



**Adrien Faure**

*Universitat de Barcelona*

**Josep Gustems**

*Universitat de Barcelona*

**Enric Guaus**

*ESMUC, Universitat Pompeu Fabra*

# Producción musical e identidades adolescentes: reflexiones y recursos manipulativos

*Music production and adolescent identities: reflections and manipulatives resources*

## Resumen

**N**umerosos estudios han demostrado la relación directa entre las características compositivas de las músicas populares urbanas y los elementos que definen las identidades durante la adolescencia (tales como las emociones, la personalidad, los perfiles psicológicos, etc.), pero nos encontramos frente a un cierto vacío de conocimiento en cuanto a la influencia de la manipulación tímbrica, ejercida en toda producción discográfica, sobre nuestras identidades.

Nuestro trabajo pretende esclarecer la existencia de ciertos modelos sonoros, o procedimientos estandarizados de manipulación tímbrica, asociables a los distintos perfiles identitarios de los adolescentes de nuestra sociedad, a partir del análisis de documentos de los sectores discográfico, audiovisual y de la educación secundaria obligatoria. Con todo ello se pretende señalar cómo los procedimientos de manipulación tímbrica, empleados con las músicas populares urbanas, por las industrias discográfica y audiovisual, producen ciertos efectos sobre la percepción, comprensión y asimilación de estos por los adolescentes de nuestra sociedad.

## Palabras Clave

**Producción · Escucha · Adolescencia · Música popular urbana · Preferencias musicales**

## Abstract

Many studies have shown a direct relationship between the compositional characteristics of urban popular music and the elements that define identities during adolescence (such as emotions, personality, psychological profiles, etc.), but we have to face a certain emptiness of knowledge about the influence of timbre manipulation exercised throughout albums, about our identities.

Our work aims to clarify the existence of certain sound patterns, or standardized procedures for handling timbres. This also can be linked to different identity profiles of teenagers in our society, through the analysis of documents from the record, audiovisual and compulsory secondary education sectors. With all that is intended to indicate how the timbre handling procedures, employees with urban popular music, by recording and audiovisual industries, produce certain effects on the perception, understanding and assimilation of these by adolescents in our society.

## Keywords

*Production · Listening · Adolescence · Urban popular music · Musical preferences*



## Introducción

Es un fenómeno ya reconocido, el impacto de la música sobre las emociones y la definición de las identidades entre los adolescentes. Numerosos estudios han desglosado las músicas en estímulos capaces de afectar de maneras concretas al ser humano, a nivel emocional y, en consecuencia, actitudinal y racional. Hemos aprendido a diseccionar el objeto musical y aislar sus distintos componentes hasta su nivel "molecular"; Empezamos a conocer los efectos que provocan en nosotros –ya sea de manera cultural o universal- el tempo, la altura, la intensidad, la complejidad, la duración, la textura, la consonancia/disonancia, la organización melódica, la construcción harmónica, etc. gracias a trabajos de psicólogos, neurólogos, educadores, sociólogos o historiadores de la música. La música se estructura, cada vez más, como una ciencia interdisciplinar

Pero mientras la comunidad científica y musical se centra en la música, e incluso el sonido, como "artefacto" artístico, la industria discográfica ha construido, de manera colateral, un nuevo hábito de consumo de la actividad cultural a la que nombramos música; y recordemos que, como defiende Geertz *los sistemas simbólicos (como la música) se construyen históricamente, se mantienen socialmente y se aplican individualmente* (Geertz, 1988: 363-364).

La música deviene un hábito traducible, no solo en escucha, si no en actitud, ideología, identidad, cognición. No hay más que ver cómo los adolescentes se transforman en imitaciones de sus mediáticos referentes musicales para ubicarse socialmente. Esta industria musical, que ya lleva modelando nuestros hábitos de consumo desde principios del siglo pasado, nos ha acercado su producto en dos "envoltorios" que a menudo han escapado al análisis científico: el componente visual asociado al producto musical (investigado en terrenos ajenos a la psicobiología específica, como los estudios de género entre muchos otros) y la escurridiza y poco conocida manipulación tímbrica, o "producción" musical, elemento de estudio principal de nuestro trabajo. Efectivamente, todos los fragmentos del hecho musical que hemos aprendido a interpretar aisladamente, llevan incidiendo en nosotros de forma integrada, desde generaciones, manipulados tímbricamente por una industria generadora de significados, referentes y necesidades.

