

Dra. Arantxa VIZCAÍNO-VERDÚ

Universidad Internacional de La Rioja. España. arantxa.vizcaino@unir.net. <https://orcid.org/0000-0001-9399-2077>

Descolonización de la música en TikTok: “¡Hagamos un dúo!”

Decolonising the music on TikTok: “Let’s duet!”

Fechas | Recepción: 03/04/2023 - Revisión: 24/07/2023 - En edición: 21/09/2023 - Publicación final: 01/01/2024

Resumen

En la actualidad, redes sociales como TikTok están transformando el modo en que se expanden las narrativas musicales por el mundo. En esta aplicación de micro-vídeos eminentemente musicales, se comparten diariamente diversidad de contenidos creativos que no se alejan de los contextos socioculturales de sus usuarios. En este sentido, la plataforma facilita la creación de contenido “migrante” no occidental, integrando valores que reflejan el crecimiento cultural, social, rural y oriental. Con base en 510 dúos musicales generados por los usuarios de TikTok, este estudio explora cómo la plataforma potencia la descolonización de la industria musical, gobernada hasta entonces por estudios de grabación occidentales. Se desarrolla un análisis semiótico para explorar el contenido generado por el usuario en torno al reto #SingWithMe. Los resultados apuntan hacia un proceso de redescubrimiento y recuperación, sueño, compromiso y acción para la emancipación industrial. Se concluye que el dúo de TikTok es una herramienta clave que despierta una suerte de descentralización popular inconsciente dirigida por los usuarios.

Palabras clave

Música transmedia; desconolozación; TikTok; industria cultural; dúo; versión musical

Abstract

Currently, social media such as TikTok are changing the mode in which musical narratives spread worldwide. In this predominantly musical short-video app, users share a wide range of creative content on a daily basis without moving from their own socio-cultural backgrounds. In this sense, the platform facilitates the creation of non-western “migrant” content, integrating values that reflect cultural, social, rural, and oriental development. Based on 510 music duets created by TikTok users, this study explores how the platform empowers the decolonisation of the music industry, previously ruled by Western recording studios. In order to explore user-generated content around the #SingWithMe challenge, a semiotic analysis was conducted. The results point towards a process of rediscovery and healing, dreaming, engagement and action for industrial emancipation. It is concluded that the TikTok duet is a pivotal engaging tool awakening a sort of unconscious popular user-driven decentralisation.

Keywords

Transmedia music; decolonisation; TikTok; cultural industry; duet; cover

1. Introducción

En la actualidad, plataformas como TikTok están transformando el modo en que se expresa la narrativa musical en el mundo (Abidin y Kaye, 2021). En esta aplicación de micro-videos de hasta 10 minutos, se encuentran diariamente multitud de contenidos en los que predomina el audio (Navarro-Güere, 2023). Integrado en una macro-base de datos reutilizable, su potencial facilita la co-creación de publicaciones audiovisuales convertidas en retos y cadenas de memes (Arrieta, 2021). Y es que, desde que su antecesora versión Douyin adquiriera e integrara la interfaz de Musical.ly en 2017, la plataforma ha continuado popularizándose internacionalmente (Wang, Gu y Wang, 2019). En términos musicales, su fama no ha estado exclusivamente sujeta a la creatividad o amplitud de las funciones que la caracterizan. La música en TikTok capta seguidores y alimenta tendencias debido al modo en el que el componente audio favorece una suerte de "curadores musicales" (Vizcaíno-Verdú, de-Casas-Moreno y Tirocchi, 2023) con la capacidad de expandir narrativas en grupo (Vizcaíno-Verdú y Abidin, 2022).

Para comprender el enfoque del estudio, cuyo objetivo es comprender cómo la música está sometándose a un proceso de descolonización industria-comercial mediante contenidos generados, apropiados y mimetizados por los usuarios de TikTok, se debe atender al concepto de descolonización en Internet. Esta noción, relacionada con la gobernanza digital, implica la constitución de estándares técnicos, la localización de recursos, la gestión legal y el control del acceso a la información online desde Occidente (Carr, 2015). O, como señala Syed-Mustafa (2018), la posible fragmentación de Internet a razón de acciones no dirigidas por sociedades y gobiernos no occidentales. La descolonización, más allá de su perspectiva ontológica y epistemológica, versa, como indica Shepard (2019), sobre la exploración de sueños, el análisis de problemas, compromisos y objetivos asentados, así como el replanteamiento de las bases socio-culturales. Es decir, apunta hacia fenómenos digitales plataformizados e inclusivos, consolidados sobre la defensa de prácticas interculturales por y para el Sur Global (Karahde et al., 2021).

A razón de este torrente estandarizado, marcado por una globalización preeminentemente occidental y próspera, algunos estudios ya han centrado sus esfuerzos en dar voz a las culturas tradicionalmente marginadas a través de la música. En *Western music and its others: Difference, representation, and appropriation in music*, se abordaban las relaciones entre la música occidental y la música "de los otros", atendiendo al modo en que este arte ha sido repudiado o popularizado en términos culturales y políticos desde el siglo XX (Born y Hesmondhalgh, 2000). Más adelante, Webb-Gannon y Webb (2019) introducían un análisis sobre la proliferación de protestas musicales populares en torno a la ocupación colonial de Papúa Occidental. Por su parte, en un contexto más reciente y liderado por TikTok, Sadler (2022) reflexionaba acerca de las funciones sociales e ideológicas de la música de protesta, adscrita a acontecimientos y tendencias culturales capitaneadas por los usuarios. En la misma app, Vizcaíno-Verdú y Aguaded (2022) apuntaban, más allá de esa protesta, hacia un empoderamiento comunitario basado en la música transmedia, entendida como aquella composición melódica apropiada por usuarios de Internet que expanden un producto cultural o acontecimiento social preexistente como resultado de la interacción entre el individuo, la música y la narración (Vizcaíno-Verdú, Aguaded y Contreras-Pulido, 2021). En estos últimos sucesos cobra protagonismo TikTok. Kaye (2022) señala, en este sentido, que ante el distanciamiento provocado por la pandemia del COVID-19, la función del "Dúo" (*Duet*) de esta plataforma facilitó a los creadores de contenidos musicales conectar, colaborar y socializar libremente, independientemente de las diferencias interculturales.

Partiendo de estos latentes procesos de independencia, socialización y empoderamiento musical (Leman, 2016), en este estudio se analiza el reto #SingWithMe, constituido por dúos de TikTok. Esta tendencia, en la que los individuos interpretan fragmentos de canciones originales e invitan a otros usuarios a participar con su voz, plantea como interrogante si la cultura participativa propia de una red social como TikTok forma parte del proceso de descolonización de la industria musical, gobernado hasta entonces por estudios de grabación occidentales cuyos intereses eran fundamentalmente comerciales.

En particular, se exploran las narrativas que contribuyen a este proceso liberador, y cómo estas comprenden un proceso de descolonización. Para ello, se desarrolla una revisión de literatura sobre el proceso descolonizador de la industria musical, seguido del papel de la música en TikTok. Mediante el análisis de 510 dúos de TikTok, en las siguientes secciones se reflexiona en torno al proceso descolonizador de la industria musical mediante el "redescubrimiento y recuperación", el "sueño", el "compromiso" y la "acción". Se concluye que el desafío #SingWithMe de TikTok, como otros retos miméticos, ha modificado el modo en que las personas consumen y producen música en Internet. Específicamente, se aborda cómo el desarrollo de este tipo de contenidos ha despertado una descolonización popular inconsciente que se aleja de los procesos de industrialización musical tradicionales.

