

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“LA CONEXIÓN EMOCIONAL CON LOS SWIFTIES DE MORELIA Y LAS LETRAS DE TAYLOR SWIFT”

Autor: Maripaz Valentina González Castillo

Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciada en Ciencias de la Comunicación

Nombre del asesor:
Luis Armería Zavala

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





Facultad de Ciencias de la Comunicación

TESIS

“La conexión emocional con los swifties de Morelia y las letras de Taylor Swift”

Que para obtener el título de
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

Maripaz Valentina González Castillo

ASESORA

Mtra. Estrellita Mireya Fuentes Nava

CLAVE: 16PSU0012S

ACUERDO: LIC100401

MORELIA, MICHOACÁN

Marzo, 2025

Agradecimientos

A lo largo de este proyecto, aprendí mucho más de lo que imaginé, no solo sobre la investigación, sino también sobre mí mismo y las personas que me rodean. Por ello, quiero dedicar este espacio para agradecer a quienes hicieron este camino más especial.

En primer lugar, quiero agradecer a mi mamá por ser mi guía, mi inspiración y mi mayor apoyo incondicional y a mi papá por creer en mí incluso en los momentos donde más dude y recordarme mi potencial. Gracias a ambos por acompañarme en cada paso de este camino, por alentarme en los momentos difíciles y por no dejarme sola, incluso en esas noches interminables de desvelo.

A mi hermano Miguel Rodrigo González Castillo por hacerme reír, estar ahí en mis mejores y peores momentos y sobretodo por ser una gran persona.

A mis abuelos por su gran cariño y amor. A mis amigos, gracias por su paciencia infinita, por echarme porras en cada etapa del proceso y, sobre todo, por soportar cada conversación sobre Taylor Swift sin quejarse (demasiado). Su apoyo ha sido fundamental para llegar hasta aquí.

A mi asesora, Estrellita Fuentes Nava, gracias por creer en este proyecto desde el primer día y por confiar en mí con tanta convicción. A la doctora Guadalupe Trejo, por compartir sus conocimientos y brindarme su valiosa guía en este proceso.

Y, por último, pero no menos importante, quiero agradecer a Taylor Swift. Gracias por la inspiración, por tu música y por ser una mujer ejemplar. Sin duda, este trabajo no existiría sin la influencia de tu arte y el impacto que ha tenido en tantas personas, incluyéndome a mí.

Este trabajo es una parte de mí y también una parte de ustedes. Por que como dijo Taylor Swift en su canción Shake it off “sigo avanzando, no puedo detenerme, no me detendré. Es como si tuviera esta música en mi mente que dice que todo estará bien”**Gracias infinitas.**

Índice

Planteamiento del problema.....	2
Introducción	2
Pregunta general de investigación	4
Preguntas particulares de investigación	4
Hipótesis.....	5
Objetivo general de investigación.....	5
Objetivos específicos.....	5
Justificación	5
Metodología	6
Técnica de recolección de datos: Grupo focal.....	7
Capítulo 1. Comunicación asertiva y persuasiva	12
1.1 ¿ Qué es la comunicación?.....	12
1.2 Comunicación persuasiva	16
1.3 Relaciones interpersonales.....	20
Capítulo 2. Psicología y la música.....	22
2.1. Psicología	22
2.2. El poder de las emociones.....	26
2.3. La música y su impacto en las emociones humanas.....	31
2.4 El uso de la música con fines terapéuticos	33
Capítulo 3. Comunicación de masas y cultura pop.....	36
3.1 El fenómeno de la comunicación de masas.....	36
3.2 Redes Sociales, nuevo fenómeno de comunicación de masas y sus arquetipos.	

