



“El efecto de la percepción de sexualización en el consumo de música urbana y la intención de compra de entradas para shows en vivo en Chile”

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN MARKETING**

Autor:

Manuel Olgún Quitral

Profesor Guía:

Cristobal Barra Villalón

Santiago, Marzo de 2024.

Para el mejor regalo que Dios me dio:
mi familia y seres queridos
Para mi yo de niño que siempre
supo que podría más.

Agradecimientos

Comenzar agradeciendo a mi profesor guía, Cristóbal Barra, por encaminarme y dirigirme en el proceso de creación de la tesis junto con buscar formas de adaptar y llevar mis motivaciones personales al desarrollo de este estudio.

También agradecer a Eduardo Torres por hacerme ver el Marketing de una forma más humana y avivar aún más mis ganas de aprender para ayudar y ser aporte en la sociedad. Sumado al consejo estrella que me brindó e hizo que pudiera crecer en redes sociales como influencer generando mi marca personal.

No puedo dejar de expresar mi gratitud a Vicente González, quien de forma desinteresada se dio el tiempo y los espacios para ayudarme con su experiencia e ideas para lograr llevar a cabo esta etapa.

Imposible no reconocer y apreciar infinitamente el esfuerzo que han hecho mi padre y madre para brindarme el apoyo económico y emocional necesario para poder alcanzar estos niveles académicos en una de las mejores universidades del país y de latinoamérica. Siempre impulsándome a ser mejor y haciendo todo lo posible para darme más oportunidades en la vida.

Agradezco a mis abuelos, hermana, tíos y primos y a Valentina que siempre se han preocupado por mi avance en la universidad y me ayudaron en todo lo que pudieron.

Índice

| | |
|--|-----------|
| Índice de tablas | 6 |
| Índice de figuras..... | 7 |
| Introducción | 8 |
| Marco teórico | 15 |
| Percepción de sexualización en la música urbana:..... | 15 |
| Conocimiento del género:..... | 16 |
| Conocimiento del género y experiencia transportiva:..... | 18 |
| El conocimiento del género y la empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de inmersión:..... | 21 |
| El conocimiento del género y la empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de influencia:..... | 23 |
| Actitud hacia la música urbana e intención de compra para shows en vivo:..... | 24 |
| La hipérbole y la metáfora:..... | 25 |
| Objetivos | 29 |
| General..... | 29 |
| Específicos..... | 29 |
| Método y Muestra | 30 |
| VARIABLES | 31 |
| Percepción de sexualización:..... | 31 |
| Experiencia Transportiva:..... | 31 |
| Conocimiento del género:..... | 31 |
| Empatía con personaje lírico:..... | 32 |
| Hipérbole y metáfora no percibida:..... | 32 |
| Actitud hacia la música urbana:..... | 33 |
| Intención de compra para shows en vivo de música urbana:..... | 33 |
| Análisis estadístico:..... | 33 |
| Resumen de escalas utilizadas en la encuesta (Tabla 1)..... | 34 |
| Resumen de análisis de fiabilidad de los constructos (Tabla 2)..... | 36 |
| Resultados | 37 |
| Efecto Directo..... | 37 |
| Análisis de mediación simple..... | 37 |
| Este análisis se realizó con el propósito de comprobar la mediación de las variables propuestas en esta investigación y, con ello, comprobar una parte de las hipótesis H4.a, H4.b, H5.a, H5.b, H6.a y H6.b. Para esto, se utilizó el modelo 4 de la macro Process (A. Hayes, 2013)..... | 37 |
| Análisis de mediación moderada..... | 41 |
| Figura 1: Modelo total..... | 41 |
| Comparación de medias..... | 46 |
| Discusión | 51 |
| Conclusiones | 55 |
| Hallazgos y sugerencias | 56 |
| Limitaciones | 57 |
| De la muestra..... | 57 |

| | |
|--------------------------|-----------|
| Conceptuales..... | 57 |
| Prácticas..... | 58 |
| Bibliografía..... | 59 |

Índice de tablas

- Tabla 1: Resumen de escalas utilizadas en la encuesta (Pg. 32)
- Tabla 2: Resumen de análisis de fiabilidad de los constructos (Pg. 34)
- Tabla 3: Efecto de variables dependientes sobre la variable Independiente (Pg. 35)
- Tabla 4: Resumen de coeficientes modelo mediación simple (Pg. 36)
- Tabla 5: Resumen modelo mediación simple (Pg. 36)
- Tabla 6: Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana (Pg. 37)
- Tabla 7: Resumen coeficientes modelo mediación simple (Pg. 37)
- Tabla 8: Resumen modelo mediación simple (Pg.37)
- Tabla 9: Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la intención de compra (Pg. 38)
- Tabla 10: Resumen de coeficientes del modelo de mediación moderada. Y = Actitud hacia la música urbana (Pg. 40)
- Tabla 11: Resumen coeficientes modelo mediación moderada (Pg. 40)
- Tabla 12: Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana, para los valores del conocimiento del género (Pg. 41)
- Tabla 13: Resumen de coeficientes del modelo de mediación moderada. Y = Intención de compra para shows en vivo (Pg. 42)
- Tabla 14: Resumen coeficientes modelo mediación moderada (Pg. 42)
- Tabla 15: Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana, para los valores del conocimiento del género (Pg. 43)
- Tabla 16: Resumen descriptivos. Ítem: “Considero que la letra de la canción es metafórica” (Pg. 44)
- Tabla 17: Anova. Ítem: “Considero que la letra de la canción es metafórica” (Pg. 44)
- Tabla 18: Resumen descriptivos. Ítem: “Considero que la letra de la canción es exagerada” (Pg. 45)
- Tabla 19: Anova. Ítem: “Considero que la letra de la canción es exagerada” (Pg. 45)
- Tabla 20: Resumen descriptivos. Sexualización de la canción y metáfora (Pg.45)
- Tabla 21: Anova. Sexualización de la canción y metáfora (Pg. 46)
- Tabla 22: Resumen descriptivos. Sexualización de la canción e hipérbole (Pg. 46)
- Tabla 23: Anova. Sexualización de la canción e hipérbole (Pg. 46)
- Tabla 24: Resumen descriptivos. DELTA_SEX con Metáfora (Pg. 47)
- Tabla 25: Anova. DELTA_SEX con Metáfora (Pg. 47)
- Tabla 26: Resumen descriptivos. DELTA_SEX con Hipérbole (Pg. 48)

Tabla 27: Anova. DELTA_SEX con Hipérbole (Pg. 48)

Índice de figuras

Figura 1: Modelo total (Pg. 39)

Introducción

En la contemporaneidad, la música urbana ha experimentado una notable prominencia, emergiendo como uno de los géneros musicales preeminentes con una amplia audiencia a nivel global (R. Santibañez, 2022). Figuras destacadas como Bad Bunny, Daddy Yankee, y hasta artistas chilenos como Cris MJ han alcanzado un destacado lugar en las listas de reproducción, consolidando así su relevancia en la escena musical internacional. Esta tendencia se refleja en la designación de Chile como epicentro mundial del reguetón por parte de plataformas como Spotify (BBC News Mundo, 2021), donde se evidencia que una proporción significativa de oyentes de este género proviene del territorio chileno.

Este fenómeno no solo resalta la creciente influencia de la música urbana en el panorama musical contemporáneo, sino que también destaca el impacto cultural y social que este género ejerce a nivel global. La proyección internacional de artistas chilenos en el ámbito del reguetón no solo refleja el talento local, sino también la capacidad de adaptación y resonancia de este género en distintas culturas y contextos sociopolíticos. Es así como, en la actualidad, el escenario musical chileno emerge como un polo de referencia en la escena del reguetón mundial, contribuyendo significativamente al desarrollo y difusión de la música urbana a nivel internacional.

La génesis de la música urbana es un tema que suscita debate y diversidad de opiniones en cuanto a su origen y evolución. Si bien no existe una precisión exacta sobre quién fue el creador de esta categoría o cuáles fueron los primeros estilos musicales dentro de este ámbito, se sitúa su surgimiento temporalmente entre los inicios de la década de 1970 y 1980 (J. Vives, 2020). Este período de gestación se encuentra arraigado en una amalgama de influencias culturales que convergen en un movimiento "underground", donde afroamericanos, latinos y europeos contribuyeron con su creatividad y experiencia para dar forma a un estilo musical único.

Por un lado, se reconoce la música disco como uno de los precursores de la música urbana, cuyo legado pervive en el desarrollo de géneros como la música electrónica, EDM y House (S. Moral, 2019). Este género, caracterizado por su ritmo contagioso y sus letras pegajosas, sirvió como plataforma para la fusión de diversas culturas y estilos musicales, sentando las bases para la emergencia de la música urbana contemporánea. Por otro lado, el hip-hop emerge como una expresión cultural y artística que trasciende las fronteras de la música para convertirse en un movimiento social y político.

El hip-hop, en contraste con la música electrónica, se destaca por su énfasis en la narrativa y la lírica, convirtiéndose en una voz de protesta y resistencia para quienes se sentían marginados en la sociedad (J. Vives, 2020). Este género, forjado en las calles y barrios desfavorecidos, se erige como un medio de expresión para las comunidades afroamericanas y latinas, cuyas experiencias y luchas son reflejadas en sus letras provocativas y críticas. Surgido de las "block parties" y fiestas callejeras, el hip-hop encuentra en figuras pioneras como Dr. Dre, N.W.A y Public Enemy, sus principales exponentes, cuyo legado continúa influyendo en la música urbana contemporánea (B. Thomas, 2023).

Desde el principio, la música urbana no ha estado exenta de críticas por su contenido lírico, tal como hoy en día ocurre con todas las tendencias, la mayoría del tiempo existe una crítica negativa por el lenguaje usado, el uso de las canciones o el efecto que provoca. Una de las canciones que causó gran controversia y nace como protesta contra los abusos de la policía fue "*Fuck the Police*" creada por N.W.A:

Fuck the police comin' straight from the underground
A Young nigga got it bad 'cause I'm brown
And not the other color so police think
They have the authority to kill a minority
Fuck that shit, 'cause I ain't the one
For a punk motherfucker with a badge and a gun
To be beatin' on, and thrown in jail
We can go toe-to-toe in the middle of a cell

Extracto "*Fuck the police*" de N.W.A

En este caso, se puede inferir que la letra genera controversia por su nivel explícito, insultando y revelándose contra la autoridad, pudiendo llegar a ser considerada como violenta o que busca la sublevación.

Siguiendo esta línea, en Chile no ha sido distinto el caso con las polémicas generadas por la música urbana. Décadas después, este tipo de música sigue siendo asociada a letras que incitan y promueven la violencia, incluso siendo categorizada como la música de la narcocultura, no solamente por la letra, sino también por la exhibición de armas y drogas durante los videoclips de las distintas canciones (C. Martínez & A. Quezada, 2023).

La música urbana, vista desde diferentes perspectivas, puede ser interpretada como una manifestación cultural que despierta tanto admiración como controversia. Más allá de sus aspectos positivos, como su capacidad para reflejar realidades sociales y expresar emociones auténticas, también se le atribuyen críticas y preocupaciones. No se limita únicamente a ser percibida como un problema vinculado a la violencia física o actividades delictivas, sino que se la señala por contribuir al machismo, la objetivación de la mujer y la sexualización excesiva en sus letras y representaciones visuales.

Este último aspecto, la sexualización, ha adquirido una importancia creciente en los debates contemporáneos. Durante la última década, ha sido objeto de una atención mediática considerable debido a su presencia recurrente en diversos medios de comunicación, desde canciones hasta anuncios y producciones audiovisuales. Esta prominencia ha generado controversia y ha suscitado críticas y rechazo por parte de sectores de la sociedad que consideran que la sexualización exacerbada en la música urbana promueve estereotipos dañinos y contribuye a la cosificación de la mujer. Tal es su impacto que ha provocado movimientos que abogan por la censura y la regulación de contenidos considerados como excesivamente sexualizados. En este contexto, se plantea un debate complejo entre la libertad artística y la responsabilidad social, donde se busca equilibrar la expresión creativa con el respeto a los valores éticos y la dignidad humana.

El debate en torno al contenido explícito en la música urbana ha generado opiniones divergentes entre distintos artistas, quienes han expresado sus puntos de vista con respecto a este tema de manera variada. Por un lado, figuras como "Mozart La Para" han manifestado su postura contraria a la inclusión de contenido explícito en sus canciones, argumentando que consideran innecesario recurrir a este tipo de lenguaje para expresar sus ideas. Su enfoque se centra en crear música que perdure en el tiempo y trascienda más allá de las tendencias pasajeras.

