

## **MASTER EN MARKETING DIGITAL, COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES**

El impacto de TikTok en la industria musical  
en Estados Unidos

Alumna: María de Fátima Flores  
Director: Dr. Jorge Gallardo-Camacho

Septiembre, 2023

## **Resumen**

Este estudio se enfoca en investigar los efectos de *TikTok* en la industria musical, con el objetivo de analizar su influencia en el descubrimiento, promoción y viralización de la música. Se realizó un análisis de datos, encuestas y entrevistas con profesionales de la industria. Los objetivos de investigar el descubrimiento de música y artistas, el impacto en artistas emergentes, y la conexión entre *TikTok* y plataformas de streaming fueron alcanzados. Los resultados respaldan la importancia de *TikTok* en el descubrimiento musical, el crecimiento de audiencia de artistas en ascenso y su influencia en la visibilidad a través de plataformas de *streaming*.

## **Palabras clave**

TikTok; Industria Musical; Estados Unidos; Artistas Emergentes; Redes Sociales; Streaming

## **Summary**

This study focuses on investigating the effects of TikTok on the music industry, aiming to analyze its influence on music discovery, promotion, and viralization. A data analysis, surveys, and interviews with industry professionals were conducted. The objectives of investigating music and artist discovery, the impact on emerging artists, and the connection between TikTok and streaming platforms were achieved. The results support the significance of TikTok in music discovery, the audience growth of rising artists, and its impact on visibility across streaming platforms.

## **Key Words**

TikTok; Music Industry; United States; Emerging Artists; Social Media; Streaming

## ÍNDICE

ÍNDICE.....	2
ÍNDICE DE FIGURAS .....	4
ÍNDICE DE TABLAS .....	4
1.Introducción.....	5
1.1 Justificación.....	7
1.2 Objetivos.....	8
1.3 Hipótesis:.....	8
2.Marco Teórico .....	8
2.1 Estado de la cuestión.....	8
2.2 Marco teórico.....	11
2.2.1 Origen y estado actual de TikTok como red social .....	11
2.2.1.1 Origen de TikTok.....	11
2.2.1.2 Características de la red social.....	11
2.2.1.3 El algoritmo .....	12
2.2.1.4 TikTok en la actualidad .....	13
2.2.2 Las música en plataformas digitales .....	14
2.2.2.1 La industria musical .....	14
2.2.2.2 El efecto del internet en la industria musical .....	14
2.2.2.3 Spotify.....	17
2.2.2.4 La industria musical y las redes sociales .....	19
2.2.2.5 TikTok y la industria musical.....	20
2.2.4 Los artistas musicales y las redes sociales.....	23
3. Metodología.....	25
3.1 Propuesta de Metodología .....	26
3.2 Metodología Cuantitativa .....	28
3.2.1 Encuestas.....	29
3.3 Metodología Cualitativa.....	34
3.3.1 Análisis de artistas de TikTok .....	34
3.3.2 Entrevistas.....	36
4. Resultados de la Investigación .....	39
4.1 Análisis de artistas de TikTok .....	39
4.1.1 Gayle .....	39
4.1.1.1 Análisis de impacto .....	39
4.1.2 Katie Gregson-MacLeod .....	44
4.1.2.1 Análisis de impacto .....	44
4.1.3 Em Beihold .....	48
4.1.3.1 Análisis del impacto .....	48
4.1.4 Stephen Sanchez.....	55

4.1.4.1 Análisis del impacto .....	55
4.1.5 Nicky Youre .....	61
4.1.5.1 Análisis del impacto .....	61
4.1.6 Comparación de datos .....	65
4.2 Análisis de encuestas .....	66
5. Discusión .....	77
6. Conclusiones .....	88
6.1 Aportes al campo de Comunicación y Marketing .....	91
6.2 Debilidades y limitaciones.....	92
6.3 Futuras líneas de investigación .....	93
7. Bibliografía.....	94
8. Anexos.....	112

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Categoría de celebridades o influencers más seguidas en redes sociales .....	17
Figura 2. ¿Eres ciudadano de los Estados Unidos de América?.....	31
Figura 3. ¿Eres usuario de TikTok? .....	31
Figura 4. Edad.....	31
Figura 5. Género .....	32
Figura 6. Captura de pantalla de dueto de Katie Gregson-MacLeod con fan .....	48
Figura 7. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores .....	53
Figura 8. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores .....	53
Figura 9. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores .....	54
Figura 10. Captura de pantalla del TikTok de Stephen Sanchez y sus múltiples videos usando el trend de “POV” .....	60
Figura 11. Captura de pantalla del TikTok de Stephen Sanchez usando el trend de “POV” .....	60
Figura 12. ¿Has descubierto nuevos artistas o canciones a través de TikTok? .....	66
Figura 13. ¿Has comprado o guardado música de artistas que has encontrado en TikTok en tus cuentas de streaming de música? .....	68
Figura 14. ¿Crees que TikTok ha cambiado la manera en qué consumes música? .....	68
Figura 15. ¿Te has convertido en un fanático de un artista solo por su presencia en TikTok? .....	70
Figura 16. ¿Crees que TikTok tiene el poder de hacer o deshacer la carrera de un artista? .....	71
Figura 17. ¿Alguna vez has ido a un concierto o has comprado música de un artista que conociste en TikTok? .....	71
Figura 18. ¿Crees que el impacto de TikTok en la industria musical ha sido positivo o negativo? .....	72
Figura 19. ¿Crees que TikTok ha creado un terreno de juego nivelado para artistas independientes o desconocidos?.....	75

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Herramientas Metodológicas .....	26
Tabla 2. Resumen de encuestas .....	30
Tabla 3. Los artistas seleccionados.....	34
Tabla 4. Tabla de entrevistados.....	38
Tabla 5. Análisis de TikTok de Gayle .....	40
Tabla 6. Análisis de TikTok de Katie Gregson-MacLeod .....	45
Tabla 7. Análisis de TikTok de Em Beihold .....	49
Tabla 8. Análisis de TikTok de Stephen Sanchez.....	56
Tabla 9. Análisis de TikTok de Nicky Youre .....	62
Tabla 10. Comparación de datos.....	66

## 1. Introducción

Con la evolución constante de la tecnología y su impacto en diversas esferas de la sociedad, no es sorprendente que la industria musical haya experimentado transformaciones significativas en la última década. En particular, la irrupción de las redes sociales y las plataformas de contenido *online* ha redefinido la forma en que se descubre, promueve y consume la música. En este contexto, el presente trabajo de investigación se sumerge en un análisis profundo de la interacción entre *TikTok* y la industria musical en Estados Unidos.

La música, como expresión artística y cultural, ha sido un elemento fundamental en la sociedad humana a lo largo de la historia. Sin embargo, el advenimiento de Internet y las plataformas digitales ha marcado un punto de inflexión en cómo la música se crea, distribuye y consume. En este panorama, *TikTok*, una plataforma de redes sociales que permite a los usuarios crear y compartir videos cortos acompañados de música, ha emergido como un fenómeno cultural y musical único en su género. La rapidez con la que se ha infiltrado en la vida cotidiana de las personas, especialmente de la generación más joven, es un testimonio del poder transformador que posee en la escena musical actual. “Las redes sociales en especial han supuesto un gran cambio para el marketing musical y la industria, provocando un proceso de democratización de esta ya que han dado más poder a la audiencia” (Álvarez, 2022: p. 47).

En la última década, la industria musical ha sido transformada por Internet, permitiendo a artistas independientes conectar con su audiencia globalmente y promover su música sin intermediarios. *TikTok* ha llevado esta transformación un paso más allá, empoderando a artistas emergentes al ofrecerles una plataforma para viralizar su música y establecer conexiones directas con seguidores en todo el mundo. Esta revolución digital redefine la relación entre músicos y *fans*, abriendo nuevas y emocionantes posibilidades para la industria musical en la era digital.

El presente estudio se centra en explorar en profundidad las dinámicas que han surgido a raíz de la convergencia de *TikTok* y la industria musical. Su objetivo primordial es entender cómo esta plataforma ha influido en la forma en que los usuarios descubren, consumen y se relacionan con la música. Asimismo, busca

arrojar luz sobre el impacto de *TikTok* en la promoción de artistas, el marketing musical y la manera en que las audiencias se conectan con el contenido musical.

Este proyecto de investigación también surge de la necesidad de explorar el fenómeno en el que muchos artistas, que inicialmente se dieron a conocer a través de sus creaciones musicales en *TikTok*, han logrado trascender y establecer carreras prósperas en la industria musical. Es fascinante observar cómo una plataforma de redes sociales puede servir como trampolín para artistas emergentes, ofreciéndoles la oportunidad de alcanzar una audiencia global y desencadenar el éxito de sus creaciones originales.

La intención de este estudio es explorar en detalle cómo estos artistas han logrado convertir sus momentos de fama viral en una base sólida para sus trayectorias profesionales en la música. Esto implica examinar cómo han aprovechado las herramientas y características específicas de *TikTok* para establecer conexiones duraderas con su audiencia, cómo han gestionado su crecimiento y cómo han logrado mantener su autenticidad creativa a medida que se adentran en la industria musical convencional.

Para abordar esta investigación de manera rigurosa, se ha empleado una metodología multidisciplinaria que combina análisis cualitativos y cuantitativos. Se ha realizado un minucioso análisis de perfiles de *TikTokers* influyentes, considerando aspectos como el número de seguidores, la respuesta del público a sus publicaciones y la influencia de la música en sus creaciones. Además, se ha llevado a cabo una encuesta entre usuarios de *TikTok* para captar sus percepciones y experiencias en relación con la música en la plataforma. Por último, se han llevado a cabo entrevistas con expertos en la industria musical.

En resumen, este trabajo de investigación se adentra en el fascinante cruce entre *TikTok* y la industria musical contemporánea. A través de un análisis meticuloso, datos empíricos y la visión de expertos y usuarios, se busca comprender en profundidad cómo *TikTok* ha alterado la forma en que experimentamos, interactuamos y nos conectamos con la música en la era digital. En última instancia, esta investigación aspira a arrojar luz sobre el papel cada vez más influyente de *TikTok* en la configuración del paisaje musical actual y su proyección hacia el futuro.

## 1.1 Justificación

La elección de llevar a cabo este trabajo de investigación surge de un profundo interés en el impacto significativo y transformador que *TikTok* está ejerciendo en la industria musical, un fenómeno que hasta ahora ha sido escasamente explorado debido a su relativa novedad. Reconociendo la complejidad y amplitud de este fenómeno, se busca comprender los efectos que esta plataforma de redes sociales está teniendo en la industria musical y en las carreras de artistas emergentes.

Desde una perspectiva personal como usuaria activa de *TikTok*, he sido testigo directo de cómo esta plataforma está remodelando la manera en que las nuevas generaciones descubren y se relacionan con la música. El poder de los "*trends*" y los desafíos musicales en la generación de movimientos virales que impulsan a artistas emergentes a las cimas de las listas de éxitos y plataformas de *streaming* es intrigante y merece un análisis exhaustivo.

Este estudio también busca indagar en las dinámicas de marketing que están en juego en este contexto, explorando conceptos como la influencia de las redes sociales, el papel de los "*influencers*", y las estrategias de marketing viral que están dando forma al éxito de las canciones en la era de *TikTok*. La realización de encuestas y una profunda investigación enriquecerán el entendimiento de la metamorfosis en curso en la industria musical de Estados Unidos y cómo las redes sociales están expandiendo su influencia en la sociedad moderna.

Dado que las nuevas generaciones tienden a basar sus preferencias y opiniones en las redes sociales, este estudio pretende adentrarse en este cambio de paradigma y comprender mejor sus ramificaciones y alcance. Con este trabajo de investigación, se busca arrojar luz sobre la intersección entre la música, las redes sociales y las tendencias culturales emergentes, proporcionando una base sólida para una comprensión más profunda de cómo la industria musical está evolucionando y adaptándose en este entorno digital en constante cambio.

## 1.2 Objetivos

Objetivo General OG: Explorar los efectos positivos de *TikTok* en la industria musical en Estados Unidos.

Objetivos específicos OE:

1. OE1. Comprobar que la mayoría de los usuarios de *TikTok* descubren nueva música o artistas a través de esta red social.
2. OE2. Establecer ejemplos que comprueben el impacto positivo que *TikTok* ha tenido en artistas pequeños.
3. OE3. Explorar el uso de *TikTok* para hacer marketing y viralizar su música por parte de diferentes artistas.

## 1.3 Hipótesis:

1. H1. La mayoría de los usuarios de *TikTok* ha descubierto nueva música o artistas a través de esta red social
2. H2. *TikTok* se ha convertido en una de las herramientas más importantes para que aspirantes a artistas encuentren y hagan crecer su audiencia.
3. H3. La viralidad en *TikTok* no solo aumenta la visibilidad de los artistas en ascenso, sino que también puede llevar sus canciones a plataformas como *Spotify*, generando reproducciones masivas.

## 2. Marco Teórico

### 2.1 Estado de la cuestión

En esta sección, se ha llevado a cabo una exploración de los principales conceptos e investigaciones científicas que han abordado de manera relevante el tema de estudio en cuestión, con el propósito de identificar las ideas previas que han contribuido a su análisis. Para lograrlo, se ha realizado una revisión crítica de investigaciones previas que han tratado el tema de estudio de manera similar o igual, con el objetivo de establecer un soporte teórico sólido y completo que complementará al marco empírico en el análisis e interpretación de los resultados.

Paula Álvarez (2022) realizó su Trabajo de Fin de Grado sobre la influencia de *TikTok* en la promoción, distribución y consumo musical. Su estudio reveló que *TikTok* abre un amplio abanico de oportunidades para artistas y canciones, incluyendo *challenges*, colaboraciones con influencers, bailes y duetos. Esta herramienta de promoción ha sido aprovechada tanto por discográficas como por artistas emergentes, permitiéndoles ganar visibilidad. Gracias a *TikTok*, numerosos artistas desconocidos han logrado viralizar su música y contenido, presentando su talento a una audiencia que de otro modo no habrían alcanzado (Álvarez, 2022).

Además, Álvarez (2022) destaca cómo *TikTok* ha transformado la manera en que el público descubre y consume música. Los usuarios pueden encontrar nuevas canciones y artistas a través del contenido compartido en *TikTok* y luego dirigirse a plataformas de streaming para escuchar las versiones completas de las canciones. Cabe señalar que el impacto de *TikTok* no se limita a la música contemporánea, ya que incluso canciones más antiguas han vuelto a las listas de éxitos debido a su inclusión en videos de la plataforma.

Por último, es importante resaltar que las principales empresas en la industria musical reconocen la influencia y potencial de *TikTok*, especialmente en términos de promoción y distribución musical, tal como han demostrado investigaciones previas. Esto ha impulsado acuerdos significativos entre estas empresas y *TikTok*, consolidando aún más el papel de la plataforma en la industria (Álvarez, 2022).

En 2019, Santiago Guzmán abordó el impacto tecnológico en la industria musical. Su investigación se centró en cómo la irrupción de Internet ha sido el factor predominante que ha marcado la evolución de esta industria. Desde sus inicios, la industria musical ha experimentado cambios constantes en su estructura. Guzmán resalta la importancia del impacto tecnológico y cómo la industria musical ha experimentado una transformación sin precedentes debido a Internet (Guzmán, 2019).

Guzmán concluyó que la irrupción de Internet ha dado lugar a un nuevo escenario musical: el mercado digital. El éxito de este mercado se debe en gran medida a que los jóvenes están mucho más familiarizados con Internet y sus posibilidades, incluida la música digital, en comparación con los soportes físicos tradicionales. La facilidad

de acceso a la música a través de plataformas de *streaming* o descargas digitales ha brindado una mayor variedad de opciones musicales a un costo reducido, lo que ha impulsado el consumo digital (Guzmán, 2019).

Por otro lado, Lexie Jorgenson (2022) investigó la influencia de *TikTok* en la promoción musical, específicamente en la música pop *mainstream*. Su estudio subraya que la música desempeña un papel fundamental en la mayoría de los videos de *TikTok*, particularmente en las categorías de "Entretenimiento" y "Danza". Jorgenson también destaca la evolución del enfoque de marketing musical, que ha pasado de ser proactivo y tradicional a uno más moderno y reactivo. En lugar de que las discográficas lancen álbumes, el equipo musical de *TikTok* aconseja reaccionar a las canciones que generan respuestas positivas de los usuarios. El algoritmo único de la aplicación presenta la página "Para ti" como la primera vista para los usuarios, fomentando el descubrimiento de nueva música basada en sus preferencias (Jorgenson, 2022).

Jorgenson también identificó una estrecha relación entre el rendimiento de los artistas en *TikTok* y su éxito en las listas de música y plataformas de *streaming*. En respuesta a este fenómeno, *TikTok* ha establecido su propio equipo interno de música para colaborar con importantes discográficas, con el objetivo de desarrollar nuevas experiencias musicales y proporcionar más oportunidades a los artistas. La plataforma es consciente del impacto cultural que ha tenido en la industria musical y está comprometida a seguir evolucionando para mantener su éxito (Jorgenson, 2022).

Por último, en el 2023, Valerie Rojas y Stephanie Sierra realizaron una investigación sobre el efecto de *TikTok* en el crecimiento del capital de marca de los artistas en la industria musical. Ellas destacaron la adicción que genera la plataforma, lo que contribuye significativamente a su éxito, así como la efectividad de su algoritmo especializado. También confirmaron que *TikTok* actúa como una herramienta valiosa para los artistas, permitiéndoles promocionar tanto su música como su marca personal. Esto se logra a través de estrategias efectivas, que incluyen tendencias de coreografía y desafío, creación de contenido orgánico, narración de historias y creatividad. Concluyeron que *TikTok* seguirá siendo relevante debido a su gran impacto en la industria, su capacidad para generar liberación de dopamina en sus

usuarios y su formato de video junto con su algoritmo, que ha inspirado a otras redes de streaming a adoptar un enfoque similar (Rojas y Sierra, 2023).

En conjunto, estas investigaciones ilustran claramente cómo *TikTok* y la tecnología en general han alterado profundamente la industria musical, redefiniendo la forma en que los artistas promocionan y distribuyen su música, así como cómo los consumidores la descubren y consumen.

## **2.2 Marco teórico**

### **2.2.1 Origen y estado actual de *TikTok* como red social**

#### **2.2.1.1 Origen de *TikTok***

TikTok es una red social que permite a los usuarios crear y compartir videos cortos, principalmente de música, comedia y baile. La aplicación fue desarrollada por la empresa china *ByteDance* y fue lanzada por primera vez en septiembre de 2016 en China con el nombre de "*Douyin*". En 2017, *ByteDance* adquirió una aplicación de redes sociales similar llamada *Musical.ly*, que tenía una gran base de usuarios en los Estados Unidos y otros países (Espallargas, 2021).

El propósito principal de esta plataforma era permitir a los usuarios crear y compartir videos de "*lip-syncing*", lo que implica sincronizar los labios con una pista de audio. Los usuarios tenían la opción de seleccionar una canción o archivo de audio y ajustar la velocidad para grabar simulaciones de música en vivo, "*lip-syncings*" y bailes de entre quince segundos y un minuto de duración.

*ByteDance* decidió fusionar las dos aplicaciones y relanzarlas bajo el nombre de *TikTok* en septiembre de 2018. Esta unión hizo que la aplicación de creación de vídeos se hiciera muy popular en Estados Unidos y de ahí inicie su expansión al resto de países del mundo.

#### **2.2.1.2 Características de la red social**

*TikTok* cuenta con varias características originales que la diferencian de otras redes sociales, como "*stitch*" y "*duet*". Estas son funciones que permiten a los usuarios interactuar con los vídeos de otros usuarios. "*Duet*" es una función que permite a los

usuarios grabar un video de respuesta a otro y que estos se vean simultáneamente en la misma pantalla. La pantalla aparece dividida entre los dos videos, el original y el dueto. Luego pueden compartir el resultado como un nuevo video en su perfil, permitiendo la colaboración entre usuarios.

Otra herramienta ofrecida por *TikTok* es “*Stitch*”, la cual es una función que permite que los usuarios tomen un clip de video de otro usuario y lo usen en su propio video. El usuario que hace el “*stitch*” puede cortar y usar hasta cinco segundos de otro video y luego continuarlo con su propio contenido. Tanto una herramienta como la otra brindan innumerables oportunidades a los creadores, a la vez que estimulan la reinención del contenido y la inventiva de los usuarios.

*TikTok* ofrece una amplia variedad de efectos y filtros, los cuales son actualizados constantemente, que los usuarios pueden utilizar para mejorar sus vídeos y hacerlos más atractivos. Estos efectos incluyen efectos de belleza, efectos de cámara lenta, efectos de aceleración, efectos de espejo, efectos de cambio de voz, efectos de fondo, entre otros.

### **2.2.1.3 El algoritmo**

“Una de las claves del éxito de esta aplicación es su algoritmo de búsqueda y recomendación de contenido que tiene como objetivo viralizar vídeos y crear una experiencia personalizada para cada usuario” (Álvarez 2022). La manera en que esta experiencia se materializa es a través de la página “Para Ti”.

La página “Para Ti” se trata de una sección personalizada que muestra una selección de videos recomendados basados en el comportamiento de cada usuario en la aplicación. El algoritmo de *TikTok* analiza el historial de visualización, los me gusta, los comentarios y otros comportamientos de los usuarios para determinar qué contenido es más relevante y atractivo para ellos. Esta sección es la pantalla que aparece por *default* cuando se abre la aplicación. Un usuario que no sigue a ninguna otra cuenta de *TikTok*, encontrará igualmente contenido en su pantalla con el que podrá interactuar. La sección “Para ti” se actualiza continuamente con nuevos videos, lo que permite a los usuarios descubrir contenido nuevo y emocionante de creadores de todo el mundo. Además, los usuarios también pueden buscar videos utilizando *hashtags* o explorar videos populares en la sección “Descubre”. La sección

"Para ti" es una de las claves del éxito de *TikTok*, ya que permite a los usuarios descubrir contenido que de otra manera podrían haber pasado por alto y fomenta la creatividad y la diversidad en la plataforma.

Mientras el usuario continúa por la pantalla de "para ti", el contenido de los videos que ve comienza a cambiar, a medida que reacciona a su comportamiento e interacción con los videos. Llega a un punto en que el algoritmo es capaz de predecir muy acertadamente qué tipo de videos podrían ser del interés del usuario.

Las recomendaciones de *TikTok* se basan en un número de factores, incluyendo:

- **Interacciones del usuario:** los videos a los que el usuario le da "me gusta" o "compartir", las cuentas que sigue, los comentarios y el contenido que crea.
- **Información del video:** los subtítulos, sonidos y *hashtags*.
- **Configuraciones del dispositivo y la cuenta:** la preferencia de idioma, configuración de país y tipo de dispositivo. Estos factores tienen un peso menor en el sistema de recomendación. (Grover & Wang, 2020)

Según Grover y Wang (2020), "todos estos factores son procesados por nuestro sistema de recomendación y ponderados en función de su valor para un usuario. Un indicador fuerte de interés, como si un usuario termina de ver un video más largo de principio a fin, recibiría un mayor peso que un indicador débil, como si el espectador y el creador del video están en el mismo país".

Rojas y Sierra (2023) se adentran en el término de "viralización", el cuál se ha popularizado con el impacto y crecimiento de las redes sociales en los últimos años. Ellas observan que la diferencia con otras plataformas, es que en *TikTok*, "volverse viral es algo accesible a cualquier usuario, tenga dos seguidores o 200 mil. El algoritmo de la aplicación brinda la misma oportunidad a todos de volverse virales y crear una audiencia con el tiempo" (Rojas y Sierra, 2023: p.23).

#### **2.2.1.4 *TikTok* en la actualidad**

Desde su nacimiento hasta finales del 2021, *TikTok* ha sido instalado más de 3.5 billones de veces mundialmente (Chan, 2021). Según Statista, solo en septiembre

del 2022, *TikTok* fue la segunda aplicación más descargada en Estados Unidos, con 3.84 millones de descargas (Statista, 2023).

En cuanto a sus estadísticas demográficas, el 54% de los usuarios de *TikTok* internacionalmente son mujeres y 46% son hombres (Statista, 2023). Es una aplicación usada mayoritariamente por jóvenes; según el *Pew Research Center*, el 67% de jóvenes de Estados Unidos usa *TikTok* al menos una vez al día, y el 16% lo usa casi todo el tiempo (Vogels, 2022). Hasta el 2023, Estados Unidos es el país con la mayor cantidad de usuarios en la red social, con 113 millones (Statista, 2023). Hoy en día, la aplicación está disponible en 154 países y 75 idiomas diferentes (Geysler, 2023).

## **2.2.2 Las música en plataformas digitales**

### **2.2.2.1 La industria musical**

La industria musical se puede definir como una industria que gana dinero produciendo música. Ese término incluye una serie de actividades comerciales que se pueden dividir en diferentes tipos de negocios, como productores, compositores, sellos discográficos, artistas grabados, gestión de reservas y otras partes son todos miembros de la industria musical (Pastukhov 2019).

Isabel Alonso (2022) observa como el sector experimentó su primera crisis entre el 2004 y 2012, cuando el consumo musical disminuyó debido a principalmente dos causas: “el consumo de música de forma no legal por una parte importante de la población y la aparición de plataformas de video y música como Youtube, que nació en el año 2005” (Alonso, 2022: p. 5)

### **2.2.2.2 El efecto del internet en la industria musical**

Es importante analizar el impacto que ha tenido el inicio del internet en la industria musical. En el pasado, previo a la creación del Internet en los 90s, el proceso de creación y distribución de la música dependía en gran parte de las disqueras tradicionales. Según *Forbes*, “tanto los creadores como los consumidores estaban completamente a merced de los sellos discográficos, y las preferencias musicales

estaban fuertemente influenciadas por lo que estuviera en circulación en ese momento" (Fountain, 2021).

Uno de los cambios introducidos por la era digital fue en la distribución de la música. Los canales de distribución se expandieron de ser solo la radio y la televisión, a plataformas de *streaming* en línea, como *Spotify*, *Apple Music* y *Amazon Music*. El *streaming* es definido por Jimena Jauregui como "la distribución digital de archivos multimedia a través de la difusión continua por una red informática. El usuario recibe y reproduce audio y/o video al mismo tiempo en que estos son distribuidos por un proveedor, sin necesidad de completar la descarga" (Jauregui, 2015: p.78).

Estas plataformas brindaron a los oyentes una alternativa a las tiendas físicas de discos, lo que llevó a una mayor libertad en selección de música. Sin embargo, los artistas todavía tenían limitadas interacciones con los fans, las cuales solo se daban a través de encuentros en persona y en conciertos (Fountain, 2021). Esto ha permitido que los artistas puedan llegar a una audiencia global de manera más rápida sin tener que gastar tantos recursos, ya que con estas plataformas su música es más accesible para el público internacional.

Eichengreen, Wikström, y Castronova exponen que la rápida transformación de la industria musical por el internet es un ejemplo de cómo una innovación puede "interrumpir toda una industria y hacer que las competencias existentes sean obsoletas". El poder e influencia de la industria musical previa a Internet se basaba en gran medida en la capacidad de controlar la distribución física. El internet hizo que la distribución física de música sea cada vez más irrelevante y las principales compañías de música se tuvieron que redefinir para sobrevivir (Eichengreen et al., 2021).

El consumo de música ha crecido al expandirse la facilidad de acceso al material de los artistas. Además de las plataformas de *streaming* en línea, la música se puede escuchar en plataformas de contenido como *Youtube*, *Itunes* y redes sociales.

