




INVESTIGACIÓN

<http://doi.org/10.15198/seeci.2019.49.159-174>

Recibido: 12/11/2018 --- Aceptado: 28/02/2019 --- Publicado: 15/07/2019

BANDA SONORA E IDENTIDADES EN LA GENERACIÓN "Y"**SOUNDTRACK AND IDENTITIES IN THE GENERATION "Y"**

   **Josep Gustems Carnicer**¹: Universidad de Barcelona. España.
jgustems@ub.edu

    **Diego Calderón Garrido**: Universidad Internacional de la Rioja. España.
diego.calderon@unir.net

  **Adrien Faure Carvallo**: Universidad de Barcelona. España.
adrienfaure@ub.edu

    **Alba Montoya Rubio**: Universidad de Barcelona. España.
albamontoya@ub.edu

RESUMEN

Desde los comienzos del cine, en los que una sola persona se ocupaba prácticamente de todo, la organización de la creación de un film fue evolucionando, y las diversas funciones del proceso fueron aumentando y especializándose progresivamente. La noción de autoría colectiva es un concepto difícil de abordar y de comprender en toda su dimensión. En este artículo se pretende analizarlo, tras estudiar de qué modo la estructura de colaboración en equipo de aquella época influía en sus creadores, y por qué razón se considera que unos son autores, mientras a otros se les niega esa condición. Para examinar a fondo cuál era el sistema de trabajo real de los distintos oficios se la televisión ha tenido una importancia innegable en los años 90 en España, sobre todo para los niños y jóvenes que pertenecen a la llamada generación "Y" o "*Millennials*". Este grupo ha crecido paralelamente a la tecnología doméstica y las redes sociales, haciendo de los entornos audiovisuales su hábitat natural. En este contexto, las series televisivas de animación de dicha época causaron una gran influencia en este colectivo que estaba entonces en pleno crecimiento y formación. Nuestro estudio pretende analizar las características sonoras de las cabeceras de las 20 series de animación infantil más vistas en las televisiones españolas de ámbito estatal en los años 90, mediante la aplicación de una plantilla de análisis sonoro-musical validada y aplicada en investigaciones anteriores por diversos autores. Con todo ello se caracteriza el paisaje sonoro que

¹**Josep Gustems Carnicer**: Profesor titular de Didáctica de la Expresión Musical en la Universidad de Barcelona. Dr. en Pedagogía, docente en Comunicación Audiovisual y autor de un centenar de libros y artículos científicos sobre la música, la educación y la comunicación.
jgustems@ub.edu

acompañó a esta generación en su infancia, distinguiendo entre distintos perfiles sonoros. Para ello, se analiza la presencia o ausencia de determinados elementos sonoros y musicales, originales o manipulados mediante técnicas de postproducción, orientados a distintos públicos según el sexo, la edad, las emociones, la motivación por la tecnología o por las relaciones sociales. Así pues, se plantea profundizar y sustentar la heterogeneidad presente en los individuos de esta generación, huyendo de clichés homogeneizadores, posibilitando modos distintos de acercamiento a su identidad social y a la riqueza que estos representan para la sociedad española actual, partiendo del sonido que les acompañó y marcó en su infancia.

PALABRAS CLAVE: banda sonora – series de animación – millennials – música – sonido – televisión infantil – identidad.

ABSTRACT

Television has had an undeniable importance in the 90s in Spain, especially for children and young people who belong to the so-called generation "Y" or "Millennials". This age has grown in parallel with domestic technology and social networks, making audiovisual environments their natural habitat. In this context, the television series of animation of that time caused a great influence in this generation that was then growing and learning. Our study aims to analyze the sound characteristics of the openings of the 20 cartoons of children's animation most seen in Spanish television in the 90s. This analysis will be done by applying a sound-music template validated and used in previous research by other authors. With all this, we characterize the sound landscape that accompanied this generation in its infancy, distinguishing between different sound profiles. To do this, the presence or absence of certain sound and musical elements, original or manipulated by postproduction techniques, aimed at different audiences according to sex, age, emotions, motivation for technology or social relationships are analyzed. So, it is proposed to deepen and sustain the heterogeneity present in the individuals of this generation, fleeing from homogenizing clichés, enabling different ways of approaching their social identity and the richness they represent for current Spanish society, based on the sound that accompanied them and marked in their childhood.

KEY WORDS: soundtrack – animation series – millennials – music – sound – children's television – identity.

BANDA SONORA E IDENTIDADES NA GERAÇÃO "Y"

RESUME

Desde o princípio do cinema, nos que somente uma pessoa se ocupava praticamente de tudo, a organização da criação de um filme foi evoluindo, e as diversas funções do processo foram aumentando e especializando-se progressivamente. A noção de autoria coletiva é um conceito difícil de abordar e de compreender em toda sua dimensão. Neste artigo pretende-se analisá-lo, depois de estudar de que modo a estrutura de colaboração em equipe daquela época influía nos seus criadores, e por