3.3	El contexto de la industria musical en la época actual.....	43
3.4	Efecto Halo y cultura fandom.....	46
Capítulo 4. Informe de resultados.....		50
4.1	Análisis de canciones	50
4.1.1	Análisis Hermenéutico de la canción All Too Well de Taylor Swift.....	50
4.1.2	Análisis Hermenéutico de la canción Blank Space de Taylor Swift.....	54
4.1.3	Análisis Hermenéutico de la canción Cardigan de Taylor Swift.....	58
4.1.4	Análisis Hermenéutico de la canción You Belong with Me de Taylor Swift.....	61
4.1.5	Análisis Hermenéutico de la canción Cruel Summer de Taylor Swift	64
4.1.6	Análisis Hermenéutico de la canción I miss you, I'm sorry Gracie Abrams	68
4.1.7	Análisis Hermenéutico de la canción Famous Kanye West	70
4.2.	Informe de focus group.....	74
4.2.1	Realización de focus group 1 con personas que no consumen la música de Taylor Swift	74
4.2.2	Focus group 2 con personas que no consumen la música de Taylor Swift	80
4.2.3	Focus Group 3 Fans de Taylor Swift.....	84
4.2.4	Focus Group 4 Fans de Taylor Swift.....	89
4.3	Análisis de focus group.....	93
4.3.1	FOCUS GROUP 1 y 2 : personas que NO consumen la música de Taylor Swift	93
4.3.2	FOCUS GROUP 3 y 4: personas que SÍ consumen la música de Taylor Swift.....	95
Conclusiones		98
Bibliografía		103

Planteamiento del problema

Introducción

La música, como forma de arte y medio de comunicación, desempeña un papel crucial en la vida emocional y social de los jóvenes. En este contexto, la figura de Taylor Swift se erige como un fenómeno global que ha trascendido fronteras culturales, afectando profundamente a sus seguidores, especialmente a los jóvenes de México. Sin embargo, a pesar de la amplia popularidad de Swift, existe una falta de investigación detallada que analice la naturaleza de la conexión emocional entre sus letras y los Swifties en Morelia.

Taylor Swift es una de las exponentes más populares por sus récords de ventas en la música en la actualidad, una joven que está revolucionando la industria musical, y que ha sido comparada con Madonna que catapultó el concepto del pop desde la década de los 80's (Showbiz, 2022).

La evolución musical de Taylor Swift, que abarca géneros desde el country hasta el pop y el folk, ha sido acompañada de una transformación en sus temáticas líricas. Esta capacidad de adaptación ha permitido que sus canciones aborden experiencias emocionales complejas, lo que genera un vínculo significativo con sus seguidores. La literatura sugiere que la música actúa como un medio de expresión emocional, facilitando la identificación personal de los oyentes con las letras (Saarikallio S. Erkkilä, 2007). Sin embargo, se requiere un análisis más profundo sobre cómo estas letras impactan la regulación emocional de los jóvenes Swifties en Morelia.

Swift se ha caracterizado no solo por hablar sobre alguna relación amorosa o alguna experiencia fallida; también ha usado su música para expresar sus emociones y experiencias con la salud mental como la ansiedad, aspectos que han creado tendencia en la conducta de generaciones como los Millennials y la generación z (Baz, 2023). A través de su música y de su increíble talento como compositora, la intérprete de "Lover" ha sido capaz de poner en palabras algunos de los sentimientos más brillantes y oscuros del ser humano, o alguna de las situaciones más maravillosas, más banales, más estratosféricas o terribles (El Espectador, 2023).

Alexandra Gold, becaria clínica de psicología del MGH y de la Facultad de Medicina de Harvard, explicó el gran vínculo social y emocional que la cantante genera con su público. Swift comparte una conexión particularmente intensa con sus fans.

Los fans con frecuencia se involucran en relaciones parasociales con sus objetos de fandom famosos, donde sienten como si honestamente "conocieran" a la celebridad. Estas relaciones a menudo se presentan como problemáticas tanto en el discurso académico como en el popular. Sin embargo, las conexiones que los fanáticos sienten con sus celebridades favoritas pueden ser una expansión saludable de su mundo social (Carroll, 2023).

Swift es única entre las celebridades en el sentido de que corteja activamente estas conexiones. La doctora Georgia Carroll relata que Swift ha actuado desde el principio de su carrera como si fuera la amiga de sus fans: "Es muy lista, porque es una famosa a la que casi nadie se puede acercar, pero a través de las Secret Sessions, que son invitaciones secretas y personalizadas que enviaba a grupos de 20 o 30 fans a varios eventos, creaba la ilusión de que pasaba tiempo con ellos online, y de que estaba pendiente de ellos" (Fornés, 2024).