En contraste, otros artistas como "Lenny Tavares" defienden su derecho a expresar libremente sus vivencias y experiencias a través de sus letras, incluso si estas incluyen contenido explícito. Para ellos, la música es un medio de expresión auténtico y genuino, donde tienen la libertad de narrar sus propias historias y las de su entorno, sin censura ni restricciones. Esta diversidad de perspectivas dentro de la comunidad artística refleja la complejidad del debate sobre el equilibrio entre la libertad creativa y la responsabilidad social en la producción de música urbana contemporánea (J. Frías, 2021).

En el contexto chileno, los artistas de música urbana han sido objeto de crítica debido al contenido tanto lírico como visual de sus obras. Se han suscitado controversias en torno al uso de imágenes relacionadas con armas, drogas y representaciones de la feminidad que pueden considerarse como sexualizadas, con mujeres vestidas de manera sugestiva en los videoclips. Estas representaciones han generado desaprobación y reproche por parte de diversos sectores de la sociedad, incluyendo medios de comunicación, colectivos y personas individuales, quienes señalan la misoginia y el machismo presentes en las letras y las imágenes de estos trabajos artísticos.

Frente a estas críticas, los artistas han respondido defendiendo su derecho a la libertad de expresión, argumentando que ellos son los responsables de plasmar sus propias experiencias y perspectivas en su arte. Algunos han sugerido que la responsabilidad recae en los padres y tutores para controlar el acceso de los niños y jóvenes a este tipo de contenido, mientras sostienen que su creatividad no debería ser coartada por consideraciones de censura. Esta dicotomía entre la libertad artística y la responsabilidad social continúa siendo objeto de debate en el ámbito de la música urbana en Chile.

Es importante destacar que varios estudios han llegado a la conclusión de que la exposición a contenido explícito o sexualizado puede tener un impacto significativo en el comportamiento sexual de las personas (J. Brown, K. L'Engle, C. Pardun, G. Guo, K. Kenneavy, & C. Jackson, 2006). Esta evidencia subraya la importancia de profundizar en este tema, especialmente en el contexto chileno, donde se han enfrentado desafíos importantes en materia de salud sexual, como el aumento alarmante de las infecciones de transmisión sexual, incluyendo el VIH/SIDA. En efecto, en los últimos 20 años, el número de personas afectadas por estas condiciones se ha más que cuadruplicado, según datos del Ministerio de Salud (MINSAL, 2021). Ante esta situación, resulta esencial examinar de cerca el papel que desempeña el contenido sexualizado en la música urbana y su posible contribución a problemáticas de salud pública como estas.

Ahora bien, la música urbana no es la única categoría en donde encontramos contenido lírico que alude al sexo, pero sí ha sido el estilo cuestionado y que causa revuelo mediático constantemente. Aun si comparamos dos canciones que señalan situaciones similares, una pareciera ser más aceptada que la otra y desconocemos si es debido a quién la canta, el estilo musical o la manera en que se expresa la situación:

*Mi amigo, partidario y poderoso
Porque he hecho lo incorrecto y lo debido
Cuántas noches de bohemia
Donde sirven tú y ellas de testigo
A mis treinta y cinco años
Y recuerdo los momentos que vivimos
Mi campeón, el mejor compañero
Por otro, muchas noches triunfo
Mi parga, si me ha defraudado
Es normal, pocas veces falló*

*Hoy es noche de sexo
Sí, voy a devorarte, nena linda
Hoy es noche de sexo
Lo juro por Dios que esta noche serás mía
Acércate, te diré que...
Nadie te va a tocar como yo (no)
Nadie te lo va a hacer como yo

Noche de sexo (Romeo Santos & Wisin y Yandel)*

El Amigo (Romeo Santos & Enrique Iglesias).

Los extractos mencionados anteriormente abordan temáticas relacionadas con el sexo. En el primer caso, la canción titulada "El amigo" utiliza metáforas y figuras literarias para aludir al pene y sus capacidades, sin abordar el tema de manera explícita. Por otro lado, en la canción "Noche de sexo", se observa un enfoque más directo y explícito sobre la sexualidad, lo que ha generado controversia en torno a su contenido lírico.

Este contraste entre lo implícito y lo explícito en la representación del sexo en la música urbana plantea una reflexión interesante. Mientras que el uso de metáforas y sugerencias puede pasar desapercibido o recibir menos críticas por parte del público, las expresiones explícitas tienden a generar un mayor cuestionamiento y controversia, a pesar de que ambos enfoques traten sobre temas similares o pertenezcan a campos temáticos relacionados. Esta discrepancia en la recepción y evaluación del contenido lírico resalta la complejidad de las percepciones y normas sociales en torno a la sexualidad en la música urbana contemporánea.

La reflexión sobre el impacto de la música urbana en la sexualidad humana nos invita a explorar con mayor profundidad hasta qué punto este género musical puede ejercer una influencia real en las actitudes y comportamientos sexuales de las personas, así como en su consumo. Además, nos lleva a considerar qué otros factores podrían estar en juego en la percepción de la sexualización en la música urbana. ¿Es posible que el nivel socioeconómico tenga alguna relación con la forma en que se percibe la sexualización en este tipo de música? ¿Qué factores determinan que la presencia de contenido sexualizado en las letras de las canciones afecte el consumo de estas obras? ¿Representa esto un

desafío significativo para los gestores, artistas y creadores de contenido audiovisual en la industria musical chilena, desde el punto de vista del marketing y la promoción?

La controversia en torno a la sexualización en la música urbana plantea interrogantes profundos sobre sus efectos, influencias y posibles implicaciones en la sociedad contemporánea. Por ende, resulta imperativo ahondar en este tema, especialmente en relación con la hipersexualización o la sexualización excesiva, más aún considerando el creciente protagonismo que está adquiriendo la industria musical chilena en el ámbito del género urbano. Analizar estos aspectos desde una perspectiva multidisciplinaria y considerando el contexto socioeconómico, cultural y político resulta fundamental para comprender mejor los procesos y dinámicas que subyacen en la intersección entre la música urbana, la sexualidad y el consumo cultural en la sociedad contemporánea.

Marco teórico

Percepción de sexualización en la música urbana:

Varios estudios y teorías postulan que la exposición a contenido explícito tiene efectos en el comportamiento sexual de los adolescentes (P. Low, P. Eitel, S. Thickstun, S. Escobar, C. Tortolero & B. Markham, 2005), contenido que se ha vuelto más accesible y abundante debido a los medios de comunicación masivos donde la música destaca por ser el medio con mayor contenido explícito y, de igual manera, influencia en las intenciones sexuales de los adolescentes junto con la exposición a películas, shows de televisión, periódico, sitios de Internet y revistas (C. Pardun, K. L'Engle & J. Brown, 2005). Siguiendo esta línea de investigación, varios estudios han explorado la relación entre la exposición a contenido sexual y el comportamiento sexual en las personas, así como su influencia en la disposición de las mismas hacia este tema. Uno de estos estudios destaca cómo la exposición a contenido sexual sí ejerce un impacto significativo en el comportamiento, y sugiere que a medida que aumenta la exposición, también se intensifica el efecto en el comportamiento sexual del individuo. Este hallazgo subraya la importancia de considerar el alcance y la frecuencia de la exposición a contenido sexual en la comprensión de las actitudes y conductas relacionadas con la sexualidad. (L. Baams, G. Overbeek, J. Dubas, S. Doornwaard, E. Rommes & M. Van Aken, 2015). Por otra parte, también se ha observado que una mayor exposición a contenido sexual explícito está correlacionada con un aumento en las intenciones de participar en relaciones sexuales (A. Bleakley, M. Fishbein & A. Jordan, 2011). Lo anterior sugiere que la exposición repetida y prolongada a este tipo de contenido puede influir en la percepción y la disposición del individuo hacia la actividad sexual, lo que resalta la importancia de comprender cómo los medios de comunicación y el entorno digital pueden moldear las actitudes y comportamientos sexuales.

Por otro lado, al analizar el efecto de la exposición al contenido sexual explícito según la edad y el sexo, se observa que este impacto es más pronunciado en los jóvenes que en los adultos, y que afecta de manera más significativa a los hombres que a las mujeres (S. Coyne, L. Ward, S. Kroff, E. Davis, H. Holmgren, A. Jensen, S. Erickson & L. Essig, 2019). Esto podría implicar que factores como la etapa de desarrollo y las diferencias de género pueden modular la manera en que la exposición a contenido sexual influye en las actitudes y comportamientos sexuales de las personas. Es importante considerar estas disparidades al diseñar intervenciones y políticas dirigidas a promover la salud sexual y el bienestar,

especialmente entre los segmentos de la población más vulnerables a los efectos negativos de la exposición a contenido sexual explícito.

Ahora bien, es relevante el hecho de que el efecto del contenido sexualizado afecte a mayormente a jóvenes debido a que este grupo coincide con formar parte de la población que representa a los principales oyentes de música urbana, siendo en mayor medida hombres (N. Benito, 2019) y si bien no hay estudios puntuales sobre el efecto de la música específicamente urbana con contenido sexual en las personas, sí hay estudios que indican que la exposición temprana a música con contenido sexual repercute en la iniciación de los jóvenes en esta área, de tal manera que mientras más continuo y temprano sea el consumo, antes iniciarán su vida sexual (S. Martino, R. Collins, M. Elliott, A. Strachman, D. Kanouse, S. Berry, 2006).

En base a lo anterior, la hipersexualización o sexualización se vuelve un tema muy relevante, considerando que el efecto que este tiene puede implicar un problema para la sociedad, sobre todo pensando en que en Chile enfermedades como el VIH o SIDA son un problema de salud pública que sigue en aumento (I. Canales, 2023)

Adentrándonos más en la música urbana, especialmente en el reguetón que ha tomado mayor relevancia en Chile estos últimos años tanto en la oferta como en el consumo (BBB New Mundo, 2021), también ha sido un tema polémico en cuanto a su escucha y restricciones que están dando los padres que abiertamente manifiestan en redes sociales o entrevistas callejeras que no quieren que sus hijos escuchen este tipo de música.

En base a lo descrito anteriormente, se desprenden las siguientes hipótesis:

H1: La percepción de sexualización en la música urbana tiene un efecto negativo en la actitud hacia la música urbana.

H2: La percepción de sexualización en la música urbana tiene un efecto negativo en la intención de compra de entradas para eventos musicales de música urbana.

Conocimiento del género:

La forma en que una persona perciba la instrumentación de una canción, una melodía, la letra o la producción de la misma, puede depender de diferentes factores, entre estos, podemos nombrar el nivel de información que maneja con variables relacionadas a la

música, ya sean técnicas, culturales o históricas. De hecho, existen estudios que revelan que las personas con estudios musicales desarrollan un área cognitiva que las lleva a ser más analistas y prolijas (R. Omar, J. Hailstone, J. Warren, S. Crutch & J. Warren, 2010), por lo tanto, esto nos da un indicio que la letra de una canción podría llegar a ser escudriñada más profundamente por alguien que posee un mayor conocimiento musical, pudiendo analizar de forma separada el ritmo, el género musical, la letra y todos los componentes de la canción.

Por otra parte, alguien que no posee conocimientos musicales o no es músico, podría dejarse llevar más por la melodía y por sus gustos musicales frente a una canción sin intentar mayor análisis, por lo cual se desprende la posibilidad de que la percepción de sexualización tenga un efecto relevante.

De hecho, los músicos no aprecian ni prestan atención a la música igual que la persona promedio. Mientras los músicos son capaces de prestar atención a la melodía, ritmo y otras variables por separado, la persona promedio le presta más atención a la melodía y la canción la percibe como un “todo”. (C. Madsen & J. Geringer, 1990).

Si bien, el conocimiento musical no determina de manera estricta la percepción de sexualización, este tiene un efecto a nivel cognitivo que hace que el individuo se vuelva más crítico y capaz de centrar su atención de una manera distinta a la promedio.

Considerando la diversidad de facetas que comprende la música, resulta fundamental contemplar no sólo sus aspectos técnicos, sino también la afinidad personal del individuo hacia un género específico, como el urbano. En este sentido, es pertinente explorar cómo la percepción de la sexualización puede verse influenciada por el nivel de familiaridad del sujeto con los artistas y la cultura asociada al género. La música urbana, con su riqueza en letras y estilos visuales, con frecuencia aborda temas relacionados con la sexualidad de manera explícita o implícita. Por lo tanto, el grado de conocimiento que posea el individuo sobre los intérpretes y su contexto podría modular su interpretación de estas representaciones, ya sea suavizando o intensificando la percepción de la sexualización.

Por otro lado, conforme el individuo amplía su conocimiento sobre los exponentes del género urbano, se abre la posibilidad de que su percepción se vea moldeada por una mayor cantidad de referencias y comparaciones. Esta exposición variada puede tanto moderar como exacerbar la percepción de sexualización, dependiendo del grado de información y experiencias acumuladas por el individuo en relación con el género musical en cuestión.