Desde este punto de vista nace la hipótesis de la posible existencia de ciertos modelos sonoros, ciertas maneras de tratar el sonido, contenedor del objeto musical popular urbano, asociables a distintas identidades sociales. Así mismo, todos los estudios realizados alrededor de la música y sus efectos sobre la personalidad, las

emociones y las identidades grupales, podrían reformularse y completarse con esta nueva dimensión, aparentemente oculta pero paradójicamente evidente: la manipulación tímbrica.

No hace falta más que conversar sobre música, con algún adolescente aficionado lego, para ver cómo el lenguaje que empleará hará, ante todo, referencia a las características texturales de aquello que suena, explicable casi exclusivamente a través del tratamiento empleado por el productor musical, a la hora de diseñar el sonido del objeto artístico; sin duda nos hablará antes de un sonido "potente" que de unos saltos de tercera o una modulación para entrar al estribillo.

Pero la investigación de esta hipótesis se enfrenta a diversas dificultades. Se trata de un fenómeno reciente, que no cuenta con extensos estudios previos, ni con un lenguaje homogéneo. Es un fenómeno interdisciplinar y transversal, que se desarrolla a lo largo de diferentes sectores de producción/creación y recepción. En la manipulación sonora ejercida por un productor musical intervienen agentes de diferentes disciplinas (músicos, ingenieros de sonido, empresarios discográficos, agencias de publicidad, etc.), con lenguajes específicos diferenciados y, lo que aún complica más un posible convenio, basados en metáforas; observemos cómo solemos referirnos a la música y al sonido con palabras propias de otros sectores (agudo/grave, alto/bajo, denso, transparente, brillante/oscuero...). Ade-



más, si tenemos en cuenta la dimensión internacional de las músicas populares urbanas, un lenguaje basado en metáforas deviene extremadamente difícil de conciliar en un entorno multicultural.

Otra dificultad a destacar es la lentitud de un proceso de investigación, y su voluntad de durabilidad, frente a la velocidad de cambio y caducidad de las tendencias discográficas de la música popular urbana. Problemática que se agudiza si tenemos en cuenta la creciente dependencia de la producción musical de las tecnologías, estas últimas también en transformación constante y veloz. Podríamos preguntarnos entonces: ¿durante cuánto tiempo un adolescente puede identificarse con un modelo sonoro, antes de considerarlo "anticuado"? Por este motivo, quizás, la deriva de nuestra investigación debería orientarse hacia el hallazgo de ciertos métodos de reconocimiento y comprensión de modelos sonoros, antes que del establecimiento de modelos sonoros estables.





Siguiendo con las dificultades, del mismo modo que el tratamiento sonoro ha sido pasado por alto por las investigaciones sobre música e identidades, ese embalaje omnipresente ha sido asimilado por los adolescentes también de manera subliminal; quizás debido a su dramática ausencia en el currículum de la asignatura de música en todas las etapas de la educación obligatoria. Este hecho hace que los adolescentes tengan muchas dificultades en hablar de ello específicamente, aunque por otro lado, a la hora de referirse a la música suelen hacer alusión a características más propias de la producción musical que de la composición musical, aunque eso sí, de manera totalmente inconsciente e involuntaria.

Esta última observación nos hace pensar en una posible aplicación posterior de este fenómeno a la educación musical en el marco de la educación secundaria obligatoria, añadiendo al currículum el reconocimiento y comprensión del factor tímbrico y contextual de la música popular urbana, ambos mucho más cercanos a la realidad de los adolescentes que los aspectos compositivos de la música.

## La música popular urbana y la configuración de la identidad en la adolescencia

La adolescencia supone una etapa crucial en la definición de las identidades; numerosos estudios han indagado al respecto hasta consolidar la idea en hecho. Del mismo modo, también se ha investigado ampliamente respecto al papel desempeñado por la música en este proceso del desarrollo humano. Estudios en los que se relacionan perfiles de personalidad con preferencias musicales, como el de Rentfrow y Gosling (2003), demuestran cómo la música constituye un elemento relevante en la definición de las identidades individuales y colectivas en nuestra sociedad.

Incluso, indagando a más profundidad, los investigadores North y Hargreaves llegan a vincular las preferencias musicales con las relaciones interpersonales, las creencias políticas y morales, las conductas delictivas, las finanzas personales, la educación, el empleo o la salud (North y Hargreaves, 2007).