La cultura del fandom, especialmente en el entorno digital, ha transformado la manera en que los seguidores interactúan con la música y entre sí. Las comunidades en línea han permitido que los Swifties fortalezcan su identidad colectiva y compartan experiencias emocionales. No obstante, la comprensión de este fenómeno en el contexto específico de México es limitada, lo que plantea interrogantes sobre cómo las dinámicas de fandom afectan la identidad juvenil en un entorno local.

Otro aspecto relevante es el uso de las letras de Swift como una forma de terapia emocional. Estudios previos indican que la música puede proporcionar consuelo y validación a los oyentes (Dibb & Simkin, 2020). Sin embargo, es fundamental investigar cómo los Swifties de Morelia utilizan estas letras para procesar sus propias experiencias, especialmente en relación con temas universales como el desamor y la búsqueda de identidad.

Finalmente, las narrativas personales en las letras de Taylor Swift representan un componente clave en esta conexión emocional. La habilidad de Swift para contar historias que resuenan con las vivencias de sus fans podría ofrecer una comprensión más rica de cómo la música influye en la vida de los jóvenes. Este análisis es esencial para explorar no solo la importancia de la música en la formación de identidades, sino también cómo los Swifties en Morelia construyen significados a partir de su conexión con Taylor Swift.

Esta investigación busca abordar la conexión emocional con sus fans en Morelia y las letras de Taylor Swift, explorando cómo la evolución musical, la psicología de la música, la cultura del fandom y las narrativas personales en las letras contribuyen a la conexión emocional que existe en este contexto específico.

Pregunta general de investigación

¿Existe una conexión emocional entre la cantante Taylor Swift a partir de las letras de sus canciones y sus seguidores en Morelia, con qué efectos?

Derivando las siguientes preguntas particulares de investigación:

Preguntas particulares de investigación

1. ¿Qué dicen las letras de Taylor Swift y qué patrones emocionales recurrentes se encuentran en los seguidores y no seguidores de Taylor Swift al ser expuestos a sus canciones?
2. ¿Qué tipo de asociaciones cognitivas, emocionales y vivenciales tienen los seguidores de Taylor Swift a partir de sus canciones?

Hipótesis

La conexión del fenómeno de Taylor Swift con su audiencia, lo logra a través de las letras y la melodía de sus canciones, generando un impacto a nivel emocional y psicológico en sus seguidores que los mantiene cautivos.

Objetivo general de investigación

El objetivo de esta investigación es comprobar si existe la conexión emocional entre la cantante Taylor Swift a partir de las letras de sus canciones con sus seguidores y con qué efectos.

Objetivos específicos

1. Analizar las letras de Taylor Swift y los patrones emocionales recurrentes en los seguidores y no seguidores de Taylor Swift al ser expuestos a sus canciones
2. Conocer las asociaciones cognitivas, emocionales y vivenciales que asocian los seguidores de Taylor Swift a partir de sus canciones.

Justificación

Definitivamente desde el punto de vista social, cultural y psicológico Taylor Swift es un fenómeno musical global. La música de Taylor ha trascendido fronteras culturales y lingüísticas, conectando con personas de diversas partes del mundo.

El fenómeno Taylor Swift en el mundo va desde de cifras y números, ya que en tan solo 2023 la artista se lleva el 85% de todos sus ingresos generados gracias a su gira con un aproximado de \$4.1 billones de dólares, según The Washington post (Bhattarai y otros, 2023) o con su presencia en el Super Bowl generó un impacto económico para la NFL y el equipo de Kansas City un aproximado de 33.5 millones de dólares (Forbes Staff, 2024).