qual razão que uns são autores, enquanto a outros são negados essa condição. Para examinar a fundo qual era o sistema de trabalho real dos distintos ofícios, se a televisão teve uma importância inegável nos anos 90 na Espanha, sobretudo para as crianças e jovens que pertencem a chamada "Geração Y" ou "*Millennials*". Este grupo cresceu paralelamente à tecnologia doméstica e as redes sociais fazendo dos entornos audiovisuais seu habitat natural. Neste contexto, as séries televisivas de animação desta época causaram uma grande influência neste coletivo que estava em pleno crescimento e formação. Nosso estudo pretende analisar as características sonoras das introduções das 20 series de animação infantil mais vistas nas televisões espanholas de âmbito estatal nos anos 90, mediante a aplicação de uma planilha de análises sonoro-musical validada e aplicada em investigações anteriores por diversos autores. Com todo isso se caracteriza a paisagem sonora que acompanhou a esta geração em sua infância, distinguindo entre distintos perfis sonoros. Para isso, se analisa a presença ou ausência de determinados elementos sonoros e musicais, originais ou manipulados mediante técnicas de pós-produção, orientados a distintos públicos segundo o sexo, a idade, as emoções, a motivação pela tecnologia ou pelas relações sociais. Assim, se propõe aprofundar e sustentar a heterogeneidade presente nos indivíduos desta geração, fugindo de clichês homogeneizadores, possibilitando modos distintos de aproximação a sua identidade social e a riqueza que isso representa para a sociedade espanhola atual, partindo do som que os acompanhou e marcou em sua infância.

PALAVRAS CHAVE: banda sonora – séries de animação – millennials – música – som – televisão infantil – identidade.

Cómo citar el artículo:

Gustems Carnicer, J.; Calderón Garrido, D.; Faure Carvallo, A., y Montoya Rubio, A. (2019). Banda sonora e identidades en la generación "Y". [Soundtrack and identities in the generation "Y"]. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 49, 159-174. doi: <http://doi.org/10.15198/seeci.2019.49.159-174>
Recuperado de <http://www.seeci.net/revista/index.php/seeci/article/view/564>

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Las bandas sonoras en las series de animación infantil de TV

La música que escuchan los niños en los mass-media es fruto de un proceso histórico determinado por cambios sociales, culturales, industriales y expresivos que se precipitaron en el S. XX. Sobre ellos descansan una buena parte de los elementos del hábitat sonoro que les han acompañado como consecuencia la consolidación de los nuevos soportes comunicativos que vinculan la música con la imagen, la narración y el movimiento (Porta, 2014).

La TV ejerce gran influencia en los gustos musicales y formas de escuchar música del público infantil, sobre todo gracias a la gran plasticidad y permeabilidad en estas edades. Como señala Porta (2007), la programación infantil de TV permite el acceso

al análisis sonoro de la cultura popular contemporánea debido a su cotidianidad, su carácter público y continuo, testimonio de una época y porque crea opinión sobre los valores del entorno sonoro.

En ese contexto, la banda sonora considerada como espacio de la escucha, es un medio de comunicación de masas a la vez que una creación industrial, política e institucional que utiliza el lenguaje de la música adaptado al audiovisual, utilizando las estrategias de comunicación y publicidad sujetas a audiencias y programación (Porta, 2014). Entre sus usos estéticos, destaca su localización y atmósfera espacio temporal (Cuellar, 1997) y su finalidad, expresiva o emocional (Baetens, 2012).

Uno de los elementos a considerar desde la educación audiovisual es el sonido, elemento expresivo determinante en la producción televisiva. La banda sonora como tal se compone de música, sonido y ruidos, con los cuales produce significados, efectos en el pensamiento sonoro y también en las características de la escucha (Delalande, 2004).

La escucha televisiva remite a una construcción social (Adorno, 2004), un imaginario colectivo, una experiencia grupal que implica sonidos humanamente organizados (Blacking, 2006), una demostración de cultura dominante que elimina los rasgos diferenciadores de la diversidad o mantiene solo sus estereotipos (Porta, 2004).

Ante la lucha encarnizada de las grandes corporaciones audiovisuales por la audiencia juvenil, hay que plantear nuevos espacios sonoros basados en el mestizaje y en la fusión, así como la creación de nuevas formas de consenso cultural. A pesar de que la programación infantil en televisión tiende a la homogeneización creando un mercado único de imágenes sonoras (en 1994-1995, el 69% de la programación de ficción importada por 88 televisiones europeas provenía de EE.UU.), no faltan las iniciativas que plantean un futuro diferente, aunque de difícil pronóstico, en el panorama actual. El grado y tipo de aculturación incidirán directamente sobre la forma de entender estos mensajes. La asignación de sentido a las formas sonoras se aprende, y por eso podemos detectar diferencias en su comprensión, creación y uso. Es en esta triple intención educativa, formativa y de intervención social donde se enmarca este trabajo.

Ante la influencia de la banda sonora como música del entorno cotidiano y sus relaciones con la identidad, Brown (2008) insiste en la necesidad de integración de diversos campos de investigación, contemplando la producción del consumo y la cultura, manifestando la necesidad de integrar estas músicas populares en el diseño de las investigaciones.

1.2. La televisión y los Millennials

La televisión ha tenido una importancia innegable en los años 90 en España, sobre todo para los niños y jóvenes que pertenecen a la llamada generación "Y", o "*Millennials*". Este grupo ha crecido paralelamente a la tecnología doméstica y las

redes sociales, haciendo de los entornos audiovisuales su hábitat natural. En este contexto, las series televisivas de animación de dicha época causaron una gran influencia en un colectivo que estaba entonces en pleno crecimiento y formación.

