

La música que escuchan las nuevas generaciones: preferencias y estereotipos

The music that new generations listen to: preferences and stereotypes

Dr. Roberto CREMADES-ANDREU. Profesor Titular. Universidad Complutense de Madrid (rcremade@ucm.es).

Dr. Carlos LAGE-GÓMEZ. Profesor Contratado Doctor. Universidad Complutense de Madrid (calage@ucm.es).

Dra. Arantza CAMPOLLO-URKIZA. Profesora Asociada. Universidad Complutense de Madrid (arancamp@ucm.es).

Dr. David J. HARGREAVES. Profesor Emérito. University of Roehampton, Reino Unido (d.j.hargreaves@icloud.com).

Resumen:

Para los jóvenes, la música no solo es un objeto de consumo estético; también cumple una función social, a la que atribuyen diversos valores que influyen en su identidad y sus relaciones sociales. Así, el objetivo de este artículo es evaluar cómo se estructuran sus preferencias musicales y qué diferencias existen en función del género y del rango de edad, además de estudiar qué estereotipos asocian a los estilos que más escuchan según dichas variables. Para ello, se utilizó un cuestionario actualizado y adaptado de Cremades *et al.* (2010), al que respondieron 1020 jóvenes adolescentes de un distrito de la ciudad de Madrid: 540 mujeres (52.9 %) y 480 hombres (47.1 %) de entre 12 y 20 años. Los resultados ponen de manifiesto qué estilos de música popular urbana prefieren los jóvenes. Asimismo, que los de mayor edad escuchan un rango más amplio de estilos y que las mujeres se decantan por las tendencias musicales y la música latina. Respecto a los estereotipos, «generación», «personalidad» y «comportamiento» son los que más asocian a sus preferencias, lo cual se relaciona con el desarrollo de la propia identidad del adolescente. Como conclusión, creemos que, a partir del conocimiento sobre el significado que le dan los jóvenes a la música, es preciso potenciar su escucha y capacidad crítica desde el aula de música, como una forma de construir oyentes competentes, con conocimientos musicales y sociales suficientes de la música que prefieren.

Palabras clave: preferencias musicales, estereotipos socioculturales, adolescencia, nuevas generaciones.

Abstract:

For young people, music is not just meaningful as an object of aesthetic consumption; it also has a social function to which they attribute different values that influence their identity and social relations. Thus, the aim of this article is to evaluate how their musical preferences are structured and what differences exist by gender and age range, as well as studying what stereotypes they associate with the styles they listen to most in comparison with these variables. To do so, an updated and adapted version of the questionnaire by Cremades *et al.* (2010) was used. This was answered by 1020 adolescents from a district of the city of Madrid: 540 female (52.9%) and 480 male (47.1%) aged between 12 and 20. The results reveal which styles of popular urban music young people prefer, with older ones listening to a wider range of styles than the younger ones, and female respondents favouring mainstream music and Latin music. The stereotypes they most associate with their preferences are “generation”, “personality”, and “behaviour”, something that is related to the development of the adolescent’s own identity. Therefore, starting from knowledge of the meaning young people attribute to music, it is necessary for music lessons to improve their listening and critical capacities, as a way of creating competent listeners, with sufficient musical and social knowledge of the music they prefer.

Keywords: musical preferences, sociocultural stereotypes, adolescence, new generations.

Fecha de recepción del original: 08-10-2023.

Fecha de aprobación: 05-11-2023.

Cómo citar este artículo: Cremades-Andreu, R., Lage-Gómez, C., Campollo-Urkiza, A., y Hargreaves, D. J. (2024). La música que escuchan las nuevas generaciones: preferencias y estereotipos [The music that new generations listen to: preferences and stereotypes]. *Revista Española de Pedagogía*, 82 (287), 23-36. <https://doi.org/10.22550/2174-0909.3925>

1. Introducción

La música se puede considerar como uno de los principales referentes para los jóvenes en términos cognitivos (comprensión de los elementos musicales y de su estructura), emocionales (sentimientos que transmite) y sociales (aceptación social del gusto musical individual), ya que, a diario, reciben estímulos sonoros que influyen en su desarrollo intelectual, social y personal (Hallam, 2010). Diferentes autores (Hargreaves *et al.*, 2012; Evans y McPherson, 2017; Symonds *et al.*, 2017) han estudiado los efectos que tiene en el individuo el acertamiento hacia determinados estilos musicales, cómo se relaciona a través de ellos y qué valor otorga a la experiencia musical.

Hargreaves *et al.* (2006) propusieron un modelo de retroalimentación recíproca (*reciprocal feedback model*) que explicaba la manera en la que una persona procesa la música y se relaciona con ella. Este modelo considera no solo los elementos musicales y la elección que hace el oyente de lo que escucha, sino también el entorno en el que se produce (lo que los autores denominan *listening situation*), puesto que, en él, puede expresar y compartir con otras personas sus preferencias musicales. En la misma línea, Megías y Rodríguez (2003) ya habían apuntado que escuchar cualquier tipo de música es un acto personal y voluntario en el que, más allá de percibir los elementos musicales (como el ritmo, la melodía o la letra), el oyente asocia su escucha a diferentes aspectos que son personales (recuerdos, sentimientos o emociones), pero que, al mismo tiempo, lo unen a otras personas y le gusta compartir. Estas ideas apuntan hacia la estrecha relación que se genera entre la persona, la música y el contexto social. Es decir, los jóvenes se identifican con la música por lo que aporta a sus vidas y le otorgan un significado más relacionado con su función social (Bonneville-Roussy y Rust, 2018; Hargreaves *et al.*, 2015; MacDonald *et al.*, 2017; Morrison, 2017).

Dicha función social cobra una mayor relevancia en la adolescencia, un período de cambios en el que el individuo se encuentra en la búsqueda de la autoafirmación de su personalidad y de su identidad (McLean y Thorne, 2003). En este transitar, los iguales conforman el grupo de referencia que influye en su desarrollo: a través de ellos, puede proyectar una visión de su propia identidad (Knifsend y Juvonen, 2014). Con el grupo de iguales, comparte sus preferencias musicales, así como determinados valores, patrones culturales, hábitos, estilos de vida, modas o estereotipos, entre otros (DeWall *et al.*, 2011; Lonsdale y North, 2017; Marín-Liébana *et al.*, 2021; Reeves *et al.*, 2015).

DeNora (2017) afirma que la conformación de la identidad podría concebirse como un constructo diná-

mico en permanente evolución. Dicho constructo genera nuevos espacios de agrupamiento social a través de diferentes agentes externos, de entre los que internet destaca como medio más seguido por los jóvenes (Pedrero-Esteban *et al.*, 2019). De hecho, la influencia mediática de plataformas, redes sociales o aplicaciones como Spotify ha incrementado su dominio para modelar las preferencias musicales de las nuevas generaciones, lo que ha supuesto una disminución de su rango de escucha (Werner, 2020). En el lado opuesto, las músicas que suenan en las aulas son las que menos valoran. A menudo, se sigue potenciando la escucha de estilos musicales alejados no solo de las sonoridades actuales, sino también de los significados sociales que tienen para los más jóvenes. Por ello, el profesorado de música debería centrarse en fomentar el pensamiento crítico sobre la música que prefieren los jóvenes para favorecer el desarrollo de su identidad musical y ampliar el rango de estilos musicales que escuchan (Thomas, 2016).

