

Costumbres musicales en redes sociales durante y tras el Gran Confinamiento¹



María del Valle de Moya

Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, España
mariavallede.moya@uclm.es

Alfredo Segura Tornero

Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, España
Alfredo.Segura@uclm.es

Silvia Mariana Valero

Universidad de Castilla-La Mancha, Albacete, España
profesil.edu.infantil@gmail.com

*Recibido: octubre 2023
Aceptado: diciembre 2023*

Resumen

La brusca irrupción de la pandemia por Covid-19 supuso una gran convulsión en todos los países. Los hábitos de consumo se vieron altamente afectados durante y tras el Estado de alarma declarado en España entre el 14 de marzo y el 21 de junio de 2020. El objetivo principal del presente trabajo consiste en analizar la incidencia del consumo musical a través del uso de las TIC y las redes sociales, durante el Gran Confinamiento por Covid-19, en la vida cotidiana de personas de diferente género y edad –desde la mayoría de edad hasta el final de la vida profesional y la etapa de jubilación. Asimismo, se establecieron otros objetivos secundarios tales como observar la variación del consumo musical producida en este periodo de reclusión, estudiar los beneficios y percepciones emocionales que produjo y transmitió la música, establecer la valoración que ésta recibió, y demostrar y poner en valor sus beneficios en la vida cotidiana de las personas.

Palabras clave: consumo musical, confinamiento, redes sociales, vida cotidiana, beneficios emocionales

¹ Este trabajo se enmarca en la línea de investigación relacionada con lenguaje natural, pensamiento computacional y artes bajo la financiación del grupo de investigación consolidado LabinTic de la Facultad de Educación de Albacete de la Universidad de Castilla La-Mancha.

Comportamentos musicais nas redes sociais durante e após o Grande Confinamento

Resumo

O início súbito da pandemia pela Covid-19 foi um grande choque em todos os países. Os hábitos de consumo foram muito afetados durante e após o estado de alarme declarado entre 14 de março e 21 de junho de 2020. O principal objetivo deste documento é analisar a incidência do consumo de música através da utilização das TIC e das redes sociais, durante o Grande Confinamento do Covid-19, na vida diária de pessoas de diferentes gêneros e idades, na idade da maioria ao final da vida profissional e na fase de aposentadoria. Além disso, foram estabelecidos outros objetivos secundários, como a observação da variação no consumo musical ocorrida durante esse período de internação, o estudo dos benefícios emocionais e percepções que a música produziu e transmitiu; estabelecer o valor que a música recebeu; a demonstração e valorização dos benefícios da música no cotidiano das pessoas.

Palavras-chave: consumo de música, confinamento, redes sociais, vida diária, benefícios emocionais

Social Media Music Habits during and after the Great Confinement

Abstract

The sudden outbreak of the Covid-19 pandemic was a major convulsion in all countries. Consumption habits were severely affected during and after the state of alarm declared between 14 March and 21 June 2020. The main objective of this paper is to analyze the impact of musical consumption using ICT and social networks, during the Great Confinement by Covid-19, in the daily life of people of different gender and age. In addition, other secondary objectives were established such as observing the variation of musical consumption produced during confinement; studying the emotional benefits and perceptions that music produced and transmitted during that time; establishing the valuation that music received during confinement; demonstrating and valuing the benefits of music in people's daily lives.

Keywords: Musical consumption, confinement, social networks, daily life, emotional benefits

La sociedad reflejada en su consumo musical

El arte cumple una labor fundamental en nuestra sociedad ya que convive con el ser humano en todos los contextos de la vida y se alimenta de los modos de pensar, vivir y sentir de cada época. Está tan insertado en la vida cotidiana que muchas veces no se le concede la importancia real que posee; se percibe como algo que gusta y agrada, aunque, desgraciadamente, no recibe a menudo el reconocimiento en el mundo académico que merecería (Moreno, 2009).

Desde épocas antiguas, la música siempre ha tenido un papel esencial en la vida humana sabiendo adaptarse a las identidades propias de cada momento histórico ya que el uso musical va cambiando según las posibilidades que ofrece el contexto cultural en el que se produce (Ríos, 2014). Así, la música expresa los valores, sentimientos y costumbres de cada época histórica como resultado de la necesidad humana de comunicación (Hormigos, 2008). Refleja las características de diferentes culturas y épocas porque esa unión a la vida humana la ha llevado a desempeñar diferentes funciones. Aunque se desconocen los orígenes exactos de la música probablemente tuvo, desde sus inicios, un papel protagonista en la interacción social. La fascinación humana hacia ella se revela en la importancia que ha tenido en todas las culturas y civilizaciones a lo largo de la historia, pudiendo catalogarse como un referente universal (De Moya *et al.*, 2014).

La cultura, uno de los elementos clave que caracteriza al ser humano, tiene en el arte un canal que da respuesta a la necesidad humana básica de comunicación siendo también una expresión cultural. Aquí la música expresa la esencia del ser humano en cada época concreta (Rodríguez, 2020). Por tanto, “la música es un arte y un lenguaje, tanto de expresión, como de comunicación que se dirige al ser humano en todas sus dimensiones, desarrollando y cultivando el espíritu, la mente y el cuerpo” (Plúas y Tovar, 2020, p. 3).

Desde los albores de la humanidad, la música ha protagonizado un papel fundamental en la interacción social por ser un referente universal en lo antropológico, sociológico y artístico. Para Simmel (2003), la música es fuente de cultura, de comportamiento social y de relación intercultural. Conviene recordar que la sociología de la música estudia los efectos de esta en la vida de las personas y en la sociedad, la influencia que tiene en los contactos grupales, el análisis de las clases sociales respecto a la música de diferentes etapas, los espacios de producción musical en relación con las clases sociales, la diversidad de usos que se le da a la música, la repercusión de los agentes demográficos, la condición o estatus del artista,

entre otros (Dultzin, 2021). En la actualidad, la música va estrechamente ligada a los medios tecnológicos, lo que la hace totalmente un fenómeno globalizado (Ríos, 2014). Además, esto hace que multiplique su ubicuidad, pues no hay casi espacio en nuestra sociedad donde no se escuche música (Yúdice, 2007).

El día a día no se entiende sin música, ya que esta impregna la sociedad. Es un medio para percibir el mundo y un instrumento para obtener conocimientos, por lo que la cultura musical es una estructura cargada de significado (Hormigos, 2012). La música siempre ha estado ligada al contexto histórico y cultural, influyendo en su población y en la vida cotidiana ya que beneficia las relaciones personales, sirviendo de medio para favorecer un ambiente de acercamiento e intimidad entre los oyentes (De Moya *et al.*, 2014).