El enorme tamaño poblacional que representa la generación Millennial (unos 8 millones de jóvenes, según comentan Alonso, González y Muñoz, 2016) ha generado una gran fascinación en el ámbito empresarial, académico y publicitario, dado que en 2025 representará el 75% de la fuerza laboral mundial y, a su vez, el principal segmento de consumidores (Bolton et al., 2013). Para comunicarse, pues con efectividad con los Millennials a través de las Redes Sociales, se debe conocer bien sus comportamientos y motivaciones (Ruiz Cartagena, 2017).

La Generación Millennial o Generación Y es definida por la mayoría de investigadores como la compuesta por los nacidos entre los años 1981 y 2000. Las denominaciones de la Generación Millennial son variadas: Generación Y, Generación *iPod*, Generación Global o nativos digitales, pues se trata de la primera generación que ha pasado su vida entera en un entorno digital, condicionando sus valores, trabajo y la forma de relacionarse con el mundo que tiende a la comunicación instantánea (Wesner y Miller, 2008). Su capacidad de hacer varias tareas simultáneas en distintas plataformas es otra de las características (Prensky, 2001).

Además de esta visión tecnológica y moderna, hay un amplio consenso en los rasgos generales que definen a la Generación Y, y sobre sus diferencias en cuanto a valores respecto a generaciones anteriores (Hyllegard, Yan, Ogle y Attmann, 2011): personas tolerantes, optimistas, inquietas, comprometidas medioambientalmente, atrevidas y rebeldes, participativas, orientadas al trabajo en equipo y en buscar un equilibrio entre el trabajo y el ocio que empodere sus vidas. Burstein (2013) resalta el entorno de crisis económica en el que crecieron, que ha condicionado muchos de sus comportamientos; un perfil propenso al activismo y la protesta, con capacidad para el emprendimiento, pero que también retrasa la emancipación, el matrimonio o la compra de su primera casa. A pesar de la crisis económica, los Millennials han crecido en una cultura de consumo, materialista, en un entorno de cierta prosperidad.

Sin embargo, estos entornos digitales también plantean ciertos déficits, como el ser menos hábiles en la comunicación presencial o a la hora de interpretar el lenguaje no verbal en una conversación (Hershatter y Epstein, 2010). Además son una generación más ambiciosa, asertiva y narcisista que las anteriores (Twenge, 2009), exigiendo una gratificación instantánea, sobreestimando el disfrute, aspirando a trabajar en industrias más creativas y menos condicionados por las estructuras sociales y laborales, considerando las corporaciones como manipuladoras y agresivas en sus estrategias de comunicación (Ruiz Cartagena, 2017). Incluso se les ha llegado a tildar de perezosos, aunque inconformistas, en definitiva, los antagonistas de un cuento de ficción... (Márquez-Domínguez, Ramos-Gil y Moreno-Gudiño, 2018).

Los mensajes destinados a los Millennials deberán señalar los valores y aspiraciones de dicha generación, como la autenticidad, la sinceridad, y la

responsabilidad en el cambio social. En este sentido los videos son 12 veces más efectivos que otros medios de comunicación para llegar a este público, especialmente si evitan el lenguaje retórico e institucional y son potenciados por el "boca a boca" (Ruiz Cartagena, 2017). El uso de un lenguaje orientado a la acción, con un trato activo y creativo, y utilizando todo tipo de tecnologías comunicativas e informativas asegurará una comunicación efectiva con los Millennials (García-Leguizamón, 2010).

No obstante todas estas características compartidas, Bolton et al. (2013) consideran que estereotipar esta generación no favorece el entendimiento de sus necesidades, pues existe también mucha heterogeneidad dentro de la Generación Y. Es por eso que sería interesante distinguir distintos perfiles entre sus componentes y en este sentido, la identificación con las distintas bandas sonoras podría ser de ayuda para buscar distintos perfiles sonoros y a su vez, sociales. La teoría de la identidad social (Tajfel, 1978) plantea una construcción pública de nuestra identidad: los individuos nos comportamos más favorablemente hacia quienes percibimos que comparten nuestros mismos gustos musicales, un favoritismo motivado por la necesidad de incrementar nuestra autoestima. Las preferencias musicales actúan como un criterio para ser aceptado en un grupo, funcionando a modo de "distintivo" que permite diferenciar a los que pertenecen al propio grupo de los que no. Uno de los momentos paradigmáticos de la preeminencia de los gustos musicales en la construcción de la identidad social lo tenemos en la adolescencia. En esta etapa, la coincidencia en las preferencias musicales se relaciona con la formación de amistades (1.9 veces más frecuente), hecho que si además coincide con un nivel educativo alto, resulta hasta 3 veces más (Selfhout, Branje, Bogt y Meeus, 2009). Compartir preferencias musicales conlleva similitudes en atracción social, orientación en valores y personalidad (Boer et al., 2011).

No cabe duda que los Millennials tienen sus preferencias musicales como cualquier otro colectivo, aunque probablemente quepa distinguir distintos grupos en su seno, a partir de sus preferencias musicales. Las series de TV que les acompañaron en su infancia y juventud probablemente contribuyeran a cierta identificación y diferenciación sociales.