2. Sobre las preferencias musicales

La investigación sobre preferencias musicales es una línea temática que se ha ido actualizando con nuevos trabajos en diferentes contextos nacionales e internacionales. En un estudio llevado a cabo con una muestra de adolescentes británicos ($n = 278$), Hargreaves *et al.* (1995) analizaron doce estilos musicales según las variables *edad* y *género*. Los estilos incluidos fueron rap, *house*, *reggae*, *blues*, *heavy metal*, *jazz*, clásico, *country*, pop, folk, ópera y *rock*. En sus conclusiones, señalaron que la edad marca de manera significativa el acercamiento hacia estilos de música *popular* en detrimento de la música *seria*. Además, observaron que las mujeres preferían una amplia variedad de estilos y estaban más próximas a la música *seria* que los hombres, enfocados, en mayor medida, en lo *popular*.

En Estados Unidos, Rentfrow y Gosling (2003) diseñaron una prueba corta sobre preferencias musicales (*short test of music preferences*, o STOMP), con un listado de catorce estilos musicales valorados mediante una escala Likert de 7 puntos (1 = Nada, 7 = Mucho). El análisis factorial exploratorio agrupó estos estilos en cuatro dimensiones: (1) reflexivo-complejo (*blues*, *jazz*, música clásica y folk), (2) intenso-rebelde (*rock*, música alternativa y *heavy metal*), (3) optimista-convencional (*country*, música de cine, religiosa y pop) y (4) enérgico-rítmico (rap/hiphop, *soul/funk*, música electrónica/*dance*). Para diseñar el cuestionario, redactaron una lista inicial de ochenta estilos y subestilos con ayuda de un panel de cinco expertos. Con posterioridad, realizaron un estudio piloto con treinta participantes, de los que tan solo el 7 %

conocía todos los subestilos, mientras que el 97 % sí estaba familiarizado con los estilos propuestos. A partir de estos resultados, decidieron que la prueba estaría compuesta únicamente por los estilos más escuchados.

Colley (2008) se basó en este modelo para llevar a cabo un análisis con una muestra de jóvenes británicos. No solo se centró en vincular estilos con dimensiones: fue un paso más allá y los agrupó también según el sexo. De este modo, identificó cuatro dimensiones para las mujeres: sofisticada (que comprende música clásica, *blues*, *jazz*, ópera), pesada (*rock*, *heavy metal*), rebelde (*rap*, *reggae*) y *mainstream* (*pop*, *folk*, *country*); y cuatro para los hombres: sofisticada (música clásica, *blues*, *jazz*, ópera), tradicional (*folk*, *country*), pesada (*heavy metal*, *rock*) y rebelde (*reggae*, *rap*).

Más adelante, Rentfrow *et al.* (2011) identificaron cinco dimensiones: (1) suave (*pop* y *R&B*), (2) sin pretensiones (*country* y *rock and roll*), (3) sofisticada (clásica y *jazz*), (4) intensa (*heavy metal* y *punk*) y (5) contemporánea (*rap* y electrónica). Lorenzo-Quiles *et al.* (2021) utilizaron esta clasificación (aunque adaptada para incluir estilos brasileños) para llevar a cabo un estudio en el que participaron 940 jóvenes brasileños de 14 a 20 años.

En España, uno de los primeros estudios sobre los gustos musicales de adolescentes y jóvenes fue el realizado por Megías y Rodríguez (2003). La muestra estuvo compuesta por 1900 participantes de todo el país de entre 15 y 24 años. El cuestionario se componía de varios apartados, uno de los cuales contenía una lista con los siguientes estilos musicales: *pop*, *dance*, *latina*, *cantautores*, *electrónica*, *baladistas*, *rumba*, *flamenco*, *rock and roll*, *hiphop/rap*, *rock alternativo*, *grunge*, *indie rock*, *indie pop*, *pop alternativo*, *popular* o *típica* de su región, *reggae*, *ska*, *étnica*, *heavy*, *clásica*, *rock progresivo*, *punk*, *new age*, *jazz*, *folk*. De todos ellos, los ocho últimos resultaron ser los menos conocidos por los jóvenes. Según los autores, los favoritos aglutinaban los estilos cercanos al *pop*, que son los que se posicionaban en los primeros puestos en las listas de ventas y grandes éxitos. En el siguiente peldaño, se encontraban aquellos que sonaban en las discotecas, mientras que los menos escuchados eran los preferidos por las generaciones adultas. El cuestionario también incluyó un apartado de estereotipos asociados a la música, del que los autores concluyeron que los jóvenes los utilizaban como una forma de agruparse y, a la vez, de distinguirse de sus iguales.

Esta breve revisión pone de manifiesto la dificultad para examinar los estilos musicales como una única

unidad de análisis para su clasificación, así como para categorizar las canciones en un género específico. A este respecto, Pedrero-Esteban *et al.* (2019) subrayaron el problema de categorizar la música popular urbana debido a sus particularidades actuales. Se trata de una experiencia sonora compuesta, que utiliza tecnologías avanzadas capaces de moldear todos los parámetros musicales de una grabación (timbre/voz, altura/entonación, ritmo/velocidad) y que se divulga a través de plataformas de escucha, redes sociales, etc. Ello ha desembocado en un proceso de homogeneización que obstaculiza una distinción clara entre los diferentes estilos y subestilos de este tipo de música.

3. Los estereotipos en la música

De acuerdo con Kurtz-Costes *et al.* (2014), los estereotipos son conocimientos compartidos entre grupos sociales particulares que pueden o no reflejar determinadas características de dicha colectividad en cuanto a nacionalidad, raza, clase social, sexo, edad y ocupación, entre otras. Es una forma de etiquetar a las personas según determinados valores que las califican de forma ambigua y que, en muchas ocasiones, no las representan.

En relación con la música, los estereotipos pueden visibilizarse en aspectos externos que no están centrados en características como el ritmo, la melodía, la armonía o el timbre (Susino y Schubert, 2019). Además, es importante señalar que, para los jóvenes, el agente con mayor influencia en la escucha musical está en el entorno web. A través de plataformas, redes sociales o perfiles de usuarios, están constantemente expuestos a visiones estereotipadas de su imagen corporal, su forma de vestir, su género, su personalidad o su edad, entre otras (Oberst *et al.*, 2016). Lejos de contribuir a una visión igualitaria, la finalidad básica que tienen las empresas que operan en la red es la comercialización de productos culturales que incrementen el consumo y las ventas de sus servicios. Para ello, estudian las recomendaciones de los usuarios, lo que se conoce como *cultura algorítmica*, en la cual estamos todos atrapados (Striphas, 2015). En internet, el principal referente de escucha en *streaming* entre usuarios jóvenes es Spotify, una aplicación que organiza la música en categorías cerradas, según el estilo, el sexo, la raza, la clase social o la nacionalidad. Esta estructura no es casual ni se realiza exclusivamente según las elecciones de los oyentes. Está manipulada por algoritmos para obtener beneficios, sin considerar que se refuerzan patrones específicos de escucha que se incardinan o asocian con determinados estereotipos (Werner, 2020).

Respecto a los estereotipos relacionados con la imagen y el comportamiento, Rentfrow y Gosling (2007) estudiaron la percepción de los aficionados a diferentes estilos musicales. Las personas más cercanas a la música clásica fueron definidas como amables, trabajadoras, introvertidas e inteligentes, pero físicamente poco atractivas. En cambio, los aficionados al rap fueron percibidos como extrovertidos, atléticos, así como más propensos al consumo de drogas, una característica que se les sigue asociando hoy en día.