Un bálsamo en tiempos de pandemia

La pandemia provocada por el Covid-19 volvió a poner de relieve el protagonismo de la música como elemento transversal, a nivel personal, académico y profesional, demostrando ser una potente herramienta de influencia positiva en los estados de ánimo de toda la sociedad (Dansetal, 2021; Fernández, 2021; Fontana, 2020; García-Gil y Cuervo, 2020; Hsin Chu *et al.*, 2014; Plúas y Tovar, 2020; Raglio *et al.*, 2015; Ros-Fábregas, 2020; Vernia-Carrasco, 2021).

Esta influencia de la música en los grupos sociales se hizo más patente durante el confinamiento del 2020, cuando muchas personas se replantearon la importancia y la función de la música en su día a día. Al observar con detenimiento los cambios producidos en la vida corriente de la ciudadanía a consecuencia de la pandemia, se comprueba que la música no dejó de sonar cuando el mundo se detuvo y enmudeció. Al contrario, se multiplicó en los hogares, a través de los balcones y las redes sociales, aportando la esperanza que el mundo necesitaba.

El poder emotivo y la capacidad de memoria que tiene la música es capaz de recuperar recuerdos del pasado y transmitir tranquilidad, alivio y felicidad respecto a un futuro que resulta dudoso. La música, además de su función artística y estética, es una distracción y un elemento de ocio, está vinculada a los estados de ánimo del individuo, ayudando a la expresión emocional, la comunicación y las habilidades interpersonales; puede aliviar la depresión y la ansiedad, elevar la autoestima e incluso mejorar la

calidad de vida de la persona que la escucha o la practica de alguna forma (De Moya *et al.*, 2023).

Finalmente, Martínez (2020) en la *web* Huffpost, expresa que, durante el confinamiento, la música fue en gran aliado ya que, su propia estructura favorece al neurotransmisor conocido como dopamina y, activa circuitos placenteros del cerebro, aumentando así el bienestar, la confianza psicológica y la felicidad de la persona. Además, señala que la música tiene la capacidad de reducir los parámetros de estrés, sirviendo como “válvula de escape” de ese presente tan incierto y frustrante como ha sido el confinamiento. La música, por tanto, no cambia solo lo que sentimos, sino también lo que vemos, de manera que percibimos el mundo que nos rodea de una forma más positiva, contribuyendo al desarrollo del sistema motor, el cual se activa al identificar ritmos y se motiva a realizarlos.

“La música constituye un elemento con un valor incuestionable en la vida de las personas. En la actualidad, vivimos en un contacto permanente con la música, sin duda, el arte más poderosamente masivo de nuestro tiempo” (Jiménez, 2009, p. 5). La música tiene una finalidad relacional y comunicativa, a través de la cual expresamos ideas, estados de ánimo y socializamos, entre otros aspectos. La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura señala que “redes como YouTube e Instagram son actualmente las principales plataformas utilizadas por aficionados y músicos para expandir sus melodías, ideas y mensajes” (UNESCO, 2020). Y es que las tecnologías adquirieron aún más poder durante el confinamiento al convertir el mundo digital en el único espacio posible de socialización a través de la difusión mundial de obras musicales, imágenes, videos y noticias.

Según la Unesco (2020), en España, muchos músicos manifestaron durante el confinamiento que “todos juntos son más fuertes a la hora de entretener y transmitir mensajes a la población”. A través de la iniciativa de *#yomequedoencasafestival* se difundían conciertos diarios, de forma desinteresada, gracias a las Redes Sociales con más de 160 artistas participantes, con voces famosas como las de Dani Fernández, David Otero, Dvicio, Nil Moliner, Rozalén, Marta Soto o Amaral. Fue una iniciativa que se hizo viral en toda la sociedad y que llegó a todos los hogares (UNESCO, 2020). Este fenómeno manifiesta el vínculo entre músico y audiencia como respuesta a la demanda humanitaria de “reforzar vínculos sociales ante una situación de incertidumbre” (Partida, 2020, p. 2). Y fue posible gracias a redes sociales como Instagram, Twitter o TikTok, plataformas que permitieron la difusión de canciones, fomentaron el aprendizaje musical,

dieron a conocer nuevos cantantes, desarrollaron la competencia pedagógica, hicieron virales algunas coreografías y motivaron una reflexión sobre la expresión emocional, por citar algunas de las principales consecuencias.

En conclusión, desde la antigüedad hasta nuestros días, la música ha sido un valor fundamental en la vida humana siendo el arte con el que, consciente o inconscientemente, toda persona tiene un estrecho contacto diario.

Objetivos y metodología

La brusca irrupción de la pandemia por Covid-19 supuso una gran convulsión en todos los países. Los hábitos de consumo se vieron altamente afectados durante y tras el Estado de alarma declarado entre el 14 de marzo y el 21 de junio de 2020. En este artículo se presenta un análisis del consumo musical durante y tras el Gran Confinamiento, luego de la alarma sanitaria declarada por Covid-19. Recoge muestras clasificándolas por sexo, edad y formación a través del uso de las TIC y redes sociales.

El estudio presenta los siguientes objetivos concretos:

- Observar la variación del consumo musical producida durante el confinamiento.
- Estudiar los beneficios y percepciones emocionales que los hábitos de consumo musical produjeron y transmitieron durante este periodo de tiempo.
- Establecer la valoración que recibió la música durante el confinamiento.
- Demostrar y poner en valor los beneficios de la música en la vida cotidiana de las personas.

Para la recolección de datos, se siguió una metodología cuantitativa de corte transversal con base en la medición numérica y análisis estadísticos con el fin de probar teorías, siguiendo los preceptos de Sampieri *et al.* (2014) y Cerón (2006).

Se han llevado a cabo tres fases: recolección temática de información teórica, elaboración de un cuestionario Google Forms y el análisis de datos recolectados.

Bases de datos: recolección temática

La primera fase se dedicó a llevar a cabo un trabajo de recopilación de información, a través de distintas bases de datos (Dialnet, Google Scholar, Scopus). Dicha búsqueda de artículos, monografías y manuales relacionados con la temática de la investigación se centró, principalmente en la metodología cuantitativa, el consumo musical, las TIC y las redes sociales en la vida cotidiana, la función social de la música, sus beneficios y su impacto en las personas durante el confinamiento, principalmente.

Tras la recolección del material informativo obtenido en fuentes bibliográficas y consultas *online*, se procedió a una catalogación temática de todo el material para proceder a su lectura, estudio y análisis con el fin de construir un marco teórico referencial adecuado sobre el asunto a investigar.

Cuestionario Google Forms

Una vez finalizada la fase inicial de recogida de información para elaborar un marco teórico, se llevó a cabo la segunda dedicada a la elaboración de un cuestionario ad hoc para una recogida masiva y rápida de datos. Este fue elaborado en formato digital a través de la plataforma Google Forms con el fin de obtener los datos de manera virtual. Aunque su difusión a gran escala fue gracias a las redes sociales, sobre todo, de WhatsApp.

