

# Relación entre los géneros musicales más populares y la construcción de la identidad en estudiantes universitarios de Huancayo

## Relationship Between the Most Popular Musical Genres and Identity Construction Among University Students in Huancayo

🔗 Llacari, Rosario A.<sup>1</sup>, 🔗 Beraún, Max T.<sup>1</sup> y 🔗 Mitma, Daniel E.<sup>1</sup>

DOI: [10.26490/pucso.20261.2636](https://doi.org/10.26490/pucso.20261.2636)

<sup>1</sup> Universidad Nacional del Centro del Perú, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Huancayo, Perú.

**Resumen:** La música constituye una práctica cultural central en la vida de los jóvenes y cumple un rol significativo en los procesos de construcción identitaria, especialmente en contextos caracterizados por la coexistencia de influencias locales y globales, como la ciudad de Huancayo. Frente a ello, la presente investigación buscó determinar la relación entre los géneros musicales más populares y la construcción de la identidad en estudiantes universitarios de Huancayo, considerando las dimensiones personal, social y cultural. Se desarrolló una investigación de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, transversal y alcance correlacional. La muestra estuvo conformada por 400 estudiantes universitarios de instituciones públicas y privadas, seleccionados mediante muestreo probabilístico. Se aplicó un cuestionario estructurado de 16 ítems tipo Likert, validado por juicio de expertos, con una confiabilidad de  $\alpha = 0.89$ . El análisis de datos se realizó mediante estadística descriptiva y correlacional utilizando el coeficiente de Pearson. Los resultados indicaron que los géneros más escuchados son el reguetón (32%) y el pop (27%). Se identificaron relaciones significativas diferenciadas, destacando el reguetón con la identidad social ( $r = 0.62$ ), el pop con la identidad personal ( $r = 0.54$ ) y la música andina con la identidad cultural ( $r = 0.71$ ). Se concluye que las preferencias musicales se asocian de manera diferenciada con las dimensiones de la identidad, evidenciando que los jóvenes universitarios construyen identidades híbridas que articulan referentes culturales globales y locales.

**Palabras clave:** música, identidad, juventud, cultura, reguetón, Huancayo.

**Abstract:** Music is a central cultural practice in the lives of young people and plays a significant role in the processes of identity formation, particularly in contexts characterised by the coexistence of local and global influences, such as the city of Huancayo. Against this backdrop, this study sought to determine the relationship between the most popular musical genres and identity formation amongst university students in Huancayo, taking into account personal, social and cultural dimensions. A quantitative study was conducted, employing a non-experimental, cross-sectional design with a correlational approach. The sample comprised 400 university students from public and private institutions, selected using probability sampling. A structured questionnaire comprising 16 Likert-scale items, validated by expert judgement and with a reliability coefficient of  $\alpha = 0.89$ , was administered. Data analysis was carried out using descriptive and correlational statistics, employing Pearson's correlation coefficient. The results indicated that the most frequently listened-to genres are reggaeton (32 per cent) and pop (27 per cent). Significant, distinct relationships were identified, notably between reggaeton and social identity ( $r = 0.62$ ), pop and personal identity ( $r = 0.54$ ), and Andean music and cultural identity ( $r = 0.71$ ). It is concluded that musical preferences are associated in distinct ways with the dimensions of identity, demonstrating that university students construct hybrid identities that bring together global and local cultural references.

**Keywords:** music, identity, youth, culture, reggaeton, Huancayo.



**Referencia:** Llacari, R. A., Beraún, M. T. y Mitma, D. E. (2026). Relación entre los géneros musicales más populares y la construcción de la identidad en estudiantes universitarios de Huancayo. *Prospectiva Universitaria en Ciencias Sociales*, 7(1), 8–12. <https://doi.org/10.26490/pucso.20261.2636>

Recibido: 9 de enero de 2026  
Aceptado: 25 de junio de 2026  
Publicado: 30 de junio de 2026

Prospectiva Universitaria en Ciencias Sociales. Vol. 7, núm. 1, enero a junio, 2026. Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons



**CC BY 4.0**  
Attribution 4.0 International  
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

## 1. Introducción

La música ha sido reconocida históricamente como una de las manifestaciones culturales más influyentes en la configuración de la sociedad y la subjetividad humana. Desde los antecedentes clásicos de la teoría crítica, autores como Theodor W. Adorno ya advertían sobre el papel del consumo musical en la estructura psíquica de los individuos y su relación con los procesos socioeconómicos masivos. En la contemporaneidad, la música como práctica cultural no opera como un mero elemento pasivo de entretenimiento, sino como un elemento activo y cotidiano mediante el cual los sujetos ordenan sus experiencias (DeNora, 2000). El consumo musical funciona como un mapa estético y conductual que define estilos de vida, pautas de consumo y formas particulares de estar en el mundo (North & Hargreaves, 2007).