Hasta el 2022, Estados Unidos contaba con 124.4 millones de usuarios en plataformas de *streaming* de música (Statista, 2023), y con 82.1 millones de suscriptores de pagos en estas plataformas (*Business of apps*, 2023). Se considera que para el 2027, el número de usuarios aumentará a 161.3 millones (Statista,

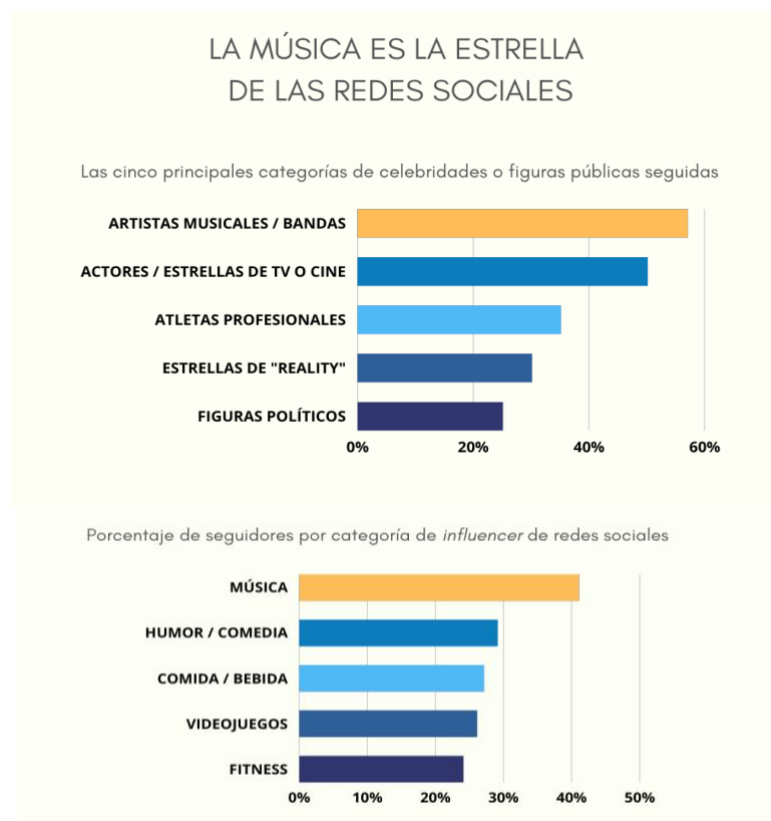
2023). Se calcula que los ciudadanos de Estados Unidos escuchan un promedio de 75 minutos de música diaria en *streaming* (*Business of apps*, 2023)

De acuerdo con la *Recording Industry Association of America* (RIAA), en 2021 el *streaming* representó el 83% de los ingresos de la industria musical en los Estados Unidos (RIAA, 2021). En términos monetarios, los ingresos por *streaming* de música en los Estados Unidos alcanzaron los \$12.4 mil millones de dólares en 2021 (RIAA, 2021).

Otro aspecto positivo de la era digital y tecnología es que la creación de música es cada vez más sencilla y accesible a cualquiera. Cualquier artista aspirante puede producir música en casa con programas de *software* y equipos de grabación fáciles de conseguir y manejar. Y gracias a las redes sociales, estos artistas pueden promocionar su música directamente a sus fans sin la necesidad de una disquera o un equipo de *PR*. A su vez, pueden usar el marketing digital en las redes sociales y crear publicidad en línea por su cuenta que los ayude a llegar a una audiencia más amplia.

En la industria musical, las redes sociales no solo se utilizan como una herramienta de promoción y distribución, sino que son usadas por los artistas para crear su marca e imagen. En cuanto a sus seguidores, o *fans*, las redes sociales suponen una transformación en la manera en que ambos pueden conectar. Los artistas pueden actualizar constantemente a sus seguidores de sus proyectos, y los *fans* se encuentran rodeados de un público con gustos similares a los suyos, formando así una comunidad. Según un estudio de *MusicWatch*, que se puede ver en la figura 1, los artistas y bandas musicales son el segmento más popular de las celebridades seguidas en las redes sociales (Marie, 2018).

Figura 1. Categoría de celebridades o influencers más seguidas en redes sociales



Fuente: elaboración propia a partir de datos de *MusicWatch*

### 2.2.2.3 Spotify

*Spotify* fue fundada en Suecia en el año 2006, y fue oficialmente lanzada como una plataforma de *streaming* de música en el 2008 (Bertoni, 2012). Desde ese momento, se ha expandido en todo el mundo, ofreciendo a los usuarios la oportunidad de escuchar música sin tener que ser dueños de esta. *Spotify* cuenta con una suscripción de 10€ mensuales. También ofrece una suscripción gratis con contenido promocional entre las canciones. Esta plataforma contribuyó al paso entre la compra de música en físico y su transición a lo *online*. “Ahora, comprar un álbum, ya sea físico o digital, era completamente obsoleto: resultaba más económico y conveniente pagar una suscripción mensual a Spotify para acceder a toda la música que un oyente deseara e incluso descargar canciones "sin conexión" en sus teléfonos para áreas sin datos móviles o acceso a Wi-Fi” (Autio, 2019: p. 12).

Hoy en día, *Spotify* es accesible en 183 países (Shepherd, 2023). Hasta comienzos del 2022, la plataforma contaba con 456 millones de usuarios activos, y en 2021 generó alrededor de 9.67 billones de euros en ingresos (Shepherd, 2023).

En Estados Unidos, en el 2021 contaban con 44.7 millones de suscriptores de *Spotify Premium*, y 41.5 millones de usuarios de *Spotify* gratis. En ese año, los usuarios americanos representaron el 30% de los usuarios totales de *Spotify* en el mundo (Susic, 2023).

A su vez, se estima que para el año 2025, *Spotify* alcanzará los 52.2 millones de usuarios de *Spotify Premium* en Estados Unidos, y 52 millones de usuarios gratis (Lebow, 2021).

Debido a la llegada del *streaming*, la industria presencia una mayor afluencia de artistas únicos cada año, lo que genera un mercado más saturado y competitivo. *Spotify Insights*, una base de datos interna, proporciona información interna obtenida de fuentes de *Spotify* sobre cómo ha evolucionado la diversidad de la audiencia promedio de *Spotify* en cuanto a la cantidad de artistas que escuchan, y este número ha aumentado considerablemente en los últimos años. Según David Erlandsson de *Spotify Insights*, esto se debe simplemente a que la plataforma tiene una base de artistas en crecimiento; a más artistas, más diversidad de escucha. Entre 2014 y 2017, la cantidad de artistas únicos que un usuario promedio de *Spotify* escuchaba aumentó aproximadamente un 37%, pasando de menos de 30 a más de 40 artistas por semana (Erlandsson, 2018). De hecho, el ritmo de crecimiento de los artistas únicos reproducidos es mayor que el ritmo de aumento de la música reproducida en el mismo período, lo que indica que cada vez más artistas están emergiendo y ganando visibilidad en la plataforma de *streaming* (Erlandsson, 2018).

Últimamente, se ha prestado especial atención a cómo las plataformas de *streaming* usan su capacidad editorial para transformar la industria. Robert Prey, en su artículo para el diario "*Information, Communication & Society*", habla de *Spotify* y su promoción de listas de reproducción (Prey, 2020). "Si bien los oyentes, las discográficas, las marcas y otras terceras partes pueden crear sus propias listas de reproducción en *Spotify*, las listas de reproducción propiedad de *Spotify* son las más visibles y seguidas en la plataforma. Las 35 listas de reproducción más seguidas en *Spotify* (hasta enero de 2019) son todas propias de *Spotify*; al igual que 99 de las

100 listas de reproducción principales. La lista de reproducción propiedad de *Spotify* más popular, “*Today's Top Hits*”, generada algorítmicamente, tiene una audiencia más grande que cualquier estación de radio de los Estados Unidos” (Prey, 2020: p. 76).

Jon Autio (2019) comenta que las plataformas de *streaming* obtienen ventajas cuando los usuarios consumen más música, por lo que se esfuerzan activamente en garantizar que los oyentes encuentren nuevos artistas, incrementando de esta manera las oportunidades de que los artistas independientes construyan una base de fanáticos mucho más amplia. “Por ejemplo, la lista de reproducción “Descubrimiento semanal” de *Spotify* utiliza un algoritmo para emparejar a los oyentes con artistas que podrían gustarles, utilizando eficazmente análisis para encontrar oyentes para sus artistas, algo que un artista independiente no puede hacer fácilmente por sí mismo” (Autio, 2019: p.14).

#### **2.2.2.4 La industria musical y las redes sociales**

Durante la década de 2010, la evolución de las redes sociales trajo consigo nuevas oportunidades y expectativas tanto para los creadores como para los oyentes. Estas plataformas eliminaron la brecha existente entre los artistas y sus seguidores. A medida que el marketing musical evolucionó, se volvió cada vez más personalizado. Esto ha permitido que los consumidores participen activamente en la conversación y ha dado lugar a comunidades digitales como *TikTok*, donde los consumidores tienen el poder. Los artistas ahora pueden establecer conexiones más profundas que nunca con sus seguidores, creando campañas promocionales para su nueva música (Fountain, 2021).

Según un informe de *Music Watch* sobre las redes sociales en 2019, “9 de cada 10 usuarios de redes sociales realizan actividades relacionadas con la música dentro del marco de una aplicación” (Strauss, 2019). Este informe pone en primer lugar a *Instagram*, en donde el 56% de los usuarios siguen, comparten o etiquetan a músicos. Después está *Twitter*, con un 51%, y *Facebook* con 44%.

Verboord y Noord establecen que las redes sociales han reducido la importancia de la ubicación de un músico, nivelando el terreno de juego para los artistas, ya que la música puede ser distribuida y promovida fácilmente más allá de las fronteras

(Verboord y Noord, 2016). “En lo que respecta a los músicos y sus audiencias, las redes sociales han disminuido las barreras de entrada a la industria musical, al ampliar el alcance y la interacción de los músicos, al tiempo que permiten a la audiencia interactuar y conectarse directamente con los artistas” (Haynes y Marshall, 2018).

#### **2.2.2.5 TikTok y la industria musical**

Desde el inicio de *TikTok*, la música ha sido una característica crucial de la red social. Los “sonidos” de *TikTok* son clave para la creación de los videos, ya sea como fondo o como base para la creación de bailes y *challenges*. Los creadores aprovechan sonidos de canciones o videos cómicos como fondo para sus propios videos, ofreciendo formas creativas de utilizar el audio o creando bailes para acompañarlos. Mientras más se use un sonido, mayor atención recibe del algoritmo, y es más probable que se convierta en tendencia (Field, 2022). No existe un tipo de sonido específico que garantice volverse viral, pero lanzar sonidos que puedan ser utilizados en diversos contextos permite a los usuarios ser más creativos al crear sus videos.

A diferencia de otras redes sociales, en las que las tendencias se encuentran principalmente a través de *hashtags*, *TikTok* cuenta con sonidos populares como su principal recurso para descubrir tendencias. Según *Fanbytes* (2023), esto marca una diferencia sustancial en la estrategia de marketing musical. “En la parte inferior de la pantalla en cada video, verás una nota musical a la izquierda, con texto en movimiento junto a ella y un círculo giratorio a la derecha. Ese es el sonido del video. Puedes hacer clic en el texto o el círculo giratorio para obtener más información sobre el sonido, incluido su creador y todos los videos que lo utilizan, con los ejemplos más populares en la parte superior” (*Fanbytes*, 2023).

Según el blog oficial de *TikTok*, la música y el sonido son su lenguaje universal, y juegan un papel integral en la creatividad, la vitalidad y el impacto cultural de la comunidad (*TikTok*, 2021). “*TikTok* se ha convertido en una parte integral del descubrimiento musical, conectando a los artistas con sus fans e introduciendo a las marcas en cada rincón de la comunidad”, dijo Ole Obermann, Jefe Global de Música de *TikTok*. “*TikTok* es el hogar de las tendencias musicales que permean la industria, las listas y la cultura” (*TikTok*, 2021).

Según un estudio pedido por *TikTok* a *MRC Data*, “la mayoría de los usuarios de *TikTok* no solo descubren nueva música en la plataforma, sino que también escuchan canciones que no escuchan en ningún otro lugar. El 75% de los usuarios de *TikTok* dicen que descubren nuevos artistas a través de la plataforma, y el 63% de los usuarios de *TikTok* han escuchado nueva música que nunca habían escuchado antes en *TikTok*” (*TikTok*, 2021).

A su vez, se descubrió que “la comunidad de *TikTok* está motivada a interactuar con la música que se presenta en los videos de *TikTok*, con el 67% de los usuarios de *TikTok* más propensos a buscar una canción que escucharon en *TikTok* en una plataforma de *streaming* de música” (*TikTok*, 2021).

Según Rojas y Sierra (2023), “la viralización de una canción en *TikTok* está influenciada por la capacidad que tiene la plataforma para conectar con los intereses y gustos de su audiencia. Los usuarios de *TikTok* son especialmente receptivos a la música y están dispuestos a compartir y comentar sobre las canciones que les gustan. Por lo tanto, una canción que conecte con la audiencia en términos de melodía, ritmo, letra o coreografía tiene mayores posibilidades de volverse viral en esta red social” (Rojas y Sierra, 2023: p.92) .

Se ha visto que hay una correlación entre los sonidos que se vuelven virales y su popularidad en los servicios de *streaming*. Muchas de las canciones en tendencia de la aplicación han llegado a las listas *Billboard 100* en Estados Unidos. “El 67% de los usuarios de la aplicación tienen más probabilidades de buscar canciones en servicios de *streaming* una vez que las han escuchado en *TikTok*” (Field, 2022). Kristen Bender, vicepresidenta *senior* de estrategia digital y desarrollo de negocios en *Universal Music Group*, dijo: “*TikTok* se ha convertido realmente en una parte crítica de la narración de los artistas”. “Desde que firmamos nuestro acuerdo con *TikTok* a principios de este año, nuestras discográficas han estado muy involucradas en la plataforma” (Field, 2022).

En su tesis, Silva y Uribe (2021) proponen que *TikTok* ha generado una nueva alternativa de marketing musical para los artistas, ya que los *fans* tienen un espacio

en el que viralizan su música, “en donde usuarios de diferentes países se sumen a la tendencia y posicione la canción en el top 10 y de las grandes listas del mercado musical” (Silva y Uribe, 2021: p.20).

El impacto de la música en *TikTok* se nota en su asociación con diferentes potencias en la industria musical americana, como *Warner Music Group* y *Universal Music Group*. Estas colaboraciones han dado lugar a acuerdos globales que benefician tanto a los artistas y compositores como a los usuarios de *TikTok*.

En el caso de *Universal Music Group*, se ha alcanzado un acuerdo que busca garantizar una compensación equitativa para los artistas de grabación y compositores, al tiempo que fortalece la relación existente entre las dos compañías (*TikTok*, 2021). Los usuarios de *TikTok* ahora tienen la capacidad de incorporar fragmentos del amplio catálogo musical de *UMG*, permitiéndoles expresarse creativamente y construir comunidades en torno a la cultura musical y los artistas que aman (*TikTok*, 2021).

Por otro lado, la alianza entre *TikTok* y *Warner Music Group* ha resultado en un acuerdo que expande y mejora significativamente la relación entre ambas partes. Este acuerdo cubre la licencia de música grabada de *Warner Recorded Music* y *Warner Chappell Music* para diversas plataformas de *TikTok*. Esto ha llevado a la incorporación de clips del catálogo musical completo de *WMG* en *TikTok*, lo que brinda a los usuarios la posibilidad de agregar canciones icónicas a sus videos y estimular la creatividad de manera única (*TikTok*, 2023).

Dado que la música está en el centro de casi todos los *TikToks* que se publican, los artistas deben entender cómo producir sus canciones para que tengan el potencial de convertirse en virales en *TikTok*. Craig Marks, antiguo editor de *Billboard*, afirma que "en lugar de que los grandes artistas tengan garantizada la difusión, las estrellas de *TikTok* no son los propios artistas -que están en gran medida ausentes de los clips que hacen que sus canciones tengan éxito-, sino más bien *influencers* como Addison Rae y Charli D'Amelio... que disparan la viralidad de las canciones con sus populares vídeos de baile" (Unterberger, 2020).

Muchos artistas han empezado a crear canciones específicamente para que los *TikTokers* las bailen. Si consiguen que un artista viral cree o replique un baile de su canción, la notoriedad de su música aumenta exponencialmente. Muchos artistas, especialmente raperos, han escrito letras que hacen referencia a tendencias populares de *TikTok* con la esperanza de que esto ayude a la canción a ganar fuerza en la aplicación (Whateley, 2021).

*TikTok* influye enormemente en la música que escucha la sociedad actual. Los usuarios de *TikTok* tienen un rol muy importante a la hora de determinar cuáles son las canciones que ganan popularidad en la aplicación. Esto ha llevado a que la forma en que las discográficas y los artistas comercializan su música cambie radicalmente. Los fans eligen qué canciones les gustan, y las discográficas deben reaccionar ante ello (Unterberger, 2020).

La plataforma de *TikTok* también facilita a las empresas de la industria el descubrimiento de nuevos artistas. Mediante la aplicación, estas empresas pueden acceder a una amplia gama de talentos en ascenso, simplificando considerablemente el proceso de identificación de nuevas promesas artísticas. Durante el año 2020, setenta músicos aseguraron acuerdos con las principales compañías discográficas del sector, gracias a que sus éxitos se volvieron virales en *TikTok*. Entre estos artistas destacan nombres como Megan Thee Stallion, Doja Cat y Arizona Zervas (*TikTok*, 2021).

Hoy en día, *TikTok* actúa como intermediario entre la audiencia y las plataformas de *streaming*. La propia empresa *TikTok* cuenta con un perfil en *Spotify* donde comparte listas de reproducción públicas con los éxitos más escuchados y utilizados en la aplicación. Esto también sucede en la plataforma *Apple Music*, donde la empresa comparte desde su cuenta principal listas de reproducción como "*TikTok Viral*" con las canciones en tendencia de la aplicación. Esto ayuda a los usuarios de ambas plataformas a identificar y descubrir de manera más rápida las canciones que han escuchado en *TikTok*.

#### **2.2.4 Los artistas musicales y las redes sociales**

En la última década, se ha transformado el panorama de la industria musical, revolucionando la forma en que los artistas independientes conectan con su

audiencia y promocionan su trabajo. Hace tan solo una década, la búsqueda de un contrato de grabación con una discográfica importante era el único camino hacia el reconocimiento generalizado para los aspirantes a carreras musicales. Sin embargo, la llegada de Internet ha alterado este modelo tradicional, empoderando a los artistas para trazar su propio camino hacia el éxito (Nevue 2003).

Según Haynes y Marshall, “en la era previa a Internet, las formas en que un músico podía hacer que su música fuera escuchada por posibles seguidores eran escasas: la radio, la televisión y las presentaciones en vivo eran las más evidentes, pero las dos primeras estaban fuertemente restringidas, mientras que la tercera era consumidora de tiempo, costosa y alcanzaba a un número limitado de oyentes. Con la llegada de Internet, según cuenta la historia, un músico puede subir canciones a sitios como *MySpace* y *YouTube*, llegando a una audiencia mucho mayor prácticamente sin costo alguno” (Haynes & Marshall, 2017: p. 4).

Para los músicos independientes que se encuentran fuera de los centros tradicionales de la industria musical, como Londres o Los Ángeles, el alcance global de Internet resultó particularmente transformador. La capacidad de conectarse directamente con los seguidores a través de plataformas de redes sociales ofreció una ventaja sin precedentes. Los músicos ahora podían cultivar una relación directa con su audiencia, eliminando intermediarios y comercializando directamente a sus seguidores. Haynes y Marshall (2017) exponen que esta intimidad fomentó un sentido más fuerte de afinidad, con los seguidores más propensos a invertir financieramente en los artistas con los que sentían una conexión personal.

Históricamente, la influencia de las principales discográficas era una fuerza dominante en la industria musical, moldeando las carreras y fortunas de los artistas. Firmar con una discográfica importante a menudo señalaba un boleto para el reconocimiento internacional y el respaldo financiero. Sin embargo, Internet ha democratizado esta dinámica. Los músicos ahora pueden crear, producir y promocionar su propia música, evitando la necesidad de guardianes tradicionales. Esta nueva autonomía ha permitido a los artistas tomar el control de su destino, dando lugar a historias de éxito donde músicos independientes han logrado ventas significativas y llenado grandes recintos en todo el mundo, todo ello sin el respaldo

de la reproducción en la radio convencional o el presupuesto de una gran discográfica (Haynes & Marshall, 2017).

Uno de los cambios más profundos facilitados por Internet es la evolución de la relación entre el artista y el seguidor. La intimidad inherente en la letra de las canciones y la interpretación musical ha encontrado un aliado natural en las redes sociales. Los seguidores ahora tienen un acceso sin precedentes para interactuar con sus músicos favoritos en tiempo real, forjando un vínculo único que antes estaba limitado a conciertos ocasionales o eventos de encuentro pagados. Esta nueva intimidad se nutre de la conectividad constante que brindan las redes sociales, permitiendo a los seguidores interactuar con sus ídolos sin barreras financieras (Byrnes, 2023).

En esencia, Internet ha transformado el modelo tradicional de la industria musical, otorgando a los artistas una nueva agencia y permitiéndoles interactuar directamente con su audiencia. Los músicos emergentes ya no necesitan depender únicamente de las discográficas principales o los medios convencionales para obtener reconocimiento; pueden producir, distribuir y promocionar su música de manera independiente. El resultado es una industria musical más democratizada donde el talento, la creatividad y el compromiso directo con los seguidores son las fuerzas impulsoras del éxito, inaugurando una nueva era de posibilidades para los artistas de todo el mundo.

### **3. Metodología**

El presente estudio de investigación se enfoca en analizar en profundidad la interacción entre *TikTok* y la industria musical. El trabajo busca examinar cómo *TikTok* ha transformado la forma en que la música es descubierta, promovida y consumida por el público. Además, se busca evaluar el impacto positivo de esta red social en la industria musical en Estados Unidos. Para lograr este objetivo, se ha implementado una metodología que combina métodos cualitativos y cuantitativos que incluye el análisis de perfiles de *TikTokers* musicales influyentes, la recopilación y evaluación de datos de encuestas y la realización de entrevistas con profesionales de la industria musical.

En esta sección se ofrecerá una descripción detallada de la metodología aplicada y de las técnicas utilizadas para recopilar la información requerida para las respuestas.

### 3.1 Propuesta de Metodología

Tabla 1. Herramientas Metodológicas

Herramientas Metodológicas	
Herramienta	Descripción
<b>Encuestas</b>	<p>Las encuestas son un método de recolección de datos cuantitativos que permiten obtener una visión más general del fenómeno en estudio. Servirán para recolectar datos sobre los hábitos y percepciones de los usuarios de <i>TikTok</i> en los Estados Unidos. La encuesta estará dirigida a usuarios de todas las edades y se utilizará un muestreo por conveniencia para obtener una muestra representativa de la población.</p> <p>Esta herramienta implica el uso de técnicas estadísticas y otros métodos para analizar los datos recolectados durante la investigación. Permite analizar los datos recolectados a través de la encuesta y obtener información relevante sobre los hábitos y percepciones de los usuarios de <i>TikTok</i> en los Estados Unidos. Se desea conocer el uso que le dan a <i>TikTok</i> los usuarios, específicamente en relación a la música. También se busca averiguar si estos usuarios han descubierto nuevos artistas o canciones gracias a esta red social. Por último, se desea saber su opinión acerca de la relación entre <i>TikTok</i> y la industria musical. Los resultados se usarán para validar las hipótesis planteadas y obtener conclusiones objetivas y confiables.</p> <p>Se analizarán los datos recolectados en las encuestas, las cuales se realizarán a un promedio de 400 personas en un promedio de 3 meses. Serán encuestas <i>online</i> que se realizarán a través de <i>Google Forms</i>.</p>
<b>Entrevistas a expertos</b>	<p>Las entrevistas son un método de recolección de datos cualitativos que permiten profundizar en las percepciones y experiencias de los sujetos. Servirán para obtener información y opiniones de expertos en la industria</p>

	<p>de la música y los medios de comunicación en relación con el impacto de <i>TikTok</i> en la industria musical. Las entrevistas se llevarán a cabo con expertos seleccionados en función de su experiencia y conocimientos relevantes.</p> <p>Los entrevistados son Freddie Morris y Tiffany Truong, quienes han trabajado en redes sociales y marketing en empresas de la industria musical en Estados Unidos. Las entrevistas ofrecen información valiosa para respaldar los objetivos y comprobar las hipótesis planteadas. Las entrevistas exploran el impacto de TikTok en la música, desde su influencia en el descubrimiento y promoción de artistas hasta su papel en el éxito de canciones y su efecto en la industria musical en general. También revelan cómo TikTok ha modificado las estrategias de marketing de sellos discográficos y expertos de la industria. Además, proporcionan consejos prácticos para artistas emergentes sobre cómo utilizar TikTok de manera efectiva para ganar seguidores y promocionarse en la plataforma.</p>
<b>Análisis de redes sociales</b>	<p>Se hará una observación detallada de usuarios destacados en <i>TikTok</i> dentro del ámbito musical, examinando su proceso de viralización y la interacción generada. Se seleccionarán artistas emergentes que experimentaron un ascenso repentino a la fama debido a videos virales, explorando las razones detrás de su éxito. Se busca analizar las relaciones y conexiones entre los sujetos de estudio en las redes sociales. Permite identificar patrones y tendencias en la comunicación y las interacciones en línea. Servirá para analizar el contenido generado por los usuarios de <i>TikTok</i> en relación con la música y los artistas, y evaluar el impacto de <i>TikTok</i> en la promoción de la música y la creación de tendencias en la plataforma. Se identificarán los videos que llevaron a los artistas seleccionados a ser virales, se observará cómo la interacción con usuarios de <i>TikTok</i> los llevó a ser virales, ya sea a través de comentarios, “<i>stitches</i>”, dúos o “<i>challenges</i>”. También se observará el plazo de tiempo entre su viralización en <i>TikTok</i> y el lanzamiento de su música en <i>Spotify</i>.</p> <p>Este análisis se enfoca en cinco artistas específicos: Gayle, Katie Gregson-</p>

Macleod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nicky Youre. La elección de estos artistas se basa en su representación de músicos en ascenso que lograron viralidad con su música original en *TikTok* y actualmente tienen una carrera en desarrollo. Cuentan con una sólida presencia en *TikTok*, respaldada por cientos de miles de seguidores y millones de visualizaciones en sus videos.

Para obtener una comprensión más completa de los artistas que han ganado notoriedad en *TikTok*, los aspectos analizados incluyen:

- A. Nombre y usuario
- B. Número de seguidores en *TikTok*
- C. Impacto de las publicaciones (*Likes*)
- D. *Engagement*
- E. Música publicada
- F. Número de reproducciones o descargas que han recibido
- G. Videos
- H. Número de publicaciones
- I. Interacción con sus seguidores
- J. Impacto de su música en *TikTok* (uso de sonido)

*Fuente: elaboración propia*

Siguiendo la estrategia seleccionada, se ha optado por emplear una combinación de métodos. Para alcanzar los objetivos, se han utilizado los enfoques cualitativo y cuantitativo.

### **3.2 Metodología Cuantitativa**

Según el *SIS International Research*, “la investigación cuantitativa es una forma estructurada de recolectar y analizar datos obtenidos de diferentes fuentes”. Este tipo de investigación implica el uso de “herramientas computacionales, estadísticas y matemáticas para obtener resultados. Su objetivo es conclusivo, ya que busca cuantificar el problema y comprender su prevalencia mediante la búsqueda de resultados proyectables a una población más amplia” (*SIS International Research*, 2018).

Según *USC*, las principales características de esta metodología son:

- Los datos generalmente se recopilan utilizando instrumentos de investigación estructurados.
- Los resultados se basan en muestras más grandes que son representativas de la población.
- El investigador tiene una pregunta de investigación claramente definida a la cual se buscan respuestas objetivas.
- Los datos se presentan en forma de números y estadísticas, a menudo organizados en tablas, gráficos, figuras u otras formas no textuales.
- El proyecto se puede utilizar para generalizar conceptos de manera más amplia, predecir resultados futuros o investigar relaciones causales (*USC Libraries, 2023*).

### 3.2.1 Encuestas

Para investigar el impacto de *TikTok* en la industria musical en los Estados Unidos, ha utilizado el muestreo por conveniencia para crear una encuesta en *Google Forms* dirigida a usuarios de *TikTok* de todas las edades en los Estados Unidos. Las encuestas han sido realizadas en inglés a usuarios nacidos en Estados Unidos de cualquier origen étnico y que viven en Estados Unidos. No se diferenció entre etnicidad. El objetivo fue recolectar un mínimo de 400 respuestas para asegurar la significancia estadística. Los participantes proporcionaron su rango de edad y aseguraron que son ciudadanos de Estados Unidos y son usuarios activos de *TikTok*.