Muestra y participantes

En esta investigación se ha utilizado una muestra de 520 participantes (n = 520) de ambos sexos, pertenecientes a un amplio espectro de edad, diversos sectores sociales y sin estar ligados a una determinada institución o sector. Esto se logró gracias a que el cuestionario se difundió masivamente, a través de redes sociales, con la intención de abarcar un grupo de población lo más amplio posible de la población española.

La muestra obtenida presenta los siguientes datos: el porcentaje de mujeres participantes es del 65% con un total de 338 y el de hombres de 35%, correspondiendo a 182, resultando la suma de ambos sexos un total de 520 participantes. No se ha encontrado respuesta concluyente a por qué hubo una mayoritaria respuesta femenina a responder el cuestionario y participar en la investigación. Pero como indican Valencia-Ortiz *et al*, (2020),²

² Valencia-Ortiz, R.; Cabero Almenara, J.; Garay Ruiz, U. (2020). "Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado". *Campus Virtuales*, 9(1), 29-39.

las mujeres utilizan las redes sociales en mayor proporción que los hombres, coincidiendo con los datos de otros estudios previos a la pandemia como los del Instituto Nacional de Estadística (2018) o el de la Fundación Telefónica (2019).

Los miembros de la muestra fueron elegidos por su disponibilidad y facilidad de acceso. Se indicó que la participación era voluntaria y confidencial y que, en caso de participar, sus respuestas serían anónimas. De este modo, se prescindió del consentimiento de forma escrita, ya que la tarea no representaba ningún riesgo para los participantes y el instrumento de recolección de información era completamente anónimo (APA, 2017).

Diseño del cuestionario

La herramienta del cuestionario es un instrumento utilizado para la recogida de datos que permite plantear un conjunto de preguntas para recoger información estructurada sobre una muestra de personas, utilizando las respuestas para describir la población a la que pertenecen (Meneses y Rodríguez-Gómez, 2011). A través de él, se pueden recabar múltiples resultados numéricos de aspectos muy diversos y, además, permite establecer uniformidad en las respuestas (Visauta, 1989).

Para ello, se diseñó un cuestionario *ad hoc* dirigido a conocer la incidencia de la música en la vida cotidiana y la valoración de esta durante el confinamiento ocasionado por la pandemia: *Cuestionario sobre la incidencia musical durante el confinamiento*.

Respecto al protocolo de análisis de datos se implantó un proceso de validación del cuestionario generado *ad hoc* mediante un comité de expertos (McMillan y Schumacher (2005), compuesto por 12 profesores doctores de reconocido prestigio en el ámbito de la docencia universitaria, las TIC y la educación musical, que desarrollan su trabajo en diferentes universidades españolas (Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Complutense de Madrid, Universidad de Murcia, Universidad de Valencia). Para la evaluación del proceso de validación se utilizó una escala Likert de 5 puntos para considerar el grado de adecuación, pertinencia y claridad de los indicadores del cuestionario y así asegurar su validez como instrumento de recogida de datos.

El *Cuestionario sobre la incidencia musical durante el confinamiento* consta de un total de 22 ítems, agrupados en tres bloques: *Datos sociodemográficos*, *Herramientas TIC utilizadas* y *Valoración de la música en la vida cotidiana*. El primer bloque, formado por dos ítems, explora la edad y sexo de

los participantes. El segundo bloque, abarca dos ítems relacionados con las herramientas tecnológicas (ordenador, teléfono móvil...), así como las plataformas y redes sociales más utilizadas (Whatsapp, Instagram, etc.). El tercer y último bloque, contiene 18 ítems que exploran la valoración y consumo musical en la vida cotidiana de los participantes (situaciones en las que se consume música, contacto musical durante el confinamiento, cómo ayudó la música en este periodo, géneros musicales más utilizados, etc.). Los ítems contienen preguntas cerradas con respuesta única, preguntas de matriz simple con escala *Likert* de 1 a 5 (1 corresponde a la menor valoración y 5 a la mayor valoración) y preguntas abiertas donde los sujetos pueden expresar su opinión abiertamente.

Administración del cuestionario y extracción de datos

El cuestionario fue administrado de forma abierta y fue difundido a través Whatsapp, Facebook, Instagram y correo electrónico. La recopilación de las respuestas abarcó el período comprendido del 16 al 30 de diciembre de 2021. No se ofreció ningún tipo de aliciente por dar respuesta al cuestionario. Para evitar respuestas duplicadas de un mismo individuo, el número de respuestas por participante fue limitado a uno. Una vez que las respuestas fueron enviadas y capturadas, no se permitió la modificación de las respuestas a los encuestados. La información fue directamente interpretada a partir de los gráficos generados de forma automática por Google Forms.

Análisis de datos

Finalmente, para llevar a cabo la tercera fase dedicada al análisis de datos, la misma plataforma, Google Forms, hizo un primer análisis de los resultados obtenidos lo que ha permitido, posteriormente, estudiar y catalogar exhaustivamente las respuestas, valorarlas y comentarlas en los apartados dedicados a resultados y discusión.

Las respuestas obtenidas a cada pregunta, generadas en gráficos, fueron cuantificadas en porcentajes para ser posteriormente comentadas de forma descriptiva. Se elaboró una nube de palabras con la aplicación *Mathcracker*³ para representar los nombres de los artistas más interpretados durante el confinamiento. No se ha realizado ningún tipo de análisis estadístico entre variables.

³ Calculadora de percentiles: <https://mathcracker.com/es/calculadora-percentiles>

Resultados

En este apartado se procede al análisis de la información más significativa recogida en las diferentes respuestas que los participantes han mostrado en el cuestionario.

En cuanto a la edad, la muestra se ha dividido en seis grupos, desde la mayoría de edad hasta el final de la vida profesional y la etapa de jubilación: de 18 a 24 años, de 25 a 34 años, de 35 a 44 años, de 45 a 54 años, de 55 a 65 años y de 65 años en adelante. El grupo de edad con mayor número de participantes es el de 18 a 24 años, siendo un 25.9% (134) del total de la muestra, seguido por el grupo que abarca de 25 a 34 años, que representa el 20.7 % (107) del total; en tercer lugar, con un 18.1 % (94) el grupo de entre 45 y 54 años; cuarto lugar, el 16.6 % (86) representa participantes entre 55 y 65 años, y en quinto lugar, 16.2 % (84), los participantes con edades entre 35 y 45. Finalmente, el grupo de edad con menor índice de participación es el que corresponde a los mayores de 65 años, con el 2.5 % (13) de la muestra.

