce e indica el nombre de esta y el artista que la interpreta. Esta fue la respuesta unánime entre todos los grupos, parte entonces de la forma de actualización es utilizar la tecnología para buscar las canciones que son agradables al oído y poder tener una descarga inmediata de la misma.

3. Análisis ÍTEM #7

Se interrogó en los grupos focales sobre como prefieren escuchar música si por radio o a través de las plataformas streaming. En la siguiente gráfica se muestra el porcentaje de respuesta.

Gráfica 8



4. Análisis ÍTEM #8

La pregunta con más controversia entre todos los participantes de los grupos focales fue al momento de preguntar que género escuchan según su estado de ánimo. En la siguiente tabla se muestran las respuestas divididas en los grupos focales.

Tabla 12

Género según estado de ánimo				
	Feliz	Triste	Estresado	Enojado
Estudiantes de música	Rock o latina	Indie, jazz, blues.	Jazz, pop, rock, académica.	Rock, indie.

	Feliz	Triste	Estresado	Enojado
Estudiantes de profesorados	Reggaetón, reggae, latina.	Pop, baladas.	Reggaetón, pop, trap.	Pop.
Estudiantes ajenos a educación	Latina, rock, electrónica.	Rock, electrónica, pop.	Trap, reggaetón	Trap, reggaetón.

Como se puede observar a través de los diversos instrumentos la generación Y si tiene géneros con los cuales se identifican pues identifican sus emociones con ellos. Sin embargo, la apreciación musical es extensa y no se basa en u solo tipo de música.

NOTA INFORMATIVA: los ítems no contemplados en el análisis de resultados eran únicamente de información general, por lo que no se consideró relevante o significativo para el análisis ya planteado.

VI. CONCLUSIONES

1. La música reproducida en los medios de comunicación en los últimos 15 años es variada, sin embargo, géneros como: pop, hip hop, rock. Destacan a través de diversos artistas desde el 2003 al 2018. A pesar de que otros géneros se suman o restan de las listas de los más vendidos a nivel internacional, estos tres géneros mencionados aparecen año con año en las listas de ventas mundiales. Por lo tanto, se considera como la música más escuchada de la generación millennial.
2. Parte del contexto musical de una persona influye su coyuntura social, política y educativa. Guatemala es gran parte de ventas internacionales, en ningún momento los entrevistados o los colaboradores en grupos focales mencionaron música nacional, por lo cual se concluye que hay poco conocimiento de esta. La identidad de la generación sin su país es poca en el ámbitos musical, pues entre sus artistas y canciones de repertorio no contemplan el nacional. El género (femenino o masculino) tampoco se encuentra como un factor influyente en apreciación musical, puesto que tanto hombres como mujeres contemplan géneros similares.
3. La industria musical es cada vez más digital que física por lo cual es un recurso que debe aprovecharse al máximo con la generación Y y las que vienen para uso didacta de aprendizaje e identificación en todas las áreas dando un uso concreto del mismo.
4. La generación millennial busca según sus necesidades del momentos, por lo cual se recomiendan aplicaciones como Shazam, Sounhound, SoundCloud, Jango, TeneIn y Sonaeflow donde hay actualizaciones de música nacional e internacional, las aplicaciones cuentan con música academica, los ultimos hits, las más sonadas en las listas mundiales y listas según el país de residencia.

VII. RECOMENDACIONES

Al realizar la investigación de campo se encontraron necesidades con las cuales se puede mejorar el trabajo con la generación Y:

A LOS MILLENNIALS

1. Indagar sobre diversos tipos de música según su contexto.
2. Verificar de donde vienen las canciones y por qué fueron escritas, esto dará una amplia información de historia y contextos.

A LOS DOCENTES QUE TRABAJAN CON GENERACIÓN Y

1. Utilizar herramientas didácticas que tengan un cambio significativo para los estudiantes a manera de utilizar teoría, práctica y motivación en cada clase.
2. El uso de la tecnología es importante, pero si se hace todo el tiempo el estudiante millennial comenzará a buscar solo para el momento, por tanto, combinar la tecnología con trabajos dinámicos que lo obligan a opinar, indagar y exponer.
3. Utilizar la música para un millennial en cualquier curso será efectivo puesto que se identifican con muchos géneros musicales y es fácil que se adapten a los mismos.