En esta misma línea de investigación, Tomas Chamorro-Premuzicy y Adrian Furnham llegan a establecer una relación entre características psicológicas y de personalidad y el uso que hacen de las músicas que escuchan:

*Those with higher IQ scores, tended to use music in a rational/cognitive way, while neurotic, introverted and non-conscientious individuals were all more likely to use music for emotional regulation (Chamorro-Premuzicy y Furnham, 2003: 237).*

Pero como hemos dicho anteriormente, no se trata solo de identidades individuales; la música también influye con fuerza en las identidades grupales, puesto que se crean o refuerzan vínculos de amistad a través de preferencias musicales coincidentes (Selfhout, Branje, Bogt, y Meeus, 2009), incluso entre adolescentes con perfiles de personalidad distintos ya que, en cierto modo, estarían unidos por valores similares, como apuntan Boer et al., (2011: 1159):

*"Music can create interpersonal bonds between young people because music preferences can be cues for similar or dissimilar value orientations, with similarity in values then contributing to social attraction"*

Así, podemos decir que los gustos musicales sirven de bandera para mostrar la propia identidad o la pertenencia a una identidad social concreta, llegando a

crear favoritismos dentro de los mismos grupos sociales (Lonsdale y North, 2009).

Por otro lado, investigaciones llevadas a cabo en centros de secundaria españoles confirman las "músicas populares urbanas" como el conjunto de estilos musicales más influyentes en los adolescentes, indistintamente de su origen cultural. Según Herrera, Cremades y Lorenzo (2010: 37):

*"Los jóvenes escuchan de forma mayoritaria aquellos estilos musicales más presentes en los medios, principalmente los de tipo popular (Pop, Hip-Hop, Reggaeton...)"*

Afirmación vigente aún hoy en día, como ellos mismos demostraron al comparar los resultados de diferentes investigaciones a lo largo del tiempo y estableciendo dicha observación como una constante en la sociedad occidental actual.

Pero, ¿Cómo consigue la música un impacto tan marcado sobre la construcción de las identidades de los adolescentes? Como si de una receta de cocina se tratase, la suma de diversos componentes teóricos nos ayudará a responder a esta pregunta.

Por un lado tenemos al ser humano como a un organismo organizado de forma sensible; a la emoción como un lugar de encuentro entre un elemento perceptivo, uno cognitivo y un elemento socio-





cultural; y finalmente, a la adolescencia como una etapa del desarrollo humano en la que la experiencia emocional es extrema y desconcertante, y la música un elemento de integración social (Gustems y Calderón, en prensa). Así mismo, los estudios de Juslin y Laukka (2004) vinculan de forma indiscutible el hecho musical con las emociones: *Emotion is strongly related to most people's primary motives for listening to music.*

Por lo tanto, podemos reconocer el impacto de la música en la definición de las identidades de los adolescentes, puesto que esta incide directamente sobre una de sus capacidades perceptivas más desarrolladas o, en todo caso, sobre un espectro emocional aún poco moldeado por nuestro aparato cognitivo. Al fin y al cabo, como bien dice Vigotsky, el arte socializa la emoción, lleva al ciclo de la vida social los aspectos de la vida más íntimos de la experiencia humana (en Lima, 2004). Así pues, como afirman North, Hargreaves, y O'Neil (2000: 255):

*"Music is important to adolescents, and that this is because it allows them to (a) portray an 'image' to the outside world and (b) satisfy their emotional needs".*

Muchos otros estudios refuerzan la existencia de una relación música e identidad. En el artículo de Sara Revilla escrito para "Cuadernos de Etnomusicología" (Revilla, 2011), podemos encontrar un completo estado de la cuestión al respec-

to. En él, la autora afirma que la música juega un papel esencial en los procesos de configuración y consolidación de la identidad, añadiendo que existen ciertos mecanismos que el individuo, en tanto ser social, pone en práctica para construir su identidad mediante la escucha y las diversas prácticas vinculadas al fenómeno musical. Queda así claro el rol que desempeña la música como parte integrante de un gran conjunto de elementos culturales ligados a la experiencia y al bagaje del individuo y, por consiguiente, a su identidad.

Pero la manipulación sonora de las producciones discográficas sigue sin aparecer explícitamente relacionada con este proceso del desarrollo humano. ¿Sabemos si existe algún vínculo entre modelos sonoros e identidades?