Se eligió el muestreo por conveniencia porque no es factible obtener una lista completa de todos los usuarios de *TikTok* en los Estados Unidos, por lo que no es posible utilizar un enfoque de muestreo aleatorio. El muestreo por conveniencia implica seleccionar participantes en función de su disponibilidad y disposición para participar, en lugar de seleccionarlos al azar de una población más grande. En este caso, los participantes han sido reclutados a través de varios canales de redes sociales y foros en línea, y la encuesta ha estado disponible para cualquier persona dispuesta a completarla.

Muestra para población infinita (mayor a 100.000):

**n = 4 x 50 x 50 / 25**

**n = 10.000 / 25**

**n = 400**

La investigación se ha centrado en este país debido a la fuerte presencia de la industria musical en él y su gran cantidad de usuarios en *TikTok*. A partir de 2021, *TikTok* tiene más de 86 millones de usuarios en los Estados Unidos, lo que la convierte en una de las aplicaciones de redes sociales más populares en el país (Statista, 2022). Hay un gran número de estudios y artículos centrados específicamente en la red social en este país, y esta información será muy útil para complementar esta investigación.

En esta investigación, el objetivo del uso de esta metodología cuantitativa es contribuir a la prueba de las hipótesis planteadas. En particular, se desea conocer el uso que le dan a *TikTok* los usuarios, específicamente en relación a la música. También se busca averiguar si estos usuarios han descubierto nuevos artistas o canciones gracias a esta red social. Por último, se desea saber su opinión acerca de la relación entre *TikTok* y la industria musical.

A continuación, se presentará una tabla que muestra el recuento total de las encuestas realizadas, el tiempo empleado para obtener las encuestas y el medio utilizado.

*Tabla 2. Resumen de encuestas*

<b>Número de encuestas</b>	414
<b>Tiempo</b>	3 meses
<b>Herramienta</b>	<i>Google Forms</i>
<b>Soporte</b>	<i>Online</i>

*Fuente: elaboración propia*

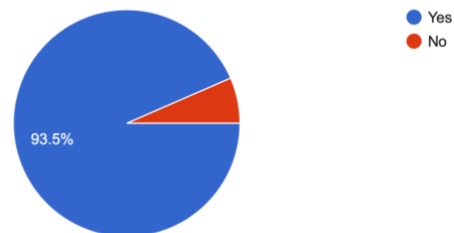
La fecha de inicio de la encuesta se estableció el 20 de marzo, y se espera que se recogieron al menos 414 respuestas antes del 31 de mayo. Se eligió este período para la encuesta, ya que se ha considerado que es el tiempo suficiente para reunir una muestra representativa de los usuarios de *TikTok* en los Estados Unidos.

Las primeras preguntas de la encuesta sirvieron para asegurar que los encuestados cumplieran con los requisitos de la muestra. Esto se puede ver a continuación.

### a. ¿Eres ciudadano de los Estados Unidos de América?

Figura 2. ¿Eres ciudadano de los Estados Unidos de América?

Are you a citizen of the United States of America?  
414 responses



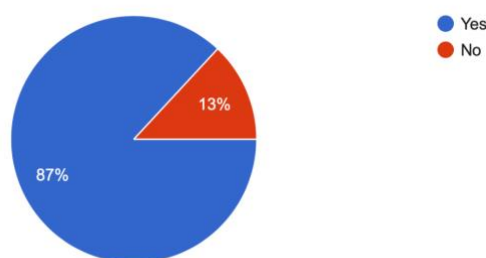
Fuente: elaboración propia

De las 414 respuestas, 387 de los encuestados son ciudadanos de Estados Unidos, y 27 no lo son.

### b. ¿Eres usuario de TikTok?

Figura 3. ¿Eres usuario de TikTok?

Are you a user of Tik Tok?  
414 responses

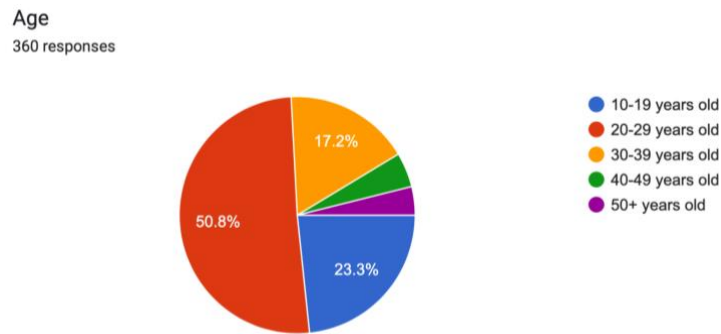


Fuente: elaboración propia

De las 414 respuestas, 360 encuestados son usuarios de TikTok, y 54 no lo son.

### c. Edad

Figura 4. Edad



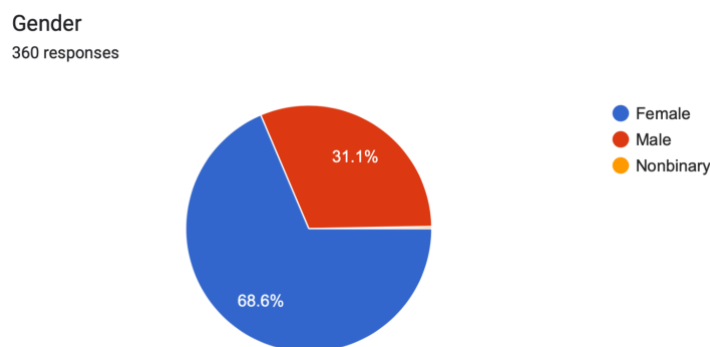
*Fuente: elaboración propia*

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 84 tienen entre 10 y 19 años; 183 tienen entre 20 y 29 años; 62 tienen entre 30 y 39 años; 17 tienen entre 40 y 49 años; y 14 tienen más de 50 años.

El hecho de que la mayoría de los usuarios encuestados de *TikTok* se encuentren en los grupos de edad de 20 a 29 años y 10 a 19 años indica que la plataforma es popular entre los jóvenes y adultos jóvenes en Estados Unidos. Esto sugiere que *TikTok* ha logrado captar la atención de estas generaciones y se ha convertido en una plataforma de elección para la interacción social y el entretenimiento musical.

#### d. Género

*Figura 5. Género*



*Fuente: elaboración propia*

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 247 son del género femenino; 112 son del género masculino; y 1 es de género no binario.

Si bien la mayoría de los encuestados en *TikTok* son del género femenino, también se observa una proporción significativa de usuarios masculinos. Esta diversidad en cuanto al género de los usuarios demuestra que *TikTok* atrae a una amplia variedad de géneros y no está dominado exclusivamente por un grupo en particular. Esto indica que *TikTok* tiene una base de usuarios diversa y que su impacto en la industria musical se extiende a una amplia audiencia.

A través de las encuestas, se han explorado patrones de uso de *TikTok* entre los usuarios, especialmente en lo que respecta al descubrimiento de nueva música y artistas. Preguntas específicas sobre cómo descubren música en la plataforma, qué tipo de contenido musical consumen con mayor frecuencia y qué factores influyen en su elección de seguir a ciertos artistas, han permitido obtener una visión más profunda sobre cómo *TikTok* ha impactado la forma en que la audiencia interactúa con la música.

Además, las encuestas han ayudado a evaluar el impacto de *TikTok* en la industria musical en general. Se incluyeron preguntas sobre si los encuestados han descubierto nuevos artistas a través de *TikTok*, si han interactuado con música de artistas desconocidos antes de su popularidad en la plataforma y si *TikTok* ha influido en sus decisiones de escuchar música en otras plataformas o asistir a conciertos.

Luego, al analizar los datos recopilados a través de las encuestas, se han podido comparar con las hipótesis iniciales. Si la mayoría de los usuarios indican que han descubierto nueva música y artistas a través de *TikTok*, esto respalda la hipótesis de que la plataforma ha tenido un impacto significativo en la forma de descubrir música. Por otro lado, si los datos muestran que la mayoría de los usuarios no han interactuado con música desconocida en la plataforma, esto podría refutar la hipótesis.

Además de datos cuantitativos, las encuestas también proporcionan información cualitativa valiosa a través de preguntas abiertas. Las respuestas a estas preguntas permitirán obtener percepciones más detalladas y opiniones de los usuarios sobre su experiencia con la música en *TikTok*, lo que ayudará a comprender mejor cómo la plataforma ha influido en sus hábitos de consumo musical.

En resumen, las encuestas permitirán recopilar datos valiosos para evaluar cómo *TikTok* ha afectado la forma de descubrir y promover música, así como su efectividad como herramienta de marketing para artistas. Al analizar y comparar los resultados con las hipótesis y objetivos de investigación, se obtendrá una visión más completa de la influencia de *TikTok* en la industria musical.

### 3.3 Metodología Cualitativa

Según el *SIS International Research*, la investigación cualitativa es generalmente más exploratoria, y depende de la recolección de datos verbales u observacionales que pueden interpretarse de manera subjetiva. Tiene un alcance amplio y se utiliza típicamente para explorar las causas de posibles problemas que puedan existir (*SIS International Research*, 2018).

#### 3.3.1 Análisis de artistas de TikTok

Para la fase cualitativa, se ha elaborado una observación a fondo de ciertos usuarios de *TikTok* del sector musical, para analizar su viralización e interacción. Son artistas que han triunfado de manera repentina, los videos que los llevaron a ser virales y las razones o sucesos que los llevaron a serlo. Para demostrar el poder de *TikTok* como herramienta de promoción para aspirantes a artistas, se ha observado cómo la interacción de los usuarios de *TikTok* los llevó a ser virales, ya sea a través de comentarios, “*stitches*”, dúos o “*challenges*”. También se ha observado el plazo de tiempo entre su viralización en *TikTok* y el lanzamiento de su música en *Spotify*.

Los artistas seleccionados para este análisis son Gayle, Katie Gregson-Macleod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nicky Youre.

Tabla 3. Los artistas seleccionados.

Artista	Usuario	Seguidores	Publicaciones
---------	---------	------------	---------------

Gayle	@gaylecantspell	1.1 millones	773
Katie Gregson- Macleod	@katiegregsonmacleod	240,1K	405
Em Beihold	@embeihold	1,2 millones	530
Stephen Sanchez	@stephensanchezofficial	1,5 millones	259
Nicky Youre	@nickyyoure	167,8 K	247

*Fuente: elaboración propia en base a datos de TikTok*

Estos artistas han sido seleccionados al representar aspirantes a artistas que se hicieron virales con su música original y hoy en día tienen música publicada y han empezado una carrera con potencial de crecimiento. Tienen cientos de miles de seguidores y millones de visualizaciones en sus videos, y tienen ahora una fuerte presencia en la red social de *TikTok*. Al analizar sus perfiles y experiencias, se puede obtener información sobre cómo *TikTok* ha impactado la industria musical e identificar tendencias o patrones.

Para obtener más información sobre los artistas que han ganado fama en *TikTok*, se ha llevado a cabo una investigación sobre determinados usuarios de la red social. Concretamente se observaron 5 perfiles, y los aspectos estudiados son los siguientes:

- A. Nombre y usuario**
- B. Número de seguidores en *TikTok***
- C. Impacto de las publicaciones (*Likes*)**
- D. *Engagement***
- E. Música publicada**
- F. Número de reproducciones o descargas que han recibido**
- G. Videos**
- H. Número de publicaciones**
- I. Interacción con sus seguidores**
- J. Impacto de su música en *TikTok* (uso de sonido)**

El análisis de perfiles de artistas de *TikTok* y la recolección de la información indicada, proporcionarán datos esenciales para refutar o comprobar las hipótesis y cumplir los objetivos de la investigación.

Al analizar el impacto de las publicaciones y la música de los *TikTokers*, se puede determinar si *TikTok* ha tenido un papel significativo en el descubrimiento de nuevos artistas o en la promoción de música. Si se encuentra que aquellos con un gran número de seguidores o videos virales tienen más reproducciones y descargas de su música, esto respalda la hipótesis de que *TikTok* ha sido una plataforma influyente para dar a conocer nuevos artistas y su música. Por otro lado, si se descubre que el número de seguidores o el engagement no se correlaciona con el impacto de la música, se podría refutar la hipótesis y concluir que otros factores fuera de *TikTok* están afectando el éxito musical de los artistas.

Al analizar el estilo de publicaciones y la interacción con los seguidores, se puede comprender cómo los *TikTokers* han utilizado la plataforma para conectarse con su audiencia. Esto ayudará a cumplir el objetivo de investigar cómo los artistas utilizan *TikTok* como herramienta de marketing y cómo interactúan con su público.

Además, al evaluar el impacto de su música en *TikTok* mediante el uso de sonidos populares o virales, se puede confirmar si *TikTok* ha tenido una influencia significativa en la difusión de su música y si esta ha sido utilizada en muchos videos. Si se encuentra que ciertas canciones se han vuelto virales en la plataforma, esto respalda el objetivo de evaluar el impacto de *TikTok* en la industria musical.

### **3.3.2 Entrevistas**

Por último, se han realizado entrevistas. Estas sirven para obtener información y opiniones de expertos en la industria de la música y los medios de comunicación en relación con el impacto de *TikTok* en la industria musical. Las entrevistas se han llevado a cabo con expertos seleccionados en función de su experiencia y conocimientos relevantes.

Las entrevistas proporcionan información valiosa para refutar o comprobar las hipótesis y cumplir los objetivos de la investigación. Al entrevistar profesionales de la

industria, se puede obtener una visión más profunda sobre cómo *TikTok* ha impactado la forma en que se descubre y promueve la música. Las respuestas a preguntas como "¿Cómo ha impactado *TikTok* en la forma en que se descubre y promueve la música en la industria?" y "¿Qué papel ha jugado *TikTok* en el éxito de ciertas canciones o artistas?" permiten evaluar si la plataforma ha tenido un impacto significativo en la promoción musical y en el reconocimiento de nuevos talentos.

Las entrevistas también ayudan a evaluar si existe presión sobre los artistas aspirantes para lograr grandes números y ser contratados. Preguntas como "¿Hay presión sobre los artistas aspirantes para lograr grandes números y tener una oportunidad de ser contratados?" y "¿Cómo se ha convertido *TikTok* en una plataforma para que los artistas desconocidos obtengan exposición y reconocimiento?" permiten comprender cómo la plataforma ha afectado las expectativas y oportunidades para artistas emergentes.

Para cumplir el objetivo de evaluar si *TikTok* ha tenido un efecto positivo o negativo en la industria musical, las entrevistas brindan perspectivas diversas sobre esta cuestión. Preguntas como "¿Crees que *TikTok* ha tenido un efecto positivo o negativo en la industria musical?" y "¿*TikTok* ha cambiado la forma en que se produce o se comercializa la música?" permiten analizar los diferentes puntos de vista y opiniones sobre el impacto de la plataforma.

Las entrevistas con profesionales de la industria también permiten explorar cómo los sellos discográficos y los expertos de la industria han adaptado sus estrategias de marketing al surgimiento de *TikTok*. Preguntas como "¿Cómo han adaptado los sellos discográficos y los profesionales de la industria musical al surgimiento de *TikTok* como herramienta de marketing?" proporcionan información sobre cómo la plataforma ha afectado las estrategias de promoción y marketing en la industria.

Por último, las entrevistas permiten identificar estrategias efectivas para promocionarse en la plataforma y ganar seguidores. Preguntas como "¿Cuáles son algunas de las estrategias que los artistas desconocidos pueden usar para promocionarse eficazmente en *TikTok* y ganar seguidores?" proporcionan

información práctica para aquellos que buscan utilizar *TikTok* como herramienta de promoción.

Los entrevistados para esta investigación se pueden ver a detalle en la tabla 3.

Tabla 4. Tabla de entrevistados

Entrevistado	Título	Experiencia
<b>Freddie Morris</b>	B.A. en Comunicación y Marketing en la “Universidad de Florida Central”	<p>Actualmente trabaja en <i>300/Elektra Entertainment</i>. Colabora con artistas como Young Thug, Gunna, Maria Becerra, Waterparks, \$NOT, Barns Courtney y Highly Suspect. Su labor implica desarrollar estrategias digitales y de redes sociales para campañas de lanzamiento de álbumes, giras, promoción de marcas y videos musicales.</p> <p>Previamente formó parte de <i>Career Artist Management</i>, donde trabajó con artistas como Maroon 5, Big Boi y Chromeo. Su experiencia anterior incluye colaboraciones con nombres reconocidos como Robin Thicke, Iggy Azalea, Anitta, Miguel, Breaking Benjamin, A\$AP Rocky, Juicy J, Gavin Degraw, Barenaked Ladies, entre otros. Durante su tiempo allí, contribuyó al marketing de 9 álbumes que alcanzaron el <i>top 10</i> en <i>Billboard</i>, incluyendo éxitos como "<i>Blurred Lines</i>" de Robin Thicke, "<i>Dark Before Dawn</i>" de Breaking Benjamin y "<i>V</i>" de Maroon 5. Su perfil laboral abarca desde la creación de estrategias en redes sociales, la coordinación de campañas de marketing digital, la creación y mantenimiento de sitios web, la colaboración con marcas emocionantes y mucho más (Freddie Morris, s.f)</p>
<b>Tiffany Truong</b>	Especialista en redes sociales y creadora de contenido	<p><i>Manager</i> de redes sociales en <i>Warner Music Group</i>. Especialista de redes sociales en KPOPCENTER.</p> <p>Su rol implica promocionar la empresa y sus activos ante</p>

		<p>posibles clientes con el objetivo de reclutar futuros talentos. Gestiona consultas y actúa como puente entre el público y los consultores de la empresa, supervisando la mediación. Analiza e interactúa con el público para mejorar el alcance y la publicidad de las redes sociales de la empresa (Tiffany Truong, s.f).</p>
--	--	---

*Fuente: Elaboración propia en base a datos de LinkedIn*

En resumen, las entrevistas ofrecen perspectivas valiosas y datos cualitativos que ayudan a refutar o comprobar las hipótesis sobre el impacto de *TikTok* en la industria musical. Además, permiten cumplir los objetivos de investigación al proporcionar una comprensión más profunda sobre cómo la plataforma ha afectado el descubrimiento y promoción de la música, las estrategias de marketing utilizadas y su influencia en el éxito de artistas desconocidos y la industria musical en general.

## **4. Resultados de la Investigación**

### **4.1 Análisis de artistas de *TikTok***

Como se ha explicado en la metodología, se ha hecho un análisis de 5 perfiles de artistas musicales de *TikTok*, con un enfoque en las publicaciones que los hicieron virales. Con este análisis se busca lograr los objetivos de investigación, al establecer ejemplos que comprueben el impacto positivo que *TikTok* ha tenido en artistas pequeños; y también explorar el uso de *TikTok* para hacer marketing y viralizar su música por parte de diferentes artistas.

#### **4.1.1 Gayle**

##### **4.1.1.1 Análisis de impacto**

A. **Nombre y usuario:** Gayle, @gaylecantspell

Gayle es una artista que inició su carrera produciendo *singles* por su cuenta. En el 2020 fue descubierta por Kara DioGuardi, co-fundadora de *Arthouse Entertainment*, quien la ayudó a ser contratada por *Atlantic Records/Arthouse Records* (Ju, 2021).

Su éxito llegó gracias a *TikTok*. En el 2021, Gayle subió a su cuenta de *TikTok* un video donde afirmaba "no tengo ideas para canciones" y pidió a sus seguidores que comenten ideas para canciones. Nancy Berman, una gerente de marketing de *Atlantic Records*, comentó pidiendo una canción que incorporara el alfabeto. Días después, Gayle subió otro video donde tocó el coro de la canción "ABCDEFU". Este video se volvió viral en la aplicación, con miles de personas usándola de fondo para sus videos. Un tiempo después, Gayle lanzó la canción como *single* con *Atlantic Records* (MILKY, 2021), que llegó a ser número 3 en los *Billboard Hot 100*. Tras este éxito, Gayle lanzó un *EP* de seis canciones llamado *A Study of the Human Experience Volume One*.

Gayle será el acto de apertura en varios shows de la etapa estadounidense de la gira *The Eras* de Taylor Swift (Willman, 2022), y en la etapa europea de la próxima gira *Pink Summer Carnival* de Pink (Johnson, 2023). A su vez, fue nominada a un *Grammy* en el año 2023, en la categoría "Canción del año".

- B. **Número de seguidores en TikTok:** 1.1 millones
- C. **Impacto de las publicaciones (Likes, comentarios):** Gayle cuenta con 22,6 millones de *likes* en sus publicaciones en *TikTok* (Songstats, 2023).
- D. **Engagement:** 9.2% (Songstats, 2023)
- E. **Música publicada:** Gayle ha publicado 4 *EPs* y cuenta con 25 *singles*.
- F. **Número de reproducciones o descargas que han recibido:** Gayle cuenta con 11 millones de oyentes mensuales en *Spotify* y 582K seguidores en la plataforma.
- G. **Videos:**

Tabla 5. Análisis de *TikTok* de Gayle

Video	Fecha de publicación	Visualizaciones	Likes	Comentarios	Contenido
-------	----------------------	-----------------	-------	-------------	-----------

<a href="#">1</a>	30/7/2021	6,5 millones	705.2 K	6345	El primer video que se volvió viral en su <i>TikTok</i> es una respuesta a un comentario que la incita a escribir una canción de desamor usando el abecedario. Este video fue aquel que la hizo empezar a promocionar con cada vez más fuerza su música. El comentario fue hecho en el video previo, en el cual se presentaba a la audiencia y pedía a cualquiera que viera el video que le den ideas para canciones ya que necesitaba inspiración (GAYLE, 2021).
<a href="#">2</a>	3/08/2021	3.9 millones	301.6 K	2625	Gayle empieza a subir más videos promocionando su música y a sí misma como artista pop. Después de un par de vídeos más, el siguiente video que supera el millón de visitas la muestra preguntando a los que ven el video: “¿Alguna vez has querido mandar a tu novio a la mierda?, pues he escrito una canción para ti”. Después de eso, se escucha la canción ya grabada y ella se filma cantando. También pone la letra de la canción en pantalla (GAYLE, 2021).
<a href="#">3</a>	16/08/2021	104.6 K	2701	68	Para anunciar que la canción ya estaba disponible en las plataformas de <i>streaming</i> , Gayle sube un <i>TikTok</i> mostrando el hueso de su dedo medio, que estaba roto. Así mismo, el arte de la portada del <i>single</i> son los rayos X de esa rotura (GAYLE, 2021).
<a href="#">4</a>	14/9/2021	103.2 K	5571	132	Le pide a la gente que la ayuden a llegar a un millón de <i>streams</i> de su canción, para que su mamá le deje hacerse un tatuaje (GAYLE, 2021).

<a href="#">5</a>	24/10/2021	72,5 millones	2 millones	7863	Uno de los videos más exitosos de Gayle. Este es un <i>skit</i> realizado con un amigo suyo preguntando al público con quién se identifican a la hora de escuchar música. La canción de fondo es “ <i>ABCDEFU</i> ” (GAYLE, 2021).
<a href="#">6</a>	10/11/2021	1.8 millones	243 K	459	En ese entonces, el sonido de su canción se volvió tendencia, cuando un <i>tiktoker</i> hizo un video cantando la canción con lenguaje de señas. Gayle hizo dueto de muchos de estos videos (GAYLE, 2021).
<a href="#">7</a>	14/11/2021	13 millones	1,5 millones	2171	También se volvió viral cuando una persona hizo un video en <i>TikTok</i> insinuando que la escritora de la canción “ <i>ABCDEFU</i> ” era la nueva novia del actor Jake Gyllenhaal. Gayle desmiente este rumor (GAYLE, 2021).
<a href="#">8</a>	23/11/2021	36 millones	6,5 millones	31.2 K	Gayle escucha su canción en la radio por primera vez, y sube un video de su reacción (GAYLE, 2021).
<a href="#">9</a>	8/12/2021	1,4 millones	100.3 K	565	<i>Spotify</i> promocionó su canción como parte de los hits de la plataforma en un cartel en (GAYLE, 2021) <i>Times Square</i> en Nueva York (GAYLE, 2021).
<a href="#">10</a>	7/01/2022	9,7 millones	293.8 K	2077	Gayle subió un video con un excerpto de una nueva canción llamada “ <i>ur just horny</i> ” (GAYLE, 2022).  En enero también fue invitada a “ <i>The Tonight Show</i> ” a cantar. El video en Youtube de su presentación tiene 4 millones de visualizaciones.

<a href="#">11</a>	27/08/2022	899.9 K	17.3 K	694	Gayle agradeció a todos quienes la ayudaron a que “ABCDEFU” llegue a las 800 K <i>streams</i> en <i>Spotify</i> (GAYLE, 2022).
<a href="#">12</a>	1/11/2022	1.2 millones	160 K	2143	Gayle anuncia que va a ser una de los teloneros del tour de Taylor Swift (GAYLE, 2022).
<a href="#">13</a>	16/11/2022	750 K	83 K	3718	Gayle muestra su reacción al enterarse que estaba nominada a un <i>Grammy</i> (GAYLE, 2022).
<a href="#">14</a>	12/07/2023	14.9 K	843	24	Gayle anuncia que ha escrito una canción para el <i>soundtrack</i> de la película <i>Barbie</i> (GAYLE, 2023).
<a href="#">15</a>	26/07/2023	44.8 K	4685	150	La canción “ABCDEFU” llega a un billón de <i>streams</i> en <i>Spotify</i> (GAYLE, 2023).

Fuente: elaboración propia en base al perfil de *TikTok* de Gayle

## H. Número de publicaciones: 773 videos en *TikTok*

### I. Interacción con sus seguidores:

A partir de los resultados de los videos, se puede ver como Gayle recurre a su nueva comunidad para pedirles que la ayuden a cumplir sus sueños. En varios de los videos que hace a los inicios de su viralidad les pide que la ayuden guardando su canción o compartiéndola con otros. Siempre el fondo del video pone la canción “ABCDEFU”, lo cual también contribuye a que el “sonido” se use más y se vuelva más viral.

Se puede ver como hace uso de su creatividad y limitados recursos para generar más contenido y lograr mayor atención. Por ejemplo, subió un *TikTok* muy poco producido en el que está creando la letra de la canción con bloques de juguete que tienen letras pintadas. Con este video anuncia que la canción ya va a ser lanzada ese viernes (GAYLE, 2021).

Otra manera que usa para promocionar su música, es haciendo “dueto” al video original con el que logró volverse viral. En estos videos se presenta como la persona que está cantando en el video original, y anuncia que la canción está disponible en muchas plataformas. También hace un *call to action* y pide a todos que vayan a guardarla y escucharla (GAYLE, 2021).

En los siguientes meses a su primer video viral siguió subiendo muchos videos mostrando pedazos pequeños de las nuevas canciones que iba a incluir en su futuro *EP* (GAYLE, 2022). Varios de estos videos fueron muy bien recibidos.

- J. **Impacto de su música en TikTok (uso de sonido):** Su canción “*ABCDEFU*” ha sido usada en 1,8 millones de videos, y “*ABCDEFU (angrier)*” ha sido usada en 307,5K videos.

#### 4.1.2 Katie Gregson-MacLeod

##### 4.1.2.1 Análisis de impacto

- A. **Nombre y usuario:** Katie Gregson-MacLeod, @katiegregsonmacleod

Katie Gregson-MacLeod es una artista musical escocesa. Saltó a la fama en 2022 cuando su canción “*Complex*” se hizo viral en *TikTok*. La cantante ya había lanzado un *single* de forma independiente cuando tenía 18 años, y un *EP* llamado *Games I Play*. El 4 de agosto del 2022 publicó un video en *TikTok* donde cantó una parte de su canción “*Complex*”, que narra lo que siente uno cuando ama a alguien que no lo ama de la misma manera. Al día siguiente ya tenía más de 100,000 visualizaciones. Hoy en día ya tiene 8.9 millones de visualizaciones. Miles de personas hicieron “duetos” con el video, hasta celebridades como Gracie Abrams y Adam Melchor; y recibió comentarios de Lennon Stella, Joe Jonas, Dodie, entre otros. Ese mismo mes lanzó la versión completa a diferentes plataformas musicales. Gracias al éxito de su canción, Gregson-MacLeod firmó con *Columbia Records* y lanzó el *EP* “*Songs Written for Piano*” más tarde ese año. Fue nombrada una de las 25 Artistas a seguir en 2022 por *BBC Radio Scotland*.