Al mismo tiempo junto a la sinergia emocional que ha creado con sus fans, y su contribución a la música y a la sociedad en general, su habilidad para evolucionar y mantenerse auténtica es lo que la ha convertido en una artista influyente y hasta el momento perdurable. (La Información, 2012)

Este fenómeno se ha convertido en un modelo a seguir por la audiencia juvenil por lo que es importante que tanto padres de familia como educadores conozcan más acerca de ello y a través de este estudio se pueda comprender de mejor manera los arquetipos que se están construyendo en la nueva era digital, los cuales promocionan valores, estilos de vida y hábitos de consumo en las nuevas generaciones.

Metodología

Para esta investigación se pretende realizar un estudio de recepción, metodología que se centra en analizar cómo las audiencias interpretan y reaccionan ante los medios de comunicación, así como productos culturales como libros, películas y en este caso música (Corominas, 2001). Que con ayuda de un análisis hermenéutico el cual es una metodología cualitativa centrada en la interpretación de significados dentro de los textos, lo que hace un proceso dialéctico en el que el investigador permite comprender el sentido que las personas otorgan a sus experiencias, interpretando los textos en su contexto cultural, social e histórico (Quintana & Hermida, 2019), permitirá no solo estudiar las letras de las canciones, sino también cómo los fans interpretan esas mismas y que significados le atribuyen en relación con sus propias experiencias de vida.

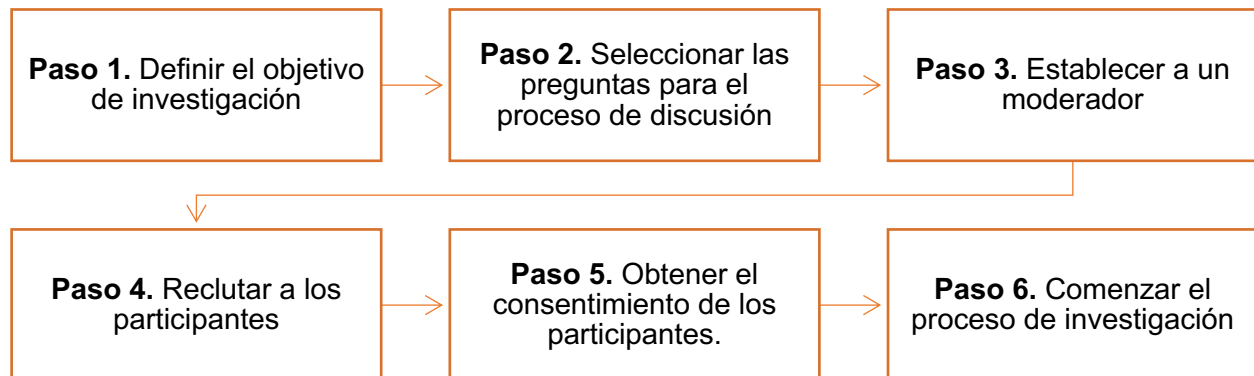
El análisis hermenéutico y estudio de recepción son metodologías ideales para dar a conocer el contenido textual en la música de Taylor Swift, ya que permiten una interpretación profunda de los significados que sus canciones transmiten a nivel emocional, temático y comunicativo (Arraez, Calles, & Moreno de Tovar, 2006). Al combinar este análisis con el estudio de recepción, es posible obtener una comprensión detallada de cómo los oyentes interpretan y experimentan estos temas y emociones en

su propio contexto, revelando el impacto que tiene su música en la vida emocional y social de sus seguidores.

Técnica de recolección de datos: Grupo focal

Para esta investigación la técnica que se utilizó fue un grupo focal, que es una técnica de investigación cualitativa, autores como Mucchielli lo abordan desde la psicología humanística. El grupo focal tiene como objetivo provocar confesiones o autoexposiciones entre los participantes, con el fin de obtener información cualitativa sobre el tema. (Álvarez-Gayou Jurgenson, 2014)

Figura 1. Pasos para realizar un grupo focal

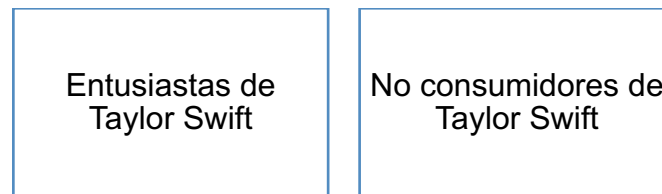


Fuente: (Parra, 2021)