2. Revisión literaria

2.1. Analogía del proceso de descolonización digito-musical

Históricamente, los procesos de colonización y descolonización han estado especialmente influenciados por factores sociales (Laenui, 2006). En especial, la colonización, entendida como un proceso de gobernanza y control cultural-económico de sociedades desde un occidente "próspero" (Carr, 2015), ha devenido en movimientos de descolonización continuos, que representan un acto de defensa cultural, una estrategia antiimperialista y un llamamiento a adoptar una perspectiva crítica y analítica que refleje los avances de un mundo dinámico y descentralizado (Glick, 2018). Es decir, constituye el modo en que las personas desafían y se reposicionan frente al dominio occidental (real o imaginario). La comprensión del proceso de descolonización es fundamental en el presente estudio, en tanto que se asimila de forma análoga como el proceso de poder ejercido durante décadas por la industria musical.

Hijo nativo de Hawái e investigador de los derechos humanos, Laenui (2006) describe el proceso de descolonización de los pueblos desde una perspectiva social. Señala que este curso inicia, en primer lugar, con el "redescubrimiento y recuperación", en el que el colectivo se recuerda, abrumado, ante la superioridad de la sociedad colonial sobre la indígena subyacente. Esta etapa puede llevar a la persona a la curiosidad, la desesperación o la huida. Seguidamente, surge el "sueño". Este punto es crucial, pues ofrece a la persona o el colectivo un panorama de posibilidades para el debate, la consulta y la construcción de sueños que se convierten en nuevos órdenes sociales. O expresado de otro modo, facilita la aspiración futura, la reestructuración de la norma y la expresión de la esperanza. La tercera fase conlleva al "compromiso", por medio del cual ese proceso de ensueño genera oportunidades para que las voces confluyan en una voluntad popular por cambiar la dirección de las cosas. Y la "acción", última etapa, abarca esa llamada a la razón y reacción para evitar la supresión y sanción del derecho internacional. El mismo autor añade que los medios de comunicación, especialmente la radio, la televisión y la prensa, han sido herramientas esenciales y eficaces para ejecutar estos planes de expresión y representación.

A pesar de la historia y el despertar de los individuos, Internet sigue estando diseñado por una minoría que no se centra en las necesidades y aspiraciones de la mayoría (Acey et al., 2021). Si bien, señala Meighan (2021), las comunidades y los creadores de contenidos siguen contribuyendo en esta corriente de descolonización emergente en el paisaje digital, y en especial, en las redes sociales. Estos medios, como vaticinaba Laenui (2006), permiten a los individuos encontrarse, pero también permiten que los encuentren (Mirzoeff y Halberstam, 2018). De hecho, la adaptación de la industria musical a estos escenarios plataformizados es un hecho histórico y evolutivo que se ha trasladado hoy hasta TikTok.

2.2. Cultura participativa, retos musicales y dúos de TikTok

La descolonización de la música es un proceso complejo que requiere, asimismo, un enfoque multidimensional. En este contexto, la cultura participativa y el concepto de prosumidor (productor y consumidor de contenidos) (Toffler, 1980), juegan un papel fundamental. Algunos estudios han propiciado la comprensión en torno a la relación entre la cultura participativa y la música en el contexto de las redes sociales. Estos destacan la importancia de la interacción activa de los usuarios en el prosumo de contenidos propios de la industria cultural (Hidalgo-Marí y Sánchez-Olmos, 2016), examinando cómo estas plataformas audiovisuales pueden llegar a motivar la co-creación y reinterpretación musical, al tiempo que fomentan el intercambio cultural (Guerrero-Pico y Scolari, 2016).

En la actualidad, la música popular sigue desafiando las rígidas estructuras de la industria. Jones (2021) señala que la tecnología, y especialmente el fenómeno "Do It Yourself" o "hazlo tú mismo" (en adelante, DIY), práctica que consiste en aprender, reparar, fabricar y crear tus propias herramientas, ha transformado las experiencias musicales (Rogers, Freitas y Porfirio, 2023). En especial, la llegada de YouTube revolucionó esta práctica, convirtiendo a los usuarios en creadores de contenidos con la posibilidad de expresarse libremente y alcanzar audiencias globales sin la necesidad de intermediarios (Jarrett, 2008). Este fenómeno democratizador expuso, en este sentido, los aspectos nocivos de la competencia instaurada por la industria de la música. Es decir, las formas de cultura musical DIY han reivindicado a nivel histórico el carácter distintivo de los individuos ante una corriente dominante. Si bien, señala Jones (2021), esa corriente que se comprendía emergente y potencial, hoy es otro modelo *mainstream* adicional en el que se implican, más allá de intérpretes, discográficas o compositores, a los usuarios sin conocimientos profesionales sobre la música (amateurs). O expresado de otro modo, la descentralización de la producción musical ha estado sólidamente vinculada a procesos tecnológico-digitales que han transformado la forma en que se crea y se consume música en la actualidad.

Entre los procesos de democratización musical destacan la proliferación de los «home studios» (Homer, 2009), que han permitido a los artistas producir música desde la comodidad de sus hogares, brindándoles una mayor autonomía y control creativo. Las prácticas de autoedición musical también han ganado popularidad progresivamente, superando la productividad de la edición discográfica convencional

(Dunn, 2012), y permitiendo a los artistas lanzar y distribuir su música de forma independiente, sin la necesidad de contar con grandes sellos discográficos. Adicionalmente, la circulación de música a través de plataformas web como YouTube (Edmond, 2014) y SoundCloud (Hesmondhalgh, Jones y Rauh, 2019) ha desempeñado un papel crucial en la descentralización de la industria. Estas plataformas han facilitado a artistas y creadores de contenidos compartir su música de manera más rápida, alcanzando audiencias internacionales sin las barreras tradicionales de la distribución física.

En consonancia, la citada democratización DIY ha seguido expandiéndose hacia una de las redes sociales de base musical de mayor popularidad en la actualidad: TikTok. Esta plataforma, lanzada en 2017 por la compañía asiática ByteDance (conocida en China como Douyin), y fusionada con la hasta entonces Musical.ly, facilita a los usuarios la creación y edición de vídeos cortos protagonizados por la sincronización, los audios memes y los retos con hashtag (Darvin, 2022). Aun siendo una de las cinco apps más descargadas a nivel internacional en 2019 (SensorTower, 2019), el consumo de TikTok fue impulsado por la pandemia del COVID-19, obligando a millones de personas de todo el mundo a refugiarse y practicar la distancia social. Este acontecimiento impactó ineludiblemente en la industria musical, donde TikTok permitió a las compañías discográficas y a sus artistas seguir generando ingresos mediante transmisiones en directo y otras estrategias (Kaye, 2022). En efecto, TikTok demostró ser una sólida herramienta de marketing musical. Durante este período, la industria descubrió que la app incrementaba la visibilidad de los artistas consagrados. Según Coulter (2022), el 75% de sus usuarios descubren músicos en TikTok, el 72% asocian canciones a la plataforma, y el 67% tratan de localizar esas composiciones en otros servicios de distribución musical en línea. Tal ha sido el efecto de TikTok, que la propia red ha comenzado a desarrollar su propia herramienta de distribución musical, SoundOn, lanzada en marzo de 2022, similar a otras plataformas como Spotify, Apple Music o Pandora (Radovanović, 2022).