- B. **Número de seguidores en TikTok:** 240,1K

**C. Impacto de las publicaciones (*likes*):** Sus publicaciones cuentan con 5 millones de *likes* (Songstats, 2023).

**D. *Engagement*:** 13.5% (Songstats, 2023).

**E. Música publicada:** Katie Gregson-MacLeod ha publicado 2 *EPs* y 7 *singles*.

**F. Número de reproducciones o descargas que han recibido:** Katie Gregson-MacLeod cuenta con 773K de oyentes mensuales en *Spotify* y 89.8K seguidores en la plataforma.

## G. Videos:

Tabla 6. Análisis de *TikTok* de Katie Gregson-MacLeod

Video	Fecha de publicación	Visualizaciones	<i>Likes</i>	Comentarios	Contenido
<a href="#">1</a>	4/08/2022	8.9 millones	1.1 millones	19 K	El primer video viral publicado por Katie de su canción original “ <i>Complex</i> ”. Se ve ella tocándola en el piano y la letra se ve en la pantalla (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">2</a>	5/08/2022	366.4 K	29 K	95	Al día siguiente a la publicación del primer video viral, Katie sube un <i>TikTok</i> reaccionando a las miles de visualizaciones de su canción. Está usando un sonido de <i>TikTok</i> que era viral en ese entonces, y que se usaba para hablar de situaciones sorprendidas de los usuarios. En el video escribe: “Yo despertándome a 190 K de visualizaciones en mi pequeño coro con comentarios de personas como Maisie Peters, Lennon Stella, Maude Latour, Mae Muller y Gracie Abrams. En la descripción del video también les agradece a todos por su apoyo (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">3</a>	5/08/2022	298.8 K	32.5 K	347	También hizo un <i>stitch</i> con el video original hablando y agradeciendo a todos sus nuevos seguidores. También les comenta que ya tiene música previa y que va a hacer todo lo posible para

					grabar esa canción también (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">4</a>	6/08/2022	1.2 millones	188.5 K	595	Otro video que llegó al millón de visualizaciones en el que Katie describe lo raro que es saber que celebridades como Fletcher y Olivia O'brien sepan sobre sus sentimientos más profundos. (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">5</a>	8/08/2022	2.6 millones	164.8 K	1059	Katie hizo una versión instrumental para que cualquiera que desee cantarla pueda usar el sonido de fondo (Gregson-MacLeod, 2022). Hay 4873 usos del sonido.
<a href="#">6</a>	11/08/2022	7.5 millones	543.2 K	2843	<i>Duet</i> con Madison Beer (Beer, 2022)
<a href="#">7</a>	11/08/2022	3.2 millones	217.9 K	2179	<i>Duet</i> con Camila Cabello (Cabello, 2022)
<a href="#">8</a>	12/08/2022	826.2 K	89.9 K	1001	<i>Duet</i> con Fletcher (FLETCHER, 2022)
<a href="#">9</a>	25/08/2022	938.6 K	180.2 K	2758	El día antes del lanzamiento de la canción, subió un video agradeciendo a todos los que la han apoyado, y anunciado que había firmado un contrato con <i>Columbia Records</i> y que estaba muy feliz de poder lanzar más música en el futuro (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">10</a>	13/09/2022	84.1 K	12.1 K	83	Dos días después de su lanzamiento en <i>Spotify</i> , la canción ya tenía 2 millones de reproducciones, y Katie estaba siendo entrevistada para " <i>The New York Times</i> " (Gregson-MacLeod, 2022). También compartió el momento en que su canción sonó en la radio por primera vez.
<a href="#">11</a>	26/09/2022	86.6 K	20.8 K	202	Un mes después del lanzamiento, la canción ya tenía casi 10 millones de reproducciones, y Katie prometió en <i>TikTok</i> que, si en los próximos días llegaba a los 10 millones, lanzaría una

					nueva versión de la canción (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">12</a>	21/10/2022	700 K	86.9 K	380	En octubre publicó el video musical de la canción, recreando el conocido video de la canción “ <i>Thousand Miles</i> ” de Vanessa Carlton (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">13</a>	25/10/2022	610.8 K	99 K	398	Fue invitada a cantar su canción en televisión en Estocolmo y a ser telonera en los conciertos de Holly Humberstone y Sigrid (Gregson-MacLeod, 2022).
<a href="#">14</a>	10/02/2023	1.4 millones	277.9 K	381	Otro de sus videos virales fue al hablar de la relación con su ex novio. En el video escribe: Cuando mi ex novio, quien es compositor, me dijo que mis letras eran cliché y que nadie se podía relacionar con ellas (¿al mismo tiempo?), así que escribí una canción sobre él con la línea "estoy siendo una buena esposa" que ahora tiene alrededor de 20 millones de reproducciones (Gregson-MacLeod, 2023).
<a href="#">15</a>	15/07/2023	26.2 K	1187	11	En marzo del 2023 anunció un tour en algunas ciudades del Reino Unido. En julio, Tom Odell la invitó a cantar con él en uno de sus conciertos (Gregson-MacLeod, 2023). En agosto participó en el festival de “ <i>Belladrum</i> ”.

Fuente: elaboración propia en base al perfil de TikTok de Katie Gregson-MacLeod

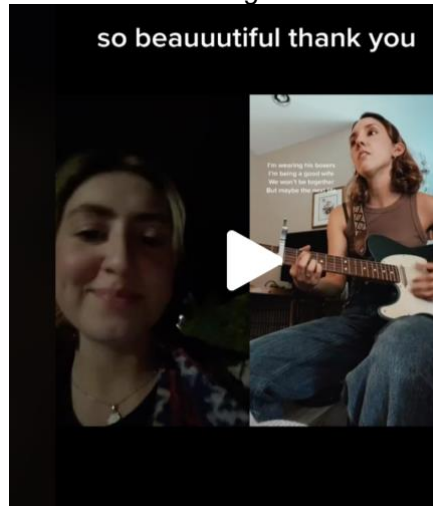
**H. Número de publicaciones:** 405 publicaciones.

**I. Interacción con sus seguidores**

Tras la viralidad de su video cantando su canción “*Complex*”, muchas personas comienzan a subir sus propias versiones de la canción, y Katie usa la función de dueto para filmar su reacción y agradecer por el apoyo. Ella contribuye a que las

personas aprendan su canción proporcionando los acordes para que la puedan tocar en instrumentos.

Figura 6. Captura de pantalla de dueto de Katie Gregson-MacLeod con fan



Fuente: Perfil de TikTok de Katie Gregson-MacLeod

Antes de lanzar “Complex” en plataformas de *streaming*, Katie hizo varios videos con la canción de fondo para promocionar su futuro lanzamiento. Estos videos fueron muy bien recibidos por sus seguidores, quienes dejaban comentarios con ansias y emoción de ya poder escucharla. Ella respondía a casi todos los comentarios, empezando a generar una relación con sus nuevos fans (Gregson-MacLeod, 2022).

Katie también realizó varios videos mostrando el detrás de escena de su vida como aspirante a cantante. Mostrando la filmación de su video musical, la grabación de canciones, entre otros. También comparte historias personales que se relacionan con sus seguidores, creando así una conexión emocional. Esto la ha humanizado bastante frente a sus seguidores, quienes comentan en sus publicaciones como si fueran sus amigos.

**J. Impacto de su música en TikTok (uso de sonido):** su canción “*complex (demo)*” ha sido usada por 18,7 K videos.

### 4.1.3 Em Beihold

#### 4.1.3.1 Análisis del impacto

**A. Nombre y usuario:** Em Beihold, @embeihold

Emily Mahin Beihold es una artista musical estadounidense que debutó con su *EP Infrared* en 2017. Después, lanzó varios sencillos que llamaron la atención en *TikTok*, incluyendo su canción "*City of Angels*", y en mayo de 2022 lanzó el sencillo "*Too Precious*". Beihold firmó con *Republic Records* (Aswad, 2022) y su sencillo más exitoso hasta la fecha es "*Numb Little Bug*". En julio de 2022 lanzó su segundo *EP*, "*Egg in the Backseat*", que aborda temas de salud mental y relaciones personales. También inició su carrera como artista en vivo en 2022, abriendo conciertos para artistas como King Princess (Bujnosek, 2022), AJR y los Jonas Brothers (*KCAL-NEWS STAFF*, 2023). Beihold firmó con *Sony Music Publishing* en julio de 2022 (Aswad, 2022).

**B. Número de seguidores:** Em Beihold cuenta con 1,2 millones de seguidores en *TikTok*.

**C. Impacto de las publicaciones (Likes, comentarios):** Em Beihold cuenta con 28,1 millones de *likes* en *TikTok* (Songstats, 2023).

**D. Engagement:** 11% (Songstats, 2023)

**E. Música publicada:** Em Beihold cuenta con 1 álbum, 1 *EP* y 15 *singles*.

**F. Número de reproducciones o descargas que han recibido:** Em Beihold cuenta con 23.7 millones de oyentes mensuales en *Spotify* y 358 K seguidores en la plataforma.

**G. Videos:**

Tabla 7. Análisis de *TikTok* de Em Beihold

Video	Fecha de publicación	Visualizaciones	Likes	Comentarios	Contenido
<a href="#">1</a>	12/05/2021	4.6 millones	761.3 K	4447	El video que inicia la carrera de Em Beihold es uno que ella sube cantando una canción original llamada " <i>Groundhog Day</i> " en el piano. La canción habla de cómo se encuentra atascada en su vida y quiere mudarse de la casa de sus padres. En el video se ven a sus padres sentados detrás de ella y

					reaccionando a la letra (Beihold, 2021).
<a href="#">2</a>	30/05/2021	10,9 millones	2.6 millones	11.3 K	Cuando su video anterior estaba en 3.9 millones de seguidores, Beihold subió otro en el que agradece a los usuarios que estaban disfrutando de su música. Es otro video cómico en que cuenta su situación de vida y explica que, gracias al éxito del video previo, ha grabado oficialmente la canción y la va a sacar en plataformas de <i>streaming</i> . Les pide a los usuarios que por favor la escuchen, para que así pueda mudarse de la casa de sus padres (Beihold, 2021).
<a href="#">3</a>	17/08/2021	7.2 millones	1.6 millones	18.2 K	Beihold sube un video de ella tocando una nueva canción en piano. En él comenta que últimamente se ha sentido un poco triste y desganada, por lo que ha escrito una canción expresando lo que siente. Los videos anteriores que había subido no alcanzaban las 100 K visualizaciones, por lo que esta nueva canción la puso de nuevo en el mapa después de su inicio con “ <i>Groundhog Day</i> ” (Beihold, 2021).
<a href="#">4</a>	6/09/2021	142.5 K	23.1 K	229	Días después se filmó cantando el primer verso de la canción. También promete que la canción va a salir pronto en las plataformas de <i>streaming</i> (Beihold, 2021).
<a href="#">5</a>	20/01/2022	7 millones	821.1 K	5982	Con “ <i>Numb Little Bug</i> ”, Em Beihold se demoró más de lo esperado en lanzar la canción. Ella lo explicó como problemas en la producción de la canción. Fue con su persistencia en no dejar que nadie se olvide de la canción, que logró

					mantener un <i>engagement</i> alto al continuamente hacer videos sobre la canción y los avances. Fue recién en enero del 2022 que Beihold anuncia la fecha de lanzamiento y muestra parte del video musical (Beihold, 2022).
<a href="#">6</a>	28/01/2022	7.5 millones	238.5 K	1376	Video celebrando el lanzamiento de la canción (Beihold, 2022).
<a href="#">7</a>	28/01/2022	133.1 K	24.5 K	758	12 horas después de su lanzamiento, la canción ya tenía 600 k <i>streams</i> en <i>Apple Music</i> . En el video Beihold muestra su emoción de estar sobre Ed Sheeran en la lista de canciones más escuchadas, y también muestra como su canción ha sido incluida en algunas de las <i>playlists</i> más populares de <i>Spotify</i> (Beihold, 2022).
<a href="#">8</a>	29/01/2022	572.5 K	109.5 K	2285	Después de 24 horas, ya había alcanzado el millón de <i>streams</i> (Beihold, 2022).
<a href="#">9</a>	5/02/2022	3.2 millones	429.8 K	1349	El video de Beihold escuchando su canción en la radio por primera vez (Beihold, 2022).
<a href="#">10</a>	12/02/2022	11.5 millones	530.3 K	1765	Video de <i>skit</i> usando la canción (Beihold, 2022).
<a href="#">11</a>	19/02/2022	1 millón	121 K	563	En este video explica cómo el sonido de su canción es tendencia en <i>TikTok</i> , y que ya hay 86 K videos con ese sonido de fondo (Beihold, 2022).
<a href="#">12</a>	6/04/2022	84.6 K	16 K	230	Anunciando que va a participar en un festival de <i>IHeartRadio</i> (Beihold, 2022).
<a href="#">13</a>	20/04/2022	82.8 K	10.7 K	143	Beihold también tuvo la oportunidad de ser la telonera en el

					<i>tour</i> del artista Anson Seabra (Beihold, 2022).
<a href="#">14</a>	20/04/2022	53.5 K	4427	89	Una colaboración importante fue con otro artista que inició en <i>TikTok</i> : Stephen Sanchez. Este joven cantante creó una nueva versión de la canción que lo llevó a la fama, colaborando así con Beihold (Beihold, 2022).
<a href="#">15</a>	30/04/2022	33.3 K	5809	117	Em Beihold muestra su emoción al ver que <i>Spotify</i> ha expuesto su música en un cartel de <i>Times Square</i> en Nueva York (Beihold, 2022)
<a href="#">16</a>	22/07/2022	49 K	3072	67	Em lanza su EP “ <i>Egg in the Backseat</i> ” (Beihold, 2022).
<a href="#">17</a>	16/08/2022	420.8 K	73.3 K	396	Em reaccionando a verse en televisión en el <i>show</i> de “ <i>Jimmy Fallon</i> ” (Beihold, 2022).
<a href="#">18</a>	5/11/2022	235.9 K	40.2 K	102	Em hablando del nuevo <i>trend</i> que usa su verso de la canción en la que colaboró con Stephen Sanchez, “ <i>Until I Found You</i> ”. El <i>trend</i> en ese entonces ya contaba con 409 K videos con la canción de fondo (Beihold, 2022).
<a href="#">19</a>	12/12/2022	9.6 millones	223.1 K	564	Em expresa su emoción de que su canción “ <i>Until I Found You</i> ” está recibiendo 2 millones de reproducciones diarias en <i>Spotify</i> (Beihold, 2022).
<a href="#">20</a>	3/02/2023	960.4 K	184.3 K	210	Em Beihold y Stephen Sanchez cantan “ <i>Until I Found You</i> ” en el “ <i>Late Late Show with Stephen Corden</i> ” (Beihold, 2023).

<a href="#">21</a>	13/02/2023	16.6 millones	2.9 millones	3369	Video de ella y Stephen Sanchez ensayando para su presentación en televisión (Beihold, 2023).
<a href="#">22</a>	21/02/2023	305.9 K	33.6 K	147	Anuncia que va a ser una de los teloneros para el <i>tour</i> de Lewis Capaldi (Beihold, 2023)
<a href="#">23</a>	11/03/2023	1.3 millones	236.2 K	389	Video en el que Elton John saluda a Em Beihold y le habla de su canción “ <i>Numb Little Bug</i> ” (Beihold, 2023).

Fuente: elaboración propia en base a datos del TikTok de Em Beihold

#### H. Número de publicaciones: 530

#### I. Interacción con sus seguidores:

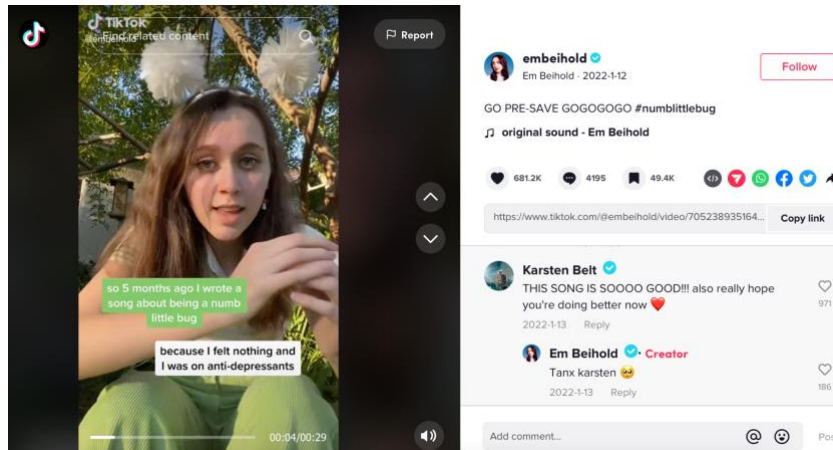
Muchas de sus interacciones iniciales con sus seguidores y fanáticos fueron a través de comentarios, sobre todo de aquellos que le pedían con ansias que saque “*Numb Little Bug*” en plataformas cuanto antes. Filmó varios videos anunciando que cada vez faltaba más poco para que salga la canción, siempre usando el sonido de la canción de fondo.

Figura 7. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores



Fuente: Perfil de TikTok de Em Beihold

Figura 8. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores



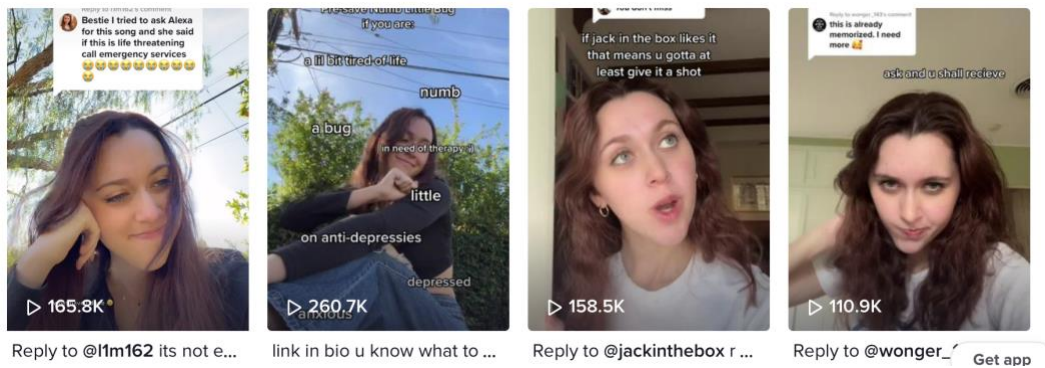
Fuente: Perfil de TikTok de Em Beihold

Una de las maneras de conectar con su audiencia fue la vulnerabilidad. Por ejemplo, en un video cuenta como la canción “*Numb Little Bug*” nació de su tratamiento contra la depresión. En los comentarios muchos usuarios describen la conexión que sienten con la canción y la cantante al poder identificarse con el tema. Este video tiene 3.7 millones de visualizaciones (Beihold, 2022).

Otra estrategia que Beihold usó para generar más *engagement* fue la de hacer un *TikTok* donde impulsaba a los usuarios de *TikTok* a crear su propio verso de la canción “*Numb Little Bug*” y cantarlo. Se escucha el coro y luego la versión instrumental del siguiente verso, dando así la oportunidad a quienes deseen que usen la opción de “dueto” de *TikTok*, y así puedan cantar con ella. Este video cuenta con medio millón de visualizaciones (Beihold, 2022).

Beihold dedicó muchos videos a promocionar la canción de diversas maneras; en uno sale usando sus botes de pastillas antidepresivas como maracas (7 millones de visualizaciones). También respondió bastantes dudas de sus seguidores sobre la canción, y siempre ponía el sonido de fondo. También hizo *skits* graciosos, duetos con personas cantando su canción, el uso de sonidos y *trends* de *TikTok* pero relacionándolos con su carrera musical o su nueva canción.

Figura 9. Captura de pantalla de Em Beihold interactuando con seguidores



Fuente: Perfil de TikTok de Em Beihold

- J. **Impacto de su música en TikTok (uso de sonido):** la canción “*Numb Little Bug*” ha sido usada por 170,2 K videos y “*Until I Found You - Em Beihold Version*” ha sido usada por 224,7 K videos

#### 4.1.4 Stephen Sanchez

##### 4.1.4.1 Análisis del impacto

- A. **Nombre y usuario:** Stephen Sanchez, @stephensanchezofficial

En junio de 2020, Stephen Sanchez compartió su versión de “*Cigarette Daydreams*” de Cage the Elephant en *TikTok*, ganando seguidores y reconocimiento. Tras un fragmento de su canción “*Lady by the Sea*”, el cantante Jeremy Zucker se ofreció a producir la versión oficial, lanzada en julio de 2020. Este éxito le consiguió un contrato con *Republic Records*.

En octubre de 2021, debutó con su *EP* “*What Was, Not Now*”, apoyado por el productor Ian Fitchuk. En noviembre de 2022, colaboró con Ashe en “*Missing You*”. En enero de 2023, lanzó “*Evangeline*” y anunció una próxima gira.

- B. **Número de seguidores:** Stephen Sanchez cuenta con 1,5 millones de seguidores en *TikTok*.
- C. **Impacto de las publicaciones (*likes*):** Stephen Sanchez cuenta con 43,3 millones de *likes* en sus publicaciones (Songstats, 2023).
- D. **Engagement:** 11.9% (Songstats, 2023)
- E. **Música publicada:** Stephen Sanchez cuenta con 1 álbum, 1 *EP* y 11 *singles*.

**F. Número de reproducciones o descargas que ha recibido:** Stephen Sanchez cuenta con 26.8 millones de oyentes mensuales en *Spotify* y 797 K seguidores en la plataforma.

### G. Videos:

Tabla 8. Análisis de TikTok de Stephen Sanchez

Video	Fecha de publicación	Visualizaciones	Likes	Comentarios	Contenido
<a href="#">1</a>	6/06/2020	2 millones	498.5 K	12.5 K	El primer <i>TikTok</i> en el que Sanchez compartió su música original fue publicado en junio del 2020. En él canta " <i>Lady by the Sea</i> " (Sanchez, 2020).
<a href="#">2</a>	7/06/2020	111.2 K	6602	314	Al día siguiente ya tenía 100 k de visualizaciones en ese video, y había llegado a 3 K de seguidores (Sanchez, 2020).
<a href="#">3</a>	6/05/2021	1.4 millones	220.4 K	4411	Su fama siguió aumentando, pero el momento decisivo de su carrera fue al publicar un video cantando por primera vez " <i>Until I found you</i> ". El video llegó al millón de visualizaciones y los comentarios le pedían que subiera la canción rápidamente a las plataformas de streaming (Sanchez, 2021).
<a href="#">4</a>	27/12/2021	500 K	103 K	339	Video en el que anuncia el lanzamiento oficial de " <i>Until I Found You</i> " (Sanchez, 2021).
<a href="#">5</a>	8/01/2022	990 K	75.6 K	400	Otro de sus videos promocionando la canción (Sanchez, 2022).
<a href="#">6</a>	16/02/2022	13.7 millones	2.6 millones	15.1 K	Otro de sus videos que se volvió viral es uno de Sanchez tocando su canción en el piano junto con su gato (Sanchez, 2022).
<a href="#">7</a>	20/02/2022	5.4 millones	341.3 K	2364	En febrero del 2022 su canción estaba en las <i>top 50</i> virales de

					<p><i>Spotify</i>, y tenía más de 3 millones de <i>streams</i> en las plataformas musicales. Hace un video agradeciendo a sus seguidores por lo lejos que está llegando su música (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">8</a>	4/03/2022	1.8 millones	343.5 K	3097	<p>Sanchez también publicó una versión en piano de la canción (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">9</a>	11/03/2022	56 millones	3.5 millones	7036	<p>Cuando esta versión salió, Sanchez subió un <i>TikTok</i> con el <i>trend</i> de “<i>POV</i>” en el que muestra cómo adoptó a su gato que ahora es su mejor amigo (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">10</a>	22/04/2022	2 millones	84.5 K	180	<p>En abril colaboró con otra artista que ganó fama en <i>TikTok</i> y lanzó una versión en dúo con Em Beihold de “<i>Until I Found You</i>” con Em Beihold (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">11</a>	5/05/2022	3.7 millones	154.8 K	448	<p>Video reaccionando a su aparición en televisión en “<i>Late Night with Seth Meyers</i>”, un famoso programa de entrevistas en Estados Unidos (Sanchez, 2022). El video en <i>Youtube</i> de esta presentación cuenta con 5.9 millones de visualizaciones.</p>
<a href="#">12</a>	9/05/2022	14 millones	2.9 millones	3109	<p>Otro video reaccionando a esa presentación y agradeciendo por todo el apoyo (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">13</a>	11/05/2022	78.3 millones	5.1 millones	25.2 K	<p>Video en el que muestra una parte de su aparición en televisión en “<i>Late Night with Seth Meyers</i>” (Sanchez, 2022).</p>
<a href="#">14</a>	4/06/2022	412.7 K	51.3 K	588	<p>En junio del 2022, Sanchez se convirtió en el artista número 500 de los más escuchados en <i>Spotify</i>. También anunció el video musical oficial de su canción “<i>Until I Found You</i>” (Sanchez, 2022). Este video</p>

					cuenta actualmente con 195 millones de reproducciones en <i>Youtube</i> .
<a href="#">15</a>	2/07/2022	222.1 K	33.8 K	277	Sanchez fue invitado a cantar en el “ <i>The Late Show with Stephen Colbert</i> ” (Sanchez, 2022). En agosto del 2022 anunció el lanzamiento de su <i>EP</i> , y celebró los 200 millones de <i>streams</i> en “ <i>Until I Found You</i> ”. En ese entonces, estaba siendo telonero en el <i>tour</i> de Noah Kahan. Las nuevas canciones que lanzó también se volvieron virales, y en noviembre del 2022 Sanchez anunció su propio <i>tour</i> en Estados Unidos.
<a href="#">16</a>	6/02/2023	14 millones	526 K	1831	En enero del 2023, “ <i>Until I Found You</i> ” fue usada en el <i>soundtrack</i> de la exitosa serie de <i>Netflix</i> , “ <i>Ginny and Georgia</i> ”. Sanchez también alcanzó los 37 millones de oyentes mensuales en <i>Spotify</i> . Su nueva canción “ <i>Evangeline</i> ” fue lanzada el 26 de enero, y al día siguiente ya contaba con más de 600,000 reproducciones. En febrero, Sanchez tuvo la oportunidad de cantar frente a Elton John (Sanchez, 2023).
<a href="#">17</a>	2/03/2023	9.8 millones	403.7 K		Ese mismo mes fue invitado a cantar con Em Beihold en “ <i>The Late Late show with James Corden</i> ” y en “ <i>The Tonight Show with Jimmy Fallon</i> ” (Sanchez, 2023). Estas presentaciones en <i>Youtube</i> cuentan con 19 millones y medio millón de reproducciones respectivamente.
<a href="#">23</a>	26/04/2023	5.4 millones	786.6 K	3071	Sanchez ha recibido el apoyo de muchas celebridades, quienes han comentado en sus videos o han usado su música en sus propios videos de <i>TikTok</i> . Algunas de estas

					celebridades son Niall Horan, Kylie Jenner, entre otras. En Glastonbury, cantó “ <i>Until I Found Her</i> ” con Elton John acompañándolo en el piano. Incluso fue invitado a cantar en la boda de Sofia Richie (Sanchez, 2023).
<a href="#">18</a>	28/04/2023	66.4 millones	2.5 millones	2695	El <i>TikTok</i> anunciando su el lanzamiento de nueva canción “ <i>Only You</i> ” lo muestra cantando y bailando la canción (Sanchez, 2023).
<a href="#">19</a>	3/05/2023	10.6 millones	309.7 K	1021	Video que muestra un remix entre “ <i>I Found You</i> ” y “ <i>Only You</i> ” (Sanchez, 2023).
<a href="#">20</a>	9/05/2023	32.5 millones	1.5 millones	3635	Otro <i>TikTok</i> cantando la canción en vivo (Sanchez, 2023).