Bajo esta premisa, la música actúa como un recurso fundamental de construcción identitaria, de manera singular durante la juventud. Esta etapa de ciclo vital se caracteriza por intensas dinámicas de exploración, autodefinición y búsqueda de pertenencia, donde la consolidación de un sentido de mismidad es prioritaria (Erikson, 1968). A través del compromiso musical, los jóvenes configuran su autoconcepto y ensayan formas de autoexpresión que dan respuesta a sus necesidades afectivas y cognitivas (Hallam et al., 2012). De este modo, las preferencias musicales y los significados atribuidos a los sonidos e imágenes artísticas proveen la materia prima simbólica que alimenta tanto la percepción individual del "yo" (identidad personal) como la adscripción colectiva (identidad social) frente a otros grupos de pares (Tajfel, 1981).

En el escenario contemporáneo, la música y la juventud en contextos globalizados entran en una tensión analítica compleja. La globalización cultural promueve la rápida diseminación de géneros musicales industrializados (como el reguetón o el pop), facilitando la creación de comunidades juveniles globales unidas por códigos estéticos e idiomáticos transnacionales (Bennett, 2000). Sin embargo, este flujo global no anula las tradiciones sonoras locales; antes bien, se produce una negociación donde los jóvenes de regiones históricamente arraigadas incorporan y valoran las músicas tradicionales como símbolos de memoria y resistencia colectiva (Turino, 2008). La identidad cultural deja de ser una esencia fija para convertirse en un proceso dinámico, relacional e híbrido (Hall, 1990), donde coexisten de manera fluida las influencias de la modernidad global y las raíces ancestrales.

Si bien la literatura internacional ha explorado profusamente el nexo entre música e identidad, persisten

vacíos empíricos respecto a cómo se configuran estas relaciones en ciudades andinas intermedias de América Latina. En urbes como Huancayo, caracterizadas por una densa herencia cultural andina que coexiste con acelerados procesos de modernización urbana, es imperativo medir de qué manera las preferencias por corrientes globales y locales impactan de manera diferenciada en la juventud universitaria. Por lo tanto, el presente estudio tuvo como objetivo determinar la relación entre los géneros musicales más populares y la construcción de la identidad (en sus dimensiones personal, social y cultural) en estudiantes universitarios de Huancayo.

## 2. Método

### 2.1. Procedimiento

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal y nivel correlacional. El estudio se ejecutó en la ciudad de Huancayo durante el periodo comprendido entre marzo y mayo de 2025. Previamente a la recolección de datos, se elaboró el proyecto de investigación y se obtuvo la aprobación institucional correspondiente para su ejecución. Asimismo, se realizaron coordinaciones con las autoridades académicas de las universidades participantes para autorizar el acceso a los estudiantes.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante una estrategia mixta, que combinó la aplicación presencial del cuestionario en aulas universitarias con la administración virtual a través de la plataforma Google Forms. Antes de la aplicación del instrumento, se informó a los participantes sobre los objetivos del estudio, el carácter voluntario de su participación y la confidencialidad de la información. Posteriormente, se procedió a la administración del cuestionario, asegurando condiciones homogéneas de aplicación. Finalmente, los datos obtenidos fueron depurados y codificados para su posterior análisis estadístico.

### 2.2. Muestra o participantes

La población estuvo conformada por estudiantes universitarios matriculados en universidades públicas y privadas de la ciudad de Huancayo durante el año académico 2025. La población objetivo se delimitó considerando estudiantes con edades entre 18 y 25 años. Los criterios de inclusión aplicados fueron: (a) ser estudiante universitario activo, (b) encontrarse dentro del rango etario establecido, y (c) manifestar consumo regular de música. Se excluyeron aquellos cuestionarios que presentaron respuestas incompletas o inconsistencias en la información registrada.