Se escogió esta metodología ya que es la ideal para analizar y poner en debate que reciben los participantes acerca de un tema, en este caso se pretendió conocer cómo la música de Taylor Swift ha afectado la comunicación y sus relaciones personales, al mismo tiempo el cómo ellos se desenvuelven en el ambiente. (Colome , 2015). En una primera fase, se realizó una encuesta de opinión, para detectar las canciones más populares de Taylor Swift, a fin de seleccionar aquellas a las que serán expuestos los participantes de la segunda fase.

En la segunda fase se integraron a los participantes a un grupo focal, conformado por dos grupos de personas, integrado por cinco miembros cada uno. El primer grupo fueron aquellos que sean parte del *fandom* de Taylor Swift y el segundo grupo estuvo conformado por personas que no consumen música de la artista.

Figura 2 Grupos de personas que participaron en el estudio



Fuente: Elaboración propia, 2024

Las personas integrantes del Focus Group fueron seleccionados por un rango de edad entre 18 – 25 años. El diseño de las preguntas se dividió en tres, bajo la premisa que eran preguntas dirigidas al perfil de cada grupo, al mismo tiempo se pretendía que estén relacionadas entre sí.

1. Para fans entusiastas de Taylor Swift:

- ¿Qué es lo que más te atrae de la música de Taylor Swift?
- ¿Has experimentado cambios en tu estado emocional al escuchar las canciones de Taylor Swift? (si sí es así compartir experiencia)
- ¿Qué emoción te provoca escuchar esta canción?
- ¿Con que vivencia personal asocias esta canción? (describela)
- ¿Consideras que la música de Taylor Swift ha tenido influencia en tus relaciones interpersonales y la manera cómo te comunicas con los demás?
- ¿Has encontrado en las letras de las canciones de Taylor Swift una manera de expresar tus propias emociones y experiencias personales?

2. Para personas que no consumen la música de Taylor Swift:

- ¿Por qué no consumes la música de Taylor Swift?
- ¿Tienes alguna percepción particular sobre la música de Taylor Swift basada en lo que has escuchado o visto en medios?

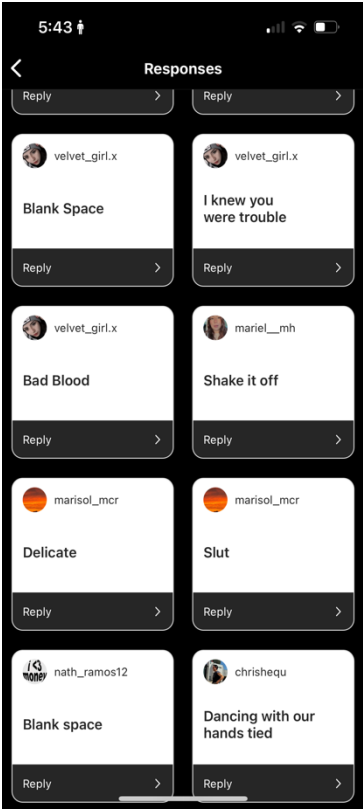
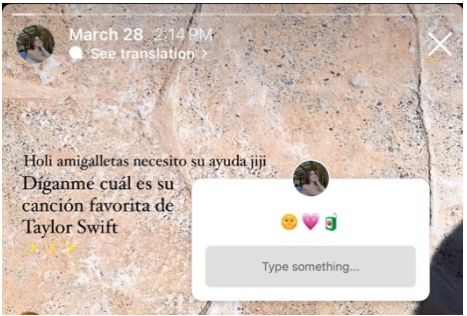
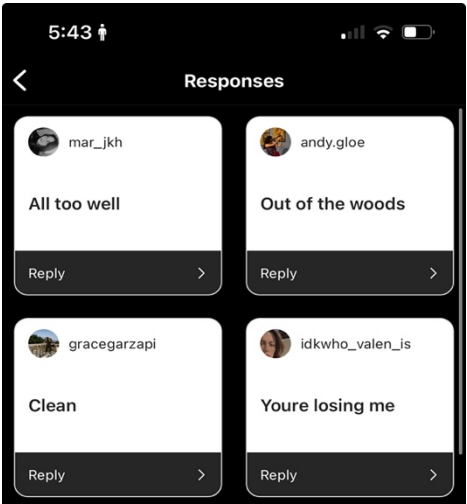
- ¿Qué emoción te provoca escuchar esta canción?
- ¿Con que vivencia personal asocias esta canción? (descríbela)
- ¿Consideras que la música tiene un impacto en tus emociones y en tus relaciones interpersonales?