Reeves *et al.* (2015) estudiaron los estereotipos de clase social asociados a la música. Como conclusiones, destacaron que el nivel socioeconómico de las personas determina la preferencia de escucha por estilos musicales más o menos intelectuales, lo que genera una jerarquía social que pone de manifiesto dichos estereotipos.

Asimismo, cabe mencionar los estudios que se han centrado en valorar la influencia de la música en el desarrollo de la personalidad (Herrera *et al.*, 2018). Račevska y Tadinac (2019) encontraron correlaciones positivas en la preferencia por estilos musicales reflexivos, complejos e intensos. Esto confirma que su influencia también se manifiesta en nuestras emociones y se asocia a determinados rasgos de la personalidad.

No obstante, ha sido el vínculo entre los estereotipos de género y las preferencias musicales el más estudiado (Dobrota *et al.*, 2019; Rentfrow *et al.*, 2011; Roulston y Misawa, 2011). Por ejemplo, la afinidad por estilos musicales como el *rock* se ha asociado a una forma de expresión cultural propia de la identidad masculina, mientras que el *pop* se ha considerado más cercano a los ideales femeninos (Lorenzo-Quiles *et al.*, 2021). En este sentido, Soares-Quadros *et al.* (2019) explicaron que las mujeres se identifican con estilos con contenido emocional, como el *dance* o el *pop*; en cambio, los hombres prefieren estilos más vigorosos, complejos y excitantes, como el *heavy metal*. Tales resultados son similares a los obtenidos por Dobrota y Ercegovac (2015).

Por otro lado, es preciso indicar que, más allá del gusto musical que manifiesten hombres o mujeres, la sexualización de la mujer en muchos de los videoclips de mayor tendencia sigue ofreciendo una visión que la cosifica de forma evidente. Aunque el vídeo sea de artistas femeninas, es frecuente ver su desnudez frente a la posición dominante del hombre y estas imágenes pueden ser muy perjudiciales en menores (Gutiérrez y Ubani, 2023). En esta misma línea, Werner (2023) apunta a una presencia mayoritaria de masculinidades negras, morenas y latinas,

que interpretan estilos como el *rap*, el *trap* y el *reggaeton* en las listas de éxitos de países europeos. Por otra parte, analiza la imagen femenina en diferentes vídeos musicales de artistas tanto masculinos como femeninos. En ellos, se ofrece una visión positiva de la mujer, de la que se ensalza su amistad, su independencia personal y económica, su solvencia laboral, sus fortalezas y su comprensión. Al mismo tiempo, sin embargo, y con fines mercantilistas, aparece ligera de ropa, con trajes elegantes, accesorios caros, bella y deseable mientras hace *twerking* (perrear), lo que no deja de transmitir una imagen sexualizada.

Tras la revisión de la literatura relacionada con este trabajo, se plantea, como objetivo principal, agrupar los estilos musicales de acuerdo con las preferencias de una cohorte de jóvenes madrileños. Como objetivos secundarios, se pretende estudiar las diferencias entre estas dimensiones según las variables *edad* y *género*, así como valorar la relación de dichos estilos musicales con los estereotipos socioculturales que les asocian los jóvenes.

4. Método

En este trabajo, se ha utilizado un estudio *ex post facto* basado en los diseños que se han encontrado en las investigaciones incluidas en la revisión de la literatura.

4.1. Participantes

Los participantes en esta investigación fueron estudiantes de educación secundaria de un distrito situado al sureste de la ciudad de Madrid, en el que hay seis centros públicos y siete concertados y privados. La muestra fue de 1020 participantes, 540 mujeres (52.9 %) y 480 hombres (47.1 %), con edades comprendidas entre 12 y 20 años y una edad media de 15.18 años ($DT = 2.12$). Dado el amplio rango de edad, se decidió agruparlos según el porcentaje acumulado en cuatro tramos: de 12 a 13 años ($n = 237$, 23.3 %), de 14 a 15 ($n = 332$, 32.5 %), de 16 a 17 ($n = 301$, 29.5 %) y de 18 a 20 ($n = 149$, 14.6 %). La selección de los grupos de estudiantes de la muestra se realizó al azar. Así, en cada centro de enseñanza secundaria, se escogió una clase por curso con la finalidad de que fueran representativos de dicho colectivo.

4.2. Instrumento

De entre los diferentes cuestionarios disponibles para obtener información sobre preferencias musicales (Hargreaves *et al.*, 1995; Rentfrow *et al.*, 2011), se utilizó el «Cuestionario sobre preferencias de estilos musicales» (Cremades *et al.*, 2010), que fue adaptado a las características de este estudio. Para ello, se actualizó la lista de estilos musicales, en la que se incluye-

ron aquellos a los que los participantes se podían sentir más cercanos. El objetivo era no dispersar la atención en músicas que escuchaban de forma minoritaria o que directamente no escuchaban. Por otro lado, se incluyó un apartado sobre estereotipos socioculturales.

A los ítems de este instrumento se debía responder según una escala Likert de 5 puntos (1 = Nunca, 5 = Siempre). El cuestionario final obtuvo un coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach de .787. Para la validez de contenido, se recurrió a la técnica del juicio de expertos, un proceso en el que participaron diez especialistas e investigadores en educación musical con una amplia trayectoria en este campo, quienes informaron sobre la pertinencia y la relevancia del cuestionario elaborado.

4.3. Procedimiento

Previo a la recogida de datos para este estudio, se requirió la aprobación de los equipos directivos de los centros participantes y se solicitó el consentimiento informado a los estudiantes y a sus familias, a todos ellos se les explicaron aspectos relevantes como la posibilidad de abandonar el estudio en cualquier momento y se les garantizó el anonimato. Fueron los propios investiga-

dores quienes, de forma presencial, administraron el cuestionario a fin de supervisar su cumplimentación. Los estudiantes lo completaron en una sesión que duró aproximadamente veinte minutos.

5. Resultados

Los análisis se centraron en los estilos musicales que obtuvieron las puntuaciones medias más altas para no dispersar los resultados. Con base en los estudios citados en la revisión teórica, se efectuó un análisis factorial exploratorio para, a partir de las dimensiones obtenidas, analizar las diferencias en función del rango de edad y el género de los participantes; para ello, se emplearon pruebas paramétricas. Por último, se implementó un análisis de correlación de Pearson para averiguar qué estereotipos asociaban los participantes en este estudio a los estilos que más escuchaban.

5.1. Dimensiones de las preferencias musicales y sus diferencias según el rango de edad y el género

En la tabla siguiente, se presentan los estadísticos descriptivos de los estilos más escuchados por los participantes en este estudio.

TABLA 1. Estadísticos descriptivos de los estilos más escuchados por los participantes.

Estilos musicales	<i>n</i>	Mínimo	Máximo	\bar{X}	σ
Pop	1020	1	5	3.66	1.282
Rap/hiphop	1020	1	5	3.35	1.220
<i>Reggaeton</i>	1020	1	5	3.28	1.500
Trap	1020	1	5	3.11	1.561
Electrónica	1020	1	5	2.82	1.359
<i>Rock and roll</i>	1020	1	5	2.56	1.314
<i>Techno</i>	1020	1	5	2.35	1.279
<i>Phonk</i>	1020	1	5	2.29	1.244
Bachata	1020	1	5	2.26	1.325
<i>Dance</i>	1020	1	5	2.25	1.302
Flamenco	1020	1	5	2.13	1.352
<i>Dembow</i>	1020	1	5	2.12	1.214

Nota: 1 = Nunca, 5 = Siempre.