La muestra estuvo constituida por 400 estudiantes,

seleccionados mediante un muestreo probabilístico estratificado, tomando como estratos las universidades participantes. La selección de las unidades de observación se realizó de manera aleatoria dentro de cada estrato, garantizando la representatividad de la muestra. Al tratarse de un estudio observacional, se obtuvo el consentimiento informado de todos los participantes, asegurando el respeto a los principios éticos de la investigación con seres humanos.

### 2.3. Mediciones

La medición de las variables se realizó mediante un cuestionario estructurado de diseño propio, elaborado a partir de referentes teóricos previos sobre música e identidad juvenil. El instrumento estuvo compuesto por 16 ítems tipo Likert, con cinco alternativas de respuesta (1 = totalmente en desacuerdo a 5 = totalmente de acuerdo). El cuestionario evaluó dos variables principales: las preferencias por géneros musicales (reguetón, pop, cumbia, rock y música andina) y la construcción de la identidad, operacionalizada en tres dimensiones: identidad personal, identidad social e identidad cultural.

La validez de contenido del instrumento fue determinada mediante juicio de expertos, alcanzando un índice de validez superior a 0.90. La confiabilidad fue evaluada a través del coeficiente alfa de Cronbach, obteniéndose un valor global de 0.89, lo que evidenció una adecuada consistencia interna. Los datos recolectados fueron almacenados en bases anonimizadas y procesados mediante el software estadístico SPSS versión 26 y hojas de cálculo Excel 365.

Las bases de datos, el cuestionario utilizado y los protocolos de análisis estadístico se encuentran disponibles para fines de replicación académica previa solicitud a los autores, garantizando el cumplimiento de los estándares éticos y de acceso a la información científica.

## 3. Resultados

### 3.1. Preferencias musicales de los estudiantes universitarios

En primer lugar, se analizó la distribución general de las preferencias musicales de la muestra universitaria. Tal como se detalla en la Tabla 1, los resultados mostraron que el reguetón constituyó el género musical con mayor preferencia entre los estudiantes universitarios (32%), seguido del pop (27%). En conjunto, ambos géneros representaron el 59% de las preferencias musicales registradas. La música andina alcanzó una preferencia del 12%, ubicándose como el género menos escuchado entre los participantes.

**Tabla 1**

*Distribución de géneros musicales más escuchados por los estudiantes*

| Género musical | Frecuencia | %     |
|----------------|------------|-------|
| Reguetón       | 128        | 32.0  |
| Pop            | 108        | 27.0  |
| Cumbia         | 60         | 15.0  |
| Rock           | 56         | 14.0  |
| Música andina  | 48         | 12.0  |
| Total          | 400        | 100.0 |

### 3.2. Niveles de identidad en los estudiantes universitarios

Respecto a los niveles declarados de identidad de los participantes (Tabla 2), todas las dimensiones evaluadas registraron promedios aritméticos situados en un rango moderadamente alto (superiores al punto medio de 3.5), lo que evidencia un sólido perfil de autodefinición en la muestra. La dimensión de mayor desarrollo relativo corresponde a la identidad cultural ( $M = 4.1$ ). Detrás de ella se posicionan la identidad social ( $M = 3.9$ ) y la identidad personal ( $M = 3.7$ ).

**Tabla 2**

*Promedios de las dimensiones de identidad*

| Dimensión | Promedio (15) |
|-----------|---------------|
| Personal  | 3.7           |
| Social    | 3.9           |
| Cultural  | 4.1           |

Estos resultados permitieron concluir que los estudiantes universitarios manifestaron un mayor nivel de identificación con aspectos culturales, sin descuidar las dimensiones social y personal.

### 3.3. Relación entre los géneros musicales y las dimensiones de la identidad

Con el propósito de analizar la relación entre los géneros musicales y la construcción de la identidad, se aplicó el coeficiente de correlación de Pearson. Los datos (Tabla 3) revelan asociaciones altamente diferenciadas y significativas. La preferencia por el reguetón exhibe su asociación principal y más intensa con la identidad social ( $r = .62$ ,  $p < .01$ ), denotando una relación vinculada a dinámicas de grupo, mientras que su relación con la identidad personal es menor ( $r = .31$ ,  $p < .01$ ) y nula con la cultural. Por su parte, el pop se vincula de manera prioritaria y directa con la identidad personal ( $r = .54$ ,  $p < .01$ ), mostrando un nexo debilitado con las facetas social ( $r = .29$ ,  $p < .01$ ) y cultural ( $r = .22$ ,  $p < .05$ ).