Se realizó una encuesta mediante la red social Instagram con la función de *stories*, para conocer cuáles son las canciones más conocidas de la artista. Los resultados de la misma encuesta fueron los siguientes:

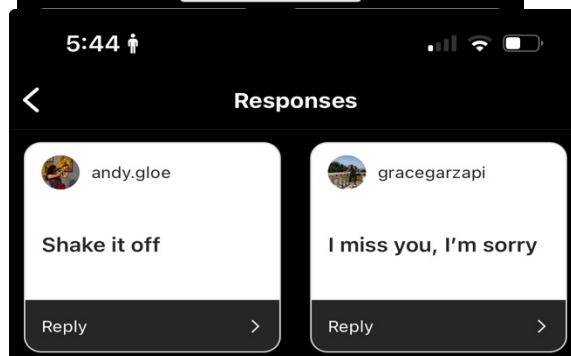
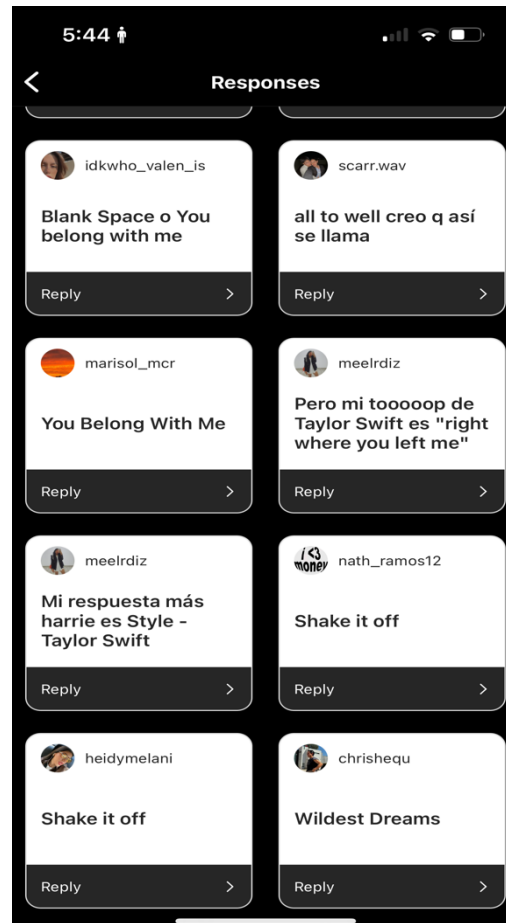
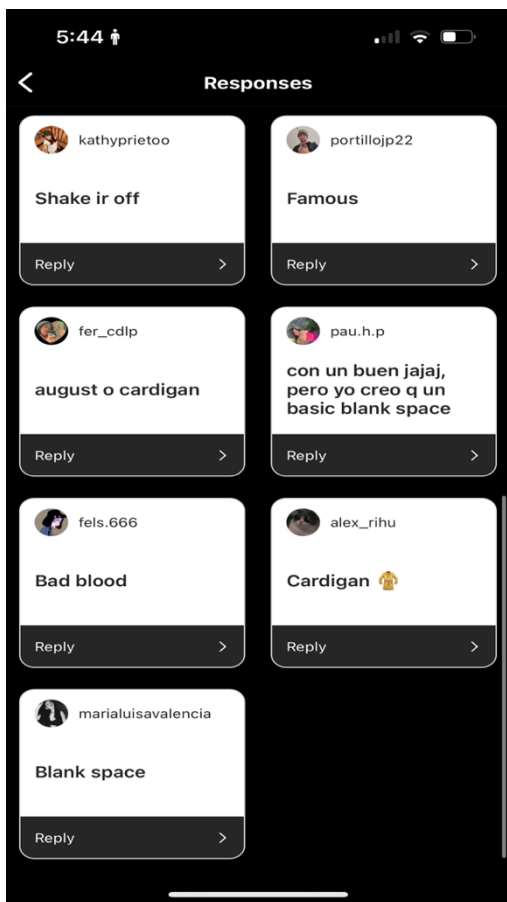
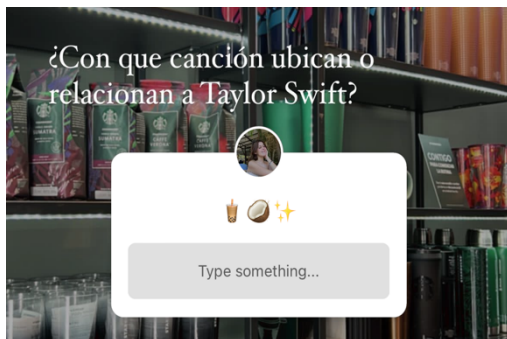
1. Blank Space – 5
2. Shake it off - 5
3. You belong with me – 4
4. Bad Blood – 2
5. Cardigan – 2
6. All too well – 2