Así, la cantidad y calidad de la información disponible pueden actuar como variables determinantes en el modo en que un individuo interpreta y comprende las representaciones de la sexualidad presentes en la música urbana, dando forma a su percepción de manera única y personalizada. (J. Baron & I. Rivon, 1994).

Se esperaría que una persona que conozca a más artistas y que forme parte de los oyentes del género urbano, de cierta manera tenga una mayor cercanía con la industria, lo que debería provocar que su juicio apacigüe la percepción de sexualización de la música urbana.

En base a lo anterior, se desprende la siguiente hipótesis:

H3.a: El conocimiento del género actuará como variable moderadora entre la percepción de sexualización en la música urbana y la actitud hacia productos musicales, considerando la presencia de los mediadores, tal que:

- I. Con los individuos de un conocimiento del género alto se tendrá un efecto positivo frente al consumo de música urbana.
- II. Con los individuos de un conocimiento del género bajo se tendrá un efecto positivo menos pronunciado frente al consumo de música urbana.

H3.b: El conocimiento del género actuará como variable moderadora entre la percepción de sexualización en la música urbana y la intención de compra hacia eventos de música urbana, considerando la presencia de los mediadores, tal que:

- I. Con los individuos de un conocimiento del género alto se tendrá un efecto positivo frente a la intención de compra para shows de música urbana.
- II. Con los individuos de un conocimiento del género bajo se tendrá un efecto positivo menos pronunciado frente a la intención de compra para shows de música urbana.

Conocimiento del género y experiencia transportiva:

La forma en que el cerebro de una persona que cuenta con la cualidad de ser un músico responde a estímulos de sonidos o canciones es diferente en comparación a alguien que no cuenta con este título, no simplemente por la capacidad de poder diferenciar tonos, sino por

la capacidad de adentrarse en la melodía o composición (K. Schulze, S. Zysset, K. Mueller, A. Friederici & S. Koelsch, 2011). Esto implica una inmersión y experiencia distinta en este tipo de contenido dependiendo del involucramiento académico en la música que tenga la persona.

La intensidad, relieve o impacto que genere un estímulo obtenido mediante un medio, puede ser una forma de generar atracción o lealtad por parte del oyente. Esto es explicado mediante un concepto llamado "*Timeout Experience*", el cual resulta como un escape por parte del receptor donde deja su realidad por un momento y tiene una experiencia con otras perspectivas, historias o vivencias que han ocurrido (E. Malthouse & A. Peck, 2010). La creación de experiencias mediante el estímulo sin que la persona deje su diario vivir o cotidianidad genera la posibilidad de inmersión, lealtad o enganche hacia el contenido que se está generando (E. Malthouse & A. Peck, 2010).

Por otro lado, se ha evidenciado que la música tiene la capacidad de funcionar como un escape para disminuir la ansiedad o el dolor en los pacientes que han estado involucrados en procesos quirúrgicos, mostrando que la música puede desconectar al punto de mitigar incluso una respuesta biológica como el dolor (U. Nilsson, 2008).

La serie "Sex Education" presenta un doble mensaje conveniente: aunque contiene una cantidad significativa de contenido sexualizado, también se destaca por su aguda crítica social que aborda la vida cotidiana de los adolescentes y explora cómo el contenido sexualizado forma parte de sus experiencias y actúa como un mecanismo de escape de la realidad (P. Solá, 2023).

Esta serie se desarrolla en un entorno escolar y sigue a un grupo de adolescentes mientras enfrentan las complejidades de la pubertad y las relaciones sexuales. A lo largo de la trama, se abordan temas de sexualidad, intimidad y relaciones de manera explícita, lo que le otorga un fuerte componente sexualizado.

Esta representación franca y a menudo humorística de la sexualidad es parte de la crítica social de la serie. Sumado a eso, "Sex Education" muestra un retrato realista de la vida adolescente, mostrando las presiones, las expectativas y las inseguridades que los jóvenes enfrentan. El contenido sexualizado se convierte en una vía de escape de estas presiones. Los personajes a menudo recurren a la sexualidad y las relaciones sexuales como una forma de evadir momentáneamente los desafíos de la vida cotidiana. Esto refleja una realidad psicológica en la que los adolescentes utilizan la sexualidad como un mecanismo

para desconectarse de sus preocupaciones y experimentar un respiro de la rutina y las tensiones emocionales.

En este punto, experiencia transportiva se manifiesta en la serie a través de la inmersión del espectador en las experiencias y las emociones de los personajes. La serie logra que los espectadores se identifiquen con los personajes adolescentes y se sumerjan en sus luchas, desafíos y escapes de la realidad. La audiencia se siente transportada a las situaciones emocionales y sociales que los personajes enfrentan, lo que genera una conexión emocional y una comprensión más profunda de las complejidades de la vida adolescente.

Esta sensación provocada por la serie no podríamos afirmar que se genera de forma exclusiva con ella, sino que también podría provocarse con otro tipo de contenido. En este caso, la idea de inmersión y deseo sexual puede generarse por el estímulo auditivo de letras con contenido explícito por parte de la música urbana. Por esta razón, se plantean las siguientes hipótesis:

H4.a: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la actitud hacia los productos musicales mediante la experiencia transportiva, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será positivo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

H4.b: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la intención de compra mediante la experiencia transportiva, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será positivo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

El conocimiento del género y la empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de inmersión:

Con frecuencia, se comete el error de equiparar la empatía con acciones como la simpatía, la lástima o simplemente ponerse en el lugar del otro, lo que, si bien puede estar vinculado a actos empáticos, no debe confundirse con esta compleja capacidad. La empatía es un concepto multidimensional que abarca mucho más que una mera reacción emocional o actos de compasión superficiales. En su esencia, la empatía no es una habilidad que pueda ser transmitida en términos convencionales, como lo sería enseñar matemáticas o historia, pero es una cualidad intrínseca a la condición humana que puede ser cultivada y fomentada a través de la adopción de actitudes y comportamientos específicos (C.Davis, 1990).

La empatía trasciende el simple acto de ponerse en el lugar de otra persona; es una capacidad compleja que implica una comprensión de las emociones, pensamientos y/o experiencias de los demás. Aunque la simpatía y la lástima pueden ser reacciones iniciales, la empatía va más allá al exigir una conexión emocional más profunda y una verdadera comprensión del mundo interior de alguien. Esta comprensión profunda se forja a través de la observación, la escucha activa y la voluntad de aprender sobre la perspectiva de los demás (D. Howe, 2013). Por lo tanto, desde esta perspectiva, la empatía con el hablante lírico implica proyectarse a través de este, ejerciendo una inmersión guiada por la comprensión e identificación con el mismo.

El hablante lírico, al ser una entidad ficticia, opera como un vehículo a través del cual el autor puede explorar diferentes perspectivas y expresar emociones, pensamientos o experiencias que pueden ser ajenas a su propia vida. Esto añade una capa de complejidad y profundidad a la obra, ya que permite que el autor se distancie de su propia identidad para dar vida a un personaje literario que se convierte en el portavoz de la narrativa poética (Mineduc, 2023).

En consecuencia, la distinción crucial entre el hablante lírico y el autor radica en que el primero es una creación dentro de la obra, un rol desempeñado por el texto, mientras que el segundo es la entidad real que da vida al poema. Esta distinción es fundamental para una interpretación precisa de la poesía, ya que reconoce que la poesía es una forma artística que permite al autor explorar y representar múltiples voces y perspectivas, independientemente de su propia identidad.

Conocer un mayor número de exponentes del género, puede implicar una preferencia del individuo por esta rama de la industria, lo cual puede estar relacionado con la capacidad que este tiene de identificar las emociones del motivo lírico y compartirlas a través de una inmersión con el hablante lírico, considerando que la música posee un profundo impacto en la mentalidad y el estado emocional de las personas, lo que se traduce en un cambio significativo en su percepción y en su capacidad de empatizar con diversas culturas.

Un experimento ilustra cómo la audición de música asociada a una cultura en particular puede moldear la manera en que las personas observan y sienten esa cultura, así como a quienes forman parte de ella. Esta influencia musical no solo se limita a una apreciación superficial, sino que se extiende a una perspectiva más empática hacia dicha cultura y sus representantes (E. Clarke, T. Denora & J. Vuoskoski, 2015).

Analizando el experimento, podemos apreciar que la conexión entre la música, el hablante lírico y la vida real es un factor crucial en este proceso. La música tiene la capacidad de evocar emociones y estados de ánimo que van más allá de la mera apreciación auditiva. Cuando el hablante lírico, que es el narrador ficticio de una canción, se convierte en un canal para transmitir estas emociones y experiencias a través de la música, se crea un puente entre el mundo imaginario de la canción y la realidad de quienes la escuchan. Esta conexión profunda y emocional permite que las personas se identifiquen o desarrollen interés con las experiencias narradas.

El conocimiento del género, en este contexto, podría actuar como un amplificador frente a la empatía con el hablante lírico, ya que un alto conocimiento del género podría implicar una mayor capacidad de inmersión. Por lo tanto, en base a la asociación de información realizada anteriormente, se plantean las siguientes hipótesis:

H5.a: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la actitud hacia los productos musicales mediante la empatía con el hablante lírico, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será positivo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

H5.b: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la intención de compra mediante la empatía con el hablante lírico, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será positivo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

El conocimiento del género y la empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de influencia:

Aunque la empatía no cuente con la posibilidad de ser enseñada de forma estricta como una habilidad académica, su desarrollo puede ser estimulado mediante la adopción de actitudes de apertura hacia los demás, la promoción de la tolerancia y la empatía como valores fundamentales en la educación y la exposición a diversas perspectivas y experiencias. En este sentido, la empatía no es un mero acto individual, sino que se nutre de un entorno que fomente la comprensión y el respeto mutuo, creando un ambiente ideal para su florecimiento (N. McDonald & D. Messenger, 2013).

Por otra parte, el hablante lírico, representa el papel del emisor ficticio. Este personaje es el encargado de dar voz a sus sentimientos y emociones en el poema o canción, actuando como el narrador o el punto de vista desde el cual se presentan las experiencias y las reflexiones. Es esencial destacar que el hablante lírico no debe confundirse en ningún caso con el autor, quien es la persona real que crea y escribe el poema.

Un experimento llevado a cabo por un psicólogo serbio ha mostrado como resultado la capacidad de la música para inducir emociones en las personas. Aunque el grado de inducción emocional no se mostró extremadamente alto, la información obtenida con la investigación reveló de manera concluyente que este efecto es innegable y se ve potenciado cuando se establece una asociación con experiencias de la vida real o aquellas que se perciben como factibles (V. Konecni, 2008). Esto nos hace ver cómo una persona puede interpretar y reaccionar ante la música en función de su comprensión de los elementos técnicos, como lo es el hablante lírico y verse influenciado por este mismo a través de sus emociones.

El conocimiento del género podría actuar como un limitante frente a la empatía con el hablante lírico bajo la perspectiva de influencia, ya que un alto conocimiento del género podría implicar una menor capacidad de ser influenciado al tener más puntos de referencia. Por lo tanto, en base a la asociación de información realizada anteriormente, se plantean las siguientes hipótesis:

H6.a: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la actitud hacia los productos musicales mediante la empatía con el hablante lírico, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será negativo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

H6.b: La percepción de sexualización en la música urbana tendrá un efecto indirecto sobre la intención de compra mediante la empatía con el hablante lírico, dicho efecto estará moderado por el conocimiento del género, de tal manera que:

- I. Si el individuo posee un conocimiento del género alto, el efecto indirecto será negativo.
- II. Si el individuo posee un conocimiento del género bajo, el efecto indirecto será positivo.

Actitud hacia la música urbana e intención de compra para shows en vivo:

La actitud se define como una tendencia psicológica que es expresada mediante la evaluación de una entidad con algún grado a favor o en contra (B. Gawronski, 2007). En este caso, la actitud se asociaría a una conducta u opinión que pueda ser positiva o negativa respecto a lo es la categoría urbana dentro de la industria musical.

Dependiendo del contexto, la actitud puede implicar o ir de la mano con otras acciones o comportamientos como en el retail donde la actitud del consumidor está relacionada significativamente con la lealtad hacia la marca (M. Ruiz & I. Gil, 2008) y, haciendo la analogía, la actitud bajo el contexto musical podría implicar una mayor o menor inclinación a

escuchar cierta música o asistir a los eventos musicales, lo cual corresponde a parte de los productos o servicios que ofrece la industria musical para sus oyentes.

En cuanto a la intención de compra para asistir a shows de música urbana, esta variable es relevante desde el punto de vista de marketing, ya que la venta de tickets para shows en vivo también forman parte de los ingresos que genera la industria musical junto con una métrica de éxito para un artista y nos da un indicio de la disposición de las personas a formar parte de los oyentes de cierta categoría musical (A. Maaso & A. Nylund, 2019).