2. OBJETIVOS

Nuestro estudio pretende analizar las características sonoras de las cabeceras de las 20 series de animación infantil más vistas en las televisiones españolas de ámbito estatal en los años 90, mediante la aplicación de una plantilla de análisis sonoro-musical. Con todo ello se busca caracterizar los paisajes sonoros que acompañaron a esta generación en su infancia, distinguiendo entre distintos perfiles sonoros dentro del colectivo.

3. METODOLOGÍA

Nuestro estudio se fundamenta en el paradigma interpretativo aun cuando emplee datos cuantitativos para su análisis, mediante la aplicación de una plantilla de análisis

sonoro-musical validada y aplicada en investigaciones anteriores por diversos autores. Con todo ello se busca caracterizar un paisaje sonoro que acompañó a esta generación en su infancia, distinguiendo entre distintos perfiles sonoros. Para ello, se analiza la presencia o ausencia de determinados elementos sonoros y musicales, originales o manipulados mediante técnicas de postproducción, orientados a distintos públicos según el sexo, la edad, las emociones, la motivación por la tecnología o por las relaciones sociales.

3.1. Muestra

Ante la imposibilidad de contar con los datos oficiales aportados por los organismos públicos de control de audiencias, se ha optado por confiar en el listado ofrecido por <https://www.bekia.es/television/noticias/veinte-series-infantiles-marcaron-ninos-noventa> y se han analizado las cabeceras de las 20 series infantiles de TV más vistas en España, a partir de sus versiones en español obtenidas en Youtube o en Audición: <https://listas.20minutos.es/lista/dibujos-animados-y-series-infantiles-recuerda-su-cabecera-130512/>

Las series de animación seleccionadas para este trabajo, y más vistas en España en los años 90 serían:

1. DRAGON BALL (país de origen: Japón, emisión desde 1986): anime escrito e ilustrado por Akira Toriyama que describe las aventuras de Goku, un guerrero que ejemplifica la lucha entre el bien y el mal.
2. RUGRATS (país de origen: USA, emisión desde 1991): trata de los acontecimientos de la vida diaria de un grupo de bebés y sus experiencias comunes y alejadas de la comprensión de los adultos.
3. LAS TRES MELLIZAS (país de origen: España, emisión desde 1985): serie de dibujos animados inspirados en las historias de las hijas de la dibujante que las creó, adaptando cuentos tradicionales a la actualidad.
4. LA BANDA DEL PATIO (origen: USA, emisión desde 1997): serie que narra las aventuras de un grupo de 4 niños y 2 niñas que se encuentran en el recreo de su colegio, destacando las características de cada uno.
5. LA PAJARERÍA DE TRANSILVANIA (país de origen: Franco-británica, emisión desde 1997): narra las aventuras del Dr. Granudo que vende monstruos terroríficos como mascotas.
6. POKÉMON (país de origen: Japón, emisión desde 1997): basada en videojuegos de Nintendo, narra la historia de un entrenador Pokémon que quiere ser Maestro.
7. DIGIMON AVENTURE (país de origen: Japón, emisión desde 1999): anime al estilo de Pokémon, con criaturas digitales que evolucionan para mejorar su poder y habilidades.
8. GÁRGOLAS (país de origen: USA, emisión desde 1994): a partir de historias medievales y antiguas, cuyos personajes son distintas gárgolas.
9. OLIVER Y BENJI (país de origen: Japón, inicio 1984): sobre fútbol infantil y cómo esforzarse para convertirse en futbolistas profesionales en Japón.

10. DORAEMON (país de origen: Japón, emisión desde 1979): manga famoso por su protagonista, un gato robot que es enviado atrás en el tiempo para mejorar las circunstancias de sus antepasados.
11. CALIMERO (país de origen: Italia; inicio definitivo 1992): anime sobre las aventuras de un desafortunado pollito.
12. EL INSPECTOR GADGET (país de origen: Francia-Canadá-USA-Japón, emisión desde 1985): aventuras de un detective torpe y despistado que es un robot que resuelve casos complejos.
13. PEPPER ANN (país de origen: USA, emisión desde 1997): 1ª serie Disney creada por una mujer, que narra la historia de una adolescente muy fantasiosa y en que cada capítulo se da una lección moral.
14. LOS FRUITIS (país de origen: España, emisión desde 1990): serie infantil que combina personajes humanos con frutas vivientes, que conviven en una isla con un volcán.
15. LABORATORIO DE DEXTER (país de origen: USA, emisión desde 1996): serie de ciencia ficción y comedia que gira entorno un niño genio con un laboratorio secreto con una colección de sus inventos.
16. LAS SUPERNENAS (país de origen: USA/Hong Kong, emisión desde 1998): serie con tres niñas con super-poderes que luchan contra monstruos y criminales.
17. LOS SIMPSON (país de origen: USA, emisión desde 1989): comedia ficción y animación, narra la vida y el día a día de una familia de clase media de USA.
18. LOS PITUFOS (país de origen: USA/Bélgica, emisión desde 1983): serie basada en un cómic franco-belga anterior, narra historietas de unos personajes minúsculos que viven en poblados.
19. GARDFIELD (país de origen: USA, emisión desde 1998): serie basada en un cómic, narra las aventuras de un gato muy perezoso dedicado a dormir y comer.
20. DINOSAURIOS (país de origen: USA, emisión desde 1991): muestra la vida de una familia de dinosaurios representada con características humanas, parodiando en cierto modo nuestra sociedad.