Como se observa en la tabla anterior, los estilos que obtuvieron una mayor puntuación fueron el pop, el rap, el *reggaeton* y el trap; los que menos, el *dance*, el flamenco y el *dembow*. Sobre ellos, se aplicó la prueba de Bartlett y la medida KMO (Kaiser-Meyer-Olkin). El resultado fue .71 (prueba de esfericidad de Bartlett

$\chi^2 = 2965.32, p < .000$), superior al valor de referencia (.6), lo que indica que este tipo de análisis es válido. Asimismo, se implementó un análisis factorial mediante el método de extracción de componentes principales con rotación Oblimin, del cual se obtuvieron cinco factores que explicaron el 69.57 % de la varianza total (ver Tabla 2).

TABLA 2. Estructura de las preferencias musicales.

Dimensiones	Estilos musicales	Componentes				
		1	2	3	4	5
Música de barrio	Rap/Hiphop	.876				
	<i>Phonk</i>	.652				
	Trap	.464				
Música latina	<i>Dembow</i>		.826			
	Bachata		.647			
	<i>Reggaeton</i>		.639			
Tendencia musical	Pop			.777		
	<i>Dance</i>			.703		
Fusión musical	Flamenco				.829	
	<i>Rock and roll</i>				.808	
Música tecnológica	<i>Techno</i>					.913
	Electrónica					.876

Como se observa en la Tabla 2, cada dimensión está integrada por estilos musicales afines y su nombre responde a las características específicas que estos comparten: (1) música de barrio: incluye el rap y el hiphop, así como los subestilos *phonk* y *trap*; (2) música latina: engloba subestilos de origen latino como son el *dembow*, la *bachata* y el *reggaeton*; (3) tendencia musical: comprende el pop y el *dance*, referentes en las listas de éxi-

to; (4) fusión musical: agrupa el flamenco y el *rock and roll*, que comparten procesos de evolución con la fusión de diversos estilos; y (5) música tecnológica: abarca el *techno* y la música electrónica.

A continuación, se realizó un análisis de varianza de las dimensiones musicales obtenidas según la variable *rango de edad* (ver Tabla 3).

TABLA 3. ANOVA de las dimensiones musicales en función del rango de edad.

Dimensiones	Rango edad	<i>n</i>	\bar{X}	σ	<i>F</i>	<i>p</i>	η_p^2	<i>Post hoc</i>
Música de barrio	12 a 13 (1)	238	2.70	1.01	6.906	.001*	0.020	4, 3, 2 > 1
	14 a 15 (2)	332	2.93	.95				
	16 a 17 (3)	301	3.00	.93				
	18 a 20 (4)	149	3.11	1.01				
Música latina	12 a 13	238	2.43	.96	2.171	.90		
	14 a 15	332	2.54	1.4				
	16 a 17	301	2.66	1.00				
	18 a 20	149	2.58	1.09				
Tendencia musical	12 a 13	238	2.76	1.07	3.701	.011*	0.011	3 > 1
	14 a 15	332	2.98	1.08				
	16 a 17	301	3.04	1.03				
	18 a 20	149	3.02	.94				

La música que escuchan las nuevas generaciones: preferencias y estereotipos

Fusión musical	12 a 13	238	1.87	.85	25.005	.001*	0.069	4, 3 > 1, 2
	14 a 15	332	1.97	.93				
	16 a 17	301	2.29	1.09				
	18 a 20	149	2.68	1.17				
Música tecnológica	12 a 13	238	2.12	1.12	23.756	.000*	0.066	4, 3, 2 > 1 4 > 3, 2, 1
	14 a 15	332	2.55	1.18				
	16 a 17	301	2.76	1.13				
	18 a 20	149	3.05	1.23				

* $p \leq .05$.

Los resultados muestran diferencias estadísticamente significativas en «música de barrio», con un efecto pequeño ($\eta_p^2 \approx 0.01$); aquí los estudiantes de mayor edad señalan que escuchan más este tipo de música que los de 12 a 13 años. El mismo efecto se halla en «tendencia musical», donde los jóvenes de 16 a 17 años presentan medias superiores a los de 12 a 13. En el caso de «fusión musical», el efecto es mayor ($\eta_p^2 \approx 0.06$); los sujetos de 18 a 20 y de 16 a 17 obtienen me-

dias más altas que los de los rangos inferiores. Lo mismo sucede con «música tecnológica»: los participantes de mayor edad puntúan más alto que los más jóvenes, al tiempo que los de 18 a 20 años obtienen medias superiores a todos los demás.

A continuación, se analizaron las diferencias de género en las dimensiones musicales a través de la prueba *t* de Student (ver Tabla 4).

TABLA 4. Prueba *t* de Student de las dimensiones musicales en función del género.

Dimensiones	Género	<i>n</i>	\bar{X}	σ	Levene	<i>T test</i>	<i>d</i>
Música de barrio	Mujer	540	2.90	.97	$F = .028$ $p = .868$	$t = .844$ $p = .399$	
	Hombre	480	2.95	.98			
Música latina	Mujer	540	2.77	1.06	$F = 16.733$ $p = .001$	$t = 7.407$ $p = .001^*$.46
	Hombre	480	2.31	.92			
Tendencia musical	Mujer	540	3.24	1.01	$F = .110$ $p = .741$	$t = 9.562$ $p = .001^*$.60
	Hombre	480	2.63	.96			
Fusión musical	Mujer	540	2.07	1.04	$F = .405$ $p = .525$	$t = 2.199$ $p = .028^*$.14
	Hombre	480	2.22	1.05			
Música tecnológica	Mujer	540	2.40	1.14	$F = .250$ $p = .617$	$t = 5.207$ $p = .001^*$.33
	Hombre	480	2.79	1.19			

* $p \leq .05$.

Los resultados del análisis anterior fueron estadísticamente significativos para las cuatro últimas dimensiones. Las mujeres puntuaron por encima de los hombres en «música latina» (con un efecto pequeño de entre 0.21

y 0.49) y en «tendencia musical» (con un efecto moderado de entre 0.50 y 0.70). Por el contrario, los hombres valoraron más que las mujeres la «fusión musical» y la «música tecnológica», con un efecto pequeño.

5.2. Estereotipos asociados a la preferencia de estilos musicales

Este apartado comienza con un análisis de los estadísticos descriptivos de los estereotipos asociados a las preferencias musicales de los estudiantes.

En esta tabla, las medias más altas indican que los estudiantes asocian sus preferencias musicales a los estereotipos relacionados con su personalidad, su generación y su comportamiento. Por el contrario, los vinculados con el género han obtenido una puntuación media más baja.

TABLA 5. Estadísticos descriptivos de los estereotipos asociados a las preferencias musicales.

Estereotipos	<i>n</i>	Mínimo	Máximo	\bar{X}	σ
Forma de vestir	1020	1	5	2.36	1.229
Comportamiento	1020	1	5	2.65	1.249
Personalidad	1020	1	5	3.19	1.332
Generación	1019	1	5	3.09	1.434
Género	1020	1	5	1.65	1.110
Aspecto físico	1020	1	5	1.71	1.124
Valores	1020	1	5	2.46	1.413
Relación con los demás	1020	1	5	2.43	1.337

Nota: 1= Nunca, 5= Siempre.