Si bien, y retomando la perspectiva cultural de la música, lo que ha hecho destacar a esta plataforma entre usuarios de todo el mundo es su sistema de recomendación algorítmica basado en la interacción y la participación. Cuanto más se comparte, visualiza y guarda un vídeo en TikTok, mayor es la tracción orgánica hacia su contenido (Coulter, 2022). Es decir, el diseño de esta app promueve una suerte de cultura algorítmica de gran interés y viralidad (Collie y Wilson-Barnao, 2020), motivando la concatenación de memes como base de la socialización (Zulli y Zulli, 2020). Pese a este poder democrático para otorgar visibilidad al contenido digital con base en gustos personales y heterogéneos (Gillespie, 2017), señalan Gorwa, Binns y Katzenbach (2020), la plataforma parece seguir introduciendo un sesgo de gobernanza algorítmica que aboga por unos pocos (Jaramillo-Dent, Alencar y Asadchy, 2022), y que dificulta la moderación del contenido sobre personas y grupos vulnerables (Zeng y Kaye, 2021). En este punto, entra en juego la resemiotización como proceso para la creación de significados que cambian atendiendo al contexto, y que ensamblan prácticas y posicionamientos interpersonales e interculturales (Darvin, 2022). O expresado de otro modo, el componente audio de TikTok, aun con sus restricciones geográficas, políticas, corporativas y humanas, y a diferencia de otras redes sociales o plataformas de consumo musical, posibilita la co-creación y colaboración entre usuarios que no se conocen entre sí. Es aquí donde cobra sentido la función Dúo (Radovanović, 2022).

El Dúo es una función única de TikTok, heredada de Musical.ly (que, a su vez, imitaba a la plataforma de canto Smule), que permite a los usuarios crear composiciones musicales o audios de forma paralela a la de otros usuarios. Esto es, crear un nuevo vídeo junto a otro ya preexistente (Zeng y Kaye, 2021). La diferencia entre Musical.ly y TikTok es que la primera no permitía grabar audio adicional, en tanto que los usuarios solo podían bailar o sincronizar sus labios respecto al vídeo original. La singularidad y el éxito de TikTok, señala Kaye (2022), vino dada por la incorporación y fusión entre la Reacción y el Dúo, a partir de la cual los usuarios comenzaron a interactuar. Más adelante, la función Stitch adicionó el recorte de un segmento del vídeo para grabar la reacción, sustituyendo a la Reacción y alcanzando una vorágine de contenidos musicales ilimitados. El uso de esta herramienta, empleada indiscriminadamente por sus usuarios entre un amplio repertorio musical, ha suscitado la preocupación de las entidades que contienen la propiedad intelectual de esas canciones. Tanto es así, que la plataforma incluye un acuerdo de cooperación musical para el contenido generado por el usuario, por el que no se infringe la propiedad intelectual siempre y cuando el contenido de los usuarios que emplean las canciones no incurra en apropiación y redistribución indebida (Admadja, 2022).

En este sentido, parece que las capacidades creativas del Dúo de TikTok han generado una tendencia y desafío musical, donde ya no son los artistas o las discográficas quienes delimitan el alcance de una canción, sino las propias personas (Vizcaíno-Verdú y Abidin, 2022). Se trata de un proceso globalizador que atraviesa los abismos geográficos y fractura el ascenso de China e India sobre, hasta entonces, las potencias occidentales de la plataforma (Jia y Liang, 2021). En efecto, TikTok incuba una población local (Ma y Hu, 2021) que facilita la emancipación y el empoderamiento ciudadano sobre y a través de la música (Vizcaíno-Verdú y Aguaded, 2022), al tiempo que incentiva sentimientos subculturales de unidad (Sadler, 2022), potenciales para descolonizar esos videoclips erigidos primigeniamente por la industria y la MTV.

3. Metodología

Este estudio se desarrolló mediante metodología cualitativa, combinando el análisis de contenido y la interpretación semiótica para comprender cómo la música se somete a un proceso de descolonización de la industria a través del contenido generado por los usuarios en TikTok. A fin de alcanzar este objetivo, se formularon las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo se relaciona el proceso de descolonización social con los dúos #SingWithMe de TikTok?
2. ¿Qué caracteriza a la descolonización musical en TikTok?

3.1. Análisis semiótico

En términos metodológicos, la investigación se enmarca en el análisis semiótico para examinar y comprender la naturaleza discursivo-simbólica de los vídeos recopilados bajo el reto #SingWithMe. Este análisis se basa en la teoría de los signos y los sistemas de significación presentes en las manifestaciones culturales y comunicativas (Eco, 1976). En este orden, se emplearon un conjunto de códigos específicos como referencia para el estudio de los contenidos audiovisuales, basados en las cuatro fases propuestas por Laenui (2006) en su teoría de la descolonización social. Las etapas de redescubrimiento y recuperación, sueño, compromiso y acción, se utilizaron como un punto de partida conceptual para interpretar las expresiones narrativas presentes en la producción analizada (Schreier, 2012). Esta elección facilitó la profundización en los procesos de descolonización musical a través de la cultura participativa en entornos plataformizados.

El análisis semiótico se desarrolló en varias etapas. En primer lugar, se recopiló una muestra representativa de los vídeos del reto #SingWithMe (ver epígrafe 3.2). A continuación, se procedió a la observación y codificación inductiva y cualitativa de cada vídeo, empleando como herramienta el software Atlas.ti 23, y tomando notas de campo en aquellos casos en los que se identificaban prácticas similares o análogas al del proceso de descolonización. El fin último fue identificar, con base en las cuatro fases previamente citadas, aquellos signos visuales, auditivos y gestuales (Sanders-Pierce, 2006) que relacionaran los contenidos con las fases de la descolonización social. Esta codificación permitió una clasificación sistemática y una interpretación y análisis de los patrones discursivos emergentes en los vídeos musicales.

Tabla 1: Códigos del proceso de descolonización social

Código	Definición
Redescubrimiento y recuperación	El colectivo/persona toma conciencia sobre su posicionamiento respecto al otro, motivando a curiosear y/o huir de su posición cultural, económica, social y/o política.
Sueño	El colectivo/persona cuenta con oportunidades y herramientas para debatir, consultar y expresar nuevos órdenes sociales en materia cultural, económica, social y/o política.
Compromiso	El colectivo/persona se une o coopera para organizar y generar un cambio social.
Acción	El colectivo/persona llama a la razón y reacciona para evitar la supresión de su estructura cultural, económica, social y/o política.

Fuente: Elaboración propia con base en Laenui (2006)

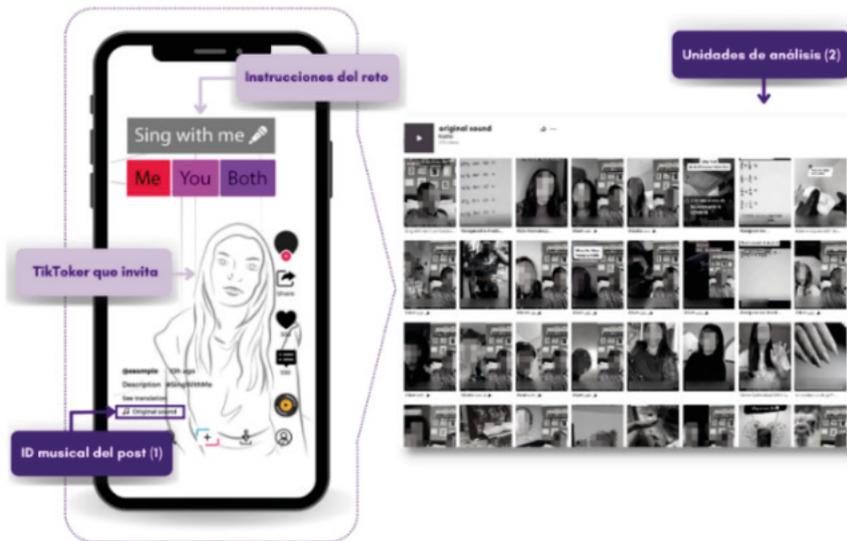
3.2. Muestra y recolección de datos: *walkthrough method* y *scraping*

La muestra se delimitó mediante *walkthrough method* y *scraping*. La primera fase consistió en recorrer e interactuar directamente con la interfaz para conocer y comprender sus referencias culturales y sociales en relación a la música (Light et al., 2016), dirigiendo la observación hacia el estudio de los dúos musicales en TikTok. Tras acceder media hora diaria durante los meses de febrero y marzo de 2022 (59 días) a la app, se identificaron dispareos y numerosos contenidos que recogían hashtags como: #DuetMe, #Duet, #MusicChallenge, y otros.