La hipérbole y la metáfora:

La hipérbole corresponde a una figura literaria muy utilizada en lo cotidiano que pasa desapercibida por su excesivo uso. Esta figura retórica, que se encuentra arraigada en el lenguaje común y la comunicación diaria, implica exagerar acontecimientos o acciones con el fin de enfatizar su importancia o impacto. Al exagerar de manera deliberada, la hipérbole busca captar la atención del oyente o lector, provocando una respuesta emocional o una mayor comprensión de la idea transmitida. Sin embargo, su uso tan frecuente en el discurso cotidiano puede hacer que pasemos por alto su naturaleza literaria y su potencial para enriquecer la expresión comunicativa (R. Carston & C. Wearing, 2015). Por ello, es importante reconocer y apreciar el papel de la hipérbole no solo en la literatura, sino también en nuestra forma habitual de comunicarnos, ya que nos permite amplificar el significado y la intensidad de nuestras palabras de manera efectiva. Por ejemplo, la expresión "Me comería una vaca" para denotar un intenso hambre es un claro ejemplo de hipérbole. Aunque la idea de consumir una vaca entera es evidentemente exagerada y poco factible, esta exageración extrema sirve para resaltar la intensidad del hambre experimentada.

Esta herramienta retórica, la hipérbole, ha sido objeto de estudio en diversos ámbitos, incluida la política, debido a su capacidad para influir en las percepciones y emociones sin ser reconocida explícitamente como una exageración (C. Burgers, E. Konijn & G. Steen, 2016).

En el ámbito político, el uso estratégico de la hipérbole puede tener efectos poderosos en la opinión pública al amplificar o distorsionar la percepción de ciertos temas o situaciones. Es importante reconocer cómo estas formas de exageración, aunque a menudo pasan

desapercibidas, pueden moldear nuestras percepciones y decisiones en diversos contextos comunicativos.

Reforzando la idea anterior, otro estudio ilustra cómo con frecuencia nos encontramos con afirmaciones que, desde una perspectiva estadística, presentan una probabilidad extremadamente baja de materializarse o que se desvían significativamente de lo que sería considerado como lo "normal". Estas afirmaciones, aunque paradójicamente improbables, tienden a pasar desapercibidas debido a la habitualidad con la que se emplean en el discurso cotidiano. En consecuencia, estas declaraciones atípicas se convierten en ideas arraigadas que rara vez se cuestionan y que la gente tiende a adoptar sin llevar a cabo un análisis más profundo.

Esta tendencia a aceptar afirmaciones improbables sin un escrutinio adecuado destaca cómo la familiaridad y la repetición pueden influir en la percepción y la aceptación de ideas, incluso cuando pueden ser altamente improbables o poco fundamentadas desde un punto de vista lógico o estadístico. (M. McCarthy & R. Carter, 2004).

De manera similar, sucede con la metáfora, que se destaca como una figura literaria de gran potencia visual. La metáfora se define comúnmente como la técnica mediante la cual un hablante expresa una idea aludiendo a otra cosa, con el propósito de crear una imagen mental que enriquezca el significado y la comprensión del mensaje transmitido (A. Bezuidenhout, 2001). Esta figura retórica permite al hablante establecer conexiones inesperadas entre conceptos, ofreciendo nuevas perspectivas y profundizando en la expresión artística y comunicativa. La metáfora, al abrir una ventana a la creatividad lingüística, desafía la rigidez de la expresión literal y enriquece el lenguaje con su capacidad para evocar imágenes vívidas y sugerir significados más profundos. Por ejemplo, decir "Las perlas de tu boca" para referirse a los dientes.

Las letras de la música urbana a menudo contienen elementos sexualizados, y la forma en que estas letras son interpretadas puede variar según la capacidad de identificar y considerar las figuras literarias nombradas anteriormente. Aquellos que son más analistas de lo que escuchan y leen pueden estar más sintonizados con las sutilezas líricas y entender cómo las figuras retóricas, como la metáfora y la hipérbole, se utilizan para representar la sexualización en la música urbana. Esto puede llevar a una percepción más matizada de la sexualización, donde se reconoce que las letras pueden no reflejar necesariamente la realidad, sino que son herramientas artísticas, es decir, la percepción de

la sexualización en la letra de las canciones puede verse atenuada por el uso de figuras literarias como la metáfora o la hipérbole.

En base a lo anterior, se plantean las siguientes hipótesis:

H7.a: La metáfora tiene un efecto negativo sobre la percepción de sexualización.

H7.b: La hipérbole tiene un efecto negativo sobre la percepción de sexualización.

Objetivos

General

1. Examinar de manera empírica cómo la percepción de la sexualización en la música urbana afecta a dos métricas de éxito en la industria musical: el consumo de productos musicales y la intención de compra de entradas para asistir a espectáculos en vivo junto con analizar empíricamente cómo la hipérbole y la metáfora impactan en la percepción de la sexualización en la música urbana.

Específicos

1. Determinar si la variable "Conocimiento del género" actúa como un moderador en la relación directa entre la percepción de sexualización en el contenido musical y los indicadores de éxito comercial en la industria musical.
2. Confirmar el efecto indirecto de la percepción de sexualización en el contenido musical en los indicadores de éxito en la industria musical, a través de la "Experiencia Transportiva" como una de las dimensiones del compromiso musical.
3. Corroborar el efecto indirecto de la percepción de sexualización en el contenido musical en los indicadores de éxito en la industria musical, mediante la "Empatía con el Hablante Lírico" como una de las dimensiones del compromiso musical.
4. Verificar si la variable "Conocimiento del género" opera como un moderador de los efectos indirectos mencionados anteriormente en la industria de la música.
5. Verificar si existe un efecto del uso de la Metáfora y la Hipérbole sobre la percepción de sexualización en la letra de las canciones.

Método y Muestra

Para este estudio, se realizó una encuesta online que fue distribuida mediante redes sociales como URL a través de perfiles de distintos usuarios.

La muestra seleccionada abarca a jóvenes del territorio chileno pertenecientes a la Generación Z que representan un gran porcentaje de los oyentes de música urbana en Chile (BBC News Mundo, 2021), junto con parte de los *Millennials* (solamente hasta 40 años), ya que ambas generaciones marcan un espacio relevante como consumidores de música urbana (BBC News Mundo, 2021). Sin embargo, no se considerarán las respuestas de menores de edad, debido a la posibilidad de restricciones que podrían tener frente a algunos conciertos, lo cual dejaría sin efecto el análisis de intención de compra de entradas para shows en vivo.

Se registró un total de 1058 respuestas, de las cuales solamente se consideraron 466, ya que se dejaron fuera filtros de atención mal contestados, respuestas de menores de edad, tiempos de respuesta muy acotados o muy extensos, junto con otros datos que podrían ser perjudiciales para la muestra. 290 pertenecen al sexo masculino y 176 al sexo femenino. El promedio de contestación de la encuesta fue de 8.99 minutos.

En la encuesta se realizaron preguntas relacionadas con las variables de estudio, enfocándose hacia factores de éxito en la música urbana, percepción de sexualización, conocimiento del género musical, entre otras. Junto con preguntas que aluden a conocer características demográficas del individuo.

Variables

Percepción de sexualización:

Esta variable será medida adaptando la escala utilizada en el estudio: Shades of sexualization: When sexualization becomes sexual objectification. *Sex Roles*. Fasoli, F., Durante, F., Mari, S., Zogmaister, C., & Volpato, C. (2018). Para esto, los ítems utilizados para medir el estímulo visual, se adaptarán para medir la percepción del contenido auditivo, adecuándose al contexto de música urbana. Para ello, se utilizará una escala likert de 7 puntos (-3, -2, -1, 0, 1, 2, 3), donde el mínimo y máximo serán “Muy en desacuerdo” / “Muy de acuerdo”, respectivamente. Esto se hará con el fin de medir qué tan sexualizado puede ser percibido un ítem, según la percepción de los individuos. Algunos de los ítems abordados serán: “La canción habla sobre desnudez”, “La canción menciona los genitales”, entre otros.

Esta variable fue codificada como “SEX_URBA” para efectos del estudio.

Experiencia Transportiva:

Esta variable será medida con 9 ítems obtenidos de la investigación Sounds of music: exploring consumers’ musical engagement (Hollebeek et al., 2016). El estilo de respuesta fue de una escala Likert de 5 puntos (-2, -1, 0, 1, 2) donde el mínimo será “Muy en desacuerdo” y el máximo “Muy de acuerdo”. Algunos ítems utilizados fueron “Cuando escucho música urbana, me permito vivir la fantasía de ser alguien que no soy” y “Escuchar 30 música urbana es como un escape”.

Esta variable fue codificada como “TRANSPORT” para efectos del estudio.

Conocimiento del género:

Esta variable será medida mediante la evaluación de un componente basado en el libro: A basis for music education. Capítulo 3. P43-48. Swanwick, K. (1979). El texto describe que el conocimiento parte del conocimiento musical está compuesto por ser oyente o auditor de un trabajo musical, lo cual implica un artista de por medio. Dicho lo anterior, la escala utilizada para medir esta variable será creada a partir de cuántos de los principales artistas del género chileno reconoce el individuo, los cuales tendrán que marcar en casillas.

Esta variable fue codificada como “num_cant” para efectos del estudio.

Empatía con personaje lírico:

La variable será estudiada mediante una adaptación de la escala extraída de los artículos: Development and validation of the Basic Empathy. Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006) y A multidimensional approach to individual differences in empathy. Davis, M. H. (1980). La modificación que se hará será para dirigir las preguntas en base al hablante lírico, como referencia, este cambio consistirá en por ejemplo, adaptar la afirmación; “Cuando veo una buena película, es muy fácil que me ponga en el lugar de un protagonista”, a “Cuando escucho una canción, es muy fácil que me ponga en el lugar del personaje de la canción.”

Se establecerá “hablante lírico” como “personaje de la canción” con el fin de facilitar el entendimiento de la pregunta y que este no sea confundido con el autor de la canción. Se utilizará la misma escala likert de 7 puntos donde el mínimo y el máximo será: Muy en desacuerdo y Muy de acuerdo, respectivamente.

Esta variable fue codificada como “Empat_a_” en el caso de empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de inmersión y “Empat__1” en el caso de empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia para efectos del estudio.

Hipérbole y metáfora no percibida:

Para medir esta variable se utilizará un criterio creado a partir de los nombrados en el texto: “There’s millions of them”: hyperbole in everyday conversation. McCarthy, M. & Carter, R. (2004). El cual corresponde a:

- Improbabilidad de la aseveración: aseveraciones que tienen una probabilidad muy baja de ocurrencia o que escapan a la regla de lo estadísticamente probable, pero que no son percibidas como tal debido a la normalidad con que se utilizan frases de este tipo, pasando a ser ideas no cuestionadas que la gente usa sin mayor análisis.

El criterio anterior nace como resultado de la mezcla de criterios de lo que puede implicar una hipérbole según el texto. Por lo tanto, este será medido escala Likert de siete puntos creada en base a los indicadores del texto, donde el mínimo será “Totalmente en desacuerdo” y el máximo será “Totalmente de acuerdo”, en donde se responderá a

preguntas del tipo “Puedo escuchar y/o cantar una canción que diga (...) durante mi tiempo de ocio”, “Al cantar una canción, siempre analizo detalladamente toda la letra”, entre otras.

Actitud hacia la música urbana:

La actitud frente a la música urbana se evaluará mediante una adaptación de la escala de actitud hacia la marca, la cual se utilizó y se obtuvo a partir del estudio "Measuring attitude toward the brand and purchase intentions" (Spears & Singh, 2004). El formato de respuesta consta de una matriz bipolar de 5 puntos (-2, -1, 0, +1, +2), en la cual los participantes indicarán si perciben la música urbana como "No atractiva/Atractiva", "Mala/Buena", "Desagradable/Agradable", "No favorable/Favorable" y "No me gusta/Me gusta".

Esta variable fue codificada como “ACTITUD_” para efectos del estudio.

Intención de compra para shows en vivo de música urbana:

Se evaluará la disposición de comprar entradas para los conciertos de artistas de música urbana en Chile mediante una adaptación de la escala de intención de compra, obtenida del estudio "Measuring attitude toward the brand and purchase intentions" (Spears & Singh, 2004). La metodología de respuesta se basa en una matriz bipolar de 5 puntos (-2, -1, 0, +1, +2), en la cual los participantes indicarán su posición con respecto a las entradas para conciertos de música urbana, expresando si "Probablemente NO comprarían/Probablemente comprarían", "No pretenden comprar/Pretenden comprar", "Generan bajo interés de compra/Generan alto interés de compra", "Definitivamente no las compraría/Definitivamente las compraría" y "Nunca las compraría/Las compraría habitualmente".

Esta variable fue codificada como “INTENCIO” para efectos del estudio.