A continuación, se realizó un análisis de varianza a las dimensiones según el rango de edad (ver de los estereotipos que asocian los participantes Tabla 6).

TABLA 6. ANOVA de los estereotipos en función del rango de edad.

Estereotipos	Rango edad	<i>n</i>	\bar{X}	σ	<i>F</i>	<i>p</i>	η_p^2	<i>Post hoc</i>
Forma de vestir	12 a 13 (1)	237	2.08	1.22	10.506	.001*	.030	4, 3 > 1
	14 a 15 (2)	332	2.34	1.17				
	16 a 17 (3)	301	2.39	1.26				
	18 a 20 (4)	149	2.79	1.21				
Comportamiento	12 a 13	238	2.37	1.23	7.811	.001*	.023	4, 3, 2 > 1
	14 a 15	332	2.68	1.22				
	16 a 17	301	2.69	1.26				
	18 a 20	149	2.98	1.24				
Personalidad	12 a 13	238	2.84	1.45	8.791	.001*	.025	4, 3, 2 > 1
	14 a 15	332	3.17	1.31				
	16 a 17	301	3.35	1.24				
	18 a 20	149	3.43	1.27				
Generación	12 a 13	238	2.76	1.55	5.757	.001*	.017	4, 3, 2 > 1
	14 a 15	332	3.14	1.46				
	16 a 17	301	3.23	1.31				
	18 a 20	149	3.21	1.37				
Género	12 a 13	238	1.65	1.12	.179	.610		
	14 a 15	332	1.68	1.14				
	16 a 17	301	1.65	1.06				
	18 a 20	149	1.60	1.14				

La música que escuchan las nuevas generaciones: preferencias y estereotipos

Aspecto físico	12 a 13	238	1.64	1.13	2.058	.104		
	14 a 15	332	1.75	1.36				
	16 a 17	301	1.63	1.02				
	18 a 20	149	1.88	1.28				
Valores	12 a 13	238	2.08	1.30	12.892	.001*	.037	4, 3, 2 > 1 4 > 3, 2
	14 a 15	332	2.43	1.37				
	16 a 17	301	2.56	1.39				
	18 a 20	149	2.96	1.57				
Relación con los demás	12 a 13	238	2.12	1.32	7.959	.001*	.023	4, 3, 2 > 1 4 > 2
	14 a 15	332	2.42	1.31				
	16 a 17	301	2.50	1.28				
	18 a 20	149	2.77	1.34				

* $p \leq .05$.

Los resultados fueron significativos para todos los estereotipos, con excepción de los de «género» y «aspecto físico». Concretamente, en «comportamiento», «personalidad» y «generación», todos los rangos superiores al de 12 a 13 años obtienen medias más altas, con un tamaño del efecto pequeño. Con este mismo efecto, los estudiantes de 18 a 20 y de 16 a 17 años puntúan por encima de los de 12 a 13 en cuanto a «forma de vestir». Respecto a los «valores», los participantes de 12 a 13 años son los que obtienen las

medias más bajas, mientras que los de 18 a 20 puntúan por encima del resto con un efecto pequeño. En cuanto a la «relación con los demás», son los de 12 a 13 años los que puntúan más bajo; asimismo, los sujetos de 18 a 20 obtienen resultados superiores a los de 14 a 15 años.

Como en el apartado anterior, se realizó la prueba *t* de Student para analizar los estereotipos en función del género.

TABLA 7. Prueba *t* de Student de los estereotipos en función del género.

Estereotipos	Género	<i>n</i>	\bar{X}	σ	Levene	<i>T test</i>	<i>d</i>
Forma de vestir	Mujer	540	2.35	1.21	$F = .657$ $p = .418$	$t = .216$ $p = .829$	
	Hombre	480	2.37	1.25			
Comportamiento	Mujer	540	2.65	1.25	$F = .118$ $p = .732$	$t = .030$ $p = .976$	
	Hombre	480	2.65	1.24			
Personalidad	Mujer	540	3.31	1.33	$F = 2.034$ $p = .154$	$t = -3.214$ $p = .001^*$.20
	Hombre	480	3.04	1.32			
Generación	Mujer	540	3.25	1.41	$F = .009$ $p = .925$	$t = -3.714$ $p = .001^*$.23
	Hombre	480	2.91	1.45			
Género	Mujer	540	1.59	1.06	$F = 7.950$ $p = .005$	$t = 1.901$ $p = .058$	
	Hombre	480	1.72	1.61			
Aspecto físico	Mujer	540	1.67	1.07	$F = 4.675$ $p = .031$	$t = 1.159$ $p = .247$	
	Hombre	480	1.75	1.19			
Valores	Mujer	540	2.42	1.38	$F = 3.421$ $p = .065$	$t = 1.016$ $p = .310$	
	Hombre	480	2.51	1.45			
Relación con los demás	Mujer	540	2.40	1.31	$F = 2.207$ $p = .138$	$t = .717$ $p = .473$	
	Hombre	480	2.46	1.37			

* $p \leq .05$.

En el análisis anterior, se obtuvieron diferencias significativas para la «personalidad» y la «generación», con un tamaño del efecto pequeño; en concreto, las alumnas obtienen medias superiores a los alumnos.

Por último, se llevó a cabo un análisis de correlación de Pearson entre los estilos musicales de la Tabla 1 y los estereotipos socioculturales incluidos en este estudio. Los resultados se presentan en la tabla siguiente.

TABLA 8. Análisis de correlación de Pearson de los estilos preferidos y los estereotipos.

Estilos musicales		Estereotipos							
		FV	C	P	GZ	G	AF	V	R
Pop	<i>r</i>	-.037	.088*	.155*	.197*	.086*	-.008	.102*	.098*
Rap/Hiphop	<i>r</i>	.244*	.172*	.130*	.112*	.023	.130*	.119*	.136*
Reggaeton	<i>r</i>	-.049	-.115*	-.127*	.339*	.092*	.082*	-.197*	-.021
Trap	<i>r</i>	.116*	-.019	-.058	.306*	-.029	.092*	-.158*	.005
Electrónica	<i>r</i>	.121*	.211*	.174*	.101*	.049	.137*	.137*	.122*
Rock and roll	<i>r</i>	.135*	.179*	.199*	-.133*	-.029	.030	.294*	.107*
Techno	<i>r</i>	.107*	.162*	.160*	.132*	.072*	.164*	.155*	.109*
Phonk	<i>r</i>	.210*	.175**	.171*	.072*	.067*	.118*	.145*	.131*
Bachata	<i>r</i>	.047	.034	.044	.245*	.098*	.099*	-.026	.068*
Dance	<i>r</i>	.140*	.136*	.175*	.147*	.015	.067*	.114*	.092*
Flamenco	<i>r</i>	.249*	.184*	.171*	-.090*	-.015	.091*	.272*	.153*
Dembow	<i>r</i>	.035	-.017	-.034	.120*	.045	.076*	-.010	-.009

* $p < .05$.

Nota: FV = forma de vestir, C = comportamiento, P = personalidad, GZ = generación, G = género, AF = aspecto físico, V = valores, R = relación con los demás.