Ante la multitud de retos vinculados a la música, se aplicó un análisis de hashtags con la técnica *scraping* (extracción de datos e información de sitios web de forma masiva con software) mediante paquete de nodos en Python 3.6. Con los términos en inglés "duet" y "music", se obtuvieron los siguientes cinco hashtags más recurrentes de TikTok: 1) #SingWithMe; 2) #DuetMe; 3) #DuetWithMe; 4) popcornduet; 5)

#singingduet. Tomando el de mayor popularidad, #SingWithMe, se procedió a descargar con la misma técnica todos los posts de la plataforma que emplearan ese hashtag, recopilando en el momento de la extracción (abril de 2022) 979 videos en total.

Figura 1: Unidades de análisis



Fuente: Elaboración propia

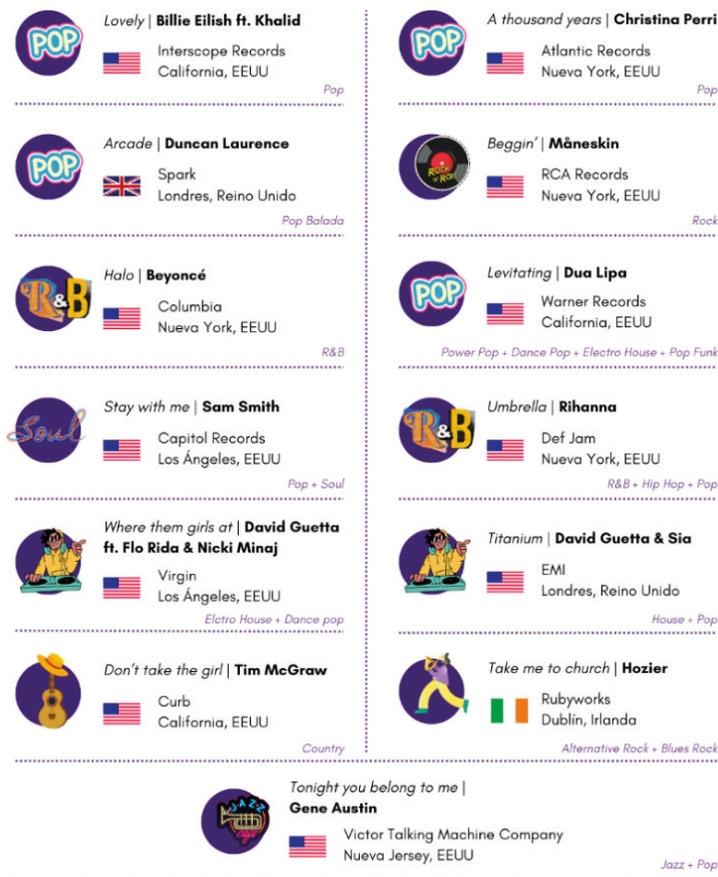
A continuación, el *walkthrough method* permitió acotar el tipo de unidades analizables. De acuerdo al objetivo y preguntas planteadas, no se exploraron tanto los videos que invitaban a los usuarios a participar en el dúo, sino las respuestas a esos contenidos (Figura 1). Este criterio implicó la selección de aquellos posts en los que los TikTokers invitaran a los usuarios a interpretar libremente la letra o melodía de una canción, como se observa en las instrucciones del reto de la Figura 1. Para recopilar estas unidades de análisis, se aplicó de nuevo el *scraping* mediante ID musical del video. Asimismo, con el objeto de facilitar el análisis, se seleccionaron aleatoriamente 17 posts aplicando *scraping* en un máximo de 30 respuestas para cada uno, recopilando y analizando un total de 510 dúos (ver repositorio completo en <https://bit.ly/3XEv6Qb>).

4. Resultados

4.1. Redescubrimiento y recuperación: el reto de la versión musical

El análisis de dúos en #SingWithMe mostró, en primera instancia, una fase de "redescubrimiento y recuperación", por medio de la cual un colectivo toma conciencia sobre su posicionamiento respecto al otro. Este proceso motiva al grupo a curiosear y/o huir de su posición cultural, económica, social y política. Partiendo de forma análoga a esta concepción desde el ámbito de la industria musical, se discute, a continuación, el modo en que los usuarios abogaban por la curiosidad musical (versionado y apropiación), huyendo del idioma o melodía original con adaptaciones étnicas, traducciones propias, géneros musicales e instrumentos diferentes a los originales. Para identificar estos símbolos, se atendió inicialmente a las canciones con las que los TikTokers invitaban a participar en el reto. En su totalidad, estas producciones pertenecientes a géneros musicales como el pop, rock, R&B, Soul, House, entre otros, concernían a discográficas estadounidenses, británicas e irlandesas (Figura 2). Es decir, a productoras de la industria musical occidental y anglosajona.

Figura 1: Canciones originales de los dúos



Fuente: Elaboración propia

Una de las prácticas más extendidas entre los participantes de los dúos de TikTok consistía en versionar las canciones con instrumentos musicales. Las melodías en las que intervenían acompañaban al TikToker mientras demostraban sus habilidades musicales (Figura 3). Es decir, sustituían la voz por notas musicales cuyos instrumentos principales no parecían formar parte de la composición preexistente. Por ejemplo, en la Figura 3.1, el usuario emplea un estilófono. Este instrumento, conocido como el teclado analógico de bolsillo que funciona con un lápiz óptico, fue comercializado como un juguete, dado su tamaño, su sonido particular (que pudiera recordar a videojuegos ochenteros) y su facilidad de uso. En este caso, el instrumento interpreta *A thousand years* de Christina Perri, cuya base instrumental está compuesta por piano, guitarra y violín.

En la Figura 3.2 protagoniza la melodía un violín. Pese a que el TikToker (que ya reinterpreta la canción con un piano) facilita a los usuarios la letra para cantar, este usuario introduce la voz con su instrumento de cuerda. En la Figura 3.3, la usuaria acompaña a la TikToker en *Arcade* de Duncan Laurence con un arpa, siendo su base instrumental principal la guitarra clásica, la guitarra eléctrica, el bajo, la batería, el teclado y el cavaco.

Por último, en la Figura 3.4, una mandolina eléctrica versiona *Umbrella* de Rihanna. Resulta especialmente particular el contraste de un instrumento popular originario de Europa y Oriente Medio que no comenzó a llegar a Norteamérica hasta el siglo XIX, con una composición discográfica estadounidense del género R&B, cuyos instrumentos son fundamentalmente la guitarra, bajo, saxofón, batería, piano, armónica, trompeta, entre otros.

Figura 3: Versiones instrumentales en los dúos



Fuente: Capturas de la muestra extraída de TikTok. (Imágenes de izda.-dcha.) Figura 3.1: Estilófono; Figura 3.2: Violín; Figura 3.3: Arpa; Figura 3.4: Mandolina eléctrica

Otra forma a través de la cual los usuarios se alejaban de la canción original era modificando el tono, la letra y el estilo de canto. En su variedad, se identificaron estilos como el góspel. En la Figura 4.1, la usuaria interpreta *Lovely* de Billie Eilish ft. Khalid mediante canto indonesio (tal y como declara en el texto superpuesto del vídeo), y en la Figura 4.2 traducen *Beggin'* de Måneskin al mismo idioma. Del mismo modo, en la Figura 4.3 se traduce la letra de la canción *A thousand years* de Christina Perri a español. Por su parte, la Figura 4.4 modifica el estilo de canto. Del rock alternativo y el blues rock de *Take me to church* de Hozier, la intérprete pasa al góspel a capela, considerado un estilo musical religioso y estadounidense surgido en las iglesias pentecostales, protestantes y evangélicas afroamericanas. Este último caso resulta ejemplar por el contraste entre los valores y creencias del estilo religioso musical con el significado de la letra de la canción. En esta, Hozier expresaba su frustración en torno a las rígidas posturas de la iglesia católica (y similares) sobre la homosexualidad.