Un hallazgo central lo constituye la música andina, la cual ostenta el coeficiente de correlación más elevado de todo el estudio al relacionarse con la identidad cultural ( $r = .71$ ,  $p < .01$ ). Este comportamiento estadístico contrasta notablemente con sus coeficientes en las dimensiones personal ( $r = .21$ ,  $p < .05$ ) y social ( $r = .35$ ,  $p < .01$ ). Finalmente, los géneros de la cumbia y el rock muestran asociaciones equilibradas y moderadas: la cumbia se enlaza prioritariamente a la dimensión cultural ( $r = .41$ ,  $p < .01$ ) y social ( $r = .34$ ,  $p < .01$ ), en tanto que el rock lo hace de forma homogénea hacia la identidad personal ( $r = .28$ ,  $p < .01$ ) y social ( $r = .26$ ,  $p < .05$ ).

**Tabla 3**

*Correlaciones entre géneros musicales y dimensiones de la identidad*

| Variables     | Identidad personal | Identidad social | Identidad cultural |
|---------------|--------------------|------------------|--------------------|
| Reguetón      | .31**              | .62**            | .18                |
| Pop           | .54**              | .29**            | .22*               |
| Cumbia        | .25*               | .34**            | .41**              |
| Rock          | .28**              | .26*             | .19                |
| Música andina | .21*               | .35**            | .71**              |

\* $p < .05$ ;  $p < .01$

La música andina presenta la correlación más fuerte con la identidad cultural, lo que sugiere una función de preservación y transmisión de valores tradicionales en un contexto universitario contemporáneo. En conjunto, los resultados permitieron establecer que los géneros musicales se asociaron de manera diferenciada con las dimensiones de la identidad, evidenciando patrones específicos de relación entre música, socialización y cultura en los estudiantes universitarios de Huancayo.

#### 4. Discusión

El análisis empírico realizado permite constatar relaciones significativas y selectivas entre las preferencias musicales y la identidad de la juventud universitaria en Huancayo, posibilitando la discusión analítica de tres hallazgos fundamentales.

El primer hallazgo se centra en el notable predominio de los géneros globales como el reguetón y el pop, que concentran en conjunto la mayoría de las preferencias de la muestra estudiada. Este resultado puede interpretarse desde las formulaciones de (North & Hargreaves, 2007), quienes postulan que las elecciones musicales de los jóvenes se alinean con estilos de vida altamente influenciados por las tendencias del mercado de consumo masivo y los medios globales de comu-

nicación. Esta preeminencia coincide plenamente con las tesis de (Bennett, 2000) sobre las culturas juveniles urbanas, las cuales argumentan que los géneros transnacionales proveen bandas sonoras estandarizadas que cruzan fronteras geográficas, actuando como elementos primarios de atracción en los entornos juveniles contemporáneos gracias a su accesibilidad y vigencia comercial.

El segundo hallazgo de relevancia es la estrecha relación positiva detectada entre la preferencia por el reguetón y la identidad social ( $r = .62$ ). Desde la perspectiva de la teoría de la identidad social de Tajfel (1981), este fenómeno puede interpretarse como una clara manifestación de afiliación y categorización grupal; el consumo de música urbana provee códigos, jergas y rituales colectivos que fomentan la cohesión y la diferenciación positiva entre el endogrupo de pares y el exogrupo. Dicha lectura se alinea de manera precisa con la evidencia empírica aportada por North et al. (2000), cuyos estudios con poblaciones jóvenes demostraron que la música es utilizada estratégicamente para propósitos de socialización, conformidad grupal e impresión interpersonal, convirtiendo los espacios donde predomina el reguetón en entornos cruciales para la interacción y validación comunitaria de los universitarios.

El tercer hallazgo, y quizás el más decisivo en términos contextuales, es la fuerte asociación observada entre la música andina y la identidad cultural ( $r = .71$ ). Este resultado puede interpretarse desde la perspectiva teórica de Turino (2008), quien sostiene que las prácticas musicales de raíz local y participativa participan activamente en la construcción de comunidades culturales, sirviendo como herramientas simbólicas de gran eficacia para conectar a los sujetos con su memoria colectiva, los valores del territorio e instituciones históricas subyacentes. Este hallazgo cuantitativo coincide puntualmente con las evidencias previas obtenidas por Pacheco (2015), quien identificó que las expresiones sonoras con contenidos andinos ejercen un impacto directo y positivo en la consolidación de los componentes de la identidad nacional y regional en jóvenes peruanos, demostrando que, a pesar de la fuerte inmersión de corrientes transnacionales, la música tradicional sobrevive como un núcleo sólido de continuidad y afirmación cultural en el ámbito universitario contemporáneo de la región.