3.2. Instrumentos y Análisis de datos

A cada una de estas cabeceras se les ha aplicado una ficha de análisis diseñada a partir de modificaciones (marcadas en amarillo) a la de Porta y Ferrández (2009) que se muestra a continuación (ver Tabla 1). La plantilla integra criterios musicológicos, psicológicos, sociológicos, semióticos y de la teoría de la música. Los resultados han sido recogidos y corroborados por el equipo investigador y más tarde se han analizado mediante el programa Excel i SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*, versión 21) para calcular porcentajes, medias y correlaciones.

Tabla 1: Plantilla de análisis sonoro aplicada.

0.SIN SONIDO				
1.SONIDO NO MUSICAL				
2.TIMBRE	2.a.FUENTES SONORAS	2.a.1. combinación		
		2.a.2. electrófono		
		Suenas como:		
		2.a.3. cordófono		
		2.a.4. aerófono		
		2.a.5. membranófono		
		2.a.6. idiófono		
	2.a.7. otros (especificar):			
2.b. NO SE PUEDE DETERMINAR		2.b.1. breve		
		2.b.2. inaudible		
3.VOZ	3.a. HABLADA O CANTADA	3.a.1. hombre	3.a.1.1. tenor	
			3.a.1.2. bajo	
		3.a.2. mujer	3.a.2.1. soprano	
			3.a.2.2. contralto	
		3.a.3. niño		
	3.a.4. grupo de voces			
	3.a.5. otros (espec.):			
	3.b. SIN VOZ (Instrumental)			
3.c. VOZ alterada (ronca, otros...): especificar				
3.d. NO SE PUEDE DETERMINAR		3.d.1. breve		
		3.d.2. inaudible		
4. MÉTRICA Y RÍTMICA	4.a. BINARIO			
	4.b. TERNARIO			
	4.c. OTROS (especificar)			
	4.d. NO SE PUEDE DETERMINAR		4.d.1. breve	
			4.d.2. inaudible	
5. TIPO DE COMIENZO	5.a. TÉTICO			
	5.b. ANACRÚSICO			
	5.c. ACÉFALO			
	5.d. NO SE PUEDE DETERMINAR		5.d.1. breve	
		5.d.2. inaudible		
6. DINÁMICA	6.a. CON VARIACIÓN		6.a.1. crescendo	
	6.b. SIN VARIACIÓN		6.a.2. diminuendo	
			6.B.1 intensa	
			6.b.2. media	
			6.b.3. suave	
6.c. NO SE PUEDE DETERMINAR		6.c.1. breve		
		6.c.2. inaudible		
7. AGÓGICA/TEMPO	7.a. CON VARIACIÓN		7.a.1. acelerando	
			7.a.2. ritardando	
	7.c. SIN VARIACIÓN			
	7.d. NO SE PUEDE DETERMINAR		7.d.1. breve	
		7.d.2. inaudible		
8. GÉNERO Y ESTILO	8.a. ACADÉMICA OCCIDENTAL			
	8.b. GÉNEROS POPULARES/modernos			
	8.c. TRADICIONAL/FOLKLÓRICO		8.c.1. propia	
	8.c. TRADICIONAL/FOLKLÓRICO		8.c.2. externa	
	8.d. Combinaciones (especificar)			

	8.e. OTROS (especificar)		
	8.f. NO SE PUEDE DETERMINAR	8.f.1. breve	
		8.f.2. inaudible	
9. ORGANIZACIÓN SONORA/ARMÓNICA	9.a. TONAL	9.a.1. mayor	
		9.a.2. menor	
	9.b. MODAL		
	9.c. OTROS		
	9.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	9.e.1. breve	
		9.e.2. inaudible	
10. CADENCIA FINAL	10.a. SUSPENSIVA		
	10.b. CONCLUSIVA		
	10.c. ROTA/INTERRUMPIDA		
	10.d. CORTADA (por edición)		
	10.e. NO SE PUEDE DETERMINAR	10.e.1. breve	
		10.e.2. inaudible	
11. MODULACIÓN	11.a. MODULA		
	11.b. NO MODULA		
	11.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	11.c.1. breve	
		11.c.2. inaudible	
12. TEXTURA SONORA	12.a. HOMOFÓNICO		
	12.b. MONODÍA ACOMPAÑADA		
	12.c. POLIFÓNICO		
	12.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	12.d.1. breve	
		12.d.2. inaudible	
13. PLANO SONORO	13.a. MÚSICA COMO FIGURA		
	13.b. MÚSICA COMO FONDO		
	13.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	13.c.1. breve	
		13.c.2. inaudible	
14. MELODÍA	14.a. línea ascendente		
	14.b. línea descendente		
	14.c. en terraza		
	14.d. saltos		
	14.e. progresión ascendente		
	14.d. progresión descendente		
	14.c. NO SE PUEDE DETERMINAR	14.c.1. breve	
	14.c.2. inaudible		
15. EFECTOS DE POSTPRODUCCIÓN	15.a. ECO/REVERBERACIÓN		
	15.b. COMPRESIÓN/DISTORSIÓN		
	15.c. SUBGRAVES		
	15.d. NO SE PUEDE DETERMINAR	15.d.1. breve	
		15.d.2. inaudible	

Fuente: Elaboración propia.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Respecto a las series de TV analizadas en este trabajo, podemos afirmar que son foráneas, especialmente de origen anglosajón, lo que plantea una orientación internacionalizadora y homogeneizadora. Sin embargo, se mantiene una cierta intención en presentar determinados estereotipos regionales o culturales reforzados por la imagen y sobre todo por estereotipos musicales (tanto tímbricos, como melódicos, rítmicos o armónicos).