Análisis estadístico:

Para comprobar y verificar los objetivos del estudio nombrados con anterioridad, se utilizaron análisis de fiabilidad, de comparación de medias, regresiones simples y el modelo 4 y 7 de la macro Process (A. Hayes, 2013) mediante el uso del programa SPSS. Con el análisis de fiabilidad se comprobó la confianza y utilidad de los constructos creados. El análisis de comparación de medias permitió apreciar las diferencias en el efecto que provocan los cambios de variables o escenarios en el estudio. Las regresiones simples

permitieron evaluar la relación entre percepción de sexualización de la música urbana y los factores de éxito de la misma. El modelo 4 permitió comprobar si el efecto de las variables mediadores estaba repercutiendo efectivamente en el efecto de la percepción de sexualización de la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana y la intención de compra para shows en vivo. El modelo 7 se utilizó para ampliar el modelo 4 hacia uno de mediación moderada, donde la variable “num_cantantes”, utilizada para evaluar “Conocimiento del género”, actuó como moderadora de las tres variables de mediación usadas en el modelo de la investigación, con el fin de examinar el efecto moderador sobre la percepción de sexualización de la música urbana y los indicadores de éxito de la misma.

Resumen de escalas utilizadas en la encuesta (Tabla 1)

| Escala | Items | Fuente |
|---|--|---|
| Percepción de sexualización en la música urbana | <ul style="list-style-type: none"> ● En la letra de la canción se mencionan partes del cuerpo de forma explícita o la desnudez ● En la letra de la canción se mencionan tocaciones ● En la letra de la canción se mencionan poses sexuales | Shades of sexualization: When sexualization becomes sexual objectification. <i>Sex Roles</i> . Fasoli, F., Durante, F., Mari, S., Zogmaister, C., & Volpato, C. (2018). |
| Experiencia Transportiva | <ul style="list-style-type: none"> ● Escuchar música urbana es como un escape . ● Siento menos estrés después de escuchar música urbana. ● Me disuelvo en el placer de escuchar mi música urbana favorita. ● Cuando escucho música urbana, me permito vivir la fantasía de ser alguien que no soy. | Sounds of music: exploring consumers' musical engagement (Hollebeek et al., 2016) |
| Conocimiento Musical | <ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cuál o cuáles de los siguientes artistas urbanos conoce? | A basis for music education. Capítulo 3. P43-48. Swanwick, K. (1979). |

| | | |
|---|---|---|
| Empatía con personaje lírico | <ul style="list-style-type: none"> • Cuando escucho una canción, es muy fácil que me imagine siendo el personaje de la canción. • Mis pensamientos se ven influenciados por las letras de las canciones que escucho. | <p>Development and validation of the Basic Empathy. Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006)</p> <p>A multidimensional approach to individual differences in empathy. Davis, M. H. (1980)</p> |
| Hipérbole y metáfora no percibida | <ul style="list-style-type: none"> • Puedo escuchar y/o cantar una canción que diga "Hagamos el amor toda la noche" durante mi tiempo de ocio • Al cantar una canción, siempre analizo detalladamente toda la letra • Puedo escuchar y/o cantar una canción que diga "Besaré cada espacio de tu cuerpo" • Puedo escuchar y/o cantar una canción que diga "Quiero darte millones y millones de placeres" | <p>"There's millions of them": hyperbole in everyday conversation. McCarthy, M. & Carter, R. (2004)</p> |
| Actitud hacia la música urbana | <ul style="list-style-type: none"> • No atractiva / Atractiva. • Mala / Buena. • Desagradable / Agradable. • No favorable / Favorable. • No me gusta / Me gusta. <p>*(Escala Bipolar de 5 puntos)</p> | <p>Measuring attitude toward the brand and purchase intentions (Spears & Singh, 2004).</p> |
| Intención de compra para shows en vivo de música urbana | <ul style="list-style-type: none"> • Probablemente NO compraría / Probablemente compraría. • No pretendo comprar / Pretendo comprar. | <p>Measuring attitude toward the brand and purchase intentions (Spears & Singh, 2004).</p> |

| | | |
|--|---|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ● Me generan bajo interés de compra / Me general alto interés de compra. ● Definitivamente NO las compraría / Definitivamente las compraría. ● Nunca las compraría / Las compraría habitualmente. | |
|--|---|--|

Resumen de análisis de fiabilidad de los constructos (Tabla 2)

| Variable | Alpha de Cronbach |
|--|-------------------|
| Percepción de Sexualización de la Música Urbana | 0.881 |
| Conocimiento del Género | 0.763 |
| Experiencia Transportiva | 0.838 |
| Empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de inmersión | 0.803 |
| Empatía con el hablante lírico desde una perspectiva de influencia | 0.742 |
| Actitud hacia la música Urbana | 0.893 |
| Intención de compra para shows en vivo | 0.948 |

Resultados

Efecto Directo

Para verificar H1 y H2, se realizó una regresión simple en SPSS entre la percepción de sexualización de la música urbana y las variables de éxito musical correspondientes a actitud hacia la música urbana e intención de compra de entradas para shows en vivo.

Los resultados obtenidos en este análisis de correlación lineal están expuestos en la Tabla 3. La percepción de sexualización en la música urbana tiene un efecto negativo y significativo estadísticamente tanto sobre la actitud hacia la música urbana como en la intención de compra de entradas para shows en vivo. En base a la actitud hacia la música urbana ($\beta = -0.118$; $p < 0.001$), los resultados indican que a mayor percepción de sexualización de la música urbana, menor es la actitud favorable hacia la música urbana. Por otro lado, en cuanto a la intención de compra de entradas para shows en vivo ($\beta = -0.107$; $p < 0.001$), la relación es similar a la que se tiene con la variable de éxito anterior, por lo tanto, la intención de compra disminuye conforme aumenta la percepción de sexualización de la música urbana.

Efecto de variables dependientes sobre la variable independiente (Tabla 3)

| Percepción de sexualización en la música urbana | β | R cuadrado | t | p |
|---|---------|------------|--------|-------|
| Actitud hacia la música urbana | -0.118 | 0.28 | -3.681 | 0.000 |
| Intención de compra para shows en vivo | -0.107 | 0.15 | -2.618 | 0.009 |

Análisis de mediación múltiple

Este análisis se realizó con el propósito de comprobar la mediación de las variables propuestas en esta investigación y, con ello, comprobar una parte de las hipótesis H4.a, H4.b, H5.a, H5.b, H6.a y H6.b. Para esto, se utilizó el modelo 4 de la macro Process (A. Hayes, 2013).

Resumen coeficientes modelo mediación múltiple (Tabla 4)

| Model | Coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | OUTCOME |
|---------------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|--------------------------------|
| Constant | 2.5788 | 0.2027 | 12.7195 | 0.0000 | 2.2446 | 2.9129 | Actitud hacia la música urbana |
| Sex_Urba | -0.0887 | 0.0271 | -3.2745 | 0.0011 | -0.1334 | -0.0441 | Actitud hacia la música urbana |
| TRANSPOR T | 0.5939 | 0.0396 | 15.0084 | 0.0000 | 0.5287 | 0.6592 | Actitud hacia la música urbana |
| Empat_a_ | -0.0507 | 0.0341 | -1.4872 | 0.1377 | -0.1069 | 0.0055 | Actitud hacia la música urbana |
| Empat__1 | -0.0815 | 0.0324 | -2.5128 | 0.0123 | -0.1349 | -0.0280 | Actitud hacia la música urbana |

Resumen modelo mediación múltiple (Tabla 5)

| OUTCOME VARIABLE | R | R Cuadrado | MSE | F | df1 | df2 | p |
|--------------------------------|--------|------------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Actitud hacia la música urbana | 0.6084 | 0.3702 | 0.7351 | 67.7435 | 4.0000 | 461.0000 | 0.0000 |

La Tabla 4 muestra el efecto de la percepción de sexualización de la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana contemplando la mediación de las variables expuestas en la investigación. En la Tabla 5, el R cuadrado muestra que un 37.02% de los cambios en la actitud hacia la música urbana están explicados por la percepción de sexualización en la música urbana contemplando la variables mediadoras. En este caso, variable “Sex_Urba” posee un coeficiente es negativo y significativo ($\beta = -0,0887$; $p = 0.0011$). Por otro lado, la variable “TRANSPORT” tiene un coeficiente positivo y significativo ($\beta = 0,5939$; $p < 0.0001$), mientras que la variable “Empat__1” posee un coeficiente negativo, pero también

significativo ($\beta = -0,0815$; $p = 0.0123$). En cuanto a la variable “Empat_a_”, su coeficiente es negativo y no significativo ($\beta = -0,0507$; $p = 0.1377$).

Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana (Tabla 6)

| | Effect | BoostSE | BOOTLLCI | BOOTULCI |
|-----------------|---------|---------|----------|----------|
| Total | -0.0390 | 0.0230 | -0.0787 | -0.0022 |
| TRANSPOR | -0.0423 | 0.0226 | -0.0814 | -0.0062 |
| Empat_a_ | -0.0006 | 0.0028 | -0.0055 | 0.0039 |
| Empat__1 | 0.0039 | 0.0042 | -0.0019 | 0.0117 |

El efecto total resulta negativo y significativo ($\beta = -0,0390$ y un intervalo de bootstrap que no incluye el 0). La variable TRANSPOR impacta de forma negativa y significativa ($\beta = -0,0423$ y un intervalo de bootstrap que no incluye el 0), mientras que con las otras variables no se presenta un resultado estadísticamente significativo, ya que en incluye el 0 en su respectivo intervalo de bootstrap.

Resumen coeficientes modelo mediación múltiple (Tabla 7)

| Model | Coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | OUTCOME |
|----------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|---------------------|
| Constant | 1.5845 | 0.2558 | 6.1945 | 0.0000 | 1.1629 | 2.0061 | Intención de compra |
| Sex_Urba | -0.0637 | 0.0342 | -1.8623 | 0.0632 | -0.1200 | -0.0073 | Intención de compra |
| TRANSPOR | 0.5985 | 0.499 | 11.9861 | 0.0000 | 0.5162 | 0.6808 | Intención de compra |
| Empat_a_ | 0.0218 | 0.0430 | 0.5057 | 0.6133 | -0.0491 | 0.0926 | Intención de compra |
| Empat__1 | -.0945 | 0.0409 | -2.3098 | 0.0213 | -0.1619 | -0.0271 | Intención de compra |

Resumen modelo mediación múltiple (Tabla 8)

| OUTCOME VARIABLE | R | R Cuadrado | MSE | F | df1 | df2 | p |
|---------------------|--------|------------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Intención de compra | 0.5302 | 0.2811 | 1.1701 | 45.0568 | 4.0000 | 461.0000 | 0.0000 |

La Tabla 7 muestra el efecto de la percepción de sexualización de la música urbana sobre la intención de compra de entradas contemplando la mediación de las variables expuestas en la investigación. En la Tabla 8, el R cuadrado muestra que un 28.11% de los cambios en la intención de compra de entradas para shows en vivo están explicados por la percepción de sexualización en la música urbana contemplando la variables mediadoras. En este caso, variable “Sex_Urba” posee un coeficiente es negativo, pero no logra ser suficientemente significativo ($\beta = -0,0637$; $p = 0.0632$). Por otro lado, la variable “TRANSPORT” tiene un coeficiente positivo y significativo ($\beta = 0,5985$; $p < 0.0001$), mientras que la variable “Empat__1” posee un coeficiente negativo, pero también significativo ($\beta = -0,0945$; $p < 0.0213$). En cuanto a la variable “Empat_a_”, su coeficiente es positivo y no significativo ($\beta = 0,0218$; $p < 0.6133$).