VIII. Referencias

- Unite Way. (2003). *UniteWay*. Obtenido de <http://unitedway.org.gt/index.php/contexto-social-en-guatemala/>
- Programa de las Naciones Unidas por el Desarrollo. (2016). *Más allá del conflicto, luchas por el bienestar. Informe Nacional de Desarrollo Humano*. Guatemala.
- Gamazo, C. (26 de octubre de 2015). *Plaza Pública* . Obtenido de <https://www.plazapublica.com.gt/content/la-abstencion-tercera-mas-baja-de-la-democracia-supera-en-600-mil-votos-morales>
- Secretaría de Plannificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN. (2015). *Informe final de cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio*. Guatemala: Serviprensa S.A. .
- Ministerio de Educación . (mayo de 2017). *Presupuesto abierto 2018-2022*. Guatemala, Guatemala, Guatemala.
- Universidad del Valle De Guatemala. (2019). *Portal UVG*. Obtenido de www.uvg.edu.gt
- Universidad del Valle de Guatemala Campus Sur. (2019). *Portal Campues Sur*. Obtenido de <http://www.campussur.uvg.edu.gt/>
- Universidad del Valle Altiplano. (2019). *Portal UVG Altiplano* . Obtenido de <http://www.altiplano.uvg.edu.gt/>
- Universidad del Valle de Guatemala. (2016). *Plan Estratégico 2016-2020 Universidad del Valle de Guatemala*. Guatemala. Obtenido de <https://www.uvg.edu.gt/nosotros/plan-estrategico/>
- Gutiérrez, E. (2016). *La plaza ciudadana actores y contextos de la crisis política de 2015*. Guatemala: IPNUSAC.
- Méndez, C., de Vincenzi, A., Tejera, A., Batres, E., Coronel, M., & de Gainza, V. (2015). *La formación del Educador Musical Latinoamericano*. Guatemala: Avanti S,A. .

- Rivas, E. T. (1998). *Del Autoritarismo a la paz*. Guatemala: Serviprensa C.A.
- Solís, R. (2016). *La fuerza de las plazas*. Guatemala.
- Gutiérrez-Rubí, A. (15 de junio de 2017). La generación Millennials y la nueva política. *INJUVE - Revista de Estudios de Juventud*, 161-169. Obtenido de Revista de Estudios de Juventud:
http://www.injuve.es/sites/default/files/2017/46/publicaciones/revista108_12-generacion-millennials-y-la-nueva-politica.pdf
- EducaWeb. (2013). *EducaWeb*. Obtenido de <https://blog.educaweb.mx/caracteristicas-de-la-generacion-y-mundo-laboral/>
- Rodríguez, R. S. (2002). *Revista de la Lista Europea de Música en la Educación*. Obtenido de Universidad de Sevilla :
https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/16310/file_1.pdf?sequence=1
- Moreno, J. L. (2003). Psicología de la música y emoción musical. *Educatio*, 213-226.
- Real Academia Española. (2014). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=3IBOF6d>
- Castillo, A. R. (2019). *Cualidades del sonido*. Obtenido de Desarrollo cognitivo y motor:
<http://trinitariasmalaga.net/sites/trinitariasmalaga.net/files/pagina/2017/10/cualidade-sdelsonido1718.pdf>
- Lorenzo, J. J. (2015). Análisis de la evolución de la industria de la música. . *Impacto de iTunes en su transformación*. Madrid, España.
- International Federation of the Phonographic industry. (2003-2019). *Global music report 2016*. Obtenido de State of the industry:
<https://www.ifpi.org/downloads/GMR2019.pdf>
- Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia SEGEPLAN. (2018). *3er Informe de Gobierno 2018-2019*. Guatemala: SEGEPLAN.
- Jovenes por los derechos humanos. (2002-2017). *Aprende tus derechos humanos*. Obtenido de un vistazo a los antecedentes de los derechos humanos:

<http://mx.youthforhumanrights.org/what-are-human-rights/background-of-human-rights.html>

CICIG . (17 de noviembre de 2014). *CICIG Comisión internacional contra la Impunidad en Guatemala*. Obtenido de

<http://www.cicig.org/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=571&cntnt01returnid=67>

Ministerio de Educación MINEDUC. (2018). *CNB*. Obtenido de Currículo Nacional Base:

<http://cnb.mineduc.gob.gt/>

PNUD. (2003). *Informe Nacional de Desarrollo Humano*. Guatemala.

ONU. (junio de 2013). *La ONU*. Obtenido de ¿Qué son los derechos humanos?:

<http://www.un.org/es/rights/overview/>

Arbeláez, A. S. (2010). La apreciación musical en edades juveniles: territorios, identidad y sentido. . *cuadernos de música, artes visuales y artes escénicas*, 29-42.

Batres, E. (2010). *Notas sobre educación musical*. Guatemala: Avanti S.A.

Borja, R. (1998). *Enciclopedia política*. Mexico DF: Fondo de cultura económica.