Fuente: elaboración propia en base al perfil de *TikTok* de Stephen Sanchez

#### H. Número de publicaciones: 259

#### I. Interacción con sus seguidores

Para seguir creciendo, Sanchez participó en los *trends* del momento en *TikTok*, por ejemplo, haciendo *covers* de canciones en tendencia. Algunos de ellos se volvieron virales (Sanchez, 2021).

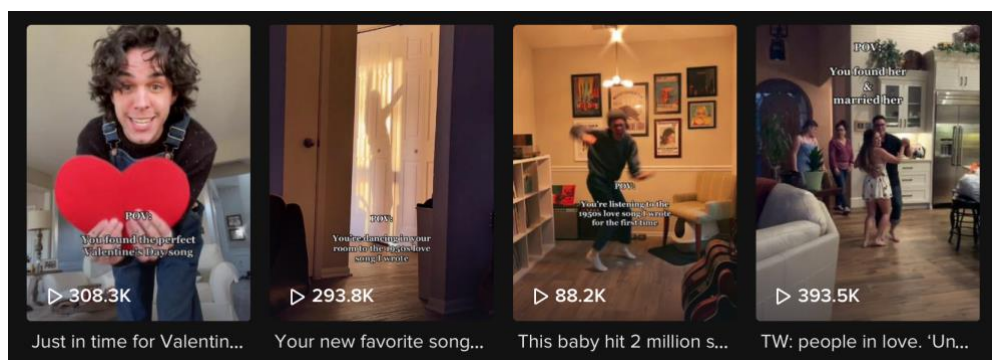
Usó sonidos virales de *TikTok* para promocionar su música. Por ejemplo, usó un sonido viral para anunciar y promocionar el lanzamiento de su *EP*. El video cuenta con 700 K visualizaciones (Sanchez, 2021).

Uno de los *trends* que Sanchez usa mucho para promocionar su música es el de “*POV*”. Esta es una tendencia que se ha vuelto muy popular en la plataforma y se ha extendido a diversas categorías y temáticas. “*POV*” significa “*Point of View*” (Punto de Vista) y se utiliza para crear videos en los que el creador asume el papel de un personaje o se coloca en una situación específica para contar una historia desde su perspectiva. Los videos “*POV*” suelen tener una narrativa que involucra al espectador en una experiencia inmersiva, como si estuvieran viviendo la situación junto con el

creador. Uno de los videos que hizo con esa tendencia lo muestra bailando emocionadamente su canción. Se puede leer en la pantalla: “POV: Estás escuchando la canción de amor con estilo de los 50s que escribí”. El video cuenta con 1.8 millones de visualizaciones (Sanchez, 2022).

Otro de estos videos dice: “POV: la encontraste”, y se le ve en los columpios con una mujer. El video cuenta con 1.6 millones de visualizaciones (Sanchez, 2022).

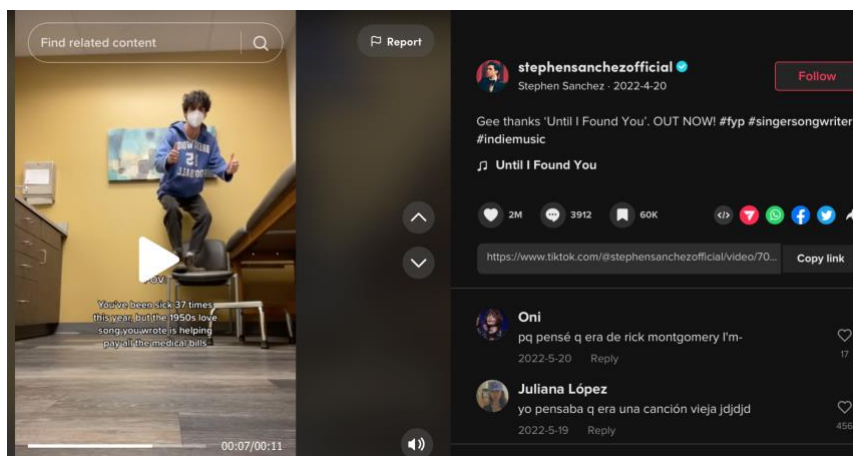
Figura 10. Captura de pantalla del TikTok de Stephen Sanchez y sus múltiples videos usando el trend de “POV”



Fuente: perfil de TikTok de Stephen Sanchez

Siguió usando el *trend* de “POV” para promocionar su canción. Un *TikTok* con una mujer generó 3.8 millones de visualizaciones, y otro en el que cuenta como la canción lo está ayudando a pagar sus facturas médicas cuenta con 7 millones de visualizaciones (Sanchez, 2022).

Figura 11. Captura de pantalla del TikTok de Stephen Sanchez usando el trend de “POV”



Fuente: perfil de TikTok de Stephen Sanchez

- J. **Impacto de su música en *TikTok* (uso de sonido):** Su canción "*Until I Found You*" ha sido usada en 781,9 K videos y "*Until I Found You - Piano Version*" ha sido usada en 65 K videos.

#### 4.1.5 Nicky Youre

##### 4.1.5.1 Análisis del impacto

- A. **Nombre y usuario:** Nicky Youre, @nickyyoure

Nicky Youre ganó popularidad en *TikTok* gracias a su canción "*Sunroof*". Antes de su lanzamiento oficial, la canción se difundió a través de la plataforma y rápidamente se convirtió en un éxito viral, lo que llevó a su firma con *Columbia Records* (Opton, 2021). Además, Youre ha utilizado activamente *TikTok* para conectarse con sus fans y obtener comentarios sobre su música. Ha compartido su música en la plataforma y ha interactuado con los usuarios de *TikTok* a través de videos y comentarios. Sobre *TikTok*, afirmó que "es genial que cada video que publicas se muestre a un grupo completamente nuevo de personas. Esto puede ayudar a los artistas a conectarse con nuevos oyentes y construir su marca más rápido que nunca antes" (Johnson, 2022).

En noviembre de 2022, la canción había alcanzado el top 10 del *Billboard Hot 100* y había sido transmitida 397 millones de veces en *Spotify*. En septiembre de 2022, la canción encabezó la lista *Canadian Hot 100* (Billboard, 2022). Fue la canción más popular de *TikTok* en el Reino Unido en 2022.

En una entrevista, Nick afirmó que en este momento, "*TikTok* es la herramienta gratuita más poderosa que tenemos. Ya habíamos publicado "*Sunroof*" en *TikTok* antes de que saliera. Estaba en *TikTok* y a la gente realmente le gustaba, y esa fue la señal de que esta era la canción correcta para lanzar. Así que creo que ese es el objetivo de cada artista, publicar su música allí" (Kawashima, 2022).

- B. **Número de seguidores:** Nicky Youre cuenta con 167,8 K seguidores en *TikTok*

C. **Impacto de las publicaciones (*likes*):** las publicaciones de Nicky Youre cuentan con 3,2 millones de *likes* (Songstats, 2023).

D. **Engagement:** 8.2% (Songstats, 2023).

E. **Música publicada:** Nicky Youre cuenta con 1 álbum, 1 *EP* y 5 *singles*

F. **Número de reproducciones o descargas que han recibido:** Nicky Youre cuenta con 13.7 millones de oyentes mensuales en *Spotify* y 177 K seguidores en la plataforma.

## G. Videos:

Tabla 9. Análisis de *TikTok* de Nicky Youre

Video	Fecha de publicación	Visualizaciones	Likes	Comentarios	Contenido
<a href="#">1</a>	6/06/2020	1 millón	263.1 K	2004	En el primer video de <i>TikTok</i> de Nick Youre se puede ver a Johnny Sins, un actor pornográfico estadounidense, recomendando la canción de Nick llamada “ <i>Sex and Lemonade</i> ”. Este video existe gracias a una aplicación llamada “ <i>Cameo</i> ”, en la que fans de diversas celebridades pueden comprar un video de la celebridad saludándolos o diciendo algo específico (Youre, 2020).
<a href="#">2</a>	22/10/2021	2.3 millones	247.9 K	2043	Youre hace un <i>TikTok</i> recomendando canciones que cree que demuestran su gusto musical. Tiene su nueva canción “ <i>Sunroof</i> ” de fondo y el video se vuelve viral (Youre, 2021). Comienza a hacer más videos recomendando canciones, siempre usando su propia canción de fondo. Muchos comentarios le preguntan sobre la canción, y él les responde que pronto la podrán escuchar en plataformas musicales.

<a href="#">3</a>	26/11/2021	18 K	1075	105	Siguió promocionando su música, siempre con “ <i>Sunroof</i> ” de fondo, y agradeció a TikTok por hacerlo casi llegar al millón de <i>streams</i> en “ <i>Sex and Lemonade</i> ” (Youre, 2021). Hizo varios videos respondiendo a aquellos que le pedían que la lance ya. En noviembre anunció que la lanzaría en menos de un mes.
<a href="#">4</a>	22/12/2021	174.2 K	15.6 K	129	Durante este tiempo, Youre siguió haciendo los videos de recomendación de música, los cuales seguían dándole un mayor número de visualizaciones, superior a los 100K. Siempre con “ <i>Sunroof</i> ” de fondo (Youre, 2021).
<a href="#">5</a>	9/01/2022	8 K	1100	33	En enero del 2022 subió un video diciendo lo siguiente: “ <i>pov</i> , acabas de crear una canción genial, pero tu manager quiere que sigas haciendo videos usando el audio de “ <i>sunroof</i> ”... así que simplemente imagina que estás escuchando algo completamente nuevo, como nunca antes lo habías oído, y que no puedes esperar para lanzarlo al público (Youre, 2022).
<a href="#">6</a>	19/01/2022	5 K	412	48	El 19 de enero, la canción llegó a los 10 millones de <i>streams</i> , y Youre subió un video agradeciendo a todos los oyentes y compartiendo más sobre sí mismo (Youre, 2022).
<a href="#">7</a>	6/04/2022	29.5 millones	416.6 K	1512	Youre hizo un <i>TikTok</i> montando <i>skate</i> con un micrófono mientras cantaba “ <i>Sunroof</i> ”. En él cuenta que la canción ya alcanzó los 40 millones de <i>streams</i> , y habla de cómo esta le ha cambiado la vida (Youre, 2022). Este video se volvió viral, y llegó a los 29.5 millones de visualizaciones. Su siguiente video,

					en el que muestra su reacción al escuchar “ <i>Sunroof</i> ” en la radio por primera vez, llegó a los 3 millones de visualizaciones.
<a href="#">8</a>	7/06/2022	144.6 K	1301	69	“ <i>Sunroof</i> ” se convirtió en un <i>trending sound</i> en <i>TikTok</i> , y muchas celebridades las usaron como sonido de fondo en sus <i>TikToks</i> , incluidas Addison Rae y Ed Sheeran. Para ese entonces, la nueva canción de Youre, “ <i>Never go wrong</i> ”, había llegado a un millón de reproducciones en 17 días (Youre, 2022). Y “ <i>Sunroof</i> ” entró a las <i>playlists</i> de las canciones globales más escuchadas en <i>Spotify</i> , al igual que a la lista de más escuchadas de “ <i>Billboard</i> ”.
<a href="#">9</a>	6/12/2022	79.9 K	3112	69	En diciembre, Youre fue invitado a cantar en el “ <i>Jingle Ball</i> ” de “ <i>iHeartRADIO</i> ”, un concierto que se llevó a cabo en 9 ciudades (Youre, 2022).
<a href="#">10</a>	28/05/2023	9459	620	30	En mayo del 2023 participó en el festival de música de “ <i>Bottlerock</i> ” en California, con otros artistas como Post Malone, Lizzo, Caryl Rae Jepsen, entre otros (Youre, 2023).
<a href="#">11</a>	28/06/2023	13.4 K	1494	72	También fue invitado a ser el telonero en el <i>tour</i> de otro artistas que ganó fama en <i>TikTok</i> : Benson Boone (Youre, 2023).

Fuente: elaboración propia en base al perfil de *TikTok* de Stephen Sanchez

**H. Número de publicaciones:** 247

**I. Interacción con sus seguidores**

Después del éxito de sus primeros videos, Youre empieza a promocionar su música, pero sin lograr tanto éxito. Sus videos tienen algunos miles de visualizaciones. Subió un video con un excerpto de una nueva canción, diciendo que ya la terminó y preguntando a la gente si quiere que la lance. El video tiene 30 K, y varios usuarios comentaron su aprobación de la canción y el deseo de poder escucharla en sus plataformas de *streaming*.

A pesar de su interacción con sus seguidores, sus constantes vídeos de promoción y el éxito que tenía “*Sunroof*”, los *TikToks* de Youre no fueron tan vistos como los de los otros *TikTokers* analizados. El video anunciando que la canción ya tiene video musical solo tiene 7 K, y el video agradeciendo por los casi 800 K *streams* de “*Sunroof*” tiene 16 K. En marzo del 2021 volvió a superar los 100 K con un video enseñando la primera parte de su nueva canción “*Never go wrong*”.

Youre trató de establecer el mayor contacto posible con su audiencia. Responde comentarios en todas sus publicaciones, aunque sean negativos. También responde varias preguntas que le hacen sus seguidores, sobre todo para generar expectativa sobre los lanzamientos de su música, al igual que la venta de entradas para sus conciertos. Siempre se muestra muy agradecido con el hecho de que ahora puede dedicarse a la música totalmente.

- J. **Impacto de su música en *TikTok* (uso de sonido):** Su canción “*Sunroof*” ha sido usada en 9.5 M videos.

#### 4.1.6 Comparación de datos

La creación de esta tabla comparativa sirve para presentar de manera efectiva los resultados del análisis de los cinco *TikTokers* seleccionados. La tabla ofrece una visión general de los datos clave recopilados durante el análisis de estos *TikTokers*, lo que permite una rápida comparación y evaluación de su rendimiento en la plataforma.

Tabla 10. Comparación de datos

Artista	Seguidores	Likes	Engagement	Publicaciones	Música	Oyentes mensuales en Spotify
<b>Gayle</b>	1.1 millones	22,6 millones	9.2%	773	4 EPs y 25 singles	11 millones
<b>Katie Gregson-Macleod</b>	240,1K	5 millones	13.5%	405	2 EPs y 7 singles	773K
<b>Em Beihold</b>	1,2 millones	28,1 millones	11%	530	1 álbum, 1 EP y 15 singles	23.7 millones
<b>Stephen Sanchez</b>	1,5 millones	43,3 millones	11.9%	259	1 álbum, 1 EP y 11 singles	26.8 millones
<b>Nicky Youre</b>	167,8 K	3,2 millones	8.2%	247	1 álbum, 1 EP y 5 singles	13.7 millones

Fuente: elaboración propia con datos de los perfiles de TikTok y Spotify de los artistas

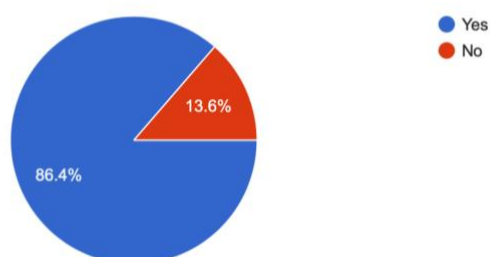
Esta información se puede utilizar para destacar patrones, tendencias o diferencias significativas en el comportamiento y el éxito de los artistas observados. Por ejemplo, al observar los datos en la tabla, se puede identificar quiénes generan más compromiso por video, o quienes tienen la mayor cantidad de seguidores comparación con sus oyentes mensuales en *Spotify*.

## 4.2 Análisis de encuestas

### 1. ¿Has descubierto nuevos artistas o canciones a través de TikTok?

Figura 12. ¿Has descubierto nuevos artistas o canciones a través de TikTok?

Have you discovered any new artists or songs through Tik Tok?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 311 afirman que han descubierto nuevos artistas o canciones a través de *TikTok*, y 49 afirman que no. Estos resultados ayudan a confirmar una de las hipótesis planteadas en esta investigación, que afirma que la mayoría de los usuarios de *TikTok* ha descubierto nueva música o artistas a través de esta red social.

Según las respuestas proporcionadas por los usuarios, se puede concluir que la gran mayoría de ellos ha descubierto nuevos artistas o canciones a través de *TikTok*. Esto respalda la hipótesis de que la plataforma se ha establecido como un canal efectivo para la promoción y el descubrimiento musical. El 86% de los usuarios encuestados afirma haber descubierto nueva música o artistas en *TikTok*, lo cual respalda la idea de que la plataforma es una fuente importante de descubrimiento musical para los usuarios.

## **2. ¿Puedes nombrar algún artista o canción que has descubierto a través de TikTok?**

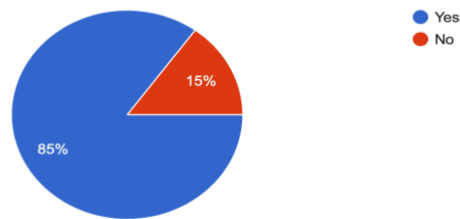
En esta pregunta se registraron 360 respuestas (ver anexo 1). Entre las respuestas más comunes, se encuentran la artista Olivia Rodrigo, con 6 respuestas; la canción “*Complex*” de Katie Gregson-MacLeod con 5 respuestas; y el artista Lil Nas X con 5 respuestas. Por otro lado, 33 de las respuestas a la pregunta fueron “no”.

También se encontró en estas respuestas, a los artistas que han sido analizados en este trabajo, ayudando a demostrar el conocimiento de ciertos usuarios de *TikTok* de su existencia.

## **3. ¿Has comprado o guardado música de artistas que has encontrado en TikTok en tus cuentas de *streaming* de música?**

Figura 13. ¿Has comprado o guardado música de artistas que has encontrado en TikTok en tus cuentas de streaming de música?

Have you bought or saved music from artists you have found on Tik Tok on your music streaming accounts?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

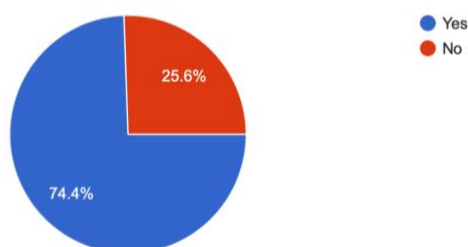
De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 306 afirman que sí han guardado o pagado por música de artistas que han conocido en *TikTok* en sus plataformas de *streaming*, y 54 afirman que no lo han hecho.

El 85% de los usuarios encuestados afirma haber guardado o pagado por música de artistas que han conocido en *TikTok* en sus plataformas de *streaming*. Esto indica que el éxito viral en *TikTok* puede tener un impacto significativo en el rendimiento de la música en otras plataformas de *streaming*, como *Spotify*.

#### 4. ¿Crees que *TikTok* ha cambiado la manera en qué consumes música?

Figura 14. ¿Crees que *TikTok* ha cambiado la manera en qué consumes música?

Do you think Tik Tok has changed the way you consume music overall?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 268 opinan que *TikTok* ha cambiado la forma en que consumen música, y 92 opinan que no.

La mayoría de los usuarios encuestados considera que *TikTok* ha cambiado la forma en que consumen música. Este hallazgo indica que la plataforma ha tenido un

impacto significativo en los hábitos de consumo musical de sus usuarios. Es posible que los usuarios ahora se basen más en las canciones populares de *TikTok* y las tendencias virales para descubrir y seleccionar música para escuchar.

**5. Si tu respuesta anterior fue sí, por favor explica cómo** (ver anexo 1).

Al ser una pregunta abierta, se ha realizado un análisis y resumen de las respuestas más comunes.

**Diversidad de artistas y facilidad para encontrar nuevos artistas:** Varios usuarios mencionaron que *TikTok* ha ampliado la variedad de artistas a los que tienen acceso y facilita la búsqueda de nuevos artistas en géneros que ya les gustan.

- “Tengo una mayor variedad de artistas y es más fácil encontrar nuevos artistas de géneros que ya me gustan.”
- “Tienes acceso a más música porque los ves en videos de otras personas.”

**Influencia en las tendencias musicales y las canciones pegajosas:** Muchos usuarios mencionaron que las canciones populares en *TikTok* se les quedan en la cabeza y que *TikTok* ha contribuido al éxito de ciertas canciones y desafíos virales.

- “¡Las canciones se me quedan en la cabeza!”
- “Muchas de las canciones que escucho ahora fueron canciones que se volvieron virales en videos o desafíos de *TikTok*”.

**Descubrimiento de música a través de *TikTok*:** Los usuarios mencionaron que han descubierto nuevas canciones y artistas a través de *TikTok*. Algunos mencionaron que no habrían encontrado estas canciones o artistas si no fuera por *TikTok*.

- “Me ha permitido descubrir nuevos artistas, lo que en general ha ampliado mi gusto musical. Si no tuviera *TikTok*, nunca habría encontrado a estos artistas”.
- “Encuentro muchos nuevos artistas en la aplicación”.

**Relación con otras plataformas de música:** Algunos usuarios mencionaron que *TikTok* les ha llevado a buscar y guardar canciones en sus plataformas de streaming de música, como *Spotify*.

- “Busco canciones en *TikTok* que pueda guardar porque *TikTok* básicamente hace muestras de canciones y puedo guardarlas si me gustan. Obtengo entretenimiento junto con nueva música.”
- “Es una nueva fuente de canciones que luego añado a mi *Spotify*.”

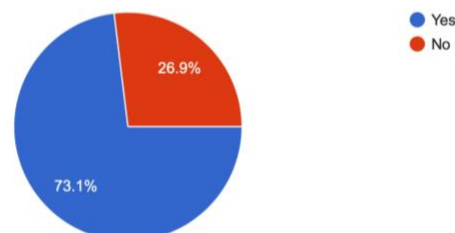
**Influencia en el conocimiento y la conciencia musical:** Varios usuarios mencionaron que *TikTok* les ha ayudado a estar más al tanto de las canciones populares, las tendencias musicales y lo que está en los rankings musicales.

- “Ya no escucho la radio como solía hacerlo para descubrir nueva música, así que *TikTok* y las recomendaciones personales son prácticamente las únicas formas en las que encuentro música nueva ahora.”
- “*TikTok* constantemente presenta canciones populares en mi página "Para ti" (*FYP*), lo que me permite aprender rápidamente las letras y tener estas canciones en la cabeza.”

## 6. ¿Te has convertido en un fanático de un artista solo por su presencia en TikTok?

Figura 15. ¿Te has convertido en un fanático de un artista solo por su presencia en TikTok?

Have you ever become a fan of an artist only because of their presence on Tik Tok?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

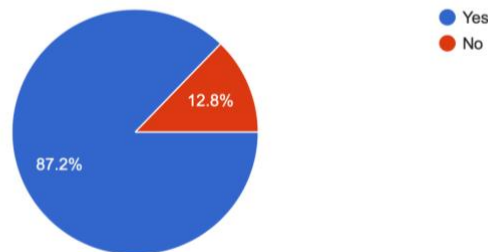
De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 263 se han vuelto *fans* de un artista por su presencia en *TikTok*, y 97 personas no.

## 7. ¿Crees que *TikTok* tiene el poder de hacer o deshacer la carrera de un artista?

Figura 16. ¿Crees que *TikTok* tiene el poder de hacer o deshacer la carrera de un artista?

Do you believe Tik Tok has the power to make or break an artist's career?

360 responses



Fuente: elaboración propia

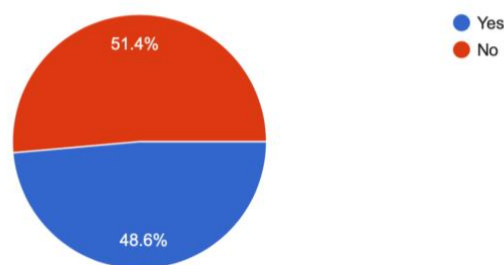
De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 314 creen que *TikTok* tiene el poder para hacer o deshacer la carrera de un artista, y 46 creen que no.

## 8. ¿Alguna vez has ido a un concierto o has comprado música de un artista que conociste en *TikTok*?

Figura 17. ¿Alguna vez has ido a un concierto o has comprado música de un artista que conociste en *TikTok*?

Have you ever attended a concert or purchased music by an artist you discovered on Tik Tok?

358 responses



Fuente: elaboración propia

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 174 han asistido al concierto de un artista que descubrieron en *TikTok*, y 184 creen que no.

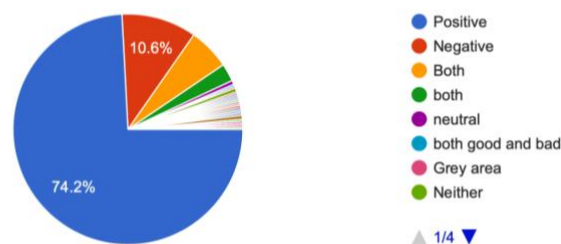
El alto porcentaje de encuestados que afirma haber comprado o guardado música de artistas que han descubierto en *TikTok* en sus plataformas de streaming de

música indica que la plataforma ha tenido un impacto positivo en la promoción y el apoyo a los artistas. Además, la cantidad de personas que se han convertido en fanáticos de un artista debido a su presencia en *TikTok* muestra cómo la plataforma ha ayudado a cultivar bases de fans leales para los artistas. Esto demuestra que *TikTok* no solo tiene un impacto en el descubrimiento de música, sino también en el apoyo continuo a los artistas, lo que puede traducirse en ventas de música, asistencia a conciertos y un mayor seguimiento en general.

### 9. En tu opinión, ¿crees que el impacto de *TikTok* en la industria musical ha sido positivo o negativo? (ver anexo 1)

Figura 18. ¿Crees que el impacto de *TikTok* en la industria musical ha sido positivo o negativo?

In your opinion, has Tik Tok's impact on the music industry been positive or negative?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

La mayoría de los usuarios encuestados considera que el impacto de *TikTok* en la industria musical ha sido positivo. Esta percepción positiva sugiere que los usuarios reconocen el valor y la influencia de la plataforma en la promoción y el éxito de los artistas. Sin embargo, también se observa que hay una pequeña proporción de usuarios con una opinión negativa. Esto indica que existe una diversidad de opiniones y que algunos usuarios pueden tener una perspectiva más crítica sobre el impacto de *TikTok* en la industria musical.

#### ¿Por qué? (ver anexo 1)

Después de revisar las respuestas, se puede concluir que hay una variedad de opiniones sobre el impacto de *TikTok* en la industria musical. Algunas personas consideran que el impacto ha sido positivo debido a los siguientes aspectos:

- **Exposición para artistas emergentes:** *TikTok* ha brindado oportunidades para que artistas más pequeños obtengan visibilidad y reconocimiento. Les permite llegar a un público más amplio y construir una base de fanáticos.
- **Descentralización de las discográficas:** *TikTok* ha disminuido la influencia de las grandes discográficas y ha permitido que los artistas sean descubiertos de manera más independiente, sin tener que depender de contratos discográficos tradicionales.
- **Mayor diversidad musical:** La plataforma ha ampliado la diversidad de géneros y estilos musicales que se promocionan y se descubren. Los usuarios tienen la oportunidad de explorar una variedad de géneros musicales y descubrir artistas que de otra manera podrían haber pasado desapercibidos.
- **Oportunidades de carrera:** Muchos artistas han logrado establecer carreras exitosas a través de su presencia en *TikTok* y el apoyo de la comunidad de usuarios. La plataforma ha permitido que artistas desconocidos se conviertan en estrellas y ha brindado oportunidades para el crecimiento y la fama.

#### Ejemplos de impacto positivo:

- "*TikTok* ha brindado una plataforma para que artistas emergentes obtengan exposición y lleguen a un público más amplio. Les ha dado la oportunidad de construir una base de fanáticos y establecer carreras exitosas".
- "La diversidad musical en *TikTok* es increíble. He descubierto artistas y géneros que de otra manera no habría encontrado. La plataforma ha ampliado mis horizontes musicales".
- "*TikTok* ha descentralizado la industria musical y ha permitido que artistas independientes ganen popularidad sin necesidad de grandes discográficas. Ha nivelado el campo de juego".
- "Me encanta cómo *TikTok* ha dado voz a artistas menos conocidos. He descubierto tanto talento nuevo y fresco gracias a la plataforma".