## La música popular urbana, la sonología y la sociedad

Como hemos visto hasta aquí, la adolescencia es una etapa del desarrollo humano durante la cual los individuos experimentan, intensamente, una gran cantidad de inquietudes y sensaciones que aún no saben traducir o expresar racional o verbalmente. En la música, los adolescentes hallan una serie de respuestas, a estas inquietudes, en forma de complicidad emocional y referentes actitudinales. Esto les permite expresar y comprender todo aquello que están sintiendo, haciendo uso de la música como un tipo de lenguaje (Bisquerra, 2010).

Por otra parte, podemos entender la música (desde un punto de vista occidental) como un arte comunicativa, interdisciplinaria y multimodal, que contiene diversos niveles de expresión (Gustems y Calderón, 2014). Según el productor discográfico Charly Chicago, algunos de esos niveles de análisis podrían ser un "nivel racional" (ligado a la forma y la estructura de la canción), un "nivel emocional" (representado por la relación armónico-melódica), y un nivel "actitudinal/impulsivo" (expresado mediante el tratamiento sonoro: timbre, interpretación, procesado de sonido, etc.).

Si damos por hecho que las habilidades racionales de los adolescentes están en una fase de desarrollo independiente de sus habilidades impulsivas y emocionales, sería lógico pensar que el tra-

tamiento sonoro representa uno de los principales elementos en la filiación de los adolescentes a ciertas músicas, por encima de otras. Sobre todo en cuanto a la búsqueda de referentes actitudinales: aquí las músicas dan voz a la necesidad de ubicación de unos jóvenes desorientados dentro de una sociedad plural y compleja. Se adivina así, la posibilidad de unos modelos de manipulación sonora con una fuerte incidencia sobre las identidades de los adolescentes, pero ¿cómo podemos descifrar estos distintos modelos o estilos de sonorización?

Lo primero que nos tenemos que preguntar para poder estudiar los modelos sonoros de la música popular urbana es: ¿cómo clasificamos estas músicas? Más concretamente aún y acercándonos al objetivo principal de nuestro trabajo, debemos preguntarnos si es posible establecer una relación directa entre las características sonoras de ciertos estilos musicales y los diferentes perfiles identitarios entre los adolescentes de nuestra sociedad.

En el estudio de Paul DiMaggio, encontramos información valiosa sobre la clasificación de los diferentes estilos artísticos. En él, se establece una relación entre estructuras sociales, patrones de consumo y la producción artística. De esta manera, la emergencia de nuevos estilos artísticos se traduciría en un "ritual de clasificación", cuyos ítems serían, según este autor: la diferenciación, la jerarquía, la universalidad y la firmeza de sus límites y donde intervendrían las estructuras sociales, los





sistemas educativos y los intercambios culturales, por una parte, y los elementos comerciales, profesionales y burocráticos, por otra parte (DiMaggio, 1987). Por lo tanto, podemos afirmar que los procesos sociales, y por ende la formación de la identidad, y la producción y clasificación artística quedan indiscutiblemente vinculados mediante los procesos de producción y sonorización musicales.

Pero no solo en el terreno de las artes se ha investigado respecto a esta relación; Gordon C. Bruner II reconoce, en sus estudios, a la música como un estímulo sobre los humanos en cuestiones de marketing (Bruner II, 1990). Es decir, que las músicas pueden usarse para incidir sobre determinados sectores de la población, buscando influir sobre sus decisiones respecto al consumo. Esto implica, de nuevo, una relación entre la clasificación de las músicas y las identidades sociales. Herrera, Cremades y Lorenzo (2010: 41) corroboran esta visión con las siguientes palabras:

*“Los medios de comunicación responden musicalmente a condicionantes provenientes del deseo mercantilista de la industria musical”.*