Pasando a las herramientas más utilizadas en relación con el uso de las tecnologías, (se debía responder a la pregunta “¿Cuáles son los medios que más utiliza?” eligiendo la respuesta entre un grupo de diferentes medios tecnológicos), los participantes tenían que valorar el uso de estas herramientas tecnológicas del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la mayor puntuación.

De esta forma, el aparato tecnológico más usado fue el teléfono móvil ya que, el 49% (255 participantes) lo valoró con una puntuación de 5 y el 35.5% (179 participantes) lo valoró con un 4. Del ordenador es el 26.7% (139 participantes) los que valoraron con 5 y el 29.6 % (154) con 4. La televisión es uno de los medios que muestra resultados más equitativos, el 22.5% (117 participantes) lo valoran con 2, el 22.5% (117) con 3 y el 17.5% (91) con 4.

Los medios tecnológicos menos valorados por los participantes, abundando las respuestas de 1, que indican su poco o nulo uso fueron la Tablet, con el 45.3% de las valoraciones de 1 (236) y el Ipad con el 48% de las valoraciones de 1 (250). La figura1 muestra la relación correspondiente al uso de medios tecnológicos:

En cuanto al uso de las tecnologías, ¿Cuáles son los medios que más utiliza? Valore su uso del 1 al 5.

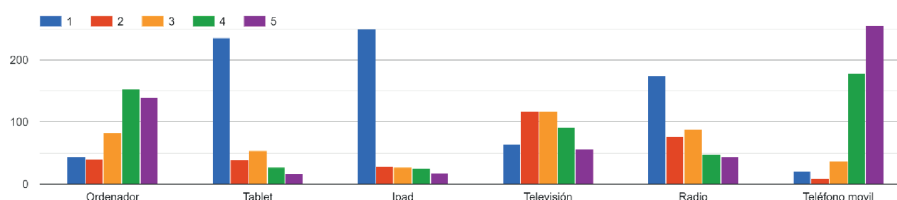


Figura 1. Medios tecnológicos más utilizados. Fuente: elaboración propia.

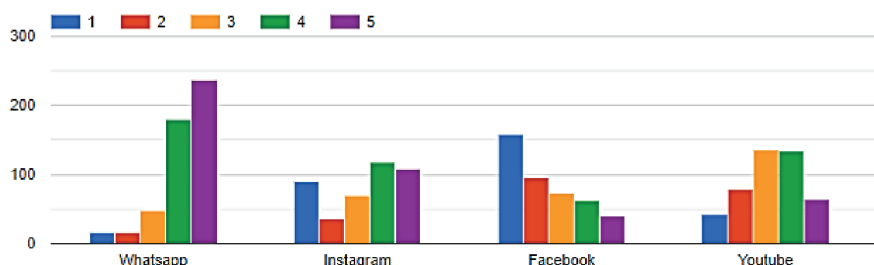
Respecto al uso de plataformas sociales (“¿Cuáles son las plataformas que más utiliza?”), la más valorada ha sido Whatsapp con el 45.5% (237) de las valoraciones con 5 y el 34.6% (180) de las valoraciones con 4.

Otra plataforma bien valorada, ha sido Instagram, con el 20.7% (108) de valoraciones de 5, el 22.6% (118) de valoraciones de 4 y el 13.4% (70) de valoraciones de 3.

El portal virtual de YouTube ha obtenido valoraciones de todo tipo, destacando el 26.3% de las valoraciones (137) de 3 y de 4. Se sitúa por encima de Facebook, en general, con bajas valoraciones.

Las plataformas menos valoradas y, por tanto, menos utilizadas por los participantes son Bandcamp, SoundCloud, iTunes, Podcast y Telegram. Esta información se facilita en la figura 3 y, dada su longitud, se fragmenta en las siguientes tres imágenes:

En el uso de estas tecnologías, ¿Cuáles son las plataformas que más utiliza? Valore su uso del 1 al 5, siendo 1 la menor puntuación y 5 la mayor puntuación



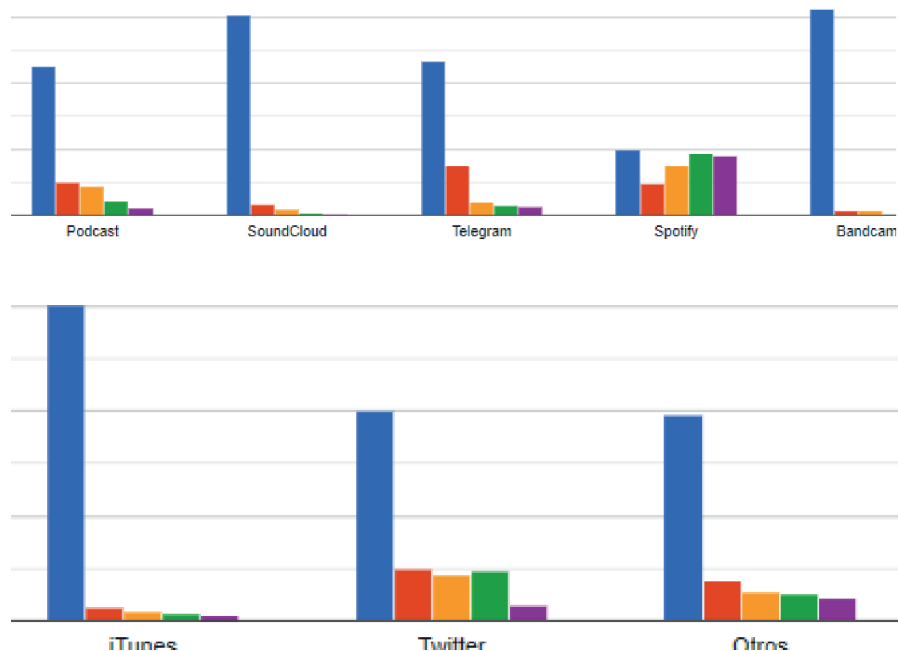


Figura 2. Plataformas tecnológicas más utilizadas. Fuente: elaboración propia.

En lo referido a la valoración musical en la vida cotidiana, quedará resumido en el Gráfico 4. En primer lugar, hace referencia a su consumo (¿Consumo música en su día a día?): 91.5% de los participantes afirman consumir música en su día a día, mientras que, solamente, el 8.5% se niegan a usarla.

Dentro del grupo que afirma consumir música en su día a día, queda representada variedad de situaciones en las que la música es protagonista (Situaciones en las que usa la música en la vida cotidiana). El consumo musical en el coche es el más valorado por los participantes, representando el 81.1% (422) del total, le sigue el consumo musical por placer representado por el 69.6% (362), mientras realizan tareas el 68.4% (356), en momentos de relajación el 62.8% (327) y mientras realizan deporte el 50.7% (264).

