

## Tinder revela cómo el fenómeno cultural ‘LUX TOUR’ de Rosalía ha entrado en el lenguaje del dating Gen Z

«La Perla», «Berghain» y «Suavignon Blanc» se encuentran entre las canciones de LUX más mencionadas en las biografías de los jóvenes usuarios de Tinder en España\*



Rosalía ha convertido LUX TOUR en mucho más que una simple gira, hasta convertirla en un referente cultural. A medida que las tendencias culturales dan forma a la forma en que la Generación Z expresa su identidad, su nuevo universo estético, impregnado de teatralidad, imaginería simbólica y una puesta en escena cargada de emoción, se ha arraigado en el discurso cultural del momento. Y cuando un fenómeno como este trasciende la música, también deja su huella en la forma en que una generación se presenta, se expresa y conecta.

Ese es precisamente el tipo de cambio cultural que Tinder está empezando a detectar en España. “**La Perla**”, “**Berghain**” y “**Suavignon Blanc**”<sup>\*</sup> se han convertido en las **canciones de LUX más mencionadas en las biografías de los jóvenes usuarios de Tinder en España**, lo que demuestra cómo la música funciona cada vez más como una **tarjeta de presentación, un código compartido y un atajo emocional en las citas**.

Esta tendencia coincide con lo que Tinder ya había observado en su informe [Year in Swipe 2025](#): la Generación Z está dejando atrás las señales ambiguas para optar por conexiones más claras, intencionadas y expresivas. En este contexto, conceptos como **el aura, los tableros de visualización o los símbolos que reflejan la personalidad y la afinidad están cobrando importancia en la forma en que las personas conectan entre sí**.

LUX TOUR refleja esta mentalidad generacional. No se trata solo de escuchar una canción, sino de **compartir un universo. Una estética. Una energía. Una referencia cultural que dice más que toda una biografía**. Mientras que antes coquetear implicaba explicarse a uno mismo, hoy en día suele transmitirse a través de señales más sutiles: una canción, un ambiente o incluso símbolos que ya forman parte del lenguaje visual de la Generación Z. Por eso, entre **los diez emojis más utilizados por los jóvenes usuarios**

**de Tinder en España entre enero y marzo se encuentran la estrella, fuego y avión\*\***—tres códigos que también hablan de intensidad, aspiración y una forma de estaren el mundo.

Esta evolución también se refleja en la propia aplicación de Tinder. Tinder acaba de **mejorar el [Modo Música](#), una función diseñada para ayudar a los usuarios a expresar mejor su personalidad a través de sus gustos musicales**, que ahora da prioridad a los perfiles con afinidades musicales comunes. Según las primeras pruebas, **1 de cada 10 usuarios menores de 22 años ya ha adoptado esta función\*\*\***.

A esto se suma el lanzamiento mundial del **[Modo Astrología](#)**, que incorpora la compatibilidad zodiacal en los perfiles de Tinder y responde a una forma de relacionarse que se basa cada vez más en códigos, señales y pequeños rituales compartidos. **En las pruebas iniciales, los perfiles de Tinder con la función de astrología activada registraron un aumento de casi el 20 % en los «me gusta» enviados por las mujeres\*\*\*\***.

Coincidiendo con la llegada de LUX TOUR a Madrid, Tinder está recopilando contenido en redes sociales que refleja este momento cultural más amplio, en el que se muestra a gente cantando canciones sobre sus ex: un momento en el que la liberación emocional puede pasar de ser algo íntimo a algo más colectivo, y en el que una estrofa se convierte en una forma simbólica de cerrar un capítulo y abrir otro. Todo esto se podrá ver en los canales de [redes sociales de Tinder](#).

Así, mientras Rosalía convierte LUX TOUR en un panorama cultural fácilmente reconocible, Tinder confirma que la Generación Z también se conecta cada vez más a través de él: mediante señales que resumen identidad, intención y afinidad cultural. Porque hoy en día, para muchos jóvenes, conectar ya no es solo una cuestión de gustos compartidos, sino de compartir un panorama cultural.

#### **Notas para el editor:**

\*Datos extraídos de los perfiles internos de usuarios de Tinder de entre 18 y 25 años en España entre enero y marzo de 2026.

\*\*Datos internos de Tinder sobre los emojis más utilizados por usuarios de entre 18 y 25 años en España entre enero y marzo de 2026.

\*\*\*Datos internos de Tinder sobre el uso de la función «Spotify Anthem» en perfiles de todo el mundo; datos extraídos el 9 de marzo de 2026.

\*\*\*\* Pruebas internas de Tinder que comparan las tasas de deslizamiento hacia la derecha entre perfiles con el Modo Astrología y perfiles estándar, realizadas el 2 de febrero de 2026 en Canadá, Chile, Alemania, India, Italia, Japón, Polonia, Tailandia, Turquía y Sudáfrica.

---

<https://es.tinderpressroom.com/news?item=122653>