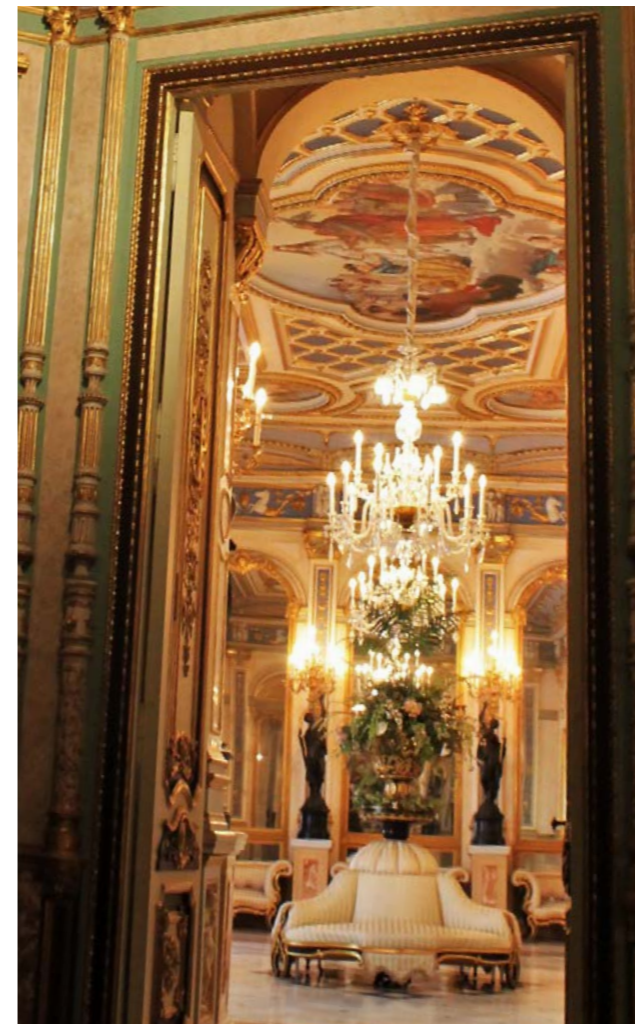
En cuanto a las identidades individuales, la comunidad científica parece haber arrojado algo menos de luz al respecto. Aun así, estudios como el de Sedlmeier, Weigelt, y Walther (2011) consiguen relacionar las preferencias musicales con las respuestas corporales de las personas, ya

sea mediante movimiento real o imaginado, dejando entrever una posible relación de las mismas con las preferencias musicales y las características sonoras de cada estilo musical.

Quizás los estudios que más evidentemente vinculan características musicales con respuestas individuales son las de la psicobiología específica, como los estudios de cambios de *arousal*, o de grado de activación neuronal, debidos a la intensidad, tempo y altura de la música y del sonido, iniciados por Harrer y Harrer (1977) y completados por Dowling y Harwood (1986); o los de Costa, Fine, y Ricci (2004), que muestran como para caracterizar los estados emocionales a partir del sonido, se tienen en cuenta diversos aspectos, que porcentualmente influyen de forma distinta en la percepción global de la emoción; incluso los de Peretz, Gagnon, y Bouchard (1998), según los cuales existen muchos elementos sonoros y musicales eficaces para expresar emociones de forma culturalmente homogénea; o los anteriormente mencionados sobre las relaciones entre características sonoras y emociones de Juslin y Laukka (2004), etc.

Si nos fijamos en estos últimos, o los de Krumhansl que vinculan elementos musicales con la emoción (2002), nos percatamos de que se atiende muy poco a la manipulación sonora, aplicada por la producción discográfica, como ítem a analizar en relación a su efecto sobre la percepción, ya sea emocional o cognitiva. Desde nuestro punto de vista, esta es

una gran carencia, por lo que el objeto de nuestra investigación será precisamente analizar una hipotética vinculación entre modelos sonoros, creados por la industria discográfica a través de la producción musical, y sus efectos sobre los adolescentes, principalmente a nivel de la definición de sus identidades. A pesar de que nos encontramos frente a un campo poco explorado, el marco teórico al cual deberemos referirnos oscilará entre las aportaciones de la comunidad científica y la experiencia de los profesionales de los sectores discográficos y de la educación secundaria obligatoria.



Para ello será necesario describir y analizar los distintos modelos de producción musical desde el punto de vista técnico sonoro; conocer el uso que se hace de la manipulación tímbrica, en el sector discográfico, y cuáles son sus objetivos artísticos y comerciales, mediante entrevistas a profesionales del sector; conocer las preferencias musicales de una muestra relevante de adolescentes, y agruparlas según géneros, formas, tipologías...; analizar el tipo de lenguaje utilizado por los adolescentes a la hora de referirse a las distintas músicas (metáforas, lenguaje específico, descripciones, actitudes, emociones, etc.), comprobar los cambios por parte de los adolescentes, en la aceptación de una música manipulada; analizar el consumo de música popular urbana (descargas, *streaming*, conciertos, discotecas...), por parte de los adolescentes; y analizar el consumo de paratexto musical (revistas, *merchandising*, videojuegos...), por parte de los adolescentes.