Otras situaciones habituales para los participantes en las que se consume música, pero menos valoradas que las anteriores, son la asistencia a conciertos, que representa el 42.6% (222), mientras caminan por la calle, con un 35.1% (183), el 33% (172) los que escuchan música en el trabajo y, 13,8% (72) para los que consumen música por trabajo.

En caso afirmativo, indique en cuál de estas situaciones:

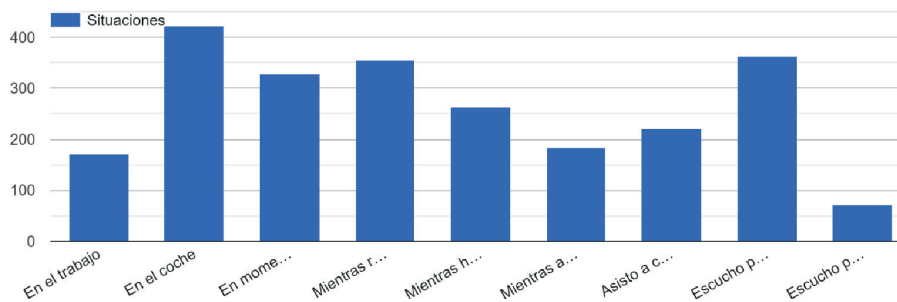


Figura 3. Situaciones en las que los participantes escuchan música. Fuente: elaboración propia.

Siguiendo dentro del bloque que trata la valoración de la música en la vida cotidiana, uno de los aspectos más importantes que se pretendía analizar es su influencia durante el confinamiento (Durante el confinamiento, ¿Cómo varió su contacto con la música?). Los resultados obtenidos respecto a este ítem fueron los siguientes: el 56.2% (290) indicaron que el contacto con la música durante el confinamiento aumentó, mientras que el 38.2% (197) indican que su consumo mantuvo igual y el 5.6% (29) señalan que disminuyó. Como se puede observar en el Gráfico 5, la mayoría de los participantes tuvieron contacto con la música durante esta situación, aspecto que incluso aumentó como indica la mayoría de ellos.

Durante el confinamiento, ¿Cómo varió su contacto con la música?

516 respuestas

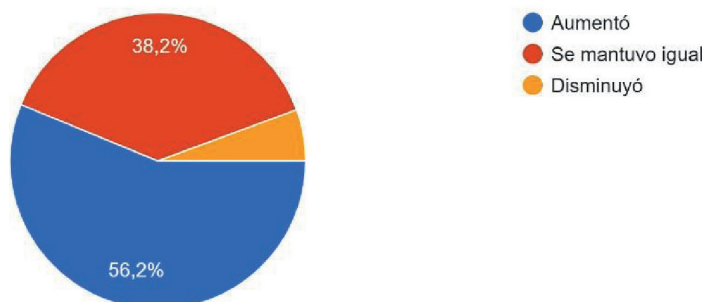


Figura 4. Variación del contacto musical durante el confinamiento. Fuente: elaboración propia.

En relación con el ítem anterior, se pretendía analizar el grado de variación con el contacto musical (¿Cuál fue el grado de variación con el contacto musical durante el confinamiento?). Sorprendentemente, a pesar de que en el ítem anterior la mayoría de los participantes indicaron que el contacto

con la música aumentó, el 54.3% (278) indican que el contacto con la música varió poco, mientras que el 35.2% (180) señalan que varió bastante y el 10% (51) de los participantes señalan que varió mucho. Los resultados se ofrecen en el gráfico 6:

¿Cuál fue el grado de variación con el contacto musical durante el confinamiento?

512 respuestas



Figura 5. Grado de variación del contacto musical durante el confinamiento. Fuente: elaboración propia.

Siguiendo con la influencia y valoración musical durante el confinamiento, (¿Cómo considera que la música le ayudó durante el confinamiento?), las respuestas más repetitivas de este ítem son las siguientes: “Hacia los días más amenos”, “Ayudaba a evadirnos/desconectar de la realidad”, “Acompañó en momentos de soledad”, “Ayudó positivamente”, “Relajación y distracción”, “Entretenimiento” y “La música me animaba”.

Respecto a la situación post-confinamiento (¿Considera que tras la pandemia ha cambiado su hábito personal de consumo musical?), el 69.6% (358) de los participantes consideran que tras esta situación su consumo musical se mantiene igual, frente al 26.5% (136) de participantes que indican que su consumo ha aumentado. El 3.9% (20) de los participantes indican que tras la pandemia su consumo ha disminuido, tal y como se observa en la figura 7.

¿Considera que tras la pandemia ha cambiado su hábito personal de consumo musical?

514 respuestas

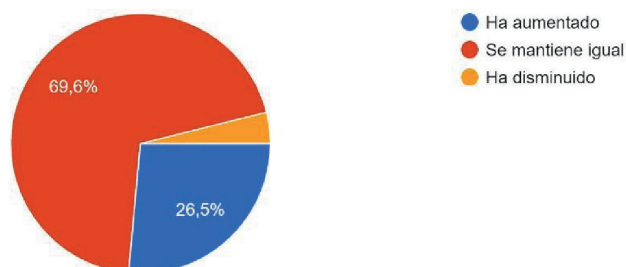
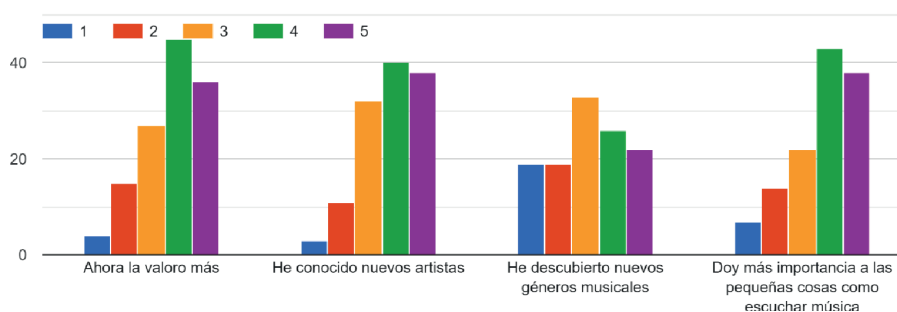


Figura 6. Variación del consumo musical tras el confinamiento. Fuente: elaboración propia.

Profundizando en aquellos participantes que indican un aumento en el consumo musical tras el confinamiento (Indica en qué medida ha aumentado su consumo musical), el 26.4% valora con 5 la música y el 33% la valora con 4. Seguidamente, el 28% valora con 5 conocer nuevos artistas durante el confinamiento, mientras que el 29.4% lo hace con una puntuación de 4. Además, el 27.9% valora con 5 la importancia de las pequeñas cosas, como puede ser escuchar música, mientras que el 31.6% lo hace con 4. Resultados que se ofrecen en la figura 8.