Sin embargo, también hay opiniones que consideran que el impacto de *TikTok* en la industria musical ha tenido aspectos negativos, como:

- **Enfoque en la viralidad y la creación de canciones pegajosas:** Algunos artistas se centran más en crear fragmentos de canciones pegadizas para

volverse virales en *TikTok* en lugar de enfocarse en crear canciones de calidad. Esto puede conducir a una falta de profundidad artística en ciertas canciones populares.

- **Homogeneidad musical:** Debido a la influencia de las tendencias en *TikTok*, algunas personas sienten que hay una homogeneidad en la música que se crea y promueve en la plataforma. Algunas canciones pueden tener una fórmula similar para generar viralidad, lo que puede limitar la diversidad y la innovación musical.
- **Exposición excesiva y saturación de canciones:** El gran número de canciones que se vuelven virales en *TikTok* puede generar una saturación en las listas de reproducción y en la atención de los usuarios. Esto puede llevar a una sensación de fatiga y a que algunas canciones sean sobreexplotadas, afectando su calidad percibida.
- **Efecto superficial y de imagen:** Algunos opinan que *TikTok* ha dado lugar a una cultura superficial y centrada en la imagen, donde el aspecto físico y la estética tienen un mayor impacto que la calidad musical en sí misma. Esto puede influir en la percepción de los artistas y en la importancia dada a la música en comparación con otros elementos visuales.

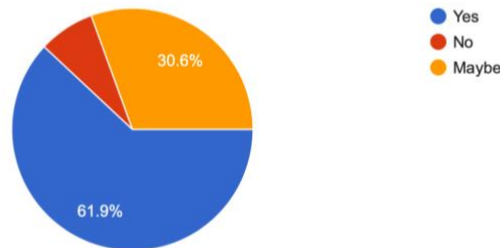
### Ejemplos impacto negativo:

- A veces siento que en *TikTok* se valora más la viralidad que la calidad de la música. Algunos artistas se centran demasiado en crear canciones pegadizas en lugar de buscar una verdadera expresión artística".
- "La música en *TikTok* puede volverse repetitiva. Algunas canciones se vuelven tan populares que las escucho una y otra vez en diferentes videos, lo que puede llevar al cansancio y la sobreexposición".
- "El enfoque en la imagen y la estética en *TikTok* puede eclipsar la importancia de la música en sí misma. A veces siento que se valora más la apariencia de los artistas que su talento musical".
- "*TikTok* ha influido en la homogeneidad musical. Muchas canciones siguen una fórmula similar para volverse virales, lo que puede limitar la diversidad y la innovación en la industria".

## 10. ¿Crees que *TikTok* ha creado un terreno de juego nivelado para artistas independientes o desconocidos?

Figura 19. ¿Crees que *TikTok* ha creado un terreno de juego nivelado para artistas independientes o desconocidos?

Do you think Tik Tok has created a level playing field for independent or unknown artists?  
360 responses



Fuente: elaboración propia

De las 360 personas que son usuarios de *TikTok*, 223 creen que *TikTok* ha creado una plataforma equitativa para artistas independientes o desconocidos; 110 creen que tal vez; y 27 creen que no.

### ¿Por qué? (ver anexo 1)

Al ser una pregunta abierta, se ha realizado un análisis y resumen de las respuestas más comunes.

**Ventaja para artistas independientes:** Muchos usuarios consideran que *TikTok* ha creado un terreno de juego nivelado para artistas independientes o desconocidos. Se menciona que ahora tienen una plataforma para mostrar su talento sin necesidad de estar respaldados por sellos discográficos o invertir grandes sumas de dinero. Además, pueden llegar a una audiencia más amplia y encontrar seguidores sin depender de conexiones en la industria musical.

- "Los artistas pequeños finalmente tienen una plataforma. Antes, solo podías publicar videos en *YouTube* o *Instagram*. Era mucho más difícil encontrar a tu audiencia objetivo y llegar a las personas en estas plataformas. Ahora todos tienen una oportunidad."
- "Los artistas ya no necesitan depender de ser contratados por sellos discográficos."

- "No necesitan invertir mucho dinero por adelantado para dar a conocer su música."

**Oportunidad de viralidad:** Existe el consenso de que *TikTok* brinda a los artistas la posibilidad de volverse virales y alcanzar una gran exposición. Si logran crear contenido que se vuelva popular en la plataforma, tienen la oportunidad de desarrollar una carrera y encontrar audiencia para su música.

- "Si tienes suerte y te vuelves viral, puede cambiar tu vida."
- "Permite a las personas mostrar sus talentos y llegar a una gran cantidad de usuarios."
- "Les brinda a los artistas desconocidos la oportunidad de construir su carrera utilizando una canción. Les ayuda a ser descubiertos por personas que normalmente no interactuarían con su música."

**Diversidad y democratización:** Algunos usuarios mencionan que *TikTok* ha diversificado el alcance del contenido musical y ha democratizado la creación y distribución de música. Afirman que la plataforma ha permitido que artistas subestimados sean notados y que artistas independientes tengan igualdad de oportunidades en comparación con los artistas más grandes respaldados por compañías discográficas.

- "Ha democratizado la creación y distribución de música."
- "¡Se está notando a más artistas subestimados!"
- "Ofrece exposición a todo tipo de artistas en todo el mundo."

**Limitaciones y desigualdades:** A pesar de los aspectos positivos, hay usuarios que señalan ciertas limitaciones y desigualdades en *TikTok*. Mencionan que aún persiste la influencia de artistas respaldados por grandes compañías y que el algoritmo de la plataforma puede favorecer a artistas ya famosos en lugar de a artistas independientes. También se menciona que la viralidad en *TikTok* no siempre se traduce en éxito a largo plazo en la industria musical.

- "En cierta medida, pero los artistas respaldados por sellos discográficos y mucho dinero siguen siendo los que más ganan y los más populares."

- "El algoritmo puede favorecer el contenido de artistas ya famosos en lugar de uno independiente."
- "TikTok ayuda a que los artistas conocidos crezcan, pero también brinda una oportunidad a los nuevos artistas para construir su carrera y base de fans."

## 5. Discusión

Objetivo General OG: Explorar los efectos positivos de *TikTok* en la industria musical en Estados Unidos

**OE1. Comprobar que la mayoría de los usuarios de TikTok descubren nueva música o artistas a través de esta red social**

**H1. La mayoría de los usuarios de TikTok ha descubierto nueva música o artistas a través de esta red social**

Tras realizar un análisis de los datos recopilados en la encuesta, es evidente que los resultados sustentan y confirman la hipótesis planteada y el objetivo específico. La hipótesis sostenía que la mayoría de los usuarios de *TikTok* ha experimentado el descubrimiento de nueva música o artistas a través de esta plataforma, y los resultados obtenidos respaldan esta afirmación de manera concluyente.

De entre los 360 usuarios de *TikTok* encuestados, un total de 311 individuos manifestaron haber descubierto nuevos artistas o canciones mediante esta plataforma. Esta cifra, que representa un 86% de los encuestados, demuestra de manera contundente la conexión existente entre la utilización de *TikTok* y la exposición a contenidos musicales emergentes.

Adicionalmente, las respuestas otorgadas por los participantes en la encuesta proporcionan una visión detallada de cómo *TikTok* ha influido en sus hábitos de consumo musical. Los testimonios recopilados destacan la diversidad de artistas a los que los usuarios han accedido a través de la plataforma, así como la facilidad con la que han encontrado nuevos intérpretes en géneros musicales que ya les agradaban. Esto sugiere que *TikTok* ha contribuido a enriquecer la experiencia

musical de sus usuarios y ha transformado la manera en que estos descubren y disfrutan de la música.

En resumen, los resultados obtenidos a lo largo de esta investigación confirman la hipótesis y objetivo planteados, revelando que la mayoría de los usuarios de *TikTok* ha descubierto nueva música o artistas a través de esta plataforma. Estos hallazgos confirman el impacto positivo que *TikTok* ha ejercido en la industria musical, consolidándose como un canal eficaz para la promoción y el hallazgo musical.

En cuanto al análisis de los artistas de *TikTok*, para comprobar la hipótesis de que la mayoría de los usuarios de *TikTok* descubre nueva música o artistas a través de esta red social, se analizaron las experiencias de los artistas emergentes Gayle, Katie Gregson-MacLeod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nick Youre en la plataforma.

La historia de Gayle respalda firmemente la hipótesis. Su súbita visibilidad y éxito derivados de un comentario en *TikTok* demuestran cómo la plataforma puede llevar a una mayor conciencia de la música emergente. A medida que su canción "ABCDEFU" se volvía viral, muchos usuarios se sumaron a la tendencia, lo que ilustra cómo *TikTok* no solo expone a los artistas a nuevos oyentes, sino que también crea una comunidad de fans alrededor de su música.

La experiencia de Katie Gregson-MacLeod también refuerza la hipótesis. Sus videos virales en *TikTok* permitieron que su canción original "Complex" se volviera ampliamente conocida. El interactuar con otros usuarios, incluidas celebridades, y utilizar *TikTok* como plataforma para promocionar su música, enfatiza cómo esta red social se ha convertido en un motor clave para que los artistas emergentes lleguen a nuevas audiencias y crezcan en popularidad.

Em Beihold enfrentó desafíos en la producción de su música, pero recurrió a *TikTok* para mantener el interés de sus seguidores. Compartiendo adelantos, interactuando con los seguidores y generando una comunidad en torno a su trabajo, Beihold demuestra cómo la plataforma puede ser una herramienta eficaz para mantener a la audiencia involucrada y comprometida con la música emergente.

La carrera de Stephen Sanchez también confirma la hipótesis. Su canción "*Until I Found You*" se volvió viral en *TikTok*, lo que generó un aumento significativo en su visibilidad y oyentes. Participar en tendencias y colaborar con otros usuarios contribuyó a su ascenso en popularidad. La aparición en programas de televisión y el compartir escenario con artistas establecidos subrayan aún más cómo *TikTok* es un conducto vital para que los artistas emergentes lleguen a nuevos oyentes.

Por último, Nick Youre ejemplifica cómo *TikTok* es una plataforma para descubrir nueva música y artistas. Su creativa estrategia de utilizar su propia canción como fondo para los videos de recomendación musical generó un interés sostenido en su música. El éxito de la canción "*Sunroof*" como un trend en *TikTok* reafirma cómo la plataforma puede generar atención masiva en torno a una canción y expandir su alcance entre los usuarios.

En la tabla 10, se observa que todos los artistas tienen una cantidad significativa de seguidores. Esto se suma a los altos *likes* y *engagement*, lo cual demuestra que la interacción activa de los seguidores ha contribuido a que *TikTok* haya sido una plataforma efectiva para dar a conocer su música.

En resumen, los ejemplos proporcionados por Gayle, Katie, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nick Youre validan la hipótesis de que la mayoría de los usuarios de *TikTok* descubren nueva música o artistas a través de esta red social. La viralización, la participación en tendencias y la colaboración con otros usuarios y celebridades demuestran cómo *TikTok* ha transformado la forma en que la música emergente se promociona y llega a las audiencias, confirmando así el objetivo establecido.

Se han analizado las entrevistas de dos personas de la industria musical de Estados Unidos (ver anexo 2 y 3). Estos son Freddie Morris y Tiffany Truong.

Si bien Freddie no aborda directamente la primera hipótesis en la entrevista, sus comentarios sobre cómo *TikTok* se ha convertido en la conversación principal en términos de marketing y cómo se enfoca en las creaciones de los usuarios y las vistas de videos de 15 segundos; sugieren que la plataforma ha impactado significativamente en la forma en que se descubre música y artistas. Su enfoque en la importancia de *TikTok* en las estrategias de marketing y en identificar nuevos talentos respalda la noción de que los usuarios están descubriendo música y artistas

a través de la plataforma. La declaración de que "cada estrategia de marketing comienza con cómo estamos en *TikTok* y termina con cómo llegar allí" respalda la idea de que *TikTok* ha revolucionado la forma en que la música se descubre y promociona.

Freddie también menciona que *TikTok* se ha convertido en la conversación principal en términos de marketing y discusión sobre a quién contratar. Esto sugiere que *TikTok* ha tenido un impacto significativo en la forma en que la música se descubre y promueve en la industria musical. La plataforma se ha vuelto crucial para las estrategias de marketing y para identificar nuevos talentos. Esto respalda la idea de que los usuarios de *TikTok* están descubriendo música y artistas a través de esta red social.

Otra de las entrevistadas, Tiffany Truong, menciona que *TikTok* ha permitido que los artistas se conecten con los fanáticos de manera auténtica, y que ofrece una plataforma de bajo costo para promocionar la música a través de desafíos musicales. Esto respalda la idea de que los usuarios descubren música y artistas a través de *TikTok*, ya que la plataforma fomenta la interacción personal con el contenido musical y permite a los artistas llegar a una audiencia global.

Tiffany no aborda directamente esta hipótesis en su entrevista. Sin embargo, sus comentarios sobre cómo *TikTok* permite a los artistas conectarse con los fanáticos de manera auténtica y cómo ofrece una plataforma para promocionar la música a través de desafíos musicales indican que la plataforma ha tenido un impacto en la forma en que se descubre música.

**OE2. Establecer ejemplos que comprueben el impacto positivo que *TikTok* ha tenido en artistas pequeños**

**H2. *TikTok* se ha convertido en una de las herramientas más importantes para que aspirantes a artistas encuentren y hagan crecer su audiencia.**

La presencia de figuras emergentes como Olivia Rodrigo, Katie Gregson-MacLeod y Lil Nas X en el contexto de descubrimientos musicales a través de *TikTok* resalta de manera el impacto positivo que esta plataforma ha logrado en la promoción de artistas en etapas iniciales de sus carreras. Estos ejemplos respaldan la noción de

que *TikTok* no solo proporciona una vitrina de visibilidad, sino que también juega un papel fundamental en el crecimiento de la audiencia y el reconocimiento de artistas que aún no han alcanzado la consolidación en la industria musical.

Los resultados de las respuestas de la encuesta agregan un componente adicional al argumento. La encuesta subraya cómo *TikTok* ha impulsado directamente las carreras de artistas emergentes. Los ejemplos concretos demuestran cómo la plataforma ha actuado como una herramienta para que aspirantes a artistas amplíen su base de seguidores y alcancen un nuevo nivel de reconocimiento en la esfera musical. Estos casos de estudio específicos fortalecen la hipótesis y el objetivo presentados, reforzando aún más el papel esencial que *TikTok* desempeña en la promoción y visibilidad de artistas en ascenso en la industria musical.

Este impacto no se limita únicamente a la promoción individual de los artistas. Las respuestas a la encuesta también resaltan una conexión estrecha entre *TikTok* y otras plataformas musicales, como *Spotify*. Esto sugiere que *TikTok* ha influido en la forma en que los usuarios utilizan y exploran plataformas de música, lo que demuestra una conexión entre estas diversas herramientas de promoción musical.

La influencia de *TikTok* también se refleja en el conocimiento y la conciencia musical de sus usuarios. Los testimonios recogidos indican que la plataforma ha sido una fuente valiosa para mantenerse al tanto de las canciones populares, las tendencias musicales y los rankings. Esto señala que *TikTok* no solo impacta en la promoción de artistas, sino que también desempeña un papel educativo y cultural en la experiencia musical de sus usuarios.

Una de las estadísticas clave obtenidas es que el 73% de los usuarios encuestados admitieron haberse convertido en fanáticos de un artista debido a su presencia en *TikTok*. Esto subraya cómo la exposición en la plataforma puede llevar a la creación de una base de *fans* leales, lo que valida la noción de que *TikTok* no solo influye en la promoción, sino que también contribuye a la lealtad y el apoyo de los seguidores.

No obstante, esta investigación también revela una diversidad de opiniones en cuanto al impacto de *TikTok* en la industria musical. Aunque la mayoría de los usuarios perciben este impacto como positivo, existe una minoría que mantiene una perspectiva más crítica. Esta variabilidad en las percepciones sugiere una pluralidad

de opiniones y evidencia la existencia de matices en la evaluación del impacto de *TikTok* en el panorama musical.

En la figura 14 vemos que el 74% de los encuestados opinan que *TikTok* ha cambiado la forma en que consumen música. Por otro lado, en la figura 15 se observa que el 73% de encuestados se han vuelto *fans* de un artista solo por su presencia en *TikTok*. La confirmación de la hipótesis número 2 coincide con las conclusiones de Paula Álvarez (2022), quien afirma que *TikTok* ha revolucionado la forma en que la audiencia descubre y disfruta de la música. Mediante el contenido publicado en la plataforma, los usuarios pueden descubrir nuevas canciones y artistas, y luego trasladarse a plataformas de streaming para escuchar las versiones completas de las canciones (Álvarez, 2022).

En conclusión, la influencia de *TikTok* en la industria musical es una temática que despierta un intenso debate y conlleva una diversidad de perspectivas. La plataforma ha sido un catalizador para artistas emergentes, brindándoles exposición y oportunidades para ampliar sus audiencias. No obstante, también se han planteado críticas en relación con el enfoque en la viralidad, la homogeneidad musical y los posibles efectos superficiales. En última instancia, *TikTok* ha sido una herramienta que ha redefinido la forma en que los aspirantes a artistas promocionan sus obras y se conectan con sus seguidores, aunque con aspectos que generan tanto apoyo como debate.

En cuanto al análisis de los artistas de *TikTok*, se puede ver que la plataforma social ha revolucionado la forma en que los artistas emergentes entran en el panorama musical y conectan con su audiencia. A través de la observación de los artistas y sus experiencias en la plataforma, es evidente que *TikTok* ha desempeñado un papel clave en el descubrimiento musical y el crecimiento de sus audiencias, ayudando a cumplir el objetivo de demostrar cómo *TikTok* se ha convertido en una herramienta esencial para que los aspirantes a artistas encuentren y hagan crecer su audiencia.

En el caso de Gayle, la cantante experimentó un aumento significativo en su visibilidad cuando un comentario la instigó a crear una canción de desamor usando el abecedario. Este video viral marcó un punto de inflexión en su carrera, atrayendo la atención de una amplia audiencia y catapultándola a la fama. Además, sus

colaboraciones con otros usuarios y su participación en programas de televisión demostraron cómo *TikTok* puede ser una plataforma de lanzamiento para artistas en ascenso.

La historia de Katie Gregson-MacLeod refuerza aún más la influencia de *TikTok* en el descubrimiento musical. A través de la creación de vídeos virales y la utilización de tendencias populares, logró que su canción original "*Complex*" se volviera ampliamente conocida. Al interactuar con celebridades y utilizar su plataforma para promocionar su música, Katie demostró cómo *TikTok* puede brindar oportunidades únicas para conectarse con audiencias más amplias y, en última instancia, expandir su base de seguidores.

Em Beihold utilizó la plataforma para mantener a los seguidores interesados y entusiasmados con su música. *TikTok* le permitió compartir adelantos, interactuar con los seguidores y establecer una comunidad en torno a su trabajo. Esto validó aún más cómo la plataforma actúa como un espacio para el crecimiento de la audiencia y la participación continua.

El impacto de *TikTok* en la carrera de Stephen Sanchez muestra la transformación de un artista de desconocido a reconocido en un corto período. Su canción "*Until I Found You*" se convirtió en un éxito viral, gracias en parte a la participación en tendencias y la colaboración con otros usuarios. La plataforma le brindó la oportunidad de aparecer en programas de televisión y compartir escenario con artistas establecidos, lo que subraya la importancia de *TikTok* en la construcción de una carrera musical sólida.

Por último, Nick Youre resalta cómo *TikTok* se ha convertido en un medio para que los artistas emergentes promocionen su música de manera creativa. Utilizando su canción "*Sunroof*" como banda sonora, creó vídeos virales de recomendación de música, generando un interés continuo en su trabajo. La canción misma se convirtió en un trend en *TikTok*, demostrando cómo la plataforma puede impulsar la viralización de una canción y expandir su alcance.

En la tabla 10, se observa el impacto positivo que *TikTok* ha tenido en estos artistas al observar cómo varios superan el millón de seguidores y el compromiso de estos en términos de *likes* también es alto. *TikTok* ha sido una herramienta importante

para que estos artistas puedan encontrar su audiencia y usarla a su favor. Todos ellos tienen música en plataformas de *streaming*, y todos han logrado alcanzar un número notable de oyentes mensuales en *Spotify*,

En resumen, los de estos artistas ejemplifican cómo *TikTok* ha sido una herramienta esencial para que los aspirantes a artistas hagan crecer sus audiencias. A través de videos creativos y atractivos que incorporaban su música, estos artistas lograron capturar la atención de una audiencia cada vez mayor en *TikTok*. La viralidad de su contenido los llevó a ser descubiertos por una audiencia mucho más amplia, compuesta tanto por seguidores establecidos como por nuevos aficionados. Este crecimiento exponencial en la audiencia se tradujo en un aumento de seguidores en otras plataformas, como *Spotify*, donde sus reproducciones se multiplicaron significativamente. *TikTok*, como catalizador, no solo generó una creciente base de fans, sino que también propició oportunidades de colaboración con otros artistas y promotores de la industria musical.

En las entrevistas, Freddie Morris menciona que *TikTok* ha abierto puertas para que los artistas sean vistos de manera más amplia y rápida que en el pasado. Él resalta que *TikTok* ha nivelado el campo de juego en cierta medida para los artistas independientes, permitiéndoles una exposición más amplia. Además, menciona estrategias como el uso de *hashtags* y la creatividad en las publicaciones para promocionarse efectivamente en *TikTok*. Esto corrobora la hipótesis de que *TikTok* ha tenido un impacto positivo en artistas emergentes al proporcionarles una plataforma efectiva para obtener exposición y reconocimiento.

La declaración de Freddie de que *TikTok* ha abierto puertas para que los artistas sean vistos de manera más amplia y rápida que en el pasado, así como su mención de cómo la plataforma ha nivelado en cierta medida el campo de juego para los artistas independientes, confirma también la hipótesis.

Tiffany Truong menciona que *TikTok* ha permitido que los artistas en ascenso obtengan una exposición adecuada que antes era difícil de obtener. También destaca que *TikTok* combina la difusión en redes sociales y las presentaciones en vivo, permitiendo una difusión y exposición más amplia desde el principio. Estos

comentarios respaldan la idea de que *TikTok* ha tenido un impacto positivo en artistas independientes y en ascenso.

Tiffany también menciona que *TikTok* ha permitido una exposición adecuada para artistas en ascenso y que combina opciones de difusión en redes sociales y presentaciones en vivo. Esto respalda la idea de que *TikTok* se ha convertido en una herramienta importante para que los aspirantes a artistas establezcan y hagan crecer su audiencia.

**OE3. Explorar el uso de *TikTok* para hacer marketing y viralizar su música por parte de diferentes artistas.**

**H3. La viralidad en *TikTok* no solo aumenta la visibilidad de los artistas en ascenso, sino que también puede llevar sus canciones a plataformas como *Spotify*, generando reproducciones masivas.**

Los resultados recopilados a partir de las respuestas de la encuesta brindan un sólido respaldo a la hipótesis planteada. Los datos revelan que un 85% de los encuestados ha guardado o incluso adquirido música de artistas que descubrieron en *TikTok* en sus plataformas de streaming de música. Esta estadística demuestra de manera inequívoca que el éxito viral en *TikTok* es capaz de generar un impacto profundo en la trayectoria musical, potenciando la presencia y la recepción de las canciones en otras plataformas.

La influencia de *TikTok* en las tendencias musicales y la creación de canciones pegajosas es un aspecto que destaca en las respuestas. Múltiples usuarios han mencionado que las canciones populares en *TikTok* tienden a quedarse en sus mentes, y que la plataforma ha desempeñado un papel crucial en el éxito de diversas canciones y desafíos virales. Esta observación subraya cómo *TikTok* no solo influye en las tendencias musicales, sino que también contribuye al éxito y la viralidad de determinadas piezas musicales, modificando la forma en que los usuarios consumen y conectan con la música.

La creencia generalizada entre los encuestados sobre la capacidad de *TikTok* para moldear el destino de un artista resalta la relevancia y la influencia que la plataforma posee en la industria musical. Esta percepción colectiva señala que los usuarios

reconocen el potencial de *TikTok* para impulsar tanto el éxito como la visibilidad de los artistas, pero también están conscientes de que un impacto negativo puede igualmente afectar la trayectoria de un artista.

La alta proporción de encuestados que ha comprado o guardado música de artistas que conocieron a través de *TikTok* en sus plataformas de streaming de música apunta al impacto positivo que la plataforma ejerce en la promoción y el respaldo de los artistas. Además, el número significativo de personas que se han convertido en auténticos seguidores de un artista gracias a su presencia en *TikTok* demuestra cómo la plataforma ha fomentado la formación de comunidades para los artistas. Esto demuestra que *TikTok* no solo influencia el descubrimiento inicial de la música, sino también el apoyo continuo a los artistas, lo que se traduce en ventas, asistencia a conciertos y una mayor atención en general.

En cuanto al análisis de los artistas de *TikTok*, se puede observar que esta plataforma es una fuerza impulsora en la promoción y difusión de la música, especialmente para nuevos artistas musicales. Para explorar la hipótesis de que la viralidad en *TikTok* no solo aumenta la visibilidad de los artistas en ascenso, sino que también puede llevar sus canciones a plataformas como *Spotify*, generando reproducciones masivas, analizaremos cómo los artistas Gayle, Katie Gregson-MacLeod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nick Youre han utilizado *TikTok* con fines de marketing y viralización.

La experiencia de Gayle respalda la hipótesis de manera sólida. El uso de su canción "*ABCDEFU*" en un trend de *TikTok* generó un aumento masivo en la visibilidad de la canción y, como resultado, en la plataforma *Spotify*, donde la canción rápidamente acumuló millones de reproducciones. Esto demuestra cómo la viralización en *TikTok* puede llevar al éxito en otras plataformas de *streaming*, validando así la relación entre la viralidad en *TikTok* y el aumento de las reproducciones en *Spotify*.

La experiencia de Katie Gregson-MacLeod también respalda la hipótesis. Sus videos virales en *TikTok* llevaron su música a una audiencia más amplia, y generaron interés en su música en plataformas como *Spotify*. El aumento de su visibilidad en *TikTok* se tradujo en un aumento en la reproducción de sus canciones en otras plataformas,

lo que confirma cómo la viralidad en *TikTok* puede impactar positivamente el desempeño en servicios de *streaming*.

Em Beihold y su persistencia en *TikTok* mantuvieron el interés y la expectativa entre sus seguidores. La viralización de sus canciones en *TikTok* llevó a su exitoso lanzamiento en plataformas de streaming, demostrando que la plataforma puede ser un canal efectivo para llevar la música de artistas emergentes a un público más amplio.

La carrera de Stephen Sanchez respalda la relación entre *TikTok* y *Spotify*. La viralidad de su canción "*Until I Found You*" en *TikTok* se tradujo en un aumento significativo en la visibilidad en *Spotify*. La canción se convirtió en un *hit* en ambas plataformas, al igual que sus canciones siguientes.

La experiencia de Nick Youre también confirma la hipótesis. El uso estratégico de su canción "*Sunroof*" en videos de recomendación musical en *TikTok* generó un interés constante en la canción. La viralización en la plataforma llevó a un aumento en las reproducciones en *Spotify*, lo que subraya cómo *TikTok* puede actuar como un puente para expandir la presencia de un artista emergente en múltiples plataformas.

La tabla 10 muestra que todos los artistas tienen una presencia sólida tanto en *TikTok* como en *Spotify* en términos de seguidores y oyentes mensuales. Esto respalda la idea de que *TikTok* puede influir en la visibilidad de la música en plataformas de streaming, ya que estos artistas han logrado construir audiencias sustanciales en ambas plataformas.

En resumen, los ejemplos proporcionados por Gayle, Katie Gregso-MacLeod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nick Youre respaldan la hipótesis de que la viralidad en *TikTok* no solo aumenta la visibilidad de los artistas en ascenso, sino que también puede llevarlos a que graben sus canciones profesionalmente y las lancen en plataformas como *Spotify*, generando reproducciones masivas. La capacidad de *TikTok* para llevar el éxito en las plataformas de *streaming* destaca su papel como una herramienta efectiva de marketing y viralización musical para artistas emergentes.