Figura 4: Adaptaciones estilísticas, lingüísticas y de género en los dúos



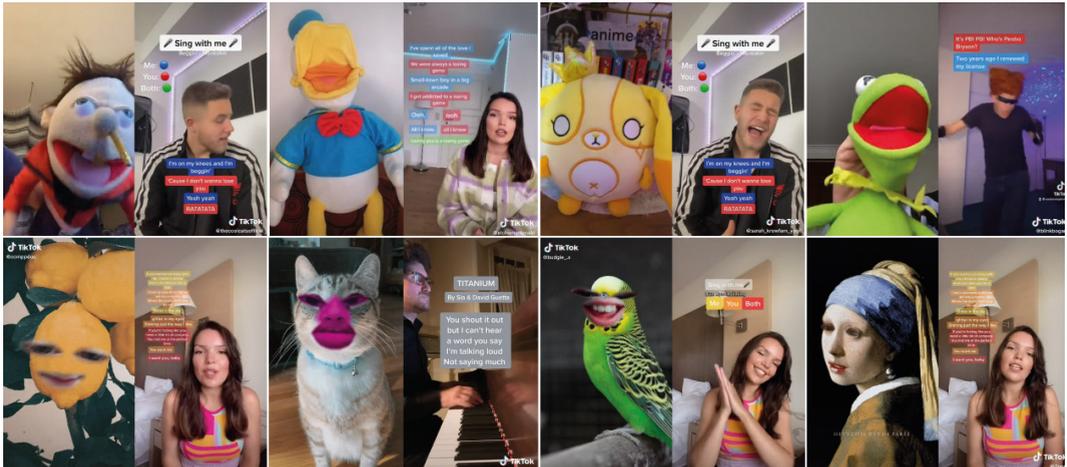
Fuente: Capturas de la muestra extraída de TikTok. (Imágenes de izda.-dcha.) Figura 4.1: Canto indonesio; Figura 4.2: Traducción a indonesio; Figura 4.3: Traducción a español; Figura 4.4: Estilo góspel

4.2. Sueño: construcción músico-creativa

Tras el redescubrimiento, versionado, adaptación y apropiación que huye de los preceptos musicales originales en materia compositiva y estilística, los usuarios participaban también de la fase del “sueño”. En recapitulación, esta atendía al punto en el que se le ofrece a una persona o colectivo posibilidades para debatir, consultar y expresar nuevos órdenes sociales. En este sentido, TikTok se manifiesta como una plataforma vital para la construcción y co-creación musical.

En primer lugar, primaba el elemento humorístico o satírico. Ya fuera por anonimizar su identidad o por alterar el significado de la canción, funciones como el *Green Screen* de TikTok o elementos inanimados formaban parte de la muestra como un medio de experimentación. Entre los casos más recurrentes se encontraban peluches cantantes (el Pato Donald, la rana Gustavo, marionetas variadas...), o el filtro *Green Screen* (pantalla verde), donde se compartían imágenes de gatos, limones, cebollas, flores o periquitos cantando (Figura 5).

Figura 5: Interpretaciones creativas en los dúos



Fuente: Capturas de la muestra extraída de TikTok. (Imágenes de izda.-dcha.; Sup.-inf.) Figuras 5.1, 5.2, 5.3 y 5.4: peluches y marionetas; Figuras 5.5, 5.6, 5.7 y 5.8: Filtro Green Screen con imágenes variadas.

Otra forma de experimentar la música era a través de la narración. Un TikToker daba la opción a los usuarios para presentarse improvisando al son del piano. Estos posts de escaso minuto exponían en inglés, español, portugués o italiano su adoración por crear música. Algunos ejemplos hacían referencia a la condición cultura-geográfica (ver letras de canciones en Tabla 2 en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22284904.v1>). Particularmente, expresaban su autoestima en materia de melanina, origen y empoderamiento femenino, así como su intención de romper con los estigmas sociales de etnia y género. Algunas afirmaciones señalaban: "love my melanine" (amo mi melanina), "A queer Brown girl just tryna break the stigma" (una queer que intenta romper el estigma), "Filipino... Indian... if that even says a thing about me" (Filipina... India... si eso dice algo de mí).

Si bien, en este proceso de ensoñación destacaron principalmente aquellas narraciones que abordaban la "aspiración musical". Empleando TikTok como un medio de auto-promoción, los aspirantes a la fama musical describían su inexperiencia discográfica. Grosso modo, las letras reflejaban su dedicación al canto o la composición musical, seguidas de confesiones sobre futuras aspiraciones (ver letras de canciones en Tabla 3 en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22284904.v1>). Por ejemplo, en el primer grupo estos usuarios se declaraban abiertamente músicos: "I sing" (canto), "I play saxophone" (toco el saxofón), "music is my whole freaking universe" (la música es todo mi mundo), "I'm a singer songwriter" (soy cantautora), "I write my own music" (escribo mi propia música), "I love to sing" (amo cantar). Y en el segundo, expresaban sus intenciones para ganar popularidad y dedicarse a la música: "I'll be pursuing music" (me dedicaré a la música), "Sé que oirán de mí en algún momento", "famosa qui su TikTok per cantare" (famosa en TikTok por cantar), "He soñado con brillar", "Working on becoming a sensation" (trabajando en convertirme en una estrella).

Estos casos descubren TikTok como una plataforma esencial para la expresión musical y la construcción de una comunidad de aspirantes a músicos. Sin embargo, también plantea la pregunta de si esta comunidad es capaz de generar una industria musical sostenible y rentable a largo plazo, o si simplemente se trata de una tendencia pasajera (con producciones satíricas donde una cebolla interpreta con voz infantil un hit de la música occidental). Es interesante observar cómo la app ha logrado democratizar el acceso a la música, permitiendo a personas de todo el mundo manifestarse creativamente por medio del canto, la composición y la edición audiovisual. Estas experiencias parecen enriquecer la cultura musical, fomentando la diversidad y la inclusión en el universo de la música.

4.3. Compromiso: interculturalidad al unísono musical

El "compromiso", comprendido desde la esfera de la descolonización social como la etapa en la que las voces confluyen en una voluntad popular por cambiar las cosas, constituye el reto #SingWithMe en su totalidad. A saber, el reto tiene por objeto incentivar la interacción entre sus usuarios. Invitar a cantar con el otro: desconocido y lejano, de formas asombrosamente creativas. En este proceso y voluntad por co-crear, los usuarios demuestran sus aptitudes musicales, pero también cuentan quiénes son y cuál es su origen.

En #SingWithMe se observa una suerte de interculturalidad protagonizada por usuarios de Asia-Pacífico, África, Europa, América del Norte y América del Sur. Como señalaba una usuaria en su rap auto-descriptivo compartido en el epígrafe anterior, TikTok representa un escenario intercultural de melanina, idiomas y símbolos culturales unidos por un lenguaje internacional: la música (Figura 6).

Figura 6: Interculturalidad en los dúos #SingWithMe



Fuente: Capturas de la muestra extraída de TikTok.