En caso afirmativo, indica en qué medida:

**Figura 7.** Medida en la que aumenta el consumo musical tras el confinamiento. Fuente: elaboración propia.

En cuanto a los motivos que llevan a los participantes a consumir música (¿Por qué consume música?), las respuestas más repetidas son: “Me gusta/ Me encanta”, “Me relaja”, “Por placer”, “Es necesaria” “Me entretiene”, “Me motiva”, “Me da vida”, “Me distrae” y, “Me anima”.

Dentro del mismo bloque “Valoración de la música”, se ha analizado la relación que tiene realizar ejercicio físico con el consumo musical, resultados que se observan en el Gráfico 9. El 69.4% de los participantes afirman realizar ejercicio físico, frente al 30.6% que niegan hacerlo. Dentro del porcentaje que señala que sí realiza ejercicio físico, el 73.9% lo acompaña de música, mientras que el 26.1% no lo hace. De esta forma, se podría decir, que realizar ejercicio físico está estrechamente relacionado con el consumo musical.

¿Lo acompañas de música?

356 respuestas

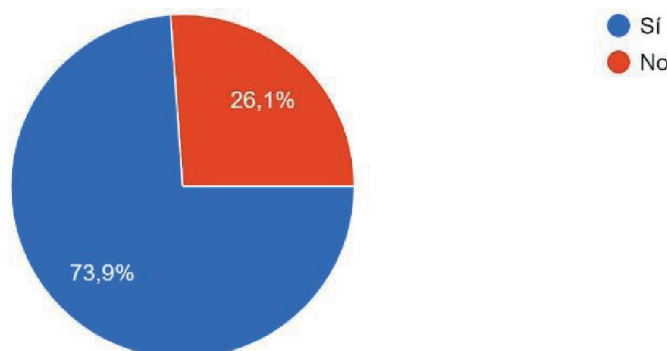


Figura 8. Relación entre ejercicio físico y consumo musical. Fuente: elaboración propia.

Además, otro dato significativo es que la mayoría de los participantes que realizan ejercicio físico lo hacen al menos tres días a la semana, lo que significa que la mayor parte de ellos escuchan música, al menos, durante esos días.

Siguiendo con el análisis del consumo musical (¿Cuánto escucha música?), los datos obtenidos son muy positivos ya que, el 74% del total de participantes señalan escuchar música todos los días, el 13,2% lo hacen cinco días a la semana, el 8,7% tres días a la semana y, únicamente el 4,1% señala hacerlo menos de una vez a la semana. Estos datos los podemos ver representados en el gráfico 9.

¿Cuánto escucha música?

516 respuestas

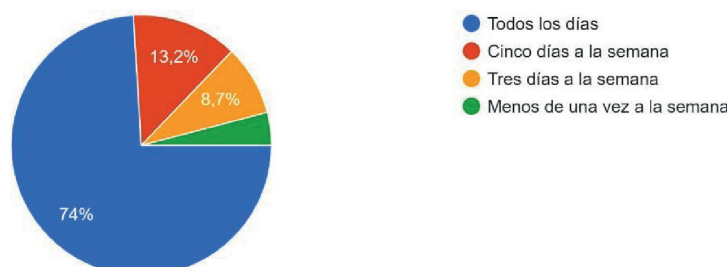


Figura 9. Número de días que escuchan música los participantes. Fuente: Elaboración propia.

En lo referente a los géneros musicales más escuchados (¿Cuál es el principal género musical que escucha?), que aparece en el gráfico 10, destaca la música pop con un 46,4%, seguido de la opción "Otros" con un 25,3%,

que, como se aprecia en el siguiente ítem, se refiere a géneros y artistas de flamenco o reggaetón, entre otros. Además, la música rock a roll ha sido elegida por el 13.6% de los participantes, mientras que la música clásica ha sido seleccionada por el 12.1% de los participantes.

¿Cuál es el principal género musical que escucha?

513 respuestas

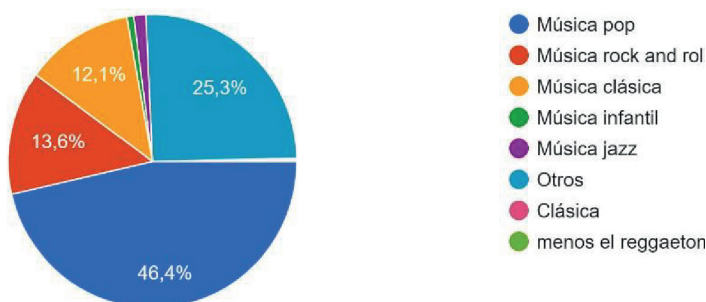


Figura 10. Géneros musicales más escuchados. Fuente: elaboración propia.

Más concretamente, los artistas más escuchados por los participantes (¿Cuál es su autor/grupo/intérprete musical que más consume?), quedan representados, en una nube de palabras. Así, el mayor tamaño de la palabra refleja una mayor frecuencia en las respuestas. Se reproduce a continuación en la Imagen 1 para ayudar a su visualización:

Por último, los participantes de la investigación expresan qué es para ellos la música (Finalmente, indique con una o dos palabras qué es para usted la música). La respuesta más repetida ha sido “vida”, seguida de “alegría”, “felicidad”, “desconexión” y “tranquilidad”, entre otras. Por tanto, se puede ver que, de manera general, las opiniones del consumo musical son positivas y, en la mayoría de los casos, provocan un beneficio a los consumidores o usuarios.

Conclusiones

A la luz del análisis de los datos sobre la incidencia del consumo musical en el Gran Confinamiento, se ha podido observar la variación de dicho consumo durante el citado periodo, así como su aumento al convertirse, para una significativa cantidad de personas, una vía de escape ante el encierro forzoso.

Respecto al estudio de los beneficios y percepciones emocionales que produjo y transmitió la música en este periodo de tiempo, se obtuvieron una amplia gama de respuestas y mensajes positivos hacia el arte sonoro que los participantes expresaron al mostrar los beneficios que la música tuvo para ellos durante el confinamiento. Las respuestas llegaron a ser, en algunos casos, emotivas al manifestar el gran apoyo que algunas de estas personas encuestadas encontraron en la música en esos momentos tan difíciles de sus vidas.

Asimismo, en relación con establecer la valoración que recibió la música durante el confinamiento y mostrar la puesta en valor de los beneficios de la música en la vida cotidiana de las personas, hay que recordar que, para la mayoría de los participantes, la música es algo fundamental en su día a día; y para muchos de ellos, forma parte de su estilo de vida, lo que la hace imprescindible, útil e insustituible en sus propias existencias.