El análisis de las cabeceras de las 20 series de animación infantiles mostró, en primer lugar, que todas ellas *usaban música*. En este sentido, 15 de las cabeceras presentaban la música como *figura*, siendo esta un elemento principal. En las series, además, 11 de ellas se caracterizaban por el *uso de sonidos no musicales*, ya fuese de elementos visuales que interaccionan con la propia música, como podía ser el claxon del coche de Homer Simpson o el balón que rebotaba en el suelo mientras jugaban los protagonistas de La Banda del Patio.

Respecto a la fuente sonora, en todos los casos se trataba de una *combinación de timbres* ya fuesen producidos por instrumentos acústicos o por sintetizadores e instrumentos electrófonos. Cuatro de las cabeceras eran totalmente instrumentales. En su gran mayoría (16 casos) predominaba la presencia de *voces de hombre* en la tesitura de tenor. Dicha voz sonaba en solitario en 3 series, y acompañada de otras voces en otras 6 series. Las voces infantiles únicamente se escuchaban en 3 de las series y siempre acompañadas por un tenor. En el caso de las voces femeninas, aparecían siempre en tesitura de soprano y siempre acompañadas de voces masculinas.

Respecto a la *métrica*, en todos los casos se trataba de música en compás binario o cuaternario. Por lo que se refería a los *inicios rítmicos*, se trataba de música tética en la mayoría de casos (en 13 cabeceras), en 6 casos era anacrúsica y en una única serie (Rugrats) acéfala. En el caso de la *dinámica*, la gran mayoría (16) no presentaba variaciones en su volumen, siendo este medio (9 casos) o intenso (7). Respecto a la *agógica*, en todos los casos se mantenía el *tempo* sin variaciones. Dicho tempo era lento en el caso de la serie Gárgolas, medio en 8 de las cabeceras y rápido en el resto (11 series).

Por lo que se refería al *género* musical, la mayoría (15 series) presentaban música perteneciente a géneros populares/ modernos. El resto (5 series) se basan en la música académica occidental. Destaca el nulo uso de músicas folklóricas. Respecto a la *textura*, predominaba la melodía acompañada (11 cabeceras) frente a las 9 que presentaban un carácter eminentemente polifónico.

Respecto a la *ordenación sonora/armónica*, la mayoría de las cabeceras (12) usaban modos mayores, mientras que en 6 casos predominaba la tonalidad menor y, únicamente en dos casos (Dragon Ball y Los Simpson) la música modal. Por lo que se refiere a las *modulaciones*, la distribución de las series era exactamente igual entre las que modulaban y las que no lo hacían (10 series). En el caso de la *cadencia final*, la mayoría (17) presentaban una cadencia conclusiva mientras que únicamente una, Dinosaurios, se basaba en una cadencia suspensiva. En las series Calimero y Las tres mellizas, dicha cadencia no se podía escuchar ya que estaba cortada por edición.

Si nos centramos en la *melodía*, la mayoría de las series (13 cabeceras) estaban diseñadas en saltos melódicos, mientras que 6 presentaban una progresión eminentemente ascendente y una única serie (Digimon) en formato de terraza.

Finalmente, y en lo referido a los efectos de *postproducción*, en su gran mayoría (16 casos) presentaban reverberación; respecto al uso de compresión, este era evidente en 13 de los casos; el uso de subgraves únicamente se apreciaba en 2 cabeceras y de diversos filtros sonoros en otras 2.

Según los cálculos efectuados mediante el SPSS, no se han encontrado relaciones internas (correlaciones) entre los diferentes parámetros, de forma que unos no interferían o influían en otros.

En general, el sonido de las series de animación coincide con la descripción de Porta (2004 y 2011), Ocaña y Reyes (2010) y el análisis de Gustems y González (2012) en cuanto a la utilización de canciones interpretadas en *off*, uso de ruidos ocasionales, uso de orquesta sintética-electrónica, voces cantadas, la tímbrica rock, los sonidos electrónicos imitando objetos cotidianos que emiten sonidos digitales, los instrumentos de percusión (especialmente xilófono), la métrica binaria o cuaternaria, el tempo rápido y sin variaciones, el modo mayor con algunas modulaciones, las cadencias conclusivas, la melodía acompañada, y la música como figura. Respecto al trabajo de Gustems y González (2012), a pesar de sus múltiples coincidencias, difieren en la ausencia absoluta de elementos de carácter folklórico. Respecto a los resultados de Porta (2011), a pesar de las múltiples coincidencias, difiere respecto al uso de grupos de voces polifónicos, al uso de melodías con inicio anacrúsico y al uso de músicas de otras culturas.