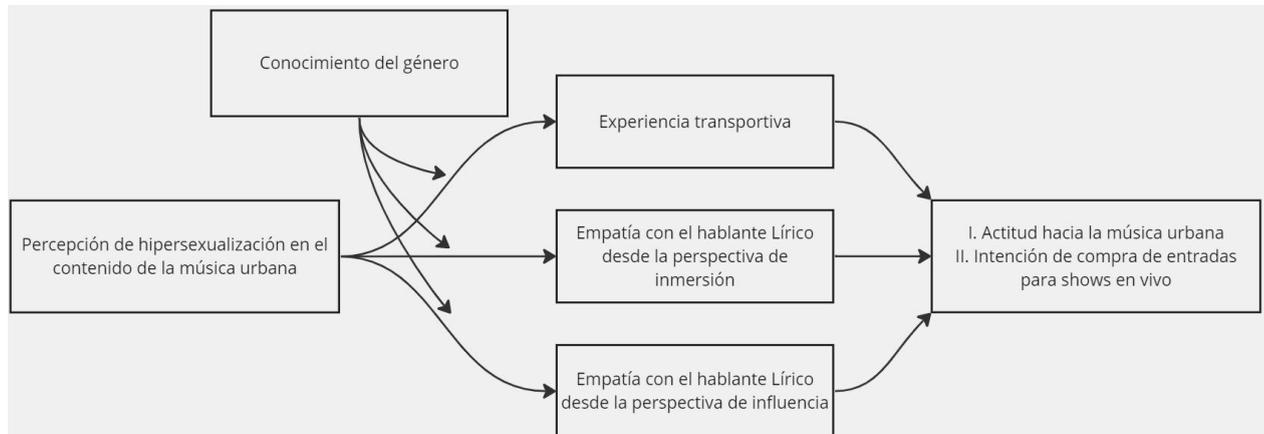
Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la intención de compra (Tabla 9)

| | Effect | BoostSE | BOOTLLCI | BOOTULCI |
|-----------------|---------|---------|----------|----------|
| Total | -0.0379 | 0.0237 | -0.0775 | -0.0003 |
| TRANSPOR | -0.0426 | 0.0226 | -0.0806 | -0.0065 |
| Empat_a_ | 0.0003 | 0.0023 | -0.0032 | 0.0040 |
| Empat__1 | 0.0045 | 0.0050 | -0.0021 | 0.0141 |

El efecto total resulta negativo y significativo ($\beta = -0,0370$ y un intervalo de bootstrap que no incluye el 0). La variable TRANSPOR impacta de forma negativa y significativa ($\beta = -0,0426$ y un intervalo de bootstrap que no incluye el 0), mientras que con las otras variables no se presenta un resultado estadísticamente significativo, ya que en incluye el 0 en su respectivo intervalo de bootstrap.

Análisis de mediación moderada

Figura 1: Modelo total



En este caso, el modelo total se separa en 2 partes:

Modelo 1:

Y: Percepción de sexualización en la música urbana

X: Actitud hacia la música urbana

M1: Experiencia Transportiva

M2: Empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de inmersión

M3: Empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia

W: Conocimiento del género

Modelo 1:

Y: Percepción de sexualización en la música urbana

X: Intención de compra de entradas para shows en vivo

M1: Experiencia Transportiva

M2: Empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de inmersión

M3: Empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia

W: Conocimiento del género

Para comprobar y llevar a cabo el modelo de mediación moderada y verificar por completo las hipótesis de investigación **H3.a**, **H3.b**, **H4.a**, **H4.b**, **H5.a**, **H5.b**, **H6.a** y **H6.b**, se utilizó la macro PROCESS (Hayes, 2013) usando el modelo 7.

Resumen de coeficientes del modelo de mediación moderada. Y = Actitud hacia la música urbana (Tabla 10)

| Variable | Coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | OUTCOME VARIABLE |
|----------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|------------------|
| Constant | 2.8753 | 0.4434 | 6.4850 | 0.0000 | 2.1446 | 3.6061 | TRANSPOR |
| SEX_URBA | -0,1793 | 0.0871 | -2.0581 | 0.0401 | -0.3229 | -0.0357 | TRANSPOR |
| num_cant | 0.0480 | 0.0380 | 1.2636 | 0.2070 | -0.0146 | 0.1107 | TRANSPOR |
| Int_1 | 0.0100 | 0.0075 | 1.3348 | 0.1826 | -0.0024 | 0.0225 | TRANSPOR |
| Constant | 3.7040 | 0.5853 | 6.3284 | 0.0000 | 2.7394 | 4.6687 | Empat_a_ |
| SEX_URBA | -0.0703 | 0.1150 | -0.6113 | 0.5413 | -0.2599 | 0.1193 | Empat_a_ |
| num_cant | -0.0642 | 0.0502 | -1.2794 | 0.2014 | -0.1469 | 0.0185 | Empat_a_ |
| Int_1 | 0.0076 | 0.0099 | 0.7690 | 0.4423 | -0.0087 | 0.0240 | Empat_a_ |
| Constant | 4.5912 | 0.5674 | 8.0918 | 0.0000 | 3.6560 | 5.5263 | Empat__1 |
| SEX_URBA | -0.3129 | 0.1115 | -2.8060 | 0.0052 | -0.4966 | -0,1291 | Empat__1 |
| num_cant | -0.1900 | 0.0486 | -3.9063 | 0.0001 | -0.2702 | -0,1098 | Empat__1 |
| Int_1 | 0.0246 | 0.0096 | 2.5544 | 0.0110 | 0,0087 | 0.0405 | Empat__1 |

Resumen coeficientes modelo mediación moderada. (Tabla 11)

| OUTCOME VARIABLE | R | R Cuadrado | MSE | F | df1 | df2 | p |
|--------------------------------|--------|------------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Actitud hacia la música urbana | 0.5302 | 0.2811 | 1.1701 | 45.0568 | 4.0000 | 461.0000 | 0.0000 |

La tabla 10, los resultados muestran que la variable “num_cant” solamente presenta un impacto significativo solamente en la variable “Empat__1” ($p < 0.001$), lo cual no sucede con el resto de las variables mediadoras. La percepción de sexualización en la música urbana solamente no impacta significativamente en la variable “Empat_a_”, pero en el resto de las

variables sí, con un valor p de 0.0401 y 0.0052 para “TRANSPOR” y “Empat__1”, respectivamente. La variable moderadora “num_cant” solamente presenta un efecto significativo en la interacción con el mediador “Empat__1” (p = 0.0110). Además, en ninguna de las variables descritas anteriormente que presentaron un valor significativo se cuenta con un intervalo de bootstrap que incluya el 0.

En este análisis, la tabla 11 refleja un R cuadrado de 28.11%, un F de 45.0568 y el p-value es significativo.

Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana, para los valores del conocimiento del género (Tabla 12)

| Mediador | Index of moderated mediation | BootLLCI of moderated mediation | BootULCI of moderated mediation | Valor moderador | Effect |
|----------|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------|---------|
| Transpor | 0.0060 | -0.0019 | 0.0152 | 7.8849 | -0.0599 |
| | | | | 11.5193 | -0.0381 |
| | | | | 15.0000 | -0.0171 |
| Empat_a_ | -0.0002 | -0.0007 | 0.0013 | 7.8849 | -0.0002 |
| | | | | 11.5193 | 0.0004 |
| | | | | 15.0000 | 0.0010 |
| Empat__1 | -0.0023 | -0.0050 | -0.0003 | 7.8849 | 0.0112 |
| | | | | 11.5193 | 0.0028 |
| | | | | 15.0000 | -0.0053 |

La tabla anterior nos muestra los efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana contemplando la presencia de la variable conocimiento del género (num_cant), la cual toma distintos valores 3 valores para contemplar un valor bajo, medio y alto de conocimiento (7.8849; 11.5193; 15.000; respectivamente). En este caso, solamente se presenta un valor significativo con el mediador “Empat__1”, el cual no incluye el 0 en el intervalo de bootstrap.

Resumen de coeficientes del modelo de mediación moderada. Y = Intención de compra para shows en vivo (Tabla 13)

| Variable | Coeff | se | t | p | LLCI | ULCI | OUTCOME VARIABLE |
|----------|---------|--------|---------|--------|---------|---------|------------------|
| Constant | 2.8753 | 0.4434 | 6.4850 | 0.0000 | 2.1446 | 3.6061 | TRANSPOR |
| SEX_URBA | -0,1793 | 0.0871 | -2.0581 | 0.0401 | -0.3229 | -0.0357 | TRANSPOR |
| num_cant | 0.0480 | 0.0380 | 1.2636 | 0.2070 | -0.0146 | 0.1107 | TRANSPOR |
| Int_1 | 0.0100 | 0.0075 | 1.3348 | 0.1826 | -0.0024 | 0.0225 | TRANSPOR |
| Constant | 3.7040 | 0.5853 | 6.3284 | 0.0000 | 2.7394 | 4.6687 | Empat_a_ |
| SEX_URBA | -0.0703 | 0.1150 | -0.6113 | 0.5413 | -0.2599 | 0.1193 | Empat_a_ |
| num_cant | -0.0642 | 0.0502 | -1.2794 | 0.2014 | -0.1469 | 0.0185 | Empat_a_ |
| Int_1 | 0.0076 | 0.0099 | 0.7690 | 0.4423 | -0.0087 | 0.0240 | Empat_a_ |
| Constant | 4.5912 | 0.5674 | 8.0918 | 0.0000 | 3.6560 | 5.5263 | Empat__1 |
| SEX_URBA | -0.3129 | 0.1115 | -2.8060 | 0.0052 | -0.4966 | -0,1291 | Empat__1 |
| num_cant | -0.1900 | 0.0486 | -3.9063 | 0.0001 | -0.2702 | -0,1098 | Empat__1 |
| Int_1 | 0.0246 | 0.0096 | 2.5544 | 0.0110 | 0,0087 | 0.0405 | Empat__1 |

Resumen coeficientes modelo mediación moderada (Tabla 14)

| OUTCOME VARIABLE | R | R Cuadrado | MSE | F | df1 | df2 | p |
|--|--------|------------|--------|---------|--------|----------|--------|
| Intención de compra para shows en vivo | 0.6084 | 0.3702 | 0.7351 | 67.7435 | 4.0000 | 461.0000 | 0.0000 |

La tabla 13, los resultados muestran que la variable “num_cant” solamente presenta un impacto significativo solamente en la variable “Empat__1” ($p < 0.001$), lo cual no sucede con el resto de las variables mediadoras. La percepción de sexualización en la música urbana

solamente no impacta significativamente en la variable “Empat_a_”, pero en el resto de las variables sí, con un valor p de 0.0401 y 0.0052 para “TRANSPOR” y “Empat__1”, respectivamente. La variable moderadora “num_cant” solamente presenta un efecto significativo en la interacción con el mediador “Empat__1” (p = 0.0110). Además, en ninguna de las variables descritas anteriormente que presentaron un valor significativo se cuenta con un intervalo de bootstrap que incluya el 0.

En este análisis, la tabla 14 refleja un R cuadrado de 37.02%, un F de 67.7435 y el p-value es significativo.

Efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana, para los valores del conocimiento del género (Tabla 15):

| Mediador | Index of moderated mediation | BootLLCI of moderated mediation | BootULCI of moderated mediation | Valor moderador | Effect |
|----------|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------|---------|
| Transpor | 0.0060 | -0.0016 | 0.0150 | 7.8849 | -0.0595 |
| | | | | 11.5193 | -0.0378 |
| | | | | 15.0000 | -0.0170 |
| Empat_a_ | -0.0004 | -0.0017 | 0.006 | 7.8849 | 0.0005 |
| | | | | 11.5193 | -0.0009 |
| | | | | 15.0000 | -0.0022 |
| Empat__1 | -0.0020 | -0.0042 | -0.0003 | 7.8849 | 0.0097 |
| | | | | 11.5193 | 0.0024 |
| | | | | 15.0000 | -0.0046 |

La tabla anterior nos muestra los efectos indirectos de la percepción de sexualización en la música urbana sobre la actitud hacia la música urbana contemplando la presencia de la variable conocimiento del género (num_cant), la cual toma distintos valores 3 valores para contemplar un valor bajo, medio y alto de conocimiento (7.8849; 11.5193; 15.000; respectivamente). En este caso, solamente se presenta un valor significativo con el mediador “Empat__1”, el cual no incluye el 0 en el intervalo de bootstrap.

Los resultados obtenidos del análisis de datos utilizando los modelos 4 y 7 de la macro PROCESS serán discutidos teóricamente en la próxima sección de esta investigación. Se examinará cómo estas relaciones contribuyen a nuestra comprensión de los fenómenos estudiados y se discutirá su relevancia teórica y práctica en el contexto de la investigación. Este análisis permitirá una evaluación más completa de los mecanismos subyacentes y los patrones de asociación entre las variables, proporcionando así una base sólida para las conclusiones y recomendaciones posteriores.

Comparación de medias

Estos análisis se realizaron con el fin de corroborar las hipótesis **H7.a** y **la H7.b**, poniendo a prueba y evaluando el cambio según el escenario. Los individuos fueron expuestos a estímulos de canciones donde se les podía presentar una de tres opciones: estrofa con un verso con metáfora, estrofa con un verso con hipérbole o estrofa sin figuras literarias. Las tres estrofas tenían la misma intención, ritmo y motivo lírico.

Examinando si el escenario con metáfora es más metafórico que el escenario sin metáfora ni hipérbole:

Resumen descriptivos (Tabla 16)

ítem: “Considero que la letra de la canción es metafórica”

| Estímulo | N | Media |
|---------------------------|-----|-------|
| Sin metáfora ni hipérbole | 153 | 3.62 |
| Metáfora | 159 | 4.84 |

Anova (Tabla 17)

ítem: “Considero que la letra de la canción es metafórica”

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-----|------------------|--------|--------|
| Entre grupos | 115.210 | 1 | 115.210 | 40.979 | 0.0000 |
| Dentro de grupos | 871.761 | 310 | 2.812 | | |
| Total | 986.971 | 311 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 16 y 17, permiten observar que las letras con uso de metáforas se perciben más metafóricas que las no metafóricas en promedio y de forma significativa (Media “Sin” = 3.62 < Media “Metáfora” = 4.84; sig. = 0.0000).