Respecto a la participación, es necesario señalar que la más numerosa corresponde al grupo de individuos con edades comprendidas entre los 18-24 y 25-34 años, aspecto que plasma la estrecha relación que tiene la difusión online y el manejo de las tecnologías con la juventud y los primeros años de la edad adulta.

En cuanto al uso de las tecnologías, el estudio muestra que el teléfono móvil es el medio o herramienta tecnológica más utilizada en el día a día de los participantes. Tal y como señala Dans (2021), en el actual estilo de vida tienen un gran protagonismo las redes sociales, aspecto que se ha visto representado en la presente investigación a través del uso del Whatsapp y otras plataformas como Instagram o YouTube, todas ellas perfectamente accesibles a través de la telefonía móvil.

Por otra parte, la gran mayoría de los participantes afirman consumir música en su vida diaria, sobre todo en situaciones como viajar en coche, realizar diversas tareas o en momentos de relajación. Este dato demuestra la importancia de la música en la vida cotidiana, aspecto señalado por Hormigos (2012) al destacar que el día a día no se entiende sin música. Igualmente, en la misma línea, Alaminos-Fernández (2017) indica que “gracias a los avances tecnológicos se puede escuchar música cuándo y dónde se quiera. Creando ambientes personalizados allá donde vayas, con el potencial de crear una “esfera ambiental musical particular” (p.1).

El consumo musical aumentó notablemente durante el confinamiento siendo muchos los beneficios que la música aportó en este periodo. Siguiendo

las aportaciones de los trabajos de Fernández (2021), Martínez (2020) y Ros-Fábregas (2020) se puede afirmar que los beneficios musicales que estos muestran coinciden con los que expresan los participantes ya que defienden que la música ayuda a evadirse de la realidad y a distraer la mente, acompaña en la soledad, mejora el estado de ánimo, transmite alegría y energía, reduce el estrés, mejora la autoestima, entre otros.

A pesar del gran impacto que tuvo la música durante el confinamiento, la mayoría de los participantes indicaron que, actualmente, y tras este periodo, su consumo musical es similar al anterior de la pandemia. Por otro lado, exponen que hoy en día valoran más la música, dan más importancia a las pequeñas cosas en su vida y han conocido a nuevos artistas musicales (Ros-Fábregas, 2020).

Otro dato muy relevante y que merece la pena resaltar es que, en las rutinas diarias, la mayoría de los participantes utilizaron la música como acompañamiento. Un buen ejemplo es la práctica de deporte, muy relacionado con escuchar música pues, prácticamente, todos los participantes acompañan de música esta actividad. Destacar también que, la mayoría, realizan al menos ejercicio físico tres días a la semana, lo que significa que, al menos, escuchan música en ese período temporal. Por tanto, se puede deducir que la música está estrechamente vinculada con muchas actividades habituales y cotidianas y que transmite sensaciones positivas, coincidiendo con García-Gil y Cuervo (2020).

Cabe señalar que los resultados obtenidos en la investigación son realmente positivos, pues la mayoría de los participantes valoran la música positivamente.

También hay que destacar que tras la elaboración de este estudio podrían surgir futuras líneas de investigación como: la ampliación de la muestra a nivel nacional; otros estudios que analicen la vinculación de la música con alguna tarea concreta; análisis centrados en un solo rango de edad; o nuevas investigaciones que incorporen otros datos en relación con lo ya investigado. Por otra parte, se debe destacar que la presente investigación cuenta con una serie de limitaciones a tener en cuenta para posibles futuros trabajos. Así, la imposibilidad de contrastar datos pre con datos post, pues únicamente se disponen de datos post, aunque el estudio cuente con preguntas dirigidas a la situación previa al confinamiento. Otra limitación la constituye el hecho de que la muestra sea probabilística al haberse conseguido a través de redes sociales lo que genera un sesgo y no da oportunidades a toda la población. Ciertamente, la necesidad de

llegar a un mayor número de participantes precisaría de un cierto número de colaboradores que ayudaran a la difusión del cuestionario a través de redes sociales y su posterior análisis estadístico de los datos recopilados.

La investigación revela que, la gran mayoría de participantes, indicaron que escuchan música porque les gusta y porque consideran que es necesaria para la vida. De este modo, se corroboran todas las fuentes citadas que hablan acerca de la importancia que tiene la música para el ser humano, no sólo como manifestación artística de alto nivel sino como un producto de consumo, elemento habitual e imprescindible en su vida diaria, como una actividad frecuente y perfectamente encajada en la cotidianeidad de gran cantidad de personas, independientemente de su edad, formación, situación laboral, sexo o zona geográfica. Es decir, la música es un producto humano porque refleja la esencia de la propia humanidad y se engarza en lo más profundo de su ser, manifestándose de múltiples formas que le permiten ser asumida por una gran diversidad de personas al tiempo que refleja la multiplicidad del género humano.

Bibliografía

- » Alaminos-Fernández, A. F. (2017). Estados de ánimo y las listas de reproducción en streaming en Spotify. *Musicología en el siglo XXI: Nuevos retos, nuevos enfoques*. Conferencia IX CONGRESO DE LA SOCIEDAD ESPAÑOLA DE MUSICOLOGÍA (enero, 2016). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/311844646_Estados_de_animo_y_las_listas_de_reproduccion_en_streaming_en_Spotify
- » Canales Cerón, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago: Lom Ediciones.
- » De Moya, M., Hernández, J. A., Hernández, J. R. y Cózar, R. (2014). Usos y actitudes musicales de los jóvenes a través de las TIC. *Música y educación: Revista trimestral de pedagogía musical*, 97, 42-53. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4617209>
- » De Moya Martínez, M^a. V., Segura Tornero, A., Robles de Moya, M^a. V. y Bravo Marín, R. (2023). *Música, Tecnología y Redes Sociales: Hábitos y Beneficios* [E-book]. Artes y Salud. Calidad de vida en los entornos sociales y educativos. (1.a ed., pp. 29-38). Madrid: Dykinson.
- » Dans, I., Muñoz, P. C. y González, M. (2021). Hábitos de uso de las redes sociales en la adolescencia: desafíos educativos. *Revista Fuentes*, 23(3), 280-295. doi: <https://doi.org/10.12795/revistafuentes.2021.15691>
- » Dultzin, S. (2021). *Sociología de la música y Educación Musical*. Discos Luzam.
- » Fernández Velázquez, J. A. (2021). Consumos musicales: Reflexiones de la historia de las mentalidades a la historia cultural. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(4), 18-29. doi: <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i4.37231>
- » Fontana, L. (2020). Pandemia y rearticulación de las relaciones sociales. *Perifèria, revista de recerca i formació en antropologia*, 25(2), 101-114. doi: <https://doi.org/10.5565/rev/periferia.770>
- » García-Gil, D. y Cuervo, L. (2020). El impacto social, emocional y académico de las experiencias musicales. *Didacticae*, 7, 7-13. doi: <https://doi.org/10.1344/did.2020.7.6-16>
- » Hormigos, J. (2008). *Música y sociedad: análisis sociológico de la cultura musical de la posmodernidad*. Autor.
- » Hormigos, J. (2012). La sociología de la música. Teorías clásicas y puntos de partida en la definición de la disciplina. *Barataria: revista castellano-manchega de ciencias sociales*, 14, 75-84.