Finalmente, los hallazgos abren nuevas líneas de investigación orientadas a estudios longitudinales que analicen la evolución de las preferencias musicales y la identidad a lo largo del tiempo, así como investigaciones comparativas entre regiones del país o enfoques



mixtos que profundicen en los significados subjetivos asociados al consumo musical.

#### 4.1. Conclusiones

El presente estudio permitió cumplir el objetivo planteado al demostrar que existe una relación significativa entre los géneros musicales más populares y la construcción de la identidad en estudiantes universitarios de Huancayo. Los resultados evidenciaron que las preferencias musicales se asociaron de manera diferenciada con las dimensiones personal, social y cultural de la identidad, confirmando que la música constituye un elemento relevante en los procesos de autodefinición juvenil. En particular, los géneros musicales de alcance global, como el reguetón y el pop, se relacionaron principalmente con la identidad social y personal, mientras que la música andina mostró una asociación más fuerte con la identidad cultural, lo que reflejó la coexistencia de referentes globales y locales en la experiencia identitaria de los jóvenes universitarios. Estos hallazgos tuvieron un impacto significativo al aportar evidencia empírica cuantitativa en un contexto andino poco explorado, contribuyendo a la comprensión de las dinámicas culturales contemporáneas en poblaciones universitarias. Asimismo, los resultados constituyen un punto de partida para futuras investigaciones orientadas a profundizar en el análisis longitudinal de la relación entre música e identidad, así como a explorar

enfoques comparativos y mixtos que permitan ampliar la comprensión de los significados culturales asociados al consumo musical en distintos contextos socioculturales.

#### 4.2. Financiación

Esta investigación no recibió financiación externa.

#### 4.3. Declaración de consentimiento informado

Se obtuvo el consentimiento informado de todos los sujetos que participaron en el estudio.

#### 4.4. Agradecimientos

Agradecemos la participación de los estudiantes de las universidades que participaron de nuestra investigación, así como las autoridades que nos brindaron las facilidades.

#### 4.5. Conflictos de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses

#### 4.6. Contribución de los autores

RALLM: Administración de proyecto, RALLM y MTBP: Conceptualización, RALLM, MTBP Y DEMC: Investigación, RALLM, MTBP Y DEMC: Metodología, RALLM: Supervisión, RALLM: Validación, RALLM, MTBP Y DEMC: Escritura borrador original, RALLM: Escritura revisión y edición.

#### Referencias

- Bennett, A. (2000). *Popular Music and Youth Culture: Music, Identity and Place*. Macmillan Press.
- DeNora, T. (2000). *Music in Everyday Life*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511489433>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. Norton.
- Hall, S. (1990). Cultural Identity and Diaspora. En J. Rutherford (Ed.), *Identity: Community, Culture and Difference* (pp. 222-237). Lawrence & Wishart.
- Hallam, S., Cross, I., & Thaut, M. (Eds.). (2012, 18 de septiembre). *Oxford Handbook of Music Psychology* (Vol. 1). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199298457.001.0001>
- North, A. C., & Hargreaves, D. J. (2007). Lifestyle correlates of musical preference: 2. Media, leisure time and music. *Psychology of Music*, 35(2), 179-200. <https://doi.org/10.1177/0305735607070302>
- North, A. C., Hargreaves, D. J., & O'Neill, S. A. (2000). The Importance of Music to Adolescents. *British Journal of Educational Psychology*, 70(2), 255-272. <https://doi.org/10.1348/000709900158083>
- Pacheco, M. A. (2015). *Influencia de Géneros Musicales Con Contenidos Andinos En Los Componentes de La Identidad Nacional Peruana* [Tesis de licenciatura]. Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Tajfel, H. (1981). *Human Groups and Social Categories*. Cambridge University Press.
- Turino, T. (2008). *Music as Social Life: The Politics of Participation*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226816980.001.0001>