Los resultados de la Tabla 8 fueron estadísticamente significativos en la mayoría de las variables analizadas, si bien, de acuerdo con los valores de Cohen, el tamaño del efecto no fue grande ($r \geq .50$). Cabe destacar el efecto moderado ($.30 \leq r < .50$) del estereotipo «generación» en el *reggaeton* y el *trap*; dicho efecto también se produce, aunque más pequeño, en la *bachata* y el *pop*. Es asimismo pequeño el efecto de la «forma de vestir» en el *rap*, el *phonk* y el *flamenco*; el del «comportamiento» en el *rap*, la música electrónica, el *phonk* y el *flamenco*; el de la «personalidad» en el *rock and roll*; y, finalmente, el de los «valores» en el *rock and roll*, el *flamenco* y el *reggaeton*, aunque, en este último caso, la relación es negativa.

6. Discusión y conclusiones

Los resultados de este estudio ponen de manifiesto que los estilos que más escuchan los participantes se engloban en un círculo muy estrecho dentro de la música popular urbana. Esta es una particularidad que difiere de estudios anteriores, en los que se muestra un

abanico más amplio de escucha (Cremades *et al.*, 2010), y resalta, aún más si cabe, la importancia del factor social y de la conformación de la identidad de los jóvenes en la actualidad (Bonneville-Roussy y Rust, 2018). De este modo, los datos obtenidos han clasificado los estilos musicales en cinco dimensiones:

(1) Música de barrio: es en los barrios periféricos de las grandes ciudades donde se originó el *rap*, que evolucionó hacia subestilos como el *trap* y el *phonk*. Este último se aleja de los sonidos más comerciales en busca de producciones más caseras. El *trap* es mucho más sencillo que el *rap* y se centra más en la experimentación con los efectos sonoros y en dar voz a la realidad de la vida cotidiana del barrio (Werner, 2023).

(2) Música latina: contiene el *dembow*, el *reggaeton* y la *bachata*, estilos que convergen por su condición de músicaailable. Los dos primeros, además, comparten una visión sexualizada de la mujer, que baila de forma sensual guiada por el hombre (Oberst *et al.*, 2016).

(3) Música tecnológica: el *techno* y la música electrónica se basan en el uso experimental de herramientas tecnológicas avanzadas para proporcionar una imagen futurista.

(4) Tendencia musical: aunque sus características musicales son diferentes, el pop y el *dance* son los estilos que más escuchan los adolescentes en las listas de éxitos, en línea con los argumentos de Gutiérrez y Ubani (2023)

(5) Fusión musical: incluye dos estilos diferentes como el *rock and roll* y el flamenco, que quizá comparten el mestizaje musical de fusión con otros estilos. Además, sus seguidores se identifican con una imagen, una forma de vestir y una fuerte personalidad (Morrison, 2017).

A la hora de establecer esta agrupación, se han considerado las dificultades derivadas del hecho de que cada vez más los artistas compongan temas en los que fusionan elementos de diferentes estilos. Esto coincide con las ideas de Pedrero-Esteban *et al.* (2019). Así pues, esta clasificación ha agrupado estilos que incluyen tanto aspectos exclusivamente musicales como sociales.

Los datos obtenidos edades ponen de manifiesto que los estudiantes mayores disfrutan de un rango de escucha más amplio que los más pequeños. Destaca la dimensión «fusión musical», lo que quizá se pueda explicar por el acceso a este tipo de música, que se puede compartir en contextos y espacios para jóvenes adultos. Este acceso explicaría también la mayor escucha de «música tecnológica», que, junto con la «música de barrio» y las «tendencias musicales», conforman la mayor parte del imaginario sonoro de los adolescentes (Cremades *et al.*, 2010).

Según el género y en línea con estudios anteriores (Lorenzo-Quiles *et al.*, 2021; Soares-Quadros, *et al.*, 2019), se pone de manifiesto que las mujeres prefieren las dimensiones «música latina» y «tendencia musical» por su carácter más bailable y porque supone seguir las tendencias del momento. Por su parte, los hombres escuchan más los estilos «fusión musical» y «música tecnológica», que presentan un fuerte componente identitario al que se asocian determinadas formas de vestir o cierta personalidad de sus oyentes.

En relación con la asociación de sus preferencias musicales con los estereotipos, los más citados fueron «personalidad», «generación» y «comportamiento». Una posible explicación es que, en consonancia con las ideas de McLean y Thorne (2003), se trata de los estereotipos

que más preocupan a los adolescentes (sobre todo el de «personalidad»). Por el contrario, a pesar de los estudios que muestran la pervivencia de estereotipos de género (Wener, 2023), parece ser que los participantes en este estudio no los consideran presentes en sus preferencias musicales. Respecto al rango de edad, al igual que en el caso del sexo, parece ser que los más conscientes de la presencia de estereotipos en la música son los estudiantes de mayor edad. De este modo, a excepción de los de «género» y «aspecto físico», señalan los de «comportamiento», «personalidad», «generación» y «forma de vestir» como estereotipos presentes de forma explícita en la música que prefieren, sobre todo en los vídeos musicales, tal y como señalan Gutiérrez y Ubani (2023). Respecto al género, son las mujeres las que asocian la música que escuchan a su «personalidad» y su «generación», quizá porque despiertan más las emociones con las que se identifican (Račevska y Tadinac, 2019). Todo esto se ha visto reflejado en la estrecha relación existente entre los estilos musicales y los estereotipos, lo que nos lleva a confirmar los argumentos anteriores. Por ejemplo, el vínculo entre el *reggaeton* y el trap y el estereotipo «generación» constata que ambos estilos están presentes y cuentan con muchos seguidores entre la generación actual (Werner, 2023). Esta correlación también es evidente entre el rap, el *phonk* y el flamenco y la «forma de vestir», un estereotipo relacionado con la estética propia de los raperos (Rentfrow y Gosling, 2007).

Todas estas evidencias indican que los participantes en este estudio tienen conciencia de algunos de los estereotipos presentes en sus preferencias musicales; ello confirma el papel trascendente de la música popular urbana. Tal perspectiva arroja luz sobre la pertinencia de establecer este tipo de música como un núcleo generador a partir del cual abordar, de forma transversal, una amplia variedad de temas en el aula de secundaria. En este sentido, se sugiere también analizar los estereotipos de género de este tipo de música en plataformas y vídeos musicales. El objetivo es dotar al alumnado de las herramientas necesarias para reconocerlos, romper con los prejuicios presentes en este ámbito y construir una identidad musical más inclusiva.

Financiación:

Este trabajo ha sido financiado por el «Programa estatal de I+D+i orientado a los retos de la sociedad» a través del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), del Ministerio de Ciencia e Innovación y de la Agencia Estatal de Investigación. Referencia: RTI2018-096532-A-I00.