- » Hsin Chu, Chyn-Yng Yang, Yu Lin, Keng-Liang Ou, Tso-Ying Lee, Anthony Paul O'Brien y KueiRu Chou. (2014). The Impact of Group Music Therapy on Depression and Cognition in Elderly Persons with Dementia: A Randomized Controlled Study. *Biological Research ForNursing*, 16(2), 209-217. doi: [https://doi: 10.1177/1099800413485410](https://doi.org/10.1177/1099800413485410)
- » Jiménez González, M.C. (2009). Música y sociedad. *Revista Musical Chilena*, 51(188), 1-11. doi: <https://doi.org/10.4067/s0716-27901997018800006>
- » Martínez, S. (abril 10, 2020). La música amansa el confinamiento. Huffpost. Recuperado de https://www.huffingtonpost.es/entry/la-musica-amansa-elconfinamiento_es_5e904842c5b6dfe7420ef158
- » McMillan, J. y Schumacher, S. (2005). *Investigación educativa*. Madrid: Pearson Educación S. A.
- » Meneses, J., y Rodríguez-Gómez, D. (2011). *El cuestionario y la entrevista*. Barcelona: Editorial Uoc.
- » Moreno, M. J. (2009). La importancia del arte en nuestra sociedad. *Csif Revista*, 23. Recuperado de https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_23/MARIA_J_MORENO_1.pdf
- » Partida, J. M. (2020). La relación de sintonía mutua ante la contingencia sanitaria del Covid-19: un breve análisis fenomenológico sobre la música. Programa Universitario de estudios sobre Democracia, Justicia y Sociedad. Recuperado de <https://puedjs.unam.mx/wp-content/uploads/2020/05/La-Relacion-de-sintoniamutua-ante-la-contingencia-sanitaria-del-Covid-19.pdf>
- » Plúas, R. M. y Tovar, R. G. (2020). La musicoterapia y su papel en la educación virtual. *Blog Educación Especial*. Recuperado de <https://www.unemi.edu.ec/blog-educacion-especial/wp-content/uploads/2020/10/2.4.-Reflexion-Rita-Reene.pdf>
- » Raglio, A., Attardo, L., Gontero, G., Rollino, S., Groppo, E. y Granieri, E. (2015). Effects of Music and Music Therapy on Mood in Neurological Patients. *World J Psychiatry*, 5(1), 68-78. doi: 10.5498/wjp.v5.i1.68
- » Ríos, M. (2014). Música, Medios y Sociedad. *Revista de la Dirección General de Cultura y Extensión de la Universidad de Los Andes*, 73, 1-14.
- » Rodríguez, M. (2020, 2 de julio). La música y el confinamiento. Recuperado de J2Mstudio.<https://j2mstudio.com/la-musica-y-el-confinamiento/>
- » Ros-Fábregas, E. (2020). Musicología en tiempos de la COVID-19. *DIGITAL. CSIC, Anuario musical*, 75, 7-9. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.3989/anuariomusical.2020.75.01>
- » Sampieri, R., Fernández, C. y Baptista, L. (2014). *Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: Mcgraw-hill/Interamericana editores.
- » Simmel, G. (2003). *Estudios psicológicos y etnológicos sobre música*. Gorla.

- » UNESCO. (2020). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *La música no alegra una pandemia, pero cura el alma*. UNESCO. Recuperado de <https://www.un.org/es/coronavirus/articles/el-poder-de-la-musica-durante-coronavirus>
- » Valencia-Ortiz, R., Cabero Almenara, J. y Garay Ruiz, U. (2020). Influencia del género en el uso de redes sociales por el alumnado y profesorado. *Campus Virtuales*, 9(1), 29-39.
- » Vernia-Carrasco, A.-M. (2021). Música y tecnología contra el Covid-19: un caso en personas mayores. *Revista Prisma Social*, 32, 244-261. Recuperado de <https://revistaprismasocial.es/article/view/4050>
- » Visauta, B. (1989). *Técnicas de investigación social. I: recogida de datos*. Barcelona: Promociones y Publicaciones Universitarias S.A.
- » Yúdice, G. (2007). *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona: Gedisa.



Biografías / Biografias / Biographies

María del Valle de Moya

Profesora Titular del Área Didáctica de la Expresión Musical, Facultad de Educación de Albacete, Universidad de Castilla La Mancha. Doctora en Historia del Arte (Facultad de Letras, UCLM). Autora de artículos y capítulos de libros sobre diversos aspectos relacionados con la educación musical, la creatividad, la historia de la música española. Participante en congresos nacionales e internacionales. Directora y coordinadora de varios cursos y talleres didácticos relacionados con aspectos de la educación musical. Directora y co-directora de varios *Diplôme d'Études Approfondies* y tesis doctorales relacionadas con temáticas musicales. Correctora de revistas indexadas. Actualmente es miembro del grupo de investigación LabinTic de la Facultad de Educación de Albacete.

Alfredo Segura Tornero

Doctor en Estudios Filológicos (francés) por la UCLM y Licenciado en Filología por la Universidad de Salamanca. Ha cursado el DEA (*Diplôme d'Études Approfondies*) en la Universidad de Poitiers, así como un año de estudios en la Université Paris VII. Sus dos principales campos de investigación son la didáctica de lenguas extranjeras y la enunciación discursiva aplicada tanto al discurso literario como cinematográfico. Se interesa particularmente en la actualidad en la enseñanza de segundas lenguas a través de medios tecnológicos y plataformas virtuales de enseñanza-aprendizaje. Es autor de publicaciones en distintas revistas especializadas y en editoriales de prestigio en sus dos campos de especialización.

Silvia Mariana Valero

Titulada en Maestra de Educación Infantil con la mención de Lenguajes Creativos en la UCLM (2018), así como poseedora del título de Declaración Eclesiástica en Competencia Académica (2018). Graduada en el Máster en Investigación e Innovación Educativa en la UCLM (2022). Además, posee otros cursos complementarios y formativos como “La programación y unidades didácticas en educación infantil” (2018) y “La expresión corporal en el sistema educativo” (2018).