En este reto se pueden apreciar una serie de símbolos, como los instrumentos musicales tradicionales, los trajes regionales y las entonaciones folclóricas. Muestras culturales que representan el origen de los individuos. Esta hipotética captura visual (Figura 6) que rompe con los estándares *mtvianos* (cánones de belleza estandarizados, vestimenta, peinado, maquillaje y atrezzo supervisados por estilistas y diseñadores profesionales) también confluyen en una voz única. Tonos bajos, contraltos, tenores, sopranos... cantan la misma canción desde sus hogares, la calle o el coche (escuchar montaje propio de las voces #SingWithMe interpretando *Titanium* de David Guetta y Sia en <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22289476.v1>).

4.4. Acción: interpretación cotidiana

La unión de la voluntad popular por participar en la música culmina en una "acción" descolonizadora. Esta última fase, que abarca la llamada a la razón y reacción para evitar la supresión, es una constante a lo largo de los videos de TikTok. El dúo es una de las características de la plataforma que facilita la co-creación, suponiendo el medio de acción principal para generar ese canto "glocal" (global desde escenarios locales).

Si bien es cierto que los estudios de grabación discográfica tradicionales solían estar reservados para un grupo selecto de talentos privilegiados, no se puede afirmar que la aparición de nuevas vías para la acción musical haya sido una consecuencia directa de esta limitación. La proliferación de nuevas formas de democratización y distribución musical, como los «home studios», la autoedición y las plataformas digitales, no surge únicamente como una respuesta a la exclusividad de los estudios de grabación, sino de la creciente implicación de los creadores de contenidos, amparados por la cultura participativa. TikTok, en una muestra de desempeño algorítmico innovador, ha ampliado las oportunidades ciberciudadanas para que todo usuario con acceso a Internet se haga escuchar en el mundo. Es decir, los dúos #SingWithMe son una experiencia de interacciones ubicuas y democráticas interpretadas con variopintos elementos "no musicales". Un reto que transcurre en escenarios que distan del concierto, pub o videoclip tradicional.

Figura 7: (Re)acciones desde la ubicuidad



Fuente: Capturas de la muestra extraída de TikTok.

Entre la amplia muestra destacaba un escenario puramente cotidiano: habitaciones del hogar como la cocina, el comedor o el baño; y exteriores como patios, terrazas, calles, coches. Los micrófonos se convierten en plátanos, pinceles de maquillaje o peines. Algunos usuarios cantan tumbados en la cama, otros mientras viajan o esperan a alguien en el coche. Una variedad situacional de estas acciones, que (re)accionan desde cualquier ubicación del mundo, pero también desde espacios no habilitados (tradicional y profesionalmente) para la música y su (apropiada) acústica. De hecho, los auriculares conectados a los supuestos dispositivos desde los que grababan sus dúos protagonizaban el reto. El reto que representa, por medio del dúo, una absoluta inter(acción) musical.

5. Discusión y conclusiones

Como modelo de democratización en línea, TikTok forma parte del histórico proceso de descentralización de la industria musical (Dunn, 2012; Edmond, 2014; Hesmondhalgh, Jones y Rauh, 2019; Homer, 2009). En este escenario, los usuarios no tienen que ser expertos en música, ni tampoco necesitan los recursos tradicionales para grabar, producir y distribuir canciones. Al contrario, pueden co-crear y compartir sus micro-producciones con la ayuda de dispositivos tecnológicos y las funciones de edición proporcionadas por TikTok (Abidin y Kaye, 2021). Lo que resulta interesante en este estudio es cómo retos musicales como #SingWithMe están implicando a las personas en un proceso de descentralización musical inconsciente, al tiempo que altamente industrializada. A través de estos desafíos a dúo, constituidos como auténticos "retos musicales miméticos" (Vizcaíno-Verdú y Abidin, 2022), los usuarios conectan con la música de una forma más personal y emocional, al tiempo que toman parte de su creación. En efecto, aquellas prácticas DIY que dirigieron las corrientes *mainstream* de la cultura popular musical hace menos de una década (Jones, 2021), hoy evolucionan hacia fenómenos enteramente miméticos (Zulli y Zulli, 2020).

El desafío #SingWithMe representa una práctica ubicua propia de la cultura popular de Internet. Como observamos a lo largo de los casos, y respondiendo a la primera pregunta de investigación (relación entre la descolonización social y los dúos de TikTok), entendemos que esta función ha propiciado la co-creación y difusión musical informal. Fuera de los estándares de grabación discográfica, o más allá de los antecesores procesos de democratización musical, en esta plataforma predomina una suerte de emancipación co-musical (co-creativa y musical). Aunque las estrategias de la app para construir su propia herramienta de distribución (SoundOn) (Radovanović, 2022) parecen estar gestando una industrialización musical orgánica, nos encontramos ante una plataforma que, de nuevo, obedece y se adapta a los intereses del mercado. A primera vista, la app permite a los creadores de contenido participar en retos musicales y audio memes, promocionar canciones, o dar a conocer nuevos artistas. Sin embargo, al profundizar en el funcionamiento de la aplicación y sus contenidos, nos encontramos con un sistema de recomendación algorítmica que muestra selectivamente videos de "interés". Es decir, el sistema, configurado por variables de ubicación geográfica, interacciones del usuario y datos demográficos, promueve unos contenidos sobre otros, amplificando la (in)visibilidad de estos retos (Jaramillo-Dent, Contreras-Pulido y Pérez-Rodríguez, 2022), inhibiendo la participación de todas las voces, y creando filtros burbuja (Jones-Jang y Chung, 2022). Y es que, pese a que esa fragmentación de las superproducciones musicales (segmentos de canciones anglosajonas), nos recuerdan a lo que Syed-Mustafa (2018) señalaba como acciones no dirigidas por "gobiernos" (véase, industrias culturales), en TikTok se observa una práctica actual (y actualizada) de las estrategias de los usuarios para participar de la expresión musical desde sus hogares. En este sentido, y lejos de los escepticismos sobre la descolonización de Internet, estos audios memes parecen definir bases innovadoras para la exploración de sueños y el replanteamiento de lo que hasta ahora habíamos entendido como "composición musical".

Siguiendo el proceso de descolonización de los pueblos de Laenui (2006), observamos el curso que toman estas producciones creativas. La forma de experimentar con instrumentos dispares y entonaciones

folclóricas totalmente alejadas del origen de la propia canción o su género, delimitan una primera fase en la que se replantean las bases de la composición musical. Mediante el "redescubrimiento y recuperación", los usuarios reinterpretan canciones que, de primera mano, han sido ya versionadas por el propio TikTok. O expresado de otro modo, la invitación a "versionar la versión" constituye el juego de resemiotización interpersonal e intercultural señalado por Darvin (2022). Esta forma de apropiarse de superproducciones industriales progresa hacia la expresión individuo-colectiva por medio del "sueño", lejos de los usos indebidos tan polémicamente abordados desde que emergieran este tipo de plataformas audiovisuales (Admadja, 2022).

Con funciones como el *Green Screen*, los usuarios entonan las letras empleando recursos caseros que resignifican, satirizan o anonimizan su participación. Si bien, es en este proceso de construcción creativa donde comienzan a definirse otras líneas de actuación musical. Por ejemplo, esas canciones improvisadas que podíamos escuchar en conciertos de rap o grupos callejeros, hoy aparecen en la sección "Para ti" de TikTok. Y no todo termina en ese *post* y unos miles de "me gusta" y comentarios. Esa improvisación habla de aspiraciones futuras en torno a la industria musical desde un escenario que depende exclusivamente de sistemas de recomendación algorítmicos redefinidos constantemente (Coulter, 2022). Aunque bien es cierto que el empleo de plataformas digitales para el impulso musical ya forma parte de la cultura musical *mainstream* desde el advenimiento de YouTube (Rogers, Freitas y Porfirio, 2023).