Examinando si el escenario con hipérbole es más hiperbólico que el escenario sin metáfora ni hipérbole:

Resumen descriptivos (Tabla 18)

ítem: “Considero que la letra de la canción es exagerada”

| Estímulo | N | Media |
|---------------------------|----------|--------------|
| Sin metáfora ni hipérbole | 153 | 2.70 |
| Hipérbole | 154 | 2.82 |

Anova (Tabla 19)

ítem: “Considero que la letra de la canción es exagerada”

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|--------------------------|-----------|-------------------------|----------|-------------|
| Entre grupos | 1.206 | 1 | 1.206 | 0.462 | 0.497 |
| Dentro de grupos | 796.436 | 305 | 2.611 | | |
| Total | 797.642 | 306 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 18 y 19, permiten observar que las letras con uso de hipérboles se perciben más exageradas que las no exageradas en promedio, pero no de forma significativa (Media “Sin” = 2.70 < Media “Hipérbole” = 2.82; sig. = 0.497).

Examinando efecto de la metáfora en la percepción de sexualización:

Resumen descriptivos (Tabla 20)

Sexualización de la canción y metáfora

| Estímulo | N | Media |
|---------------------------|----------|--------------|
| Sin metáfora ni hipérbole | 153 | 3.3203 |
| Metáfora | 159 | 2.8512 |

Anova (Tabla 21)**Sexualización de la canción y metáfora**

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-----|------------------|-------|-------|
| Entre grupos | 17.159 | 1 | 17.159 | 6.715 | 0.010 |
| Dentro de grupos | 792.118 | 310 | 2.555 | | |
| Total | 809.276 | 311 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 20 y 21, permiten observar que las letras con uso de metáfora se perciben menos sexualizadas que las no metafóricas en promedio y de forma significativa (Media "Sin" = 3.3203 < Media "Metáfora" = 2.8512; sig. = 0.010).

Examinando efecto de la hipérbole en la percepción de sexualización:**Resumen descriptivos (Tabla 22)****Sexualización de la canción e hipérbole**

| Estímulo | N | Media |
|---------------------------|-----|--------|
| Sin metáfora ni hipérbole | 153 | 3.3203 |
| Hipérbole | 154 | 3.2100 |

Anova (Tabla 23)**Sexualización de la canción e hipérbole**

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-----|------------------|-------|-------|
| Entre grupos | 0.934 | 1 | 0.934 | 0.313 | 0.576 |
| Dentro de grupos | 909.963 | 305 | 2.983 | | |
| Total | 910.897 | 306 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 22 y 23, permiten observar que las letras con uso de hipérbole se perciben menos sexualizadas que las que no usan hipérbole en promedio, pero no de forma significativa (Media "Sin" = 3.3203 < Media "Metáfora" = 3.2100 ; sig. = 0.576).

Examinando y controlando por percepción de sexualización de la música urbana:

Se creó la variable "DELTA_SEX" la cual está compuesta por la diferencia entre entre "SEX_TEMA" y "SEX_URBA". Esta variable refleja el resultado de la resta entre los valores los valores de percepción de sexualización del estímulo al cual fue expuesto el individuo y la percepción de sexualización de la música urbana que tiene en general.

Resumen Descriptivos (Tabla 24)

DELTA_SEX con Metáfora

| Estímulo | N | Media |
|---|-----|---------|
| a) Percepción de sexualización en el estímulo sin figuras literarias - Percepción de sexualización en la música urbana | 153 | -1.5926 |
| b) Percepción de sexualización en el estímulo con metáfora - Percepción de sexualización en la música urbana | 159 | -2.0126 |

Anova (Tabla 25)

DELTA_SEX con Metáfora

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-----|------------------|-------|-------|
| Entre grupos | 13.753 | 1 | 13.743 | 3.993 | 0.047 |
| Dentro de grupos | 1067.802 | 310 | 3.445 | | |
| Total | 1081.555 | 311 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 24 y 25, permiten observar que las letras con uso de metáfora se perciben menos sexualizadas, incluso controlando la percepción de sexualización de la música urbana del individuo y el resultado es significativo. (Media "a" > Media "b" ; sig = 0.047).

Resumen Descriptivos (Tabla 26)

DELTA_SEX con Hipérbole

| Estímulo | N | Media |
|---|-----|---------|
| c) Percepción de sexualización en el estímulo sin figuras literarias - Percepción de sexualización en la música urbana | 153 | -1.5926 |
| d) Percepción de sexualización en el estímulo con hipérbole - Percepción de sexualización en la música urbana | 154 | -1.7662 |

Anova (Tabla 27)

DELTA_SEX con Hipérbole

| | Suma de cuadrados | gl | Media Cuadrática | F | Sig. |
|-------------------------|-------------------|-----|------------------|-------|-------|
| Entre grupos | 2.314 | 1 | 2.314 | 0.623 | 0.431 |
| Dentro de grupos | 1133.412 | 305 | 3.716 | | |
| Total | 1135.726 | 306 | | | |

Los resultados expuestos en la tabla 26 y 27, permiten observar que las letras con uso de hipérbole se perciben menos sexualizadas, incluso controlando la percepción de sexualización de la música urbana del individuo, sin embargo, el resultado no es significativo. (Media "a" > Media "b" ; sig = 0.431).

Discusión

Los resultados expuestos con anterioridad en esta investigación, revelan la posibilidad de afirmar lo enunciado en las hipótesis **H1** y **H2**. La percepción de sexualización en la música urbana genera un efecto negativo en la actitud hacia la música urbana al igual que lo genera de forma negativa en la intención de compra de entradas para shows en vivo. Tal como genera un efecto negativo sexualizando el pensamiento e intenciones de los adolescentes y, en general, a cualquier persona que se expone a estos estímulos (P. Low, P. Eitel, S. Thickstun, S. Escobar, C. Tortolero & B. Markham, 2005 ; L. Baams, G. Overbeek, J. Dubas, S. Doornwaard, E. Rommes & M. Van Aken, 2015) , la sexualización del contenido también resulta perjudicial para las variables de éxito de la música en la industria.

En cuanto a la mediación simple, los resultados permiten rechazar parcialmente las hipótesis **H4.a**, **H4.b**, **H5.a**, **H5.b** al no presentar suficiente significancia. Esto implica de cierta manera, que la experiencia transportiva y la empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de inmersión, no tienen un efecto indirecto positivo. Sin embargo, de estas dos variables, solamente la experiencia transportiva resulta estadísticamente significativa. Por otra parte, las hipótesis **H6.a** y **H6.b** son rechazadas parcialmente debido a la falta de significancia, es decir, no podemos afirmar que tiene un efecto indirecto negativo o positivo.

Luego del análisis de mediación moderada, solamente ejerce moderación de manera significativa en la interacción con el mediador "Empat__1", el cual corresponde a la empatía con el personaje lírico desde la perspectiva de la influencia, teniendo un efecto negativo. Observándose el mismo caso para el modelo donde la variable Y corresponde a Actitud hacia la música urbana y para el modelo donde la variable Y corresponde a Intención de compra de entradas para shows en vivo. Por lo tanto, las hipótesis **H3.a** y **H3.b** no pueden establecerse como correctas y junto con ellas, también no pueden corroborarse las hipótesis **H4.a**, **H4.b**, **H5.a**, **H5.b**.

En contraste, las hipótesis **H6.a** y **H6.b** son respaldadas por los resultados obtenidos, ya que el efecto indirecto de la empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia es negativo para valores altos del moderador y positivo para valores bajos del moderador, considerando que esta situación se repite para el modelo donde la variable Y corresponde a Actitud hacia la música urbana y para el modelo donde la variable Y corresponde a Intención de compra de entradas para shows en vivo

En cuanto al efecto de la hipérbole y la metáfora, se comprueba que ambas poseen un efecto, disminuyendo la percepción de sexualización, sin embargo, solamente el efecto de la metáfora resulta significativo, por lo tanto, se puede confirmar la **H7.a**, pero se rechaza la **H7.b**.

El **modelo 1** solamente tiene de manera significativa moderación en el mediador de empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia. Esto implica que las personas que están expuestas y conocen de mayor número de cantantes, ven disminuida la empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia y, con ello, la percepción de sexualización en la música urbana sigue teniendo un efecto negativo sobre la actitud hacia la música urbana. Por otro lado, en cuanto a los mediadores, tanto la experiencia transportiva como la empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia resultan significativos. El primero con un efecto positivo y el segundo con un efecto negativo.

Todo lo anterior quiere decir que existen dos mediadores que tienen un efecto sobre la relación negativa que hay entre percepción de sexualización de música urbana y la actitud hacia la música urbana, la experiencia transportiva tiene un efecto positivo hacia la variable dependiente, mientras que la empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia presenta un efecto negativo. Para este último, el moderador tiene un efecto positivo en el caso de que el individuo presente un conocimiento del género bajo, mientras que es negativo en el caso de que el individuo presente un conocimiento del género alto.

El **modelo 2** revela una moderación significativa únicamente en el mediador de empatía con el hablante lírico desde la perspectiva de influencia. Esto sugiere que las personas expuestas a un mayor número de cantantes tienden a experimentar una disminución en la empatía hacia el hablante lírico desde la perspectiva de influencia, lo que a su vez cuenta con una relación negativa con la percepción de sexualización en la música urbana y tiene un efecto negativo en la intención de compra de entradas para shows en vivo. Por otro lado, tanto la experiencia transportiva como la empatía hacia el hablante lírico desde la perspectiva de influencia se identifican como mediadores significativos, el primero con un impacto positivo y el segundo con un impacto negativo.

En resumen, se constata que hay dos mediadores que influyen en la relación negativa entre la percepción de sexualización en la música urbana y la intención de compra de entradas para shows en vivo. La experiencia transportiva se relaciona positivamente con la variable dependiente, mientras que la empatía hacia el hablante lírico desde la perspectiva de

influencia muestra un efecto negativo. Además, se observa que este último mediador tiene un efecto moderador positivo en individuos con un bajo conocimiento del género, mientras que es negativo en individuos con un alto conocimiento del mismo.

Conclusiones

A pesar de que el fenómeno de la sexualización en el contenido multimedia ha sido objeto de estudio en la literatura científica en gran medida, llama la atención la escasez de investigaciones que se enfoquen en comprender los efectos específicos de la percepción de sexualización en la música urbana y su influencia sobre otras variables de importancia para la industria musical. Este estudio busca abordar esta brecha en la investigación, ofreciendo una exploración detallada de esta temática que podría servir como punto de partida para futuras investigaciones en este campo específico.

El sector de la música urbana en Chile está experimentando un notable auge y se ha convertido en un componente altamente mediático en la actualidad. Se vislumbra la posibilidad de que en los próximos años se alcancen niveles significativos de rentabilidad y diversificación de productos en este ámbito. No obstante, es innegable que la controversia asociada con temas como la sexualización y la violencia en las letras musicales seguirá siendo una preocupación relevante mientras persistan artistas que promueven este tipo de contenido. Al considerar el futuro de este sector, es importante reconocer que la presencia de elementos polémicos o sensacionales puede generar una mayor interacción y visibilidad, especialmente dada la sensibilidad de las generaciones actuales en el país.

El presente estudio se centró en comprender los efectos de la percepción de sexualización en la música urbana chilena sobre dos indicadores clave de éxito comercial en la industria musical: la actitud hacia la música urbana (Modelo 1) y la intención de compra de entradas para shows en vivo (Modelo 2).

En resumen, si bien la percepción de sexualización no impide completamente el crecimiento y consumo de música urbana, existen estrategias para disminuir esta percepción y así mitigar posibles efectos negativos en la industria musical.

Hallazgos y sugerencias

Considerando las implicaciones prácticas derivadas del presente estudio, resultaría altamente beneficioso para compositores, artistas y sus equipos de gestión enfocar el contenido lírico hacia mensajes que busquen influir en el oyente. Además, sería ventajoso emplear metáforas para adornar la letra sexualizada con el fin de mitigar la percepción de sexualización de la canción.

Aunque la presencia de contenido sexualizado no detiene ni perjudica directamente a la música urbana y sus exponentes, se evidencia una relación negativa entre la percepción de sexualización y su consumo. Sin embargo, se observa que el uso de metáforas puede ser una estrategia efectiva para atenuar esta percepción y, teóricamente, facilitar un mayor consumo, especialmente entre aquellos individuos más sensibles a temas como la sexualización.

Desde la perspectiva del marketing, esta información resulta invaluable para los compositores, gestores, productores y sellos discográficos. Utilizar figuras literarias podría generar una actitud más positiva hacia la música urbana o una canción en particular, así como aumentar la intención de compra de entradas, lo que se traduciría en mayores ingresos, alcance y audiencia para los artistas y sus equipos.