Los comentarios de Freddie sobre cómo *TikTok* ha cambiado la forma en que se produce y comercializa la música respaldan esta hipótesis. Su énfasis en el papel de *TikTok* como un barómetro de lo que está en tendencia en línea y en la importancia de las creaciones de los usuarios y las vistas de videos de 15 segundos sugiere que la plataforma puede influir en la visibilidad y el éxito en otras plataformas.

Freddie señala que *TikTok* se ha convertido en un barómetro principal de lo que está en tendencia en línea, y ahora se centra en las creaciones de los usuarios y las vistas de videos de 15 segundos. Además, se destaca que *TikTok* ha cambiado la forma en que se produce y comercializa la música, lo que sugiere que los artistas están utilizando activamente la plataforma para promocionar su música. La importancia de la viralidad en *TikTok* y su efecto en la visibilidad se discuten, lo que respalda la idea de que la plataforma se utiliza como una herramienta efectiva de marketing y viralización musical.

Tiffany Truong habla sobre cómo *TikTok* ha permitido que los artistas creen contenido basado en su musicalidad que atraiga a nuevos *fans* y retenga a su comunidad existente. Menciona la creación de videos cómicos que resaltan la personalidad del artista en relación con su música, lo que atrae a nuevos *fans* y entretiene a los *fans* existentes. Esto respalda la idea de que *TikTok* se utiliza para marketing y viralización musical, ya que los artistas pueden utilizar la creatividad y la autenticidad para promocionar su música de manera efectiva.

Tiffany también comentó sobre cómo *TikTok* permite a los artistas conectarse con los fanáticos de manera auténtica y cómo ofrece una plataforma de bajo costo para promocionar la música; lo cual indica que la plataforma puede influir en la visibilidad y el éxito de los artistas en otras plataformas.

## 6. Conclusiones

En este contexto de transformación digital en la industria musical, se evidencian varias dinámicas que confirman las conclusiones de esta investigación. En primer lugar, se destaca el hecho de que los artistas ya no necesitan estar vinculados a un sello discográfico para alcanzar el éxito. Tradicionalmente, ser descubierto como

artista era una tarea difícil, y muchos aspirantes buscaban firmar con sellos discográficos en un intento altamente competitivo. Sin embargo, *TikTok* ha revolucionado esta dinámica al ofrecer una plataforma donde la viralización no requiere grandes inversiones financieras. Los artistas pueden construir una comunidad genuina en torno a su música, independientemente de su afiliación a una discográfica.

Aplicaciones como *TikTok* han demostrado cómo los oyentes pueden reutilizar y reinterpretar la música de maneras únicas y colaborativas. Esto, a su vez, está derribando las barreras entre géneros y creadores musicales. Este aspecto subraya cómo *TikTok* está impulsando una mayor interacción entre artistas y su audiencia, llevando a la exploración de nuevas formas de creatividad musical.

Se puede concluir que las redes sociales, incluido *TikTok*, han empoderado a los artistas para crear su propia marca personal y conectarse directamente con sus seguidores, sin interferencias de los sellos discográficos. Esta capacidad ha liberado a los artistas para tomar decisiones auténticas y creativas sobre su música, estableciendo una relación más cercana y genuina con sus *fans*. En línea con lo que dicen Gómez, Sánchez y Vila (2022), esta relación bidireccional entre los artistas y *fans*, contribuye a intensificar la unión emocional entre ellos, lo cual incentiva aún más el apoyo hacia su trabajo.

La facilidad para lanzar música en *TikTok* también juega un papel crucial. La posibilidad de medir las reacciones de los usuarios al lanzar fragmentos de canciones ofrece una oportunidad para comprender mejor a las audiencias. Esto puede ayudar a los artistas a tomar decisiones informadas y evitar inversiones en canciones que podrían no tener un buen rendimiento en términos de recepción.

El caso de los *TikTokers* ejemplifica cómo *TikTok* puede ser utilizada de manera efectiva por los músicos. Con sus canciones ganando rápidamente mucha tracción en la plataforma, ellos aprovecharon la oportunidad para interactuar con su audiencia a través de duetos, responder preguntas de los *fans* y crear contenido relevante. Esta estrategia demuestra cómo *TikTok* no solo es una herramienta de promoción, sino también un canal para interactuar directamente con los seguidores y construir una comunidad comprometida.

En última instancia, *TikTok* ha nivelado el campo de juego musical al brindar a cualquier canción la posibilidad de volverse viral. Esto convierte a la promoción de la música en *TikTok* en una consideración esencial para cualquier artista. A diferencia de otras plataformas de redes sociales, donde las tendencias se descubren principalmente a través de hashtags, *TikTok* presenta "sonidos" en tendencia, lo que diferencia enormemente sus estrategias de marketing musical.

Este estudio ha demostrado cómo *TikTok* ha remodelado la industria musical al empoderar a los artistas emergentes y cambiar la dinámica entre artistas, fans y discográficas. Ha proporcionado una plataforma para la creatividad, la promoción y la interacción directa con los seguidores, alterando significativamente la manera en que se descubre, promociona y consume música.

A su vez, la investigación ha explorado en profundidad el impacto de *TikTok* en la industria musical en Estados Unidos. Los objetivos específicos planteados al inicio del estudio han sido respaldados por las respuestas de los entrevistados y los ejemplos concretos analizados, proporcionando una comprensión sólida de cómo *TikTok* ha influido en la forma en que se descubre, promociona y viraliza la música.

Las respuestas de los entrevistados y encuestados confirman que *TikTok* ha servido como una plataforma importante para que los usuarios descubran nueva música y artistas. La facilidad de interacción y la creatividad que ofrece *TikTok* ha permitido a los fanáticos conectarse con la música de manera más auténtica y personal. A su vez, se respalda la noción de que *TikTok* actúa como una herramienta de marketing y viralización musical. La creatividad en la creación de contenido, la participación de los fanáticos y los desafíos musicales han demostrado ser estrategias efectivas para promover la música en la plataforma.

Los casos de artistas como Gayle, Katie Gregson-MacLeod, Em Beihold, Stephen Sanchez y Nick Youre demuestran cómo *TikTok* ha brindado a los artistas emergentes una exposición previamente inalcanzable. La plataforma ha permitido que estos artistas lleguen a una audiencia global y promocionen su música de manera efectiva.

## 6.1 Aportes al campo de Comunicación y Marketing

Este trabajo presenta contribuciones al campo de las Ciencias de la Comunicación y el Marketing al abordar el impacto de *TikTok* en la industria musical, revelando cambios fundamentales en la forma en que se descubre, promociona y consume la música en la era digital. A través de un análisis profundo y una encuesta bien estructurada, se han obtenido conclusiones que no solo informan sobre la influencia de *TikTok* en la música, sino que también ofrecen perspectivas clave que enriquecen estos campos de estudio.

En términos de Ciencias de la Comunicación, este trabajo expone cómo las redes sociales, específicamente *TikTok*, están transformando las interacciones entre artistas y audiencia. La plataforma ha dado lugar a un cambio en el paradigma, donde los artistas ahora pueden comunicarse directamente con sus seguidores, eliminando las barreras tradicionales que solían ser impuestas por las discográficas. Este fenómeno es un claro ejemplo de cómo las plataformas digitales están empoderando a los individuos y alterando las dinámicas de poder en la comunicación. Además, al concluir que *TikTok* fomenta la autenticidad y la conexión personal entre artistas y fans, se resalta la forma en que la comunicación de hoy en día es influenciada por la demanda de conexiones genuinas y relaciones auténticas.

Desde una perspectiva de Marketing, el trabajo ofrece información valiosa sobre cómo *TikTok* se ha convertido en una poderosa herramienta de promoción musical. La exposición de casos concretos de artistas demuestra cómo los aspirantes a músicos pueden aprovechar *TikTok* para generar visibilidad y construir una base de seguidores sólida. Esta información es esencial para profesionales de la industria musical y de marketing, brindándoles información sobre las estrategias efectivas para utilizar *TikTok* como una plataforma de promoción. Asimismo, el estudio revela cómo *TikTok* ha democratizado el proceso de promoción musical, nivelando el campo de juego para artistas independientes y permitiéndoles competir de manera efectiva con artistas más consolidados. Esta revelación puede tener un impacto significativo en la forma en que los profesionales de marketing musical planifican sus campañas y estrategias de promoción en el futuro.

En términos generales, este estudio contribuye al área de las Ciencias de la Comunicación y el Marketing al proporcionar información actualizada y relevante sobre cómo una plataforma como *TikTok* está redefiniendo la comunicación artista-audiencia y revolucionando la promoción musical. Al profundizar en estas dinámicas cambiantes, el trabajo ofrece una base sólida para futuras investigaciones y abre la puerta a nuevas discusiones sobre cómo las plataformas digitales están dando forma a la comunicación y el marketing en la industria musical.

## 6.2 Debilidades y limitaciones

En el transcurso de esta investigación, se identificaron varias debilidades y limitaciones que merecen ser reconocidas para contextualizar adecuadamente los resultados y conclusiones obtenidas.

En primer lugar, el tamaño de la muestra podría haber sido más amplio para lograr una representación más completa de la diversidad de experiencias en la industria musical y las redes sociales en Estados Unidos. La limitación de recursos y tiempo influyó en la capacidad para abordar un espectro más amplio de perspectivas, lo que podría haber enriquecido aún más los hallazgos.

Otra limitación significativa fue la dificultad para establecer contacto con profesionales de la industria musical en Estados Unidos. El hecho de no ser local y no tener una red extensa de contactos en el país dificultó la obtención de entrevistas. A pesar de los intentos por medio de diversas plataformas como *LinkedIn*, correo electrónico e *Instagram*, muchas solicitudes no obtuvieron respuesta, lo que podría haber restringido la variedad de opiniones y perspectivas en el estudio.

La magnitud del tema de investigación, que abarca la intersección de la industria musical y las redes sociales, resultó ser más amplia de lo anticipado. La complejidad y la vastedad de estos campos dificultaron la delimitación de enfoque, lo que a su vez influyó en las decisiones sobre qué aspectos incluir o excluir en el análisis.

Una limitación que podría haber influido en los resultados es la época que se investigó, que incluye el período de la pandemia de COVID-19. Si bien no se evaluó directamente su impacto, es importante reconocer que las condiciones

excepcionales y la transformación de la industria musical y el comportamiento en línea podrían haber influido en los resultados.

En cuanto a la diversidad de géneros musicales, la investigación se centró en gran medida en los géneros *indie* y *pop*, lo que podría haber limitado la comprensión de cómo *TikTok* influye en otros géneros musicales y sus audiencias correspondientes.

En última instancia, si bien los resultados ofrecen ideas valiosas, es importante considerar estas limitaciones al interpretar las conclusiones y considerar futuras investigaciones en este campo en constante evolución.

### 6.3 Futuras líneas de investigación

Este estudio ha abierto la puerta a una serie de posibles direcciones para futuras investigaciones en las Ciencias de la Comunicación y el Marketing. Estas líneas de investigación pueden profundizar aún más en el fenómeno de *TikTok* y explorar áreas que quedaron fuera del alcance de este estudio.

- Análisis comparativo de plataformas de redes sociales: comparar el impacto de *TikTok* con otras plataformas de redes sociales en la promoción musical puede proporcionar una visión más amplia de cómo las distintas plataformas están afectando la industria. Comprender cómo las estrategias de promoción difieren en plataformas como *Instagram*, *YouTube* y *TikTok* podría revelar tendencias emergentes y proporcionar recomendaciones específicas para los artistas y profesionales de marketing.
- Efectos a largo plazo en la carrera de los artistas: Una investigación que siga la carrera de artistas que experimentaron un éxito inicial en *TikTok*, y analizar si la plataforma proporciona un impulso sostenible en el tiempo.
- Análisis de la audiencia: Investigar cómo diferentes grupos demográficos interactúan con la música en la plataforma. Comprender los patrones de consumo de contenido musical y las preferencias de las audiencias podría ayudar a los artistas y profesionales de marketing a adaptar sus estrategias para llegar a grupos específicos.

## 7. Bibliografía

- Alonso, I. (Mayo, 2022). *La nueva industria musical: sus estrategias de comunicación. Aplicación al caso de Aitana*. Universidad de Valladolid. [Trabajo final de grado]
- Álvarez, P. (Abril, 2022). *Análisis de la influencia de TikTok en la promoción, distribución y consumo musical*. Universidad Pontificia Comillas. [Trabajo final de grado]  
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/55796/TFG%20-%20Alvarez%20Alvarez%2c%20Paula.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Aswad, J. (2022). *Music Industry Moves: Em Beihold Signs With Sony Publishing; 'Billie Eilish' Rapper Armani White Inks With Def Jam*. Variety. <https://variety.com/2022/music/news/em-beihold-sony-publishing-billie-eilish-armani-white-def-jam-1235327602/>
- Aswad, J. (28 de enero de 2022). *Em Beihold Signs With Moon Projects-Republic Records (EXCLUSIVE)*. Variety. <https://variety.com/2022/music/news/em-beihold-moon-projects-republic-records-1235166134/>
- Autio, A.J (2019). *The Effects of Digital Music Streaming on the Revenue Models of Independent Musicians* [Tesis de grado bachiller, Oregon State University] Repositorio institucional de la Oregon State University: [https://ir.library.oregonstate.edu/concern/honors\\_college\\_theses/mk61rp730](https://ir.library.oregonstate.edu/concern/honors_college_theses/mk61rp730)
- Beer, M [@madisonbeer]. (11 de agosto de 2022). 🌸👍👍 **@Katie Gregson-MacLeod** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@madisonbeer/video/7130711830456028459?embed\\_source=71223856%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed\\_share&refer=embed&referer\\_url=www.capitalfm.com%2F&referer\\_video\\_id=7130711830456028459](https://www.tiktok.com/@madisonbeer/video/7130711830456028459?embed_source=71223856%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed_share&refer=embed&referer_url=www.capitalfm.com%2F&referer_video_id=7130711830456028459)
- Beihold, E [@embeihold]. (10 de febrero de 2022). *LETS HEAR IT BABY* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7052798355524767022?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7052798355524767022?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (11 de marzo de 2023). *ELTON. JOHN*. [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7209388831861329198?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7209388831861329198?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (12 de diciembre de 2022). *pulled this out of the drafts cuz im currently a sickling but y'all rllly keeping me alive right now* 🗲️❤️ [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7176061236889619755?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7176061236889619755?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Beihold, E [@embeihold]. (12 de enero de 2022). *GO PRE-SAVE GOGOGOGO #numblittlebug* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7052389351644499247?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7052389351644499247?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (12 de febrero de 2022). *a lil routine vid inspired by u guys - absolutely loving all the videos coming in 🤔🐛 #numblittlebug* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7063940208957590830?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7063940208957590830?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (12 de mayo de 2021). *my parents deserve oscar noms for this performance tbh #originalsong #groundhogday* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6961280715807870213?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6961280715807870213?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (13 de febrero de 2023). *lil clip of stephen & me getting ready for our @latelateshow performance 🦋🦋* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7199551990052048171?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7199551990052048171?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (16 de agosto de 2022). *forever grateful ❤️🦋* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7132344648768605486?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7132344648768605486?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (17 de agosto de 2021). *numb lil bug* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6997504592237890821?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6997504592237890821?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (19 de febrero de 2022). *a really effective, well-executed call-to-action video 🦋 #numblittlebug* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7066222841401855279?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7066222841401855279?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (20 de abril de 2022). *life is wild man :) @ansonseabra* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7088472749047500078?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7088472749047500078?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (20 de abril de 2022). *THANK U @stephensanchezofficial FOR INVITING ME TO BE A PART OF THIS ❤️* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7088746501588978987?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7088746501588978987?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (20 de enero de 2022). *OUT JAN 28TH 🦋 Pre-save if ur a #numblittlebug or even a just a regular bug* [Video]. TikTok

[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7055128520757955886?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7055128520757955886?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Beihold, E [@embeihold]. (21 de febrero de 2023). *definitely the most professional way i could've announced this* 🦋 [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7202441549291048234?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7202441549291048234?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (22 de julio de 2022). *LINK TO STREAM IN MY BIO* 🕒 [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7123255276970528042?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7123255276970528042?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (28 de enero de 2022). *#answer to charlotteamelang NUMB LITTLE BUG OUT NOW LINK IN DA BIO* ❤️ 🦋 **#numblittlebug #popmusic** [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058380334890650926?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058380334890650926?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (28 de enero de 2022). *NUMB LITTLE BUG OUT NOW LINK IN BIO* 🦋 ❤️ 🦋 [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058341155439693102?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058341155439693102?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (29 de enero de 2022). *it...has not even been 24 hours. i-WHAT* **#numblittlebug**[Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058437144188177711?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7058437144188177711?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (3 de febrero de 2023). *my personal favorite part of @stephensanchezofficial and my performance on the @latelateshow* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7196006654096362798?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7196006654096362798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (30 de abril de 2022). *in Times Square. You all made this happen and I couldn't be more grateful* ❤️ **#numblittlebug** [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7092218297709497643?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7092218297709497643?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (30 de mayo de 2021). *this video is wes anderson's latest work...anyway listen to Groundhog Day by Em Beihold* 🎧 **#originalsong** [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6967887202479099141?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/6967887202479099141?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Beihold, E [@embeihold]. (5 de febrero de 2022). *the woman was too stunned to speak* 🙄 **#numblittlebug**[Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7061015576008772910?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7061015576008772910?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (5 de noviembre de 2022). *also they are so so cute u guys make the cutest videos to this* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7162411049415642410?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7162411049415642410?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (6 de abril de 2022). *this is reaching new levels of insane* **#wangotango#numblittlebug** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7083339453682699566?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7083339453682699566?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (6 de septiembre de 2021). *Reply to @a\_dug hi giving you the first verse of numb little bug 🐸 still working on the production but hoping to get it out real soon* 🙄 [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7004633347779546373?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7004633347779546373?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Beihold, E [@embeihold]. (7 de enero de 2022). *Reply to @froggirl0 ya u heard me THIRTEEN VERSIONS* **#putmefirst** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7050354612695780654?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@embeihold/video/7050354612695780654?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Bertoni, S. (4 de enero de 2012). *Spotify's Daniel Ek: The Most Important Man In Music*. Forbes. Recuperado el 6 de junio de 2023, de <https://www.forbes.com/sites/stevenbertoni/2012/01/04/spotify-daniel-ek-the-most-important-man-in-music/>
- Billboard. (Octubre, 2022). *Billboard Canadian Hot 100*. Billboard. <https://www.billboard.com/charts/canadian-hot-100/2022-09-10/>
- Bujnosek, B. (22 de julio de 2022). *V Girls: Em Beihold - V Magazine*. V Magazine. <https://vmagazine.com/article/v-girls-em-beihold/>
- Byrnes, C. (2023). *We would be friends: fans, musicians and social media*. UNI ScholarWorks. [https://scholarworks.uni.edu/csbsresearchconf/2023/all/84?utm\\_source=scholarworks.uni.edu%2Fcsbsresearchconf%2F2023%2Fall%2F84&utm\\_medium=PDF&utm\\_campaign=PDFCoverPages](https://scholarworks.uni.edu/csbsresearchconf/2023/all/84?utm_source=scholarworks.uni.edu%2Fcsbsresearchconf%2F2023%2Fall%2F84&utm_medium=PDF&utm_campaign=PDFCoverPages)
- Cabello, C [@camilacabello]. (11 de agosto de 2022). **#dúo con @katiegregsonmacleod #Duet** *i love the original so much i was inspired on the plane and wrote my own version* [Video]. TikTok

[https://www.tiktok.com/@camilacabello/video/7130737855583800619?embed\\_source=71223855%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed\\_share&refer=embed&referer\\_url=www.capitalfm.com%2F&referer\\_video\\_id=7130737855583800619](https://www.tiktok.com/@camilacabello/video/7130737855583800619?embed_source=71223855%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed_share&refer=embed&referer_url=www.capitalfm.com%2F&referer_video_id=7130737855583800619)

- Ceci, L. (13 de octubre de 2022). *Statista*. Recuperado el 28 de junio de 2023 de <https://www.statista.com/statistics/1100836/number-of-us-tiktok-users/>
- Ceci, L. (7 de febrero de 2023). *U.S. top iPhone apps by downloads 2022*. Statista. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://www.statista.com/statistics/695857/top-iphone-apps-in-the-us-by-number-of-downloads/>
- Chan, S. (2021). *TikTok- First Non-Facebook App to Reach 3 Bn Downloads*. Sensor Tower. <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-3-billion>
- Ehrlich, H. (2022, Julio 22). *“Devastatingly Romantic” Music for a New Generation — An Interview with Stephen Sanchez about his EP*. Affinity Magazine. Recuperado el 1 de mayo de 2023, de <http://culture.affinitymagazine.us/devastatingly-romantic-music-for-a-new-generation-an-interview-with-stephen-sanchez-about-his-ep/>
- Eichengreen, B., Wikström, P., & Castronova, E. (2021). *The Music Industry in an Age of Digital Distribution | OpenMind*. BBVA OpenMind. Recuperado en abril de 2023, de <https://www.bbvaopenmind.com/en/articles/the-music-industry-in-an-age-of-digital-distribution/>
- Erlandsson, David, y Jomar Perez (2017) . *Listening diversity increases nearly 40% on Spotify. Insights*. Obtenido de <https://insights.spotify.com/us/2017/11/02/listening-diversity-spotify/>.
- Espallargas, A. (14 de octubre de 2021). *Así es ByteDance, la empresa china que tiene a todo el mundo bailando al ritmo de TikTok*. GQ España. <https://www.revistaqq.com/noticias/articulo/bytedance-empresa-tiktok>
- Fanbytes. (2023). *TikTok Music Marketing: How to Promote Music to Gen Z*. Fanbytes. <https://fanbytes.co.uk/tiktok-music-marketing>
- Field, A. (21 de abril de 2022). *How TikTok Is Transforming The Music Industry*. Influence Digital. Recuperado el 4 de febrero de 2023, de <https://influence.digital/how-tiktok-is-transforming-the-music-industry/>
- FLETCHER [@fletcher]. (12 de agosto de 2022). **#duet** with **@katiegregsonmacleod #Duet** wrote my own version of this special heartwrenching song. who gave you the RIGHT KATIE. [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@fletcher/video/7131093766886149418?embed\\_source=71223856%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed\\_blank&](https://www.tiktok.com/@fletcher/video/7131093766886149418?embed_source=71223856%2C121331973%2C120811592%2C120810756%3Bnull%3Bembed_blank&)

[refer=embed&referer\\_url=www.capitalfm.com%2F&referer\\_video\\_id=7131093766886149418](https://www.youtube.com/watch?v=71310937668&refer=embed&referer_url=www.capitalfm.com%2F&referer_video_id=7131093766886149418)

- Fountain, T. M. (13 de septiembre de 2021). *The Evolution Of The Music Industry — And What It Means For Marketing Yourself As A Musician*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/09/13/the-evolution-of-the-music-industry---and-what-it-means-for-marketing-yourself-as-a-musician/?sh=2d64ac17297a>
- Fountain, Tony M. (2021) *Council Post: The Evolution of the Music Industry - and What It Means for Marketing Yourself as a Musician*. Forbes, Forbes Magazine <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2021/09/13/the-evolution-of-the-music-industry---and-what-it-means-for-marketing-yourself-as-a-musician/?sh=45c94581297a>.
- Freddie Morris. *Inicio* [página de LinkedIn]. LinkedIn Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <https://www.linkedin.com/in/freddie-morris-8244b117/>
- Friedlander, J. P. (2022). *RIAA*. Obtenido de <https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2022/03/2021-Year-End-Music-Industry-Revenue-Report.pdf>
- GAYLE [@gaylecantspell]. (1 de noviembre de 2022). *#stitch with @gaylecantspell #greenscreen bro i'm such a swiftie it's not even a joke #taylorswift #midnight #TSTheErasTour #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7161030135381003566?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7161030135381003566?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (10 de noviembre de 2021). *#duet with @janellynnnelson my a needs to be better but it makes me so happy that people don't absolutely hate my music lol #fyp #newmusic #asl* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7029031303991446831?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7029031303991446831?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (12 de agosto de 2021). *\_abcdefu out this friday!!! #newmusicfriday #orginalsong#thisfriday #hastagsworkapparently #fyp #ex #exbestfriend #plislikethissong* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6995332327626788102?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6995332327626788102?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (12 de julio de 2023). *aaahh the barbie sound track is coming out so so soon i can't believe i'm apart of it in any wayyy @Barbie The Album @Barbie Movie* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7254710578294345002?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7254710578294345002?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- GAYLE [@gaylecantspell]. (14 de noviembre de 2021). *still have makeup from two days ago on (ps i'm on taylor's side) #abcdefu #newmusic #hastagsworkapparently #ihopeyourhavingagooodday* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7030522561574358277?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7030522561574358277?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (14 de septiembre de 2021). *#greenscreen pretty pretty please #newmusic#orginalsong #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7007870329968200966?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7007870329968200966?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (16 de agosto de 2021). *#duet with @gaylecantspell abcdefu is finally out on all streaming platforms!!! #fyp #newmusicfriday #newmusic #orginalsong #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6997063777200114949?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6997063777200114949?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (16 de agosto de 2021). *anyways stream abcdefu it's out now*  *!!!* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6996849079376432390?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6996849079376432390?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (16 de noviembre de 2022). *#greenscreenvideo i know i'm supried too #abcdefu#hastagsworkapparently #grammys #idkwhatshappening #stopreadingmyhashtags* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7166582931312610606?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7166582931312610606?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (21 de marzo de 2022). *\_why is hard to maintain platonic friendships :/ #newmusic#marchmadness #treatyourself* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7077569960024755502?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7077569960024755502?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (23 de noviembre de 2021). *this moment would not have happened without everyone streaming/making videos to abcdefu so from the bottom of my heart i just want to say thank you* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7033877689438129455?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7033877689438129455?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (24 de octubre de 2021). *@spencerjordan thank you for doing this video w meeeee :)#newmusic #inmycar #singing #whichoneareyou #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7022426891537714438?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7022426891537714438?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)

- GAYLE [@gaylecantspell]. (26 de julio de 2023). *#greenscreen THANK U TO ANYONE WHO HAS STREAMED THIS SONG and to anyone following me rn thank you for sticking around i'm so excited that we get to do this all together* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7260239878858853675?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7260239878858853675?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (28 de agosto de 2022). *#greenscreen put a [ ] if ur one of the baddies #newmusic#whenwomenwin #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7136536673130925358?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7136536673130925358?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (3 de agosto de 2021). *Reply to @nancy berman definitely not based off personal experience... #orginalsong #newmusic #plslikethisaccount* [Video]. TikTok <https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6990510290978786566>
- GAYLE [@gaylecantspell]. (30 de julio de 2021). *ignore me trying to awkwardly lip sync #orginalsong #ex#newmusic #hastagsworkapparently #plslikethis #fyp* [Video]. TikTok <https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/6991981204333481221?r=1&t=8f3XNa0PJSK>
- GAYLE [@gaylecantspell]. (6 de abril de 2022). *just put out a visualizer for a song i put out with the loves of my life @bludetiger + @upsahlmusic* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7083535075723201838?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7083535075723201838?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (7 de enero de 2022). *you should see if the link in my bio works#hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7050595888619851055?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7050595888619851055?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- GAYLE [@gaylecantspell]. (8 de diciembre de 2021). *@Spotify thx for putting my face on a billboard tbd on my personal life though #hastagsworkapparently* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7039158878142991662?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@gaylecantspell/video/7039158878142991662?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Geysler, W. (14 de febrero de 2023). *Top 64 TikTok Stats You Need to Know in 2023*. Influencer Marketing Hub. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://influencermarketinghub.com/tiktok-stats/>
- Gómez, M; Sánchez, H y Vila, L. (2022). *Las estrategias de comunicación de los artistas musicales: análisis del discurso y del contenido en las redes sociales*. Universitat Autònoma de Barcelona. [Trabajo final de grado].
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (10 de febrero de 2023). *imagine where i could be if i'd paid more attention in his songwriting class #complex*

**#songswrittenforpiano**

[Video].