Referencias bibliográficas

- Bonneville-Roussy, A., y Rust, J. (2018). Age trends in musical preferences in adulthood: 2. Sources of social influences as determinants of preferences [Tendencias según la edad en las preferencias musicales en la adultez. Fuentes de influencia social como determinantes de las preferencias]. *Musicae Scientiae*, 22 (2), 175-195. <https://doi.org/10.1177/1029864917704016>
- Colley, A. (2008). Young people's musical taste: Relationship with gender and gender-related traits [Gusto musical de los jóvenes: relaciones con el género y los rasgos vinculados con el género]. *Journal of Applied Social Psychology*, 38 (8), 2039-2055. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2008.00379.x>
- Cremades, R., Lorenzo, O., y Herrera, L. (2010). Musical tastes of secondary school students' with different cultural backgrounds: A study in the Spanish North African city of Melilla [Gustos musicales en estudiantes de secundaria con orígenes culturales diversos: un estudio en la ciudad norteafricana de Melilla]. *Musicae Scientiae*, 14 (1), 121-141. <https://doi.org/10.1177/102986491001400105>
- DeNora, T. (2017). Music-ecology and everyday action. Creating, changing, and contesting identities [Música-ecología y acción cotidiana. Crear, cambiar e intercambio de identidades]. En R. MacDonald, D. J. Hargreaves and D. Miell (Eds.), *Handbook of musical identities [Manual de identidades musicales]* (pp. 46-62). Oxford University Press.
- DeWall, C. N., Pond, R. S., Campbell, W. K., y Twenge, J. M. (2011). Tuning in to psychological change: Linguistic markers of psychological traits and emotions over time in popular U.S. song lyrics [Sintonizar con el cambio psicológico: marcadores lingüísticos de rasgos psicológicos y emociones a lo largo del tiempo en letras de canciones populares de EE. UU.]. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5 (3), 200-207. <https://doi.org/10.1037/a0023195>
- Dobrota, S., y Ercegovac, I. R. (2015). The relationship between music preferences of different mode and tempo and personality traits-implications for music pedagogy [Relación entre las preferencias musicales de modo y tempo diferentes y los rasgos de personalidad: implicaciones para la pedagogía musical]. *Music Education Research*, 17 (2), 234-247. <https://doi.org/10.1080/14613808.2014.933790>
- Dobrota, S., Ercegovac, I. R., y Habe, K. (2019). Gender differences in musical taste: The mediating role of functions of music [Diferencias de género en el gusto musical: el papel mediador de las funciones de la música]. *Društvena istraživanja*, 28 (4), 567-586. <https://doi.org/10.5559/di.28.4.01>
- Evans, P. A., y McPherson, G. E. (2017). Processes of musical identity consolidation during adolescence [Procesos de consolidación de la identidad musical durante la adolescencia]. En R. MacDonald, D. J. Hargreaves, y D. Miell (Eds.), *Oxford handbook of musical identities [Manual de identidades musicales]* (pp. 213-231). Oxford University Press.
- Gutiérrez, M., y Ubani, C. (2023). Un marco conceptual de la cosificación sexual de las mujeres en videos musicales. *Feminismo/s*, (42), 27-60. <https://doi.org/10.14198/fem.2023.42.02>
- Hallam, S. (2010). The power of music: Its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people [El poder de la música: su impacto en el desarrollo intelectual, social y personal de niños y jóvenes]. *International Journal of Music Education*, 28 (3), 269-289. <https://doi.org/10.1177/0255761410370658>
- Hargreaves, D. J., Comber, C., y Colley, A. (1995). Musical likes and dislikes: The effects of age, gender, and training in British secondary school pupils [Gustos y rechazos musicales: los efectos de la edad, el sexo y la formación en alumnos británicos de secundaria]. *Journal of Research in Music Education*, 43 (3), 242-250. <https://doi.org/10.2307/3345639>
- Hargreaves, D. J., MacDonald, R., y Miell, D. (2012). Musical identities mediate musical development [Las identidades musicales median en el desarrollo musical]. En G. E. McPherson, y F. G. Welch (Eds.), *The Oxford handbook of music education [Manual Oxford de educación musical]* (pp. 125-142). Oxford University Press.
- Hargreaves, D. J., North, A. C., y Tarrant, M. (2006). Musical preference and taste in childhood and adolescence [Preferencia y gusto musical en la infancia y la adolescencia]. En G. E. McPherson (Ed.), *The child as musician: A handbook of musical development [El niño como músico: manual de desarrollo musical]* (pp. 135-154). Oxford University Press.
- Hargreaves, D., North, A., y Tarrant, M. (2015). How and why do musical preferences change in childhood and adolescence? [¿Cómo y por qué cambian las preferencias musicales en la infancia y la adolescencia?]. En G. E. McPherson (Ed.), *The child as musician: A handbook of musical development [El niño como músico: manual de desarrollo musical]* (2.ª ed.) (pp. 303-322). Oxford University Press.
- Herrera, L., Soares-Quadros Jr., J. F., y Lorenzo, O. (2018). Music preferences and personality in Brazilians [Preferencias musicales y personalidad en los brasileños]. *Frontiers in Psychology*, 9, 1488. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.01488>
- Knifsend, C. A., y Juvonen J. (2014). Social identity complexity, cross-ethnic friendships, and intergroup attitudes in urban middle schools [Complejidad de la identidad social, amistades interétnicas y actitudes intergrupales en escuelas medias urbanas]. *Child Development*, 85 (2), 709-721. <https://doi.org/10.1111/cdev.12157>
- Kurtz-Costes, B., Copping, K. E., Rowley, S. J., y Kinlaw, C. R. (2014). Gender and age differences in awareness and endorsement of gender stereotypes about academic abilities [Diferencias de género y edad en el conocimiento y la aceptación de los estereotipos de género sobre las capacidades académicas]. *European Journal of Psychology of Education*, 29 (4), 603-618. <https://doi.org/10.1007/s10212-014-0216-7>
- Lonsdale, A. J., y North, A. C. (2017). Self-to-stereotype matching and musical taste: Is there a link between self-to-stereotype similarity and self-rated music-genre preferences? [Correspondencia entre el yo y el estereotipo y gusto musical: ¿existe una relación entre autoestereotipos similares y las preferencias por un género musical?]. *Psychology of music*, 45 (3), 307-320. <https://doi.org/10.1177/03057356166656789>
- Lorenzo-Quiles, O., Soares-Quadros, J. F. Jr., y Abril, J. E. (2021). Musical preferences of Brazilian high school students [Preferencias musicales de los estudiantes de secundaria brasileños]. *PLoS ONE*, 16 (6), e0253353. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0253353>
- MacDonald, R., Hargreaves, D. J., y Miell, D. (Eds.) (2017). *Handbook of musical identities [Manual de identidades musicales]*. Oxford University Press.
- Marín-Liebana, P., Blasco, J. S., y Botella, A. M. (2021). Las preferencias musicales de los estudiantes: hacia un reconocimiento de sus identidades culturales. *Vivat Academia. Revista de Comunicación*, (154), 43-67. <http://doi.org/10.15178/va.2021.154.e1236>
- McLean, K. C., y Thorne, A. (2003). Late adolescents' self-defining memories about relationships [Recuerdos de autodefi-