La experimentación y la ensoñación no son ajenas al contexto de los usuarios de TikTok. El lugar desde el que estas personas proyectan sus creaciones al mundo es fundamental para comprender hacia dónde se dirigen sus interacciones a dúo. Desde Asia-Pacífico, Europa, América del Norte y América del Sur, los usuarios se suman voluntariamente al versionado musical. Si bien, esta acción no es exclusivamente casual. Este procedimiento a través del cual los individuos y colectivos toman una canción original (procedente de un ámbito exclusivamente occidental e industrializado), conectan sus auriculares a un smartphone, y cantan desde lo local al mundo (Ma y Hu, 2022), puede condicionar o desactivar esa práctica descolonizadora, en tanto que se suma a los procesos y estrategias discográficas *mainstream*. Naturalmente, aunque parece que ya no es necesario tocar a la puerta de una compañía, dedicar noches en pubs, o invertir en sistemas y dispositivos costosos para crear música desde el hogar, estas prácticas nos dan una idea sobre el público al que se dirigen estas co-creaciones (usuario occidental). Esta reflexión invita a cuestionar las aspiraciones capitalistas de quienes participan desde lugares y condiciones de supuesta subalternidad (Spivak, 1988), alejados de la tradición musical rural. Dúos como #SingWithMe, aunque contruidos sobre esa base participativa intercultural y dudosamente subalterna, une a las personas mediante un lenguaje musical digitalizado, capitaneada por la "acción". La amplitud de co-creaciones musicales que siguen publicándose diariamente en TikTok (Kaye, 2022) no resultan relevantes en su concepción dúo por el simple hecho de versionar desde el hogar, sino por la insistente (re)acción co-creativa.

En este sentido y, por lo que respecta al segundo objetivo, la descolonización musical a través de los dúos de TikTok comprende una forma de interacción social entre las personas y la música. Un proceso similar al de la música transmedia. Véase, la interacción entre música, individuo y narrativa (Vizcaíno-Verdú, Aguaded y Contreras-Pulido, 2021). En este caso, aunque los dúos de TikTok parecen desafiar las normas musicales hegemónicas, presentando cierta diversidad cultural, es importante reconocer que la plataforma sigue estando dominada por el repertorio pop anglosajón *mainstream*. La visibilidad y promoción de géneros musicales folclóricos y artistas no occidentales en la plataforma es limitada en comparación con la amplia difusión del pop occidental predominante. Si bien es cierto que algunas canciones y desafíos en TikTok han sido utilizados para abordar temas sociales y promover conciencia (Vizcaíno-Verdú y Aguaded, 2022), es importante evaluar críticamente el alcance y la efectividad de estas acciones en la lucha por una justicia social más amplia. La plataforma sigue siendo fundamentalmente una herramienta de entretenimiento y marketing, y su impacto real en la transformación social y la justicia sigue resultando limitado, especialmente en lo que respecta al sistema de recomendación algorítmica.

También, esta forma de autoestima intercultural se enfrenta a la idea de que solo hay una única forma "correcta" de hacer música. Como señalaba, esa sensación de comunidad inconsciente se mueve en un flujo platformizado acotado por otro tipo de industrias. Concretamente, hablamos de que los contenidos que se difunden por TikTok pertenecen a otra empresa multinacional, ByteDance (Karhade et al., 2021).

6. Limitaciones y futuras líneas de investigación

Pese a las evidencias teóricas y prácticas, nos encontramos ante un movimiento que se concibe especialmente emergente y estimulador. Señalaba anteriormente que nos hallamos ante un proceso social, al tiempo inconsciente. Estos *posts* siguen tendencias que no entienden de estrategias y procesos industriales en torno a la música, y muchas veces sus usuarios no dirigen sus participaciones hacia la (re)

acción social o el empoderamiento (Born y Hesmondhalgh, 2000; Sadler, 2022; Webb-Gannon y Webb, 2019; Vizcaíno-Verdú y Aguaded, 2022). La identificación y analogía entre la descolonización social con las prácticas a dúo de TikTok representan una interpretación semiótica que, desde este punto, debe asistir a los intereses e intenciones de sus participantes.

Con esto me refiero a que, partiendo de la base de que en TikTok se está gestando un proceso de fragmentación, versionado y reinterpretación de canciones producidas originalmente por la industria musical occidental, debemos empezar a preocuparnos dónde está la hazaña y los límites de esta tendencia. Surgen así cuestiones para futuros estudios relacionados con la co-producción musical en redes sociales. Por ejemplo, si estas tendencias son modas pasajeras que no superarán las corrientes *mainstream* de la cultura popular musical. Si conducirán a una suerte de industria de la música orgánica capitaneada por la creación humana y la inteligencia artificial. O, adicionalmente, si estas prácticas confluirán en un sistema distribuido en el que cada persona sea su propia discográfica.

7. Financiación

Este estudio ha sido financiado por el Ministerio de Universidades de España a través de la Ayuda del Programa de Formación de Profesorado Universitario (FPU) (REF. FPU18/00892), dentro del programa de Promoción del Talento y su Empleabilidad, en el marco del Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación 2017-2020 en I+D+i. Asimismo, el tiempo dedicado a esta investigación se engloba en los estudios de la 'TikTok Cultures Research Network' y el 'Influencer Ethnography Research Lab' (IERLab) de la Curtin University (Australia).

8. Declaración de conflicto de intereses

La autora declara que no existe ningún conflicto de intereses.

10. Referencias bibliográficas

Abidin, C., & Kaye, D. B. V. (2021). Audio memes, earworms, and templatability: The 'aural turn' of memes on TikTok. In C. Arkenbout, J. Wilson, y D. De-Zeeuw (Eds.), *Critical meme reader: Global mutations of the viral image* (pp. 58-68). Institute of Network Cultures. <https://bit.ly/3hqMQKu>

Acey, C. E., Bouterse, S., Menking, A., Sengupta, A., & Vrana, A. G. (2021). Decolonizing the Internet by decolonizing ourselves: Challenging epistemic injustice through feminist practice. *Global Perspectives*, 2(1), 1-9. <https://doi.org/10.1525/gp.2021.21268>

Admadja, D. (2022). Juridical analysis of music uploaded on TikTok media in view of intellectual property law. *International Asia of Law and Money Laundering*, 1(3), 193-197. <https://bit.ly/3YgavRO>

Arrieta, A. (2021). 'This audio has potential': Platform lip-sync on TikTok. *Journal of Popular Music Studies*, 33(4), 5-9. <https://doi.org/10.1525/jpms.2021.33.4.5>

Born, G., & Hesmondhalgh, D. (2000). *Western music and its others: Difference, representation, and appropriation in music*. University of California Press.

Carr, M. (2015). Power plays in global Internet governance. *Millennium: Journal of International Studies*, 43(2), 640-659. <https://doi.org/10.1177/0305829814562655>

Collie, N., & Wilson-Barnao, C. (2020). Playing with TikTok: Algorithmic culture and the future of creative work. In G. Hearn (Ed.), *The future of creative work* (pp. 172-188). <https://doi.org/10.4337/9781839101106.00020>

Coulter, A. (2022). Marketing agile artists: How music labels can leverage TikTok's virality. *Journal of the Music & Entertainment Industry Educators Association*, 22(1), 135-156. <https://doi.org/10.25101/22.5>

Darvin, R. (2022). Design, resistance and the performance of identity on TikTok. *Discourse, Context & Media*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100591>

Dunn, K. (2012). 'We are the revolution': Riot Grrrl press, girl empowerment, and DIY self-publishing. *Women's Studies*, 41(2), 136-157. <https://doi.org/10.1080/00497878.2012.636334>

Eco, U. (1976). *A theory of semiotics*. Indiana University Press.