TikTok

[https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7198492800906693893?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7198492800906693893?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (13 de septiembre de 2022). *woah woah woah thank you for the love @jackxsaunders ❤️❤️ #complex* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7142888232399736070?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7142888232399736070?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (15 de julio de 2023). *Thank you @Tom Odell if I could be half as good as you I think maybe that would do ☐❤️ Also sorry for cosplaying as you. #tomodell #tettng#anotherlove #halfasgoodasyou #katiegregsonmacleod #duet* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7256133883199114523?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7256133883199114523?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (18 de agosto de 2022). *FRIDAY AUGUST 26TH IT's HAPPENING!!! presave in my bio <333* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7133645357233360133?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7133645357233360133?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (21 de octubre de 2022). *COMPLEX MV IS OUT NOW!! go go go ❤️🔥 #complex #vanessacarlton* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7156966472407895302?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7156966472407895302?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (25 de agosto de 2022). *i can't begin to comprehend the last few weeks or thank everyone enough. i'm so glad we connected in this way. midnight tonight!!! <3 #newmusic#complex* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7135772977529933061?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7135772977529933061?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (25 de octubre de 2022). *Thank you to the team at Bianca in Stockholm for having me ❤️ you can check out the full performance on my IG xx #biancaingrosso #complex#latenight* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7158394874696338694?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7158394874696338694?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (26 de septiembre de 2022). *you guys are very much cool girls for this. deal?? 🗨️❤️ #newmusic #complex* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7147738880823807238?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7147738880823807238?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (4 de agosto de 2022). *here's my saviour complex song #fyp#originalsong #singersongwriter* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128125800410303749?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128125800410303749?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (5 de agosto de 2022). *guys what's goin on 🙏 thank you xx* [Video]. TikTok <https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128290270067690758?lang=en>
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (5 de agosto de 2022). *#stitch with @katiegregsonmacleod sorry for the jumpscare but Ahh thank you <3* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128418611252825349?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128418611252825349?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (6 de agosto de 2022). *oops* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128781372012924165?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7128781372012924165?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Gregson-MacLeod, K [@katiegregsonmacleod]. (8 de agosto de 2022). *duets are on, i wanna hear your voiceeeeees ☐☐☐ #duet #fyp #katiegregsonmacleod* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7129469442823605509?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@katiegregsonmacleod/video/7129469442823605509?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Grover, S., & Wang, M. (2020, Junio 18). *How TikTok recommends videos #ForYou | TikTok Newsroom*. Newsroom | TikTok. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you>
- Guzmán, S. (Julio, 2019). *El impacto tecnológico en la industria musical actual*. Universidad de Jaén. [Trabajo final de grado] [https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/11017/1/EL\\_IMPACTO\\_TECNOLGICO\\_EN\\_LA\\_INDUSTRIA\\_MUSICAL\\_ACTUAL\\_1.pdf](https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/11017/1/EL_IMPACTO_TECNOLGICO_EN_LA_INDUSTRIA_MUSICAL_ACTUAL_1.pdf)
- Haynes, J., & Marshall, L. (2017). *Beats and tweets: Social media in the careers of independent musicians*. *New Media and Society*, 20(5), 1973-1993. <https://doi.org/10.1177/1461444817711404>
- Jauregui, J. (2015). *Streaming musical en Spotify: ubicuidad entre géneros y estados de ánimo*. *In Mediaciones de la Comunicación*, 10(10), 76-90. [https://www.researchgate.net/publication/317253725\\_Streaming\\_musical\\_en\\_Spotif\\_y\\_ubicuidad\\_entre\\_generos\\_y\\_estados\\_de\\_animo](https://www.researchgate.net/publication/317253725_Streaming_musical_en_Spotif_y_ubicuidad_entre_generos_y_estados_de_animo)

- Johnson, C. (22 de diciembre de 2022). *TikTok's Musical Class Of 2022: 12 Singer/Songwriters Who Went From Viral Stars To Hit-Making Artists, From Jax To Nicky Youre*. GRAMMY.com. Recuperado el 10 de junio de 2023, de <https://www.grammy.com/news/tiktok-songs-2022-artists-singer-songwriters-music-trends-victorias-secret-billie-eilish-sunroof-fingers-crossed-snap-numb-little-bug>
- Johnson, L. (25 de enero de 2023). *P!nk Announces The Script, GAYLE and KidCutUp As Special Guests For Summer Carnival UK Shows*. Stereoboard.com. <https://www.stereoboard.com/content/view/238254/9>
- Jorgenson, L. (Mayo, 2022). *THE INFLUENCE OF TIKTOK: PROMOTION TRENDS IN MAINSTREAM POP MUSIC*. California State University. [Trabajo final de grado] <https://scholarworks.calstate.edu/downloads/r781wp37g>
- Ju, S. (15 de septiembre de 2021). *GAYLE | INSPIRATION BEHIND "ABCDEFU" & SIGNING TO ATLANTIC RECORDS*. Flaunt. <https://web.archive.org/web/20211126200825/https://flaunt.com/content/gayle>
- Kawashima, D. (21 de septiembre de 2022). *Nicky Youre Interview - Writing His Hit "Sunroof" And New Songs*. Songwriter Universe. <https://www.songwriteruniverse.com/nicky-youre-interview-2022.htm>
- KCAL-NEWS STAFF. (2023). *Excited fans line up to see the Jonas Brothers, Em Beihold for free*. CBS News. <https://www.cbsnews.com/losangeles/news/excited-fans-line-up-to-see-the-jonas-brothers-em-beihold-for-free/>
- Lebow, S. (18 de octubre de 2021). *US ad-supported Spotify listeners pass 40 million mark*. Insider Intelligence. <https://www.insiderintelligence.com/content/us-ad-supported-spotify-listeners-pass-40-million-mark>
- Marie, C. (8 de octubre de 2018). *Research Shows That Music Is The Reason Social Media Is So Popular – The Versed*. The Versed. Recuperado el 15 de abril de 2023, de <https://www.theversed.com/92267/research-shows-music-reason-social-media-popular/#.7u5rCO5REy>
- Marie, C. (8 de octubre de 2018). *Research Shows That Music Is The Reason Social Media Is So Popular – The Versed*. The Versed. <https://www.theversed.com/92267/research-shows-music-reason-social-media-popular/#.7u5rCO5REy>
- MILKY. (Agosto, 2021). *GAYLE SHARES NEW SINGLE 'ABCDEFU'*. Milky. <https://www.milkykymilky.com/post/gayle-shares-new-single-abcdefu>
- Nevue, D. (2003). *A Better, Braver World for Independent Musicians*. MusicBizAcademy.com. <http://www.musicbizacademy.com/internet/betterworld.htm>

- Opton, M. (29 de noviembre de 2021). *Nicky Youre's New Single Makes You Want To Stick Your Head Out the "Sunroof"*. Sheesh Media. <https://www.sheeshmedia.com/articles/nicky-youre-new-song-sunroof>
- Prey, R. (22 de mayo de 2020). *Platform pop: disentangling Spotify's intermediary role in the music industry*. *Information, Communication & Society*, 25(1), 74-92. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1761859>
- Rojas, V y Sierra, S. (2023). *El efecto de la red social TikTok en el crecimiento del capital de marca de los artistas en la industria musical*. Universidad Católica Andrés Bello. [Trabajo final de grado]
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (10 de abril de 2022). *FUN FACT: you also found your new favorite song 🎧 'Until I Found You' is OUT NOW! #fyp #singersongwriter #indiemusic* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7085007693559172395?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7085007693559172395?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (11 de enero de 2022). *Your new favorite song of the year. 'Until I Found You' is OUT EVERYWHERE! #fyp #mustbenice #manifestation #animallover #routine #whatsgoingon#indiemusic #singersongwriter* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7051831685662477574?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7051831685662477574?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (11 de marzo de 2022). *Ben must be protected at all costs. 'Until I Found You' is OUT NOW along with the piano version! #fyp* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7073710824715668782?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7073710824715668782?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (11 de mayo de 2022). *You're listening to 'Until I Found You' by ME :)*[Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7096318358454422830?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7096318358454422830?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (12 de octubre de 2021). *having trouble finding new music or artists? I'm here to help! #fyp #halloween #halloweendecor #tiktokhalloween* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7018265547548708101?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7018265547548708101?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (13 de enero de 2022). *You'll find each other someday. In the mean time, I hope this song finds you. #fyp #routine #gymtok #collegefootball #mustbenice #manifestation #animallover*[Video]. TikTok

[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7052605544481262853?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7052605544481262853?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (16 de febrero de 2022). *POV: you're listening to the 1950s love song I wrote.* **#fyp #datenight #lunarnewyear #dogsofttiktok #winterolympics #indiemusic #singersongwriter** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7065138379792567598?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7065138379792567598?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (2 de julio de 2022). *You're watching me play 'Until I Found You' by ME on the @colbertlateshow.* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7115573399597894955?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7115573399597894955?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (2 de marzo de 2023). *More coming soon. For now, Evangeline! OUT EVERYWHERE!* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7205835751265963310?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7205835751265963310?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (20 de abril de 2022). *Gee thanks 'Until I Found You'. OUT NOW! #fyp#singersongwriter #indiemusic* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7088764611716992302?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7088764611716992302?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (20 de febrero de 2022). *WHAT IS HAPPENING. THANK YOU. 🥰🥰 #fyp #datenight #lunarnewyear #dogsofttiktok #winterolympics #indiemusic #singersongwriter* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7066632864946900271?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7066632864946900271?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (22 de abril de 2022). *NEW VERSION OF 'UNTIL I FOUND YOU' (FEAT. @Em Beihold ) OUT NOW! #fyp #singersongwriter #indiemusic* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7089270754600111406?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7089270754600111406?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (24 de mayo de 2021). *This is my favorite thing right now. #fyp #fyp* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6965719376188214533?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6965719376188214533?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (27 de diciembre de 2021). *For all your slowing dancing and car sobbing needs, listen to Stephen Sanchez. A warm hug followed by a slap to your heart's face. 'Until I Found You' is OUT NOW. #fyp #holidaycountdown #holidaydecor #wintersports #givingszn #familytime*

- #TikTokHolidays#newyarseve** **#2022** [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7046376549293034798?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7046376549293034798?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (28 de abril de 2023). *Sorry to keep you waiting... Only Girl is OUT NOW!* 🦋 [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7227178128395767082?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7227178128395767082?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (3 de mayo de 2023). *Until I found my only girl* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7228987210152824107?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7228987210152824107?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (4 de junio de 2022). *Thank you all so much. I'm playing a show in DC on June 16th! Tix in bio :)* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7105441904090860846?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7105441904090860846?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (4 de marzo de 2022). *ARE Y'ALL SURE YOU STILL WANT THE PIANO VERSION?? 🤔🤔 PLEASE LET ME KNOW! #fyp #indiemusic #singersongwriter* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7071314623038819630?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7071314623038819630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (5 de mayo de 2022). *I'm forever in debt to y'all. Thank you for loving this song so deeply.* 🥹🥹 #fyp #singersongwriter #indiemusic #untilfoundyou [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7094341772633132334?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7094341772633132334?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (6 de febrero de 2023). *Yeah I don't know man. It's nuts.* [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7197089973890370862?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7197089973890370862?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (6 de junio de 2020). *This is a song I wrote called, "Lady By The Sea". In the simplest way, it's about a girl who plays hard to get while hangin' out on the beach.* #fyp [Video]. TikTok  
[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6835122483331484933?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6835122483331484933?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
  - Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (6 de mayo de 2021). *I wrote a 60s inspired song for my beautiful girl, Georgia. Think she'll like it? #fyp* [Video]. TikTok

[https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6959052813611584774?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6959052813611584774?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)

- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (7 de junio de 2020). *I have no words. Thank you. I'm so humbled and grateful that people from all over the world listened to my song and enjoyed it. Here's to 100K views!* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6835397548656610565?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/6835397548656610565?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (8 de enero de 2022). *Wanna sob in your car or dance in your kitchen to new music? Stephen Sanchez is the artist for YOU! #fyp* **#drawingchallenge #mustbenice #manifestation#animallover #routine #whatsgoingon #2022** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7050708543091100933?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7050708543091100933?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (9 de mayo de 2022). *Still not over it. Thank you all so much. Goodness.* 🙏 **#fyp #indiemusic #singersongwriter #untilfoundyou** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7095727735913434414?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7095727735913434414?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Sanchez, S [@stephensanchezofficial]. (9 de mayo de 2023). *Only Girl Live - thank you* **@Vevo** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7230954871946595630?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@stephensanchezofficial/video/7230954871946595630?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Silva, V y Uribe, A. (2021). *Tik Tok como estrategia de marketing para la industria musical. Universidad de Pamplona.* [Trabajo final de grado]
- Shepherd, J. (23 de febrero de 2023). *23 Essential Spotify Statistics You Need to Know in 2023.* The Social Shepherd. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://thesocialshepherd.com/blog/spotify-statistics>
- SIS International Research. (Diciembre, 2018). *What is Quantitative Research?* SIS International Research. <https://www.sisinternational.com/what-is-quantitative-research/>
- Songstats. (2023). *Em Beihold | Artist Analytics.* Songstats. <https://songstats.com/artist/j075utgv/em-beihold?source=tiktok>
- Songstats. (2023). *GAYLE | Artist Analytics.* Songstats. <https://songstats.com/artist/q16uf7gk/gayle?source=tiktok>
- Songstats. (2023). *Katie Gregson-MacLeod | Artist Analytics.* Songstats. <https://songstats.com/artist/21m7qxi0/katie-gregson-macleod?source=tiktok>

- Songstats. (2023). *Nicky Youre | Artist Analytics*. Songstats. <https://songstats.com/artist/lctozia4/nicky-youre?source=tiktok>
- Songstats. (2023). *Stephen Sanchez | Artist Analytics*. Songstats. <https://songstats.com/artist/gafxicw6/stephen-sanchez?source=tiktok>
- Statista. (10 de febrero de 2023). *TikTok users by country 2023*. Statista. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/>
- Statista. (2023). *Music Streaming - United States*. Statista. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/digital-music/music-streaming/united-states>
- Statista. (6 de febrero de 2023). *Global TikTok user distribution by gender 2023*. Statista. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://www.statista.com/statistics/1299785/distribution-tiktok-users-gender/>
- Strauss, J. (31 de julio de 2019). *Social Media, the Modern Day Radio of Music*. Entrepreneur. Recuperado el 7 de junio de 2023, de <https://www.entrepreneur.com/en-au/social-media/social-media-the-modern-day-radio-of-music/337512>
- Susic, P. (21 de febrero de 2023). *Home About Headphones 40+ Spotify Statistics: Users, Revenue, Market Share (2023)*. Headphones Addict. Recuperado el 6 de junio de 2023, de <https://headphonesaddict.com/spotify-statistics/>
- Tiffany Truong. *Inicio* [página de LinkedIn]. LinkedIn Recuperado el 10 de agosto de 2023, de <https://www.linkedin.com/in/truong-tiffany/>
- TikTok. (2021). *TikTok and Universal Music Group Announce Expanded Global Alliance*. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-gb/tiktok-and-universal-music-group-announce-expanded-global-alliance-uk>
- TikTok. (2021). *Year on TikTok 2021 music report*. Newsroom. Disponible en <https://newsroom.TikTok.com/en-us/year-on-TikTok-music-report-2021>
- TikTok. (2023). *Warner Music Group & TikTok Announce First-of-its-Kind Expanded Agreement*. TikTok Newsroom. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/warner-music-group-tiktok-announce-first-of-its-kind-expanded-agreement>
- TikTok. (21 de julio de 2021). *New studies quantify TikTok's growing impact on culture and music*. Newsroom | TikTok. Recuperado en abril de 2023, de <https://newsroom.tiktok.com/en-us/new-studies-quantify-tiktoks-growing-impact-on-culture-and-music>
- Unterberger, A. (2020). *How TikTok Became Gen Z's MTV*. *Billboard*, 132(19), 42–43.

- USC Libraries. (2023). *Research Guides: Organizing Your Social Sciences Research Paper: Quantitative Methods*. Research Guides. <https://libguides.usc.edu/writingguide/quantitative>
- Verboord M, Noord Sv (2016) *The online place of popular music: Exploring the impact of geography and social media on pop artists' mainstream media attention*. <https://doi.org/10.1080/15405702.2015.1019073> 14(2). 59–72.
- Vogels, E. (10 de agosto de 2022). *Teens, Social Media and Technology 2022*. Pew Research Center. Recuperado el 20 de marzo de 2023, de <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>
- Whateley, D. (2021, Jul 23). How TikTok is changing the music industry. <http://csulb.idm.oclc.org/login?url=https://www.proquest.com/newspapers/how-tiktok-is-changing-music-industry/docview/2554401140/se-2?accountid=1031>
- Willman, C. (2022). *Taylor Swift Announces 2023 'Eras Tour' of U.S. Stadiums*. Variety. <https://variety.com/2022/music/news/taylor-swift-announces-2023-tour-1235419454/>
- Youre, N [@nickyyoure]. (19 de enero de 2022). *The end of this was hard to post 🥰thank u for 10 million streams i am absolutely flabbergasted - we just gettin started!!* :) [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7054742341181148462?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7054742341181148462?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (22 de diciembre de 2021). *U got aux? #festive #playlist #bonesday* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7044328523078798638?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7044328523078798638?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (22 de octubre de 2021). *W playlist W music taste #shaggy #playlist #bonesday* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7021677476350921990?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7021677476350921990?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (26 de noviembre de 2021). *SUNROOF OUT EVERYWHERE NOW #weewoo#nextinmusic #bonesday* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7034739951958953262?is\\_from\\_webapp=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7034739951958953262?is_from_webapp=1&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (28 de junio de 2023). *welcome to the Nicky Youre Toure recap p.1 🥰!! #tourlife#nickyyoure #bensonboone #pulsetour #livemusic* [Video]. TikTok

[https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7249521720250436907?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7249521720250436907?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

- Youre, N [@nickyyoure]. (28 de mayo de 2023). *LEGENDARY* **#sunroof #bottlerock #musicfestival#nickyyoure #livemusic** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7238327804373503278?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7238327804373503278?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (6 de abril de 2022). *never saw this coming, LOVE U <3* **#sunroof #summer #popmusic** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7083250737966288171?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7083250737966288171?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (6 de diciembre de 2022). *THIS SONG IS SO FUN TO PLAY LIVE* **#nickyyoure** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7174112290210598190?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7174112290210598190?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (6 de junio de 2020). *#johnnysins A message from my moms doctor* [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/6835081595108560133?is\\_from\\_webap p=1&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/6835081595108560133?is_from_webap p=1&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (7 de junio de 2022). *Got some really good birthday presents from the past weekend <3 I GOT MORE COMING THIS SUMMER. guess who's on the sunroof remix* **@#sunroof** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7106276378076515626?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7106276378076515626?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)
- Youre, N [@nickyyoure]. (9 de enero de 2022). *One day ill be able to show u the audio to this* **#newmusic #pop#boostofhope** [Video]. TikTok [https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7051009594193349934?is\\_from\\_webap p=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7212607586057930245](https://www.tiktok.com/@nickyyoure/video/7051009594193349934?is_from_webap p=1&sender_device=pc&web_id=7212607586057930245)

## 8. Anexos

### Anexo 1. Todas las respuestas a la encuesta

En el siguiente enlace se pueden encontrar las respuestas a todas las preguntas en su totalidad, incluyendo las abiertas.

#### [Respuestas completas a la encuesta](#)

### Anexo 2. Entrevista a Freddie Morris

#### 1. **¿Cómo ha impactado TikTok en la forma en que se descubre y promueve la música en la industria?**

Se ha convertido en la conversación principal en términos de marketing y discusión sobre a quién vamos a contratar. Cada estrategia de marketing comienza con cómo estamos en TikTok y termina con cómo llegar allí.

#### 2. **¿Hay presión sobre los artistas aspirantes para lograr grandes números y tener una oportunidad de ser contratados?**

Depende del sello discográfico. Para las principales compañías, la inversión y el riesgo son mucho más altos en estos días y con la forma en que se consume la música, es realmente difícil no enfocarse en cómo una canción o artista se desempeña antes de contratarlos.

#### 3. **¿Qué papel ha jugado TikTok en el éxito de ciertas canciones o artistas?**

En mi opinión, TikTok es muy específico según el género. Una banda de rock no fallará si una canción no se hace viral en TikTok, pero un artista pop puede ser visto como un fracaso si no alcanza cierto umbral.

**4. ¿Cómo anima TikTok a las audiencias a involucrarse con la música de maneras que otras plataformas no lo hacen?**

Anima a los fans a utilizar una canción de manera creativa. Solíamos escuchar la música como una forma de disfrutar de un cuerpo de trabajo. Ahora se trata de crear contenido alrededor de una canción.

**5. ¿Crees que TikTok ha tenido un efecto positivo o negativo en la industria musical?**

Lo veo como ambos. En general, las personas tienen miedo al cambio, así que depende de cómo te ajustes a ello.

**6. ¿TikTok ha cambiado la forma en que se produce o se comercializa la música?**

Sí, absolutamente lo ha hecho.

**7. ¿Cómo han adaptado los sellos discográficos y los profesionales de la industria musical al surgimiento de TikTok como herramienta de marketing?**

Nos hemos adaptado en la forma en que se ha convertido en el principal barómetro de lo que está en tendencia en línea. Solía ser el número de reproducciones o las listas de éxitos, pero ahora son las creaciones de los usuarios y las vistas de un video de 15 segundos.

**8. ¿Cómo se ha convertido TikTok en una plataforma para que los artistas desconocidos obtengan exposición y reconocimiento?**

Realmente ha abierto puertas para que seas visto mucho más amplia y rápidamente que en el pasado. Tienes miles de millones de personas a tu disposición para promocionar una canción o video.

**9. ¿TikTok ha nivelado el campo de juego para los artistas independientes?**

Sí y no. Todavía necesitas dinero en general para tener éxito en términos de gastos en publicidad y marketing fuera de TikTok.

**10. ¿Cuáles son algunas de las estrategias que los artistas desconocidos pueden usar para promocionarse eficazmente en TikTok y ganar seguidores?**

Realmente usa el hashtag #FYP, descubre cuáles son los hashtags de tendencia para la semana y participa en ellos y también sé creativo con lo que publicas. Romper el algoritmo no es una ciencia perfecta, pero se puede lograr si se hacen ideas creativas y fuera de lo común.

**11. ¿Cómo ha afectado el éxito de artistas desconocidos en TikTok a la industria de la música en su conjunto y qué significa para el futuro del descubrimiento y promoción de la música?**

Hace que sea mucho más fácil ser notado y las cosas se mueven mucho más rápido, por lo que siempre tienes que estar alerta.

**Anexo 3. Entrevista a Tiffany Truong**

**1. ¿Cómo ha impactado TikTok la forma en que se descubre y promueve la música en la industria?**

Al abrazar más de la industria Web 3.0 y plataformas de aplicaciones, TikTok pudo integrar más de la autenticidad cruda de los artistas para permitirles conectarse con los fans. Esto no solo proporcionó un espacio donde la norma era crear una realidad sin filtro del artista, sino que también proporcionó un fragmento de quién es el artista más allá de su música y persona en el escenario.

**2. ¿Hay presión sobre los artistas aspirantes para obtener grandes números y tener la oportunidad de ser contratados?**

En mi opinión, depende del propio artista. Muchos artistas en los Estados Unidos tienen el objetivo de poder expresar sus pensamientos, emociones y experiencias de manera artística (sin el objetivo de ser contratados). Este es generalmente el proceso inicial si quieren ser contratados. En el proceso de ser contratados (pequeños o grandes), hay una presión indirecta y sutil para obtener espectadores, pero puede que no sea con el propósito de ser contratados, sino más bien de exponer su arte. Para algunos artistas, el crecimiento es natural y la perseverancia en su arte eventualmente tendrá éxito en encontrar su audiencia, por lo que ser contratados eventualmente también llegará. Su mayor presión de obtener números más grandes (espectadores) puede ser encontrar a su audiencia y producir contenido que sea deseado para ellos (satisfaciendo su mercado).

### **3. ¿Qué papel ha jugado TikTok en el éxito de ciertas canciones o artistas?**

TikTok es rápido, global y accesible (en este momento mientras escribo estas respuestas) en los Estados Unidos mientras estamos esperando legislación sobre la propiedad de TikTok. Esto no solo permite que los artistas lleguen a una audiencia más global desde el principio, sino que también les da una plataforma de bajo costo, basada en intereses, para promocionar su música (como se ve en los desafíos musicales).

### **4. Cómo anima TikTok a las audiencias a interactuar con la música de formas que otras plataformas no hacen?**

Uno de los mayores atributos de TikTok es que se anima a las audiencias a interactuar personalmente con el contenido y la música del artista debido a la aceptación y los límites del contenido de producción más baja. En otras palabras, al hacer duetos o reacciones al contenido original del artista, los fans pueden potencialmente interactuar y ser reconocidos por sus artistas favoritos en relación con su creatividad/esfuerzos.

### **5. ¿Crees que TikTok ha tenido un efecto positivo o negativo en la industria musical?**

Creo que tuvo un efecto mayormente positivo en la industria musical. Aunque hay un cambio en los tipos de canciones que se producen hoy en día para atender a las audiencias en las redes sociales (la generación más joven tiene más poder de

visualización), en general ha producido una perspectiva extremadamente positiva sobre el intercambio de medios más allá de solo las experiencias personales (interconexión de la publicidad y la documentación/historia).

**6. ¿Ha cambiado TikTok la forma en que se produce o comercializa la música?**

N/A (No soy un productor, así que no puedo responder a esto)

**7. ¿Cómo se han adaptado las discográficas y los profesionales de la industria musical al surgimiento de TikTok como herramienta de marketing?**

N/A (Rara vez trabajo con discográficas, por lo que es difícil tener una perspectiva suficiente para esta pregunta)

**8. ¿Cómo se ha convertido TikTok en una plataforma para que los artistas desconocidos obtengan exposición y reconocimiento?**

Se requiere menos presupuesto financiero para lograr un éxito similar al de los artistas principales (creación de desafíos, medios de formato corto que son pegajosos y de moda, etc.). Además, desde el punto de vista artista a artista, pueden conectarse y establecer contactos con otros artistas importantes que, en algunos casos, pueden conducir a otros reconocimientos o incluso colaboraciones.

**9. ¿Ha nivelado TikTok el campo de juego para los artistas independientes?**

Ha permitido una exposición adecuada que anteriormente había sido bastante difícil de obtener para los artistas en ascenso de forma individual (especialmente si no tienen una asociación o están firmados con una discográfica). Antes, estas exposiciones solo habrían venido de la palabra de boca local a global que se puede obtener a través de una ligera exposición en las redes sociales (plataformas Web 2.0 como Facebook, Youtube, Instagram, Tumblr, etc.) y tocando música en vivo (presentaciones en vivo a nivel local). TikTok combina estas dos opciones, permitiendo una difusión y exposición más amplia desde el principio.

**10. ¿Cuáles son algunas de las estrategias que los artistas desconocidos pueden utilizar para promocionarse efectivamente en TikTok y obtener seguidores?**

Pueden utilizar las transmisiones en vivo (similar a las de Instagram) para tener una experiencia de concierto más íntima y de baja producción o una llamada de fans, lo que les permite conectarse con su base de fans de manera más realista, accesible y cercana. Asimismo, TikTok les permite crear contenido basado en su musicalidad que atrae a nuevos fans pero aún así retiene a su base de fans existente (por ejemplo, un video corto y cómico que resalta la verdadera personalidad del artista en relación con su música, lo que resulta llamativo para los nuevos fans pero gracioso para los fans existentes que ven un nuevo lado personal, privado y humano de su antes inalcanzable artista famoso).

**11. ¿Cómo ha impactado el éxito de los artistas desconocidos en TikTok a la industria musical en general y qué significa para el futuro del descubrimiento y promoción musical?**

Creo que permite que las carreras en la industria musical sean más ampliamente aceptadas y un camino que se persigue (lo que permite a las personas expresarse más artísticamente de lo que antes estaba limitado). Además, también ha producido una difusión más amplia de géneros que se escuchan a nivel mundial, sin estar dominado por un género en particular, como lo demuestra la creciente popularidad del KPOP en la industria musical occidental. Esto va más allá de la creación de música, sino también en la política, relaciones internacionales y negocios de cada país, porque al final del día, la música es otro medio del gobierno para difundir su cultura.