Todo ello nos permitirá establecer parámetros fundamentales y señalar líneas maestras sobre las que hacer propuestas educativas que contemplen la apreciación tímbrica como un elemento de comprensión y valoración musical preferente en la adolescencia, una influencia secreta, intangible pero de alto valor social.



## Agradecimientos

Este trabajo es el resultado preliminar de una tesis doctoral en curso, que ha sido financiada parcialmente mediante ayudas a grupos de investigación de la Universidad de Barcelona (ARCE, 2014 y 2015).

## Bibliografía

- Bisquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- Bisquerra, R. (2010). *La educación emocional en la práctica*. Barcelona: Horsori.
- Boer, D., Fischer, R., Strack, M., Bond, M.H., Lo, E., y Lam, J. (2011). How Shared Preferences in Music Create Bonds Between People: Values as the Missing Link. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(9), 1159–1171.
- Bruner, G. C. (1990). Music, Mood, and Marketing. *Journal of Marketing*, 54(4), 94-104.
- Costa, M., Fine, Ph., y Ricci, P.E. (2004). Interval Distributions, Mode and Tonal Strength of Melodies as Predictors of Perceived Emotion. *Music Perception*, 22(1), 1-14.
- Chamorro-Premuzicy, T., y Furnham, A. (2003). Personality traits and academic examination performance. *European journal of Personality*, 17(3), 237-250.
- DiMaggio, P. (1987). Classification in Art. *American Sociological Review*, 52(4), 440-455.
- Dowling, W.J., y Harwood, D.L. (1986). *Music Cognition*. New York: Academic Press series in Cognition and Perception.
- Geertz, C. (1988). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Gustems, J., y Calderón, C. (2014). El análisis multimodal en la escucha de los audiovisuales. En J. Gustems (ed.) *Música y Audición en los Géneros Audiovisuales* (pp. 15-28), Barcelona, Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Gustems, J., y Calderón, C. (en prensa) Emoción musical y bienestar. En T. Cascudo (ed.) *Música y cuerpo* (pp. 265-277), Logroño, Publicaciones de la Universidad de la Rioja.

Harrer, G., y Harrer, H. (1977). Music, Emotion and Automatic Function, en M.D. Critchley y R.A. Henson (eds.) *Music and the Brain* (pp. 202-216), Londres, Heinemann Medical Books.

Herrera, L., Cremades, R., y Lorenzo, O. (2010). Preferencias musicales de los estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria: influencia de la educación formal e informal. *Cultura y Educación*, 22(1), 37-51.

Juslin, P.N., y Laukka, P. (2004). Expression, Perception, and Induction of Musical Emotions: a Review and a Questionnaire Study of Everyday Listening. *Journal of new Music Research*, 33(3), 217-238.

Krumhansl, C.L. (2002). Music: A Link Between Cognition and Emotion. *Current Directions in Psychological Science*, 11(2), 45-50.

Lima, M.G. (2004). La psicología del arte y los fundamentos de la teoría histórico-cultural del desarrollo humano. *Cultura y Educación*, 16(1-2), 107-112.

Lonsdale, A. J., y North, A.C. (2009). Musical Taste and Ingroup Favouritism. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(3), 319–327.

North, A.C., y Hargreaves, D.J. (2007). Lifestyle correlates of musical preference. *Psychology of Music*, 35(1), 58-87.

North, A. C., Hargreaves, D. J., y O'Neil, S. A. (2000). The importance of music to adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70, 255-272.

Peretz, I., Gagnon, L., y Bouchard, B. (1998). Music and emotion. *Cognition*, 68, 111-141.

Rentfrow, P.J., y Gosling, S.D. (2003). The Do Re Mi's of Everyday Life: The Structure and Personality Correlates of Music Preferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1236 –1256.

Revilla, S. (2011). Música e Identidad. Adaptación de un modelo teórico. *Cuadernos de Etnomusicología*, 1, 5-28.

Sedlmeier, P., Weigelt, O., y Walther, E. (2011). Music is in the Muscle: How Embodied Cognition May Influence Music Preferences. *Music Perception: An Interdisciplinary Journal*, 28(3), 297-306.

Selfhout, M.H.W., Branje, S.J.T., Bogt, T.F.M., y Meeus, W.H.J. (2009). The role of music preferences in early adolescents' friendship formation and stability. *Journal of Adolescence*, 32, 95-107.▲

➡ Recibido: 25/12/2015  
✓ Aceptado: 15/06/2016