Para esta selección de canciones se realizaron dos preguntas, la primera pregunta fue ¿Cuál es su canción favorita de Taylor Swift? Esto con la finalidad de conocer la canción que más gusta de la autora, y se obtuviera distintas respuestas donde destaca las canciones mencionadas, como se muestra a continuación:

Fuente: Elaboración propia (2024) Instagram



Así mismo, la siguiente pregunta que se realizó fue ¿Con qué canción relacionan a la artista? En esta sección obtuvimos múltiples respuestas que incluían desde canciones de la propia artista, hasta canciones de otros artistas que han tenido alguna relación con ella, como por ejemplo la conocida polémica con Kanye West, o porque su carrera musical va de la mano con la artista Gracie Abrahams, entre otros casos.



Fuentes: Elaboración propia (2024) Instagram

Capítulo 1. Comunicación asertiva y persuasiva

Un factor muy importante en la interacción humana es la comunicación, la cuál es el eje fundamental que regula nuestras relaciones interpersonales, pensamientos y emociones. Desde los gestos más sutiles hasta las palabras más elocuentes, la comunicación ha sido un instrumento el cual nos permite expresar nuestras ideas e incluso desarrollarnos en la sociedad.

Es este capítulo pretendemos explorar diversos aspectos de la comunicación humana, desde los fundamentos más básicos hasta lo más complejo. Pretendemos conocer el mundo de la comunicación asertiva y persuasiva, dos áreas que permiten influir en el entorno que nos rodea. Además, conoceremos el papel crucial que desempeñan las relaciones interpersonales en la manera que definimos nuestra identidad y bienestar emocional.

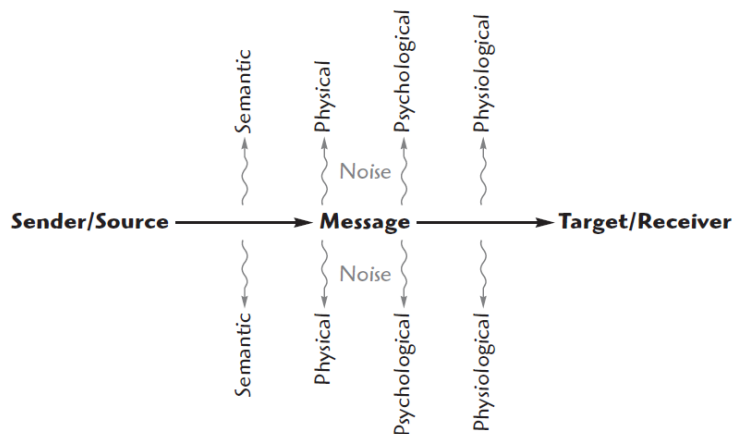
1.1 ¿Qué es la comunicación?