Edmond, M. (2014). Here we go again: Music videos after YouTube. *Television & New Media*, 15(4), 305-320. <https://doi.org/10.1177/1527476412465901>

- Gillespie, T. (2017). Algorithmically recognizable: Santorum's Google problem, and Google's Santorum problem. *Information, Communication & Society*, 20(1), 63-80. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1199721>
- Glick, A. (2018). De-Westernization and decolonization in media studies. *Oxford Research Encyclopedias*, 1-29. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.898>
- Gorwa, R., Binns, R., & Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2053951719897945>
- Guerrero-Pico, M., y Scolari, C. A. (2016). Narrativas transmedia y contenidos generados por los usuarios: El caso de los crossovers. *Cuadernos.info*, 38, 183-200. <https://doi.org/10.7764/cdi.38.760>
- Hesmondhalgh, D., Jones, E., & Rauh, A. (2019). SoundCloud and Bandcamp as alternative music platforms. *Social Media + Society*, 1-13. <https://doi.org/10.1177/2056305119883429>
- Hidalgo-Marí, T., & Sánchez-Olmos, C. (2016). Fanáticas en serie: YouTube, cultura participativa y series de televisión: Estudio comparativo de género. *Cuadernos.info*, 38, 149-164. <https://doi.org/10.7764/cdi.38.733>
- Homer, M. (2009). Beyond the studio: The impact of home recording technologies on music creation and consumption. *Nebula*, 6(3), 85-99. <https://bit.ly/3r8lno9>
- Jaramillo-Dent, D., Alencar, A., & Asadchy, Y. (2022). #Migrantes on TikTok: Exploring platformed belongings. *International Journal of Communication*, 16, 5578-5602. <https://bit.ly/3yy2jRv>
- Jaramillo-Dent, D., Contreras-Pulido, P., & Pérez-Rodríguez, A. (2022). Immigrant influencers on TikTok: Diverse microcelebrity profiles and algorithmic (in)visibility. *Media and Communication*, 10(1), 208-221. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4743>
- Jarrett, K. (2008). Beyond Broadcast Yourself™: The future of YouTube. *Media International Australia*, 126(1), 132-144. <https://doi.org/10.1177/1329878X0812600114>
- Jia, L., & Liang, F. (2021). The globalization of TikTok: Strategies, governance and geopolitics. *Journal of Digital Media & Policy*, 12, 273-292. https://doi.org/10.1386/jdmp_00062_1
- Jones, E. (2021). *DIY music and the politics of social media*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501359675>
- Jones-Jang, S. M., & Chung, M. (2022). Can we blame social media for polarization? Counter-evidence against filter bubble claims during the COVID-19 pandemic. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448221099591>
- Kaye, D. B. V. (2022). Please duet this. Collaborative music making in lockdown on TikTok. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 15(1), 1-19. <https://bit.ly/409AH1P>
- Karhade, P., Kathuria, A., Dasgupta, A., Malik, O., & Konsynski, B. (2021). Decolonization of digital platforms: A research agenda for great domains. In A. Garimella, P. Karhade, A. Kathuria, X. Liu, & J. Xu (Eds.), *The role of e-business during the time of grand challenges* (pp. 51-58). WeB: Workshop on E-Business. https://doi.org/10.1007/978-3-030-79454-5_5
- Laenui, P. (2006). Processes of decolonization. In M. A. Battiste (Ed.), *Reclaiming indigenous voice and vision* (pp. 150-160). UBC Press.
- Leman, M. (2016). *The expressive moment. How interaction (with music) shapes human empowerment*. The MIT Press.
- Light, B., Burgess, J., & Duguay, S. (2016). The walkthrough method: An approach to the study of apps. *New Media & Society*, 20(3), 881-900. <https://doi.org/10.1177/1461444816675438>
- Ma, Y., & Hu, Y. (2021). Business model innovation and experimentation in transforming economies: ByteDance and TikTok. *Management and Organization Review*, 17(2), 382-388. <https://doi.org/10.1017/mor.2020.69>
- Meighan, P. J. (2021). Decolonizing the digital landscape: The role of technology in indigenous language revitalization. *AlterNative*, 17(3), 397-405. <https://doi.org/10.1177/11771801211037672>

- Mirzoeff, N., & Halberstam, J. (2018). Decolonize media: Tactics, manifestos, histories. *Cinema Journal*, 57(4), 120-123. <https://doi.org/10.1353/cj.2018.0054>
- Navarro-Güere, H. (2023). El vídeo em formato vertical. Una revisión de la literatura en comunicación. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 14(1), 69-80. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23028>
- Radovanović, B. (2022). TikTok and sound: Changing the ways of creating, promoting, distributing and listening to music. *Journal of Contemporary Music, Art and Technology*, 9, 51-73. <https://doi.org/10.51191/issn.2637-1898.2022.5.9.51>
- Rogers, H., Freitas, J., & Porfírio, J. F. (2023). *YouTube and music. Online culture and everyday life*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781501387302>
- Sanders-Pierce, C. (2006). The sign: Icon, index, and symbol. In S. Manghani, A. Piper, & J. Simons (Eds.), *Images: A reader* (pp. 107-109). Sage Publications.
- Sadler, O. (2022). Defiant amplification or decontextualized commercialization? Protest music, TikTok, and social movements. *Social Media + Society*, 1-10. <https://doi.org/10.1177/20563051221094769>
- SensorTower. (2019). *Top apps worldwide for September 2019 by Downloads*. SensorTower. <https://bit.ly/445vNnY>
- Shepard, T. (2019). Foreword. In M. Thurner (Ed.), *The first wave of decolonization* (pp. 7-11). Routledge.
- Spivak, G. C. (1988). *Can de subaltern speak?* In C. Nelson, & L. Grossberg (Eds.), *Marxism and the interpretation of culture* (pp. 66-111). Macmillan. <https://bit.ly/437idPR>
- Syed-Mustafa, A. (2018). Prolegomenon to the decolonization of Internet governance. In D. Oppermann (Ed.), *Internet governance in the global south: History, theory and contemporary debates* (pp. 109-183). NUPRI. <https://bit.ly/3WK59wz>
- Toffler, A. (1980). *La tercera ola*. Plaza & Janés.
- Vizcaíno-Verdú, A., Aguaded, I., & Contreras-Pulido, P. (2021). Understanding transmedia music on YouTube through Disney storytelling. *Sustainability*, 13, 1-17. <https://doi.org/10.3390/su13073667>
- Vizcaíno-Verdú, A., & Abidin, C. (2022). Music challenge memes on TikTok: Understanding in-group storytelling videos. *International Journal of Communication*, 16(26), 883-908. <https://bit.ly/3EkoQVU>
- Vizcaíno-Verdú, A., & Aguaded, I. (2022). #ThisIsMeChallenge and music for empowerment of marginalized groups on TikTok. *Media and Communication*, 10(1), 157-172. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4715>
- Vizcaíno-Verdú, A., de-Casas-Moreno, P., & Tirocchi, S. (2023). Online prosumer convergence: Listening, creating and sharing music on YouTube and TikTok. *Communication & Society*, 36(1), 151-166. <https://doi.org/10.15581/003.36.1.151-166>
- Wang, Y. H., Gu, T. J., & Wang, S. L. (2019). Causes and characteristics of short video platform Internet-community taking the TikTok short video application as an example. In *6th IEEE International Conference on Consumer Electronics* (pp. 1-7). IEEE.
- Webb-Gannon, C., & Webb, M. (2019). 'More than a music, it's a movement': West Papua decolonization songs, social media, and the remixing of resistance. *The Contemporary Pacific*, 31(2), 309-343. <https://doi.org/10.1353/cp.2019.0025>
- Zeng, J., & Kaye, D. B. V. (2021). From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok. *Policy Internet*, 14, 79-95. <https://doi.org/10.1002/poi3.287>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2020). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society*, 24(8), 1872-1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>

