

TikTok presenta 'K-Pop Radar 2021 en TikTok', una infografía con los datos más importantes del K-Pop en los tres últimos años

- La creación de videos de K-Pop se ha triplicado en Indonesia, el país con mayor creación de videos, seguido de Filipinas, Estados Unidos y Corea del Sur.
- México se encuentra en el **top 10 de naciones con más seguidores** del género, además la infografía revela cuatro tipos de canciones y artistas famosos de K-Pop en TikTok.

Ciudad de México, 10 de noviembre de 2021.- La plataforma global de video móvil de formato corto TikTok, revela por primera vez su análisis sobre el K-Pop a través de la infografía '**K-Pop Radar 2021 en TikTok**'.

La infografía muestra el análisis de datos en TikTok acerca de los videos de K-Pop en la plataforma durante los últimos tres años (de octubre del 2018 a octubre de 2021), en colaboración con K-Pop Radar, un servicio de datos de fandom de K-Pop operado por la startup musical *Space Oddity*. La cultura global y de alto involucramiento de TikTok se muestra a lo largo de la infografía, en la cual se incluye:

- Mapa mundial del K-Pop 2021 en TikTok
- Los 10 mejores mercados para la creación de videos de K-Pop
- El aumento de las canciones más populares en TikTok
- Artistas de K-Pop en TikTok.

De acuerdo con '**K-Pop Radar 2021 en TikTok**', los videos relacionados al género han mostrado un crecimiento exponencial en todo el mundo durante los últimos tres años. El número de creaciones de K-Pop en TikTok se ha triplicado, pasando **de 33.5 millones en 2019 a 97.87 millones** hasta finales de este año. De estos, el 92.8% fue creado en el extranjero, con Indonesia como el mayor mercado con un 16.4%. Le siguen Filipinas (13.5%) y Estados Unidos (8.7%), superando incluso a Corea del Sur, que ocupa el cuarto lugar con un 7.2%.

En México, el género también ha ganado una notable popularidad: de acuerdo con la propia K-Pop Radar, el país se encuentra en el **top 10 de naciones con más seguidores** del género y **aporta un 3.2% del contenido generado** a nivel mundial, mientras que para [Spotify](#), México es el tercer país en el mundo (fuera de Asia) que más escucha K-Pop, al tiempo que coloca a la CDMX como **la ciudad con el fandom de Super Junior más grande de todo el planeta**.

El crecimiento exponencial global de los contenidos de K-Pop se debe a la característica de TikTok, siendo una plataforma fácil de usar en la que cualquiera puede convertirse en un creador de contenido. La atractiva cultura que se ha iniciado en **TikTok ha permitido a los fans de este género en todo el mundo disfrutar del K-Pop** no solo escuchando canciones o viendo videos, sino también creando y compartiendo diversos contenidos como coreografías, noticias, e incluso sketches. TikTok presenta una variedad de alto involucramiento entre usuarios, artistas y creadores, como dúos, puntadas o responder a un comentario. TikTok ha creado una nueva cultura del fandom en la que los fanáticos crean, comparten y participan activamente en contenido relacionado con el K-Pop.

Los retos hashtag de TikTok han **crecido un 990% en comparación con 2019**, y han sido una gran herramienta de promoción para los artistas de K-Pop desde el exitoso ['#AnySongChallenge'](#) de Zico, pues la página Para Ti permite a los usuarios descubrir videos de cualquier interés. Como consecuencia, **el número de desafíos en TikTok se ha multiplicado por diez en tres años**.

Además de los hashtags de desafíos, TikTok ha dividido los tipos de canciones populares en cuatro categorías: Revisando viejos favoritos, Artista We *Stan* (palabra coreana para describir a los fanáticos obsesionados), Canciones virales y De la cultura pop a TikTok. '*What is Love?*' de TWICE es una canción de 2018 que ha sido redescubierta por la comunidad de TikTok y ha vuelto a ser tendencia. En el ejemplo de la categoría Artista We *Stan* se encuentra '*Russian Roulette*' de Red Velvet, donde las canciones de K-Pop se convirtieron en tendencia gracias a sus poderosos fandoms. El tema "*F the World (ft. Wonstein)*" de Mommy Son se presenta como un ejemplo de Canción viral, en el que el tema se hizo tendencia únicamente por el alto involucramiento de los usuarios de TikTok sin ninguna promoción previa del artista. *MONEY*, de Black Pink Lisa, ganó una enorme popularidad en TikTok como efecto de la última tendencia de cultura popular "*Squid Game*". A raíz de su popularidad, los usuarios de TikTok comenzaron a utilizar el tema, alcanzando más de tres millones de videos de diferentes parodias creados en un mes.

En cuanto a los artistas, BTS (@bts_oficial_bighit) ocupa el primer lugar en número de seguidores, y STAYC (@stayc_oficial) es el artista que más rápido crece entre los artistas de K-Pop en TikTok, seguido de BLACKPINK (@bp_tiktok) y ROSÉ (@roses_are_rosie). En particular, los artistas de la denominada cuarta generación del K-Pop como BDC (@bdc.official) y Weekly (@weekly) han avanzado con **un involucramiento activo con sus fans globales en TikTok** a través de desafíos. En el caso de STAYC, el número de seguidores en TikTok se ha disparado casi cinco veces en seis meses: el desafío "ASAP" en TikTok los ha llevado a subir en las listas de éxitos e incluso, han utilizado la plataforma para hacer un pre-lanzamiento de su nuevo single, "Stereotype".

Jay Bae, Jefe de Desarrollo de Negocios Globales de TikTok Corea ha dicho: "*TikTok ha cambiado la cultura del consumo de K-Pop, en la que los fans globales van más allá del simple consumo y hacia un alto compromiso, creando y compartiendo contenidos de K-Pop no sólo en Corea sino también en todo el mundo.*" Y añadió: "*Dado que el K-Pop es amado por la comunidad global de TikTok, seguiremos contribuyendo a la difusión de la cultura de este género apoyando diferentes fuentes musicales y artistas.*"

"TikTok es la más reciente entre las plataformas de LP, radio, TV y apps móviles que han aparecido hasta ahora, pero ha marcado un hito que ninguna otra plataforma en la historia de la música: se ha posicionado con éxito en el centro de la industria musical". Añadió que está "*agradecido de poder participar en un momento significativo que demuestra claramente la influencia de TikTok en la creciente influencia del K-Pop*".

El programa '**K-Pop Radar 2021 en TikTok**', es presentado por *Space Oddity* y TikTok. Estará disponible hoy (10 de noviembre) y el 17 de noviembre en su sitio web oficial (<https://conferencia.K-Pop-radar.com/en/>) para el público registrado. El Director de Desarrollo de Negocios Globales de TikTok Corea y el Director General de Space Oddity compartirán sus ideas durante la sesión "*K-Pop, Flying High with TikTok*" presentada por Youngdae Kim, crítica de música K-Pop.