El término de comunicación ha sido estudiado por múltiples autores. Este proceso abarca desde el intercambio de palabras hasta la interpretación de gestos y expresiones (comunicación no verbal). La comunicación el primer proceso que revolucionó al ser humano hace millones de años y lo sigue haciendo al día de hoy (Gil Juárez, 2011).

La comunicación es un proceso que está siempre presente, sin embargo, lleva ciertos elementos que sin ellos no se podría llevar a cabo, no basta solo con hablar, es necesario romper la barrera de lo superficial; expresar ideas, opiniones, sentimientos, tanto del emisor como del receptor (Fedor & Gomez, 2016). Por ende, aprender a expresarse de una mejor manera nos ayuda a ser más eficaces y a relacionarnos de manera más efectiva y constructiva.

Entonces, ¿Qué podríamos decir que es la comunicación? Según la retórica de Aristóteles se refiere a “la búsqueda de todos los medios que tenemos a nuestro alcance”, en base a esta teoría, Aristóteles llegó a la conclusión de que el propósito de la comunicación era lograr a través del mensaje comunicar una idea, creencia o concepto (Vivar, 2020). Fue a comienzos del siglo XX durante los periodos de la Primera y Segunda Guerra Mundial cuando pretenden utilizar los medios de comunicación como medio de manipulación masiva.

Figura 3. Modelo lineal de la comunicación



Fuente: West y Turner, 2017, pág.10

Desde Lasswell, Shannon y Weaver hasta Hervás, varios autores han intentado descifrar el concepto de comunicación, llegando a la conclusión de que la comunicación es la transmisión de ideas y sentimientos. Este proceso dinámico y bidireccional es esencial para la interacción humana lo que permite la construcción de relaciones, conocimientos y expresión de la identidad colectiva e individual (Fernandez de Motta & Hernandez Mendo, 2013).

Lasswell es uno de los autores más interesantes de analizar, ya que su modelo adapta el modelo de Shannon y Weaver dentro de la comunicación social conservando los elementos principales que son emisor, mensaje, canal y receptor; al mismo tiempo añade el punto de vista de la propaganda, es decir el efecto de la comunicación. (Aguado, 2004)

Este modelo nace en la década de 1940 y ofrece una perspectiva mucho más amplia y completa del proceso de comunicación, se centra en distintos aspectos y funciones que desempeñan los participantes del acto comunicativo. Según Lasswell, para describir el modelo de comunicación es necesario responder las preguntas: ¿Quién dice qué, en que canal, a quien y con qué efecto? (Jokebed & Gabriel, 2019) Cada pregunta tenía un análisis determinado:

- **Quién:** análisis de control
- **Dice qué:** análisis de contenido
- **En qué canal:** análisis de los medios
- **A quién:** análisis de la audiencia
- **Con qué efectos:** análisis de los efectos

Desde el lado humanístico la comunicación es muy simple de entender pues es la transmisión de ideas y de sentimientos. Aspecto que hace que la retroalimentación y los códigos visuales y auditivos sean protagonistas en la respuesta.

Para muchos autores las características de la comunicación van desde la presencia de un emisor y un receptor. Para que se produzca la comunicación, debe haber alguien que dirija un mensaje a otro. A su vez, si nadie recibe el mensaje, la comunicación no se realiza.

En el ámbito de la comunicación , existen diversos modelos y conforme ha avanzado el tiempo han surgido modelos contemporáneos que han ayudado a la complejidad y la dinámica de las interacciones humanas en esta era digital. Estos modelos ofrecen perspectivas actualizadas que reflejan las nuevas maneras de comunicación, el impacto de la tecnología en esta nueva era digital e incluso los cambios sociales.

Uno de los modelos más interesantes de analizar es el modelo de Lasswell dentro de la comunicación digital, ya que, con el nacimiento de las redes sociales, este modelo explora

cómo la comunicación se ha transformado en un entorno digital. Examina la influencia de las herramientas digitales en la forma en que nos comunicamos, compartimos información y construimos relaciones.

Según Ana Herrera, Alejandra