- nición de los adolescentes adultos sobre las relaciones de pareja]. *Developmental Psychology*, 39 (4), 635-645. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.39.4.635>.
- Megias, I., y Rodríguez, E. (2003). *Jóvenes entre sonidos: hábitos, gustos y referentes musicales*. FAD (Fundación de Ayuda contra la Drogadicción).
- Morrison, M. D. (2017). The sound(s) of subjection: Constructing American popular music and racial identity through black-sound [Sonido(s) del sometimiento: la construcción de la música popular estadounidense y la identidad racial a través del *black-sound*]. *Women & Performance: a journal of feminist theory*, 27 (1), 13-24. <https://doi.org/10.1080/0740770X.2017.1282120>
- Oberst, U., Chamarro, A., y Renau, V. (2016). Gender stereotypes 2.0: Self-representations of adolescents on Facebook [Estereotipos de género 2.0: autorrepresentaciones de adolescentes en Facebook]. *Comunicar*, 24 (48), 81-90. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-08>
- Pedrero-Esteban, L., Barrios-Rubio, A., y Medina-Ávila, V. (2019). Teenagers, smartphones and digital audio consumption in the age of Spotify [Adolescentes, smartphones y consumo de audio digital en la era de Spotify]. *Comunicar*, 27 (60), 103-112. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-10>
- Račevska, E., y Tadinac, M. (2019). Intelligence, music preferences, and uses of music from the perspective of evolutionary psychology [Inteligencia, preferencias musicales y usos de la música desde la perspectiva de la psicología evolutiva]. *Evolutionary Behavioral Sciences*, 13 (2), 101-110. <https://doi.org/10.1037/ebbs0000124>
- Reeves, A., Gilbert, E., y Holman, D. (2015). Class dis-identification, cultural stereotypes, and music preferences: experimental evidence from the UK [Diferenciación de clase, estereotipos culturales y preferencias musicales: datos experimentales del Reino Unido]. *Poetics*, 50, 44-61. <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2015.01.002>
- Rentfrow, P. J., y Gosling, S. D. (2003). The do re mi's of everyday life: The structure and personality correlates of music preferences [Los do re mi de la vida cotidiana: la estructura y los correlatos de personalidad de las preferencias musicales]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84 (6), 1236-1256. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.6.1236>
- Rentfrow, P. J., y Gosling, S. D. (2007). The content and validity of music-genre stereotypes among college students [Contenido y validez de los estereotipos sobre géneros musicales entre estudiantes universitarios]. *Psychology of Music*, 35 (2), 306-326. <https://doi.org/10.1177/0305735607070382>
- Rentfrow, P. J., Goldberg, L. R., y Levitin, D. J. (2011). The structure of musical preferences: A five-factor model [La estructura de las preferencias musicales: un modelo de cinco factores]. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100 (6), 1139-1157. <https://doi.org/10.1037/a0022406>
- Roulston, K., y Misawa, M. (2011). Music teachers' constructions of gender in elementary education [Las construcciones de género de los profesores de música en la enseñanza primaria]. *Music Education Research*, 13 (1), 3-28. <https://doi.org/10.1080/14613808.2011.553275>
- Soares-Quadros, J. F. Jr., Lorenzo, O., Herrera, L., y Araújo Santos, N. S. (2019). Gender and religion as factors of individual differences in musical preference [El sexo y la religión como factores de las diferencias individuales en las preferencias musicales]. *Musicae Scientiae*, 23 (4), 525-539. <https://doi.org/10.1177/1029864918774834>
- Striphas, T. (2015). Algorithmic culture [Cultura algorítmica]. *European Journal of Cultural Studies*, 18 (4-5), 395-412. <https://doi.org/10.1177/1367549415577392>
- Susino, M., y Schubert, E. (2019). Cultural stereotyping of emotional responses to music genre [Estereotipos culturales de las respuestas emocionales al género musical]. *Psychology of Music*, 47 (3), 342-357. <https://doi.org/10.1177/0305735618755886>
- Symonds, J. E., Hargreaves, J. J., y Long, M. (2017). Music in identity in adolescence across school transition [La música en la identidad en la adolescencia a través de la transición escolar]. En R. MacDonald, D. J. Hargreaves, y D. Miell (Eds.), *Oxford handbook of musical identities* [Manual Oxford de identidades musicales] (pp. 510-526). Oxford University Press.
- Thomas, K. S. (2016). Music preferences and the adolescent brain: A review of literature [Preferencias musicales y cerebro adolescente: una revisión de la literatura]. *Update: Applications of Research in Music Education*, 35 (1), 47-53. <https://doi.org/10.1177/8755123315576534>
- Werner, A. (2020). Organizing music, organizing gender: algorithmic culture and Spotify recommendations [Organizar la música, organizar el género: cultura algorítmica y recomendaciones de Spotify]. *Popular Communication*, 18 (1), 78-90. <https://doi.org/10.1080/15405702.2020.1715980>
- Werner, A. (2023). *Feminism and gender politics in mediated popular music* [Feminismo y políticas de género en la música popular mediática]. Bloomsbury Academic.

Biografía de los autores

Roberto Cremades-Andreu. Doctor en Educación.

Profesor titular del Departamento de Didáctica de las Lenguas, Artes y Educación Física y vicedecano de Investigación y Posgrado en la Facultad de Educación de la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Su actividad investigadora se desarrolla en el ámbito de la educación musical, con especial interés en analizar la perspectiva social y psicológica de la música, así como en la formación del profesorado en el Espacio Europeo de Educación Superior. Investigador principal y miembro del equipo en diferentes proyectos de investigación (Comenius, I+D+i, AECID, art. 83) e innovación docente. Responsable del grupo de investigación consolidado Educación Musical desde una Perspectiva Social y Psicológica (UCM).



<https://orcid.org/0000-0002-9930-1609>

Carlos Lage-Gómez. Doctor en Educación. Funcionario de carrera en excedencia del cuerpo de profesores de enseñanza secundaria por la especialidad de música.

Ha sido coordinador y profesor en el Programa para Alumnado con Altas Capacidades de la Comunidad de Madrid. En la actualidad, es profesor contratado doctor del Departamento de Didáctica de las Lenguas, Artes y Educación Física de la UCM. Investigador visitante en la Universidad de Cambridge, en la Universidad del Este de Finlandia y en la Universidad Pedagógica de Vaud (Lausana, Suiza). Es autor de diversos artículos publicados en revistas de impacto y editoriales.



<https://orcid.org/0000-0001-7264-7725>

Arantza Campollo-Urkiza. Doctora en Educación, licenciada en Historia y Ciencias de la Música, titulada en Piano y máster en Dirección de Centros Educativos. En la actualidad, es profesora asociada del Departamento de Didáctica de las Artes, Lenguas y Educación Física en la UCM, además de profesora especialista de Música en educación secundaria. Sus principales líneas de investigación se articulan en torno a las didácticas disciplinares, con especial dedicación a la educación musical y su contribución a las competencias clave, así como a la educación musical desde una perspectiva social y psicológica. Sobre ambas temáticas, ha presentado varias comunicaciones y participado en diversas conferencias. También ha publicado sus trabajos en revistas científicas y en libros de calidad contrastada.

 <https://orcid.org/0000-0001-6005-0091>

David Hargreaves. Catedrático Emérito de la Universidad de Roehampton (Londres). Con anterioridad, ocupó puestos en las facultades de Psicología y Educación de las universidades de Leicester y Durham, así como en la Open University. También fue profesor visitante en las universidades de Gotemburgo (Suecia) y Curtin (Australia). Es psicólogo colegiado y miembro de la Sociedad Británica de Psicología. Fue editor de *Psychology of Music* (1989-1996) y presidente de la comisión de investigación de la Sociedad Internacional para la Educación Musical (ISME) (1994-1996). En la actualidad, forma parte de los consejos editoriales de diez revistas de psicología, música y educación. Durante los últimos años, ha hablado sobre sus investigaciones en conferencias internacionales y se ha convertido en el autor más citado del área.

 <https://orcid.org/0000-0002-2726-7229>