Por otro lado, aunque pueda parecer impopular, los hallazgos de esta investigación plantean interrogantes sobre la conveniencia de colaboraciones entre varios artistas. Se observa que a medida que aumenta el conocimiento del individuo sobre diferentes artistas, se produce una moderación negativa en la percepción de sexualización, en términos teóricos. Por lo tanto, sería recomendable realizar investigaciones más exhaustivas acompañadas de estrategias de marketing adecuadas para evaluar la viabilidad de un enfoque más individualista en el género musical, especialmente si se continúa utilizando versos sexualizados o temáticas relacionadas con la sexualidad, lo que resulta irónico y poco congruente con la imagen de solidaridad que se asocia comúnmente con Chile.

En conclusión, profundizar en el desarrollo de herramientas que ayuden a disfrazar la percepción de sexualización, en vista de que las canciones con contenido sexualizado seguirán produciéndose en el futuro, podría ser sumamente beneficioso para la industria musical chilena en su conjunto, fomentando resultados positivos para las variables de éxito de la industria.

Limitaciones

El presente estudio manifiesta las siguientes limitaciones:

De la muestra

La muestra utilizada en esta investigación es relativamente limitada en términos tanto cuantitativos, con un total de 466 participantes, como demográficos, ya que todas las respuestas provienen exclusivamente de individuos residentes en Chile. Por lo tanto, los resultados obtenidos en este estudio no pueden generalizarse ni extrapolarse a otras naciones o contextos culturales distintos al chileno.

Además, para futuras investigaciones se sugiere realizar un riguroso trabajo ético para permitir la obtención y análisis de datos provenientes de una población menor de edad. Aunque los menores de edad a veces enfrentan dificultades para acceder a espectáculos en vivo de música urbana, siguen siendo parte integral de las audiencias de la música urbana nacional. Por lo tanto, incluir a este grupo demográfico en los estudios futuros permitiría una comprensión más completa y representativa de las percepciones y comportamientos relacionados con la música urbana.

Conceptuales

La percepción de sexualización en la música urbana puede verse afectada por el sesgo de los pares o las respuestas deseadas. Este fenómeno ocurre porque las personas pueden sentirse incómodas al compartir información personal que sugiera una afinidad con contenido sexual, ya que esto podría ser motivo de crítica, controversia o rechazo social. Como resultado, los niveles percibidos de sexualización y su impacto en otras variables analizadas en este estudio podrían estar sujetos a resultados inexactos o poco confiables.

Este sesgo de los pares o las respuestas deseadas puede distorsionar la verdadera percepción de los participantes sobre la sexualización en la música urbana, ya que podrían sentirse presionados a proporcionar respuestas socialmente aceptables en lugar de expresar sus verdaderas opiniones. Esto podría generar una subestimación o una sobreestimación de la percepción de sexualización, lo que a su vez podría influir en la interpretación y la validez de los resultados obtenidos en el estudio.

Por lo tanto, es importante tener en cuenta este posible sesgo al analizar los datos y considerar estrategias para mitigar su impacto, como el uso de técnicas de entrevista o encuesta que fomenten la confidencialidad y la sinceridad de las respuestas. Asimismo, podría ser útil realizar análisis adicionales para evaluar la consistencia de las respuestas y la validez de los hallazgos en relación con este sesgo potencial.

Prácticas

El análisis estadístico realizado en este estudio se centró exclusivamente en variables observadas, las cuales fueron operacionalizadas utilizando la Macro PROCESS para SPSS. Sin embargo, sería beneficioso complementar este enfoque con un análisis que incorpore variables latentes y un análisis factorial exploratorio para garantizar una mayor validez de los resultados obtenidos.

La inclusión de variables latentes permitiría capturar de manera más precisa constructos complejos que pueden estar subyacentes a las variables observadas. Esto podría proporcionar una comprensión más completa de las relaciones entre las variables y ayudar a identificar posibles dimensiones adicionales que podrían estar influyendo en los resultados.

Por otro lado, un análisis factorial exploratorio permitiría explorar la estructura subyacente de los datos y determinar si existen agrupaciones o patrones no identificados anteriormente. Esto podría ayudar a identificar variables latentes y a refinar el modelo conceptual utilizado en el estudio.

En conjunto, la incorporación de estos análisis adicionales en futuras investigaciones podría fortalecer la validez de los resultados y proporcionar una comprensión más sólida de los fenómenos estudiados en relación con la percepción de sexualización en la música urbana.

Anexos

Instrumento encuesta: https://fenuchile.qualtrics.com/jfe/form/SV_eKikZFNG04X8hlc

Bibliografía

- Baams, L., Overbeek, G., Dubas, J. S., Doornwaard, S. M., Rommes, E., & van Aken, M. A. G. (2015). Perceived Realism Moderates the Relation Between Sexualized Media Consumption and Permissive Sexual Attitudes in Dutch Adolescents. *Archives of Sexual Behavior*, 44(3). <https://doi.org/10.1007/s10508-014-0443-7>
- Baron, J., & Ritov, I. (1994). Reference points and omission bias. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 59(3). <https://doi.org/10.1006/obhd.1994.1070>
- BBC News Mundo. (2021). Cómo Santiago de Chile se convirtió en la “capital mundial del reggaetón”, según Spotify. BBC, 11–11.
- Bezuidenhout, A. (2001). Metaphor and what is said: A defense of a direct expression view of metaphor. *Midwest Studies in Philosophy*, 25(1). <https://doi.org/10.1111/1475-4975.00044>
- Bleakley, A., Hennessy, M., Fishbein, M., & Jordan, A. (2011). Using the integrative model to explain how exposure to sexual media content influences adolescent sexual behavior. *Health Education and Behavior*, 38(5). <https://doi.org/10.1177/1090198110385775>
- Briana Thomas. (2023). How Hip-Hop Was Born 50 Years Ago in a Block Party in the Bronx. *Smithsonian Magazine*.
- Brown, J. D., L'Engle, K. L., Pardun, C. J., Guo, G., Kenneavy, K., & Jackson, C. (2006). Sexy media matter: Exposure to sexual content in music, movies, television, and magazines predicts black and white adolescents' sexual behavior. *Pediatrics*, 117(4). <https://doi.org/10.1542/peds.2005-1406>
- Burgers, C., Konijn, E. A., & Steen, G. J. (2016). Figurative Framing: Shaping Public Discourse Through Metaphor, Hyperbole, and Irony. *Communication Theory*, 26(4). <https://doi.org/10.1111/comt.12096>
- Carston, R., & Wearing, C. (2015). Hyperbolic language and its relation to metaphor and irony. *Journal of Pragmatics*, 79. <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.01.011>
- Catalina Martinez y Aleister Quezada. (2023). Armas de fuego, drogas y autos de lujo: el controvertido sello de la narcocultura en la música urbana nacional. *The Clinic*.
- Clarke, E., DeNora, T., & Vuoskoski, J. (2015). Music, empathy and cultural understanding. In *Physics of Life Reviews* (Vol. 15). <https://doi.org/10.1016/j.pprev.2015.09.001>
- Coyne, S. M., Ward, L. M., Kroff, S. L., Davis, E. J., Holmgren, H. G., Jensen, A. C., Erickson, S. E., & Essig, L. W. (2019). Contributions of Mainstream Sexual Media Exposure to Sexual Attitudes, Perceived Peer Norms, and Sexual Behavior: A

- Meta-Analysis. In *Journal of Adolescent Health* (Vol. 64, Issue 4).
<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2018.11.016>
- David Howe. (2013). *Empathy: What it is and why it matters*. Palgrave Macmillan.
- Davis, C. M. (1990). What is empathy, and can empathy be taught? In *Physical Therapy* (Vol. 70, Issue 11). <https://doi.org/10.1093/ptj/70.11.707>
- Davis, M. H., & Association, A. P. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *JSAS Catalog of Selected Documents in Psychology*, 10.
- Escobar-Chaves, S. L., Tortolero, S. R., Markham, C. M., Low, B. J., Eitel, P., & Thickstun, P. (2005). Impact of the media on adolescent sexual attitudes and behaviors. In *Pediatrics* (Vol. 116, Issue 1). <https://doi.org/10.1542/peds.2005-0355D>
- Fasoli, F., Durante, F., Mari, S., Zogmaister, C., & Volpato, C. (2018). Shades of Sexualization: When Sexualization Becomes Sexual Objectification. *Sex Roles*, 78(5–6). <https://doi.org/10.1007/s11199-017-0808-1>
- Gawronski, B. (2007). Editorial: Attitudes can be measured! But what is an attitude? In *Social Cognition* (Vol. 25, Issue 5). <https://doi.org/10.1521/soco.2007.25.5.573>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York, NY: The Guilford Press.
 Methodology In *The Social Science*, April.
- Ignacia Canales. (2023). ISP: casos de VIH aumentan 7% en un año. *La Tercera*, 7–7.
- Jeury Frías. (2021). Música explícita, un fenómeno que no es reciente pero ¿se ha salido de control? *Diario Libre*.
- Jolliffe, D., & Farrington, D. P. (2006). Development and validation of the Basic Empathy Scale. *Journal of Adolescence*, 29(4).
<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2005.08.010>
- Judith Vives Barcelona. (2020). ¿Qué son las músicas urbanas? *La Vanguardia*.
- Konečni, V. J. (2008). Does Music Induce Emotion? A Theoretical and Methodological Analysis. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 2(2).
<https://doi.org/10.1037/1931-3896.2.2.115>
- Maasø, A., & Hagen, A. N. (2020). Metrics and decision-making in music streaming. *Popular Communication*, 18(1). <https://doi.org/10.1080/15405702.2019.1701675>
- Madsen, C. K., & Geringer, J. M. (1990). Differential Patterns of Music Listening: Focus of Attention of Musicians versus Nonmusicians. *Bulletin of the Council for Research in Music Education*, 105(105).

- Martino, S. C., Collins, R. L., Elliott, M. N., Strachman, A., Kanouse, D. E., & Berry, S. H. (2006). Exposure to degrading versus nondegrading music lyrics and sexual behavior among youth. *Pediatrics*, 118(2). <https://doi.org/10.1542/peds.2006-0131>
- McCarthy, M., & Carter, R. (2004). "There's millions of them": Hyperbole in everyday conversation. *Journal of Pragmatics*, 36(2). [https://doi.org/10.1016/S0378-2166\(03\)00116-4](https://doi.org/10.1016/S0378-2166(03)00116-4)
- Mcdonald, N. M., & Messinger, D. S. (2013). *The Development of Empathy: How, When and Why. Free Will, Emotions, and Moral Actions: Philosophy and Neuroscience in Dialogue.*
- Mineduc. (2023). *Lengua y Literatura.*
- Ministerio de Salud. (2021). *INFORME ESTIMACIONES POBLACIONALES SOBRE VIH EN CHILE 2021.*
- Nilsson, U. (2008). The Anxiety- and Pain-Reducing Effects of Music Interventions: A Systematic Review. *AORN Journal*, 87(4). <https://doi.org/10.1016/j.aorn.2007.09.013>
- Nora Benito. (2019). El negocio del reggaetón: la música urbana en cifras. *El Periodico*, 6–6.
- Omar, R., Hailstone, J. C., Warren, J. E., Crutch, S. J., & Warren, J. D. (2010). The cognitive organization of music knowledge: A clinical analysis. *Brain*, 133(4). <https://doi.org/10.1093/brain/awp345>
- Pardun, C. J., L'Engle, K. L., & Brown, J. D. (2005). Linking Exposure to Outcomes: Early Adolescents' Consumption of Sexual Content in Six Media. *Mass Communication and Society*, 8(2). https://doi.org/10.1207/s15327825mcs0802_1
- Peck, A., & Malthouse, E. (2010). *Medill on Media Engagement.* Uniwersytet Śląski.
- Pere Solá Gimferrer. (2023). 'Sex education' es eso tan difícil de encontrar: una serie prácticamente perfecta. *La Vanguardia*].
- Ricardo Santibañez. (2022). Música urbana ¿Ritmos que motivan o fenómeno que incita a la violencia? *Diario Constitucional*, 9–9.
- Ruiz-Molina, M.-E., & Gil-Saura, I. (2008). Perceived value, customer attitude and loyalty in retailing. *Journal of Retail & Leisure Property*, 7(4). <https://doi.org/10.1057/rlp.2008.21>
- Schulze, K., Zysset, S., Mueller, K., Friederici, A. D., & Koelsch, S. (2011). Neuroarchitecture of verbal and tonal working memory in nonmusicians and musicians. *Human Brain Mapping*, 32(5). <https://doi.org/10.1002/hbm.21060>
- Selene Moral. (2019). *Disco Inferno: 40 años del fin de la música disco. Los 40.*