5. CONCLUSIONES

Por tanto, podemos concluir que existe un **perfil generalizado** (75%) prototípico de la música para las cabeceras de las series, que podemos caracterizar por: contener música, usada de forma "figura", con algunos sonidos extramusicales, uso de conjuntos musicales y de voces de tenor, en compás binario o cuaternario, de inicio tético, con intensidad media y sin cambios, con tempo rápido y sin variaciones, de estilo moderno-popular, con predominancia de melodía acompañada, de modo mayor pudiendo o no modular, con melodías con saltos, y una cadencia suspensiva. Respecto a la postproducción de sonido, destaca el uso de la reverberación y la compresión.

Este resultado permite plantear un perfil de público millennial mayoritario enfocado a la **tecnología, el deporte y la actividad física, los grupos sociales, las emociones positivas (entusiasmo) y los personajes masculinos**. Este perfil estaría muy influido por una mirada internacional con una clara preeminencia del cine americano aunque con una importante presencia del anime japonés (5 de las series).

Además de este perfil, el 25% restante lo formarían otros perfiles con distinta sensibilidad, que podemos relacionar con algunas de las características del audio de las cabeceras. En concreto destacaremos tres perfiles que se apartan de las características anteriores:

- **Orientación acústica, no-tecnológica:** caracterizado por el uso de música académica occidental, o evitando las distorsiones en postproducción sonora. Sería el caso de Laboratorio Dexter, La banda del patio, Gárgolas, Las tres mellizas, Rugrats y los Simpson.
- **Orientación introspectiva, hacia las emociones profundas:** por el uso de modo menor y de tempo lento. Sería el caso de Gárgolas, Inspector Gadget, Pepper Ann, Laboratorio Dexter y Los Simpson.
- **Orientación hacia las edades tempranas:** por la presencia de voces femeninas e infantiles. Sería el caso de: Las tres mellizas, Inspector Gadget, Pepper Ann, Calimero y Los Fruitis.

En la muestra estudiada, se escucha siempre música de otros lugares y nunca de la propia cultura o tradición. La programación infantil de televisión requiere contenidos de la proximidad (De Moragas, 1991), sin embargo lo que se ofrece es un espacio multicultural que ha perdido lo propio para llenarlo solo con lo foráneo. Desde una mirada educativa, esta opción cuestiona en cierto modo los elementos identitarios de carácter social, porque la música habla de uno mismo, de los otros y con los otros. Valorar la diversidad supone el reconocimiento de lo propio en edades tempranas, porque este habla egocéntrica dará lugar en su recorrido, al habla interna, y la música está en el camino (Porta, 2004).

En este texto hemos mostrado algunos aspectos poco analizados en los estudios musicales de la televisión y su influencia en la infancia, pero que emergen cuando son estudiados desde la semiótica, el análisis formal y las teorías cognitivas. Porta (2011) comenta cómo la banda sonora del cine y la televisión tienen una influencia educativa y una responsabilidad social como parte de la construcción de la conciencia del niño, porque contribuyen a su dimensión cognitiva, social, expresiva, estética y en un futuro crítica. Ocaña y Reyes (2010) enfatizan el poder de la TV en el anclaje e influencia sonora de generaciones que han estado acompañadas en buena parte de la TV durante su infancia. La poca interacción musical que ejercen las familias donde han crecido estos Millennials no permite pensar en ningún otro tipo de filtro, más allá de las modas de cada momento.

A pesar de la falta de interactividad con la TV, el gran éxito que tuvieron estas series en el contexto de la infancia y juventud de los Millennials en España posibilita el conocimiento de las tipologías de sus paisajes sonoros a través de las cabeceras de las series: con todo ello se plantea sustentar la heterogeneidad presente en los individuos de esta generación, huyendo de un único cliché homogeneizador, posibilitando modos distintos de acercamiento a su identidad social y a la riqueza que estos representan para la sociedad española actual, partiendo del sonido que les acompañó y marcó en su infancia.

6. REFERENCIAS

Adorno, T. W. (2004). *Filosofía de la nueva música*. Madrid: Akal.

- Alonso, M. H.; González, J. E. & Muñoz, A. B. (2016). Ventajas e inconvenientes del uso de dispositivos electrónicos en el aula: percepción de los estudiantes de grados de comunicación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 41, 136-154.
- Baetens, J. (2012). Beyond the Soundtrack: Representing Music in Cinema. *Leonardo*, 41(4), 406-407. doi: <http://dx.doi.org/10.1162/leon.2008.41.4.406>
- Blacking, J. (2006) *¿Hay música en el hombre?* Madrid: Alianza.
- Boer, D.; Ficher, R.; Strack, M.; Bond, M. H.; Lo, E. & Lam, J. (2011). How shared preferences in music create bonds between people: values as the missing link. *Personality and Social Bulletin*, 37(9), 1159-1171. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/0146167211407521>
- Bolton, R. N.; Parasuraman, A.; Hoefnagels, A.; Migchels, N.; Kabadayi, S.; Gruber, T. & Solnet, D. (2013). Understanding generation Y and their use of social media: A review and research agenda. *Journal of Service Management*, 24(3), pp. 245-267. doi: <http://dx.doi.org/10.1108/09564231311326987>
- Brown, A. R. (2008). Popular Music Cultures, Media and Youth Consumption: Towards an Integration of Structure, Culture and Agency. *Sociology Compass*, 2(2), 388-408. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1751-9020.2008.00103.x>
- Burstein, D. (2013). *Fast Future: How the Milenial Generation is Shaping Our World*. Boston: Beacon Press.
- Cuellar, C. (1998). *Cine y música: el arte al servicio del arte*. Valencia: Publicaciones de la UPV.
- Delalande, F. (2004). La enseñanza de la música en la era de las nuevas tecnologías. *Comunicar*, 23, 20-24.
- De Moragas, M. (1991). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- García-Leguizamón, F. (2010). Educación en medios ayer y hoy: tópicos, enfoques y horizontes. *Magis. Revista Internacional de Investigación en Educación*, 2(4), 279-298. Disponible en <https://goo.gl/QZLR7B>
- Gustems, J. & González, O. (2012). La Música en la programació infantil de la Televisió pública de Catalunya. *Prodiemus*, 2012, 10-23.
- Hershatter, A. & Epstein, M. (2010). Millenials and the world of work: an organization and management perspective. *Journal of Business Psychology*, 25 (2), 211-223. doi: <http://dx.doi.org/10.1007/s10869-010-9160-y>

- Hyllegard, K.; Yan, R.; Ogle, J. & Attmann, J. (2011). The influence of gender, social cause, charitable support, and message appeal on Gen Y's responses to cause-related marketing. *Journal of Marketing Management*, 27(1-2), 100-123.
- Márquez-Domínguez, C.; Ramos-Gil, Y-T. & Moreno-Gudiño, B-P. (2018). La generación *millennial* se identifica con "la pera del olmo". *Revista Mediterránea de Comunicación*, 9(2), 159-172.
- Ocaña, A. & Reyes, M. L. (2010). El imaginario sonoro de la población infantil andaluza: análisis musical de "la Banda". *Comunicar*, 35(XVIII), 193-200.
- Porta, A. (2004). Contenidos musicales buscan currículum. *Comunicación y Pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 197, 31-36.
- Porta, A. (2007). *Músicas públicas, escuchas privadas*. Barcelona: Publicacions de la UAB.
- Porta, A. (2011). La oferta musical de la programación infantil de «TVE» como universo audible. *Comunicar*, 37(XIX), 177-185.
- Porta, A. (2014). Explorando los efectos de la música del cine en la infancia. *Arte, Individuo y Sociedad*, 26(1), 83-99.
doi: http://dx.doi.org/10.5209/rev_ARIS.2014.v26.n1.40384
- Porta, A. & Ferrández, R. (2009). Elaboración de un instrumento para conocer las características de la banda sonora de la programación infantil de televisión. *Relieve*, 15, 2.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
doi: <http://dx.doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Ruiz Cartagena, J. J. (2017). Millennials y redes sociales: estrategias para una comunicación de marca efectiva. *Miguel Hernández Communication Journal*, 8, 347-367.
- Selfhout, M. H. W.; Branje, S. J. T.; Ter Bogt, T. F. M. & Meeus, W. H. J. (2009). The role of music preferences in early adolescents' friendship formation and stability. *Journal of Adolescence*, 32, 95-107. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.adolescence.2007.11.004>
- Tajfel, H. (1978). *Differentiation between social groups*. Londres: Academic Press.
- Twenge, J. M. (2009). Generational changes and their impact in the classroom: Teaching generation me. *Medical Education*, 43(5), 398-405. doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1365-2923.2009.03310.x>

Wesner, M. S. & Miller, T. (2008). Boomers and Millenials have much in common.
Organizational Development, 26(3), 89-96.

AUTORES:

Josep Gustems Carnicer

Doctor en Pedagogía, título superior de Música, profesor titular de Didáctica de la Expresión Musical (UB), con 200 publicaciones sobre sonido y educación.

jgustems@ub.edu

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6442-9805>

Google Scholar:

<https://scholar.google.es/citations?user=eWy2oOAAAAAJ&hl=ca&oi=ao>

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Josep_Gustems

Diego Calderón Garrido

Titulado superior en Música, doctor en Historia del Arte. Profesor contratado doctor en la UNIR, con 50 artículos sobre el hecho sonoro.

diego.calderon@unir.net

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-2860-6747>

Google Scholar: <https://scholar.google.es/citations?user=0kZGZ48AAAAJ&hl=ca;>

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Diego_Calderon-Garrido;

Scopus ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192679954>

Adrien Faure Carvallo

Graduado en Musicología por la UAB, máster en Formación de Profesorado de Secundaria (UB). Profesor asociado (UB).

adrienfaure@ub.edu

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-6065-5186>

Google Scholar:

https://scholar.google.com/citations?view_op=list_works&hl=es&authuser=2&user=ldeepkMAAAAJ

ResearchGate:

https://www.researchgate.net/profile/Adrien_Faure3; <https://independent.academia.edu/AdrienFaure>

Alba Montoya Rubio:

Doctora en Historia y Teoría de las Artes (UB), licenciada en Comunicación Audiovisual (UPF), máster "Música como arte interdisciplinar" (UB-URV-ESMUC), profesora asociada (UB).

albamontoya@ub.edu

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-9337-7266>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=kGjUt-cAAAAJ>

Academia.edu: <https://ub.academia.edu/AlbaMontoya>

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Alba_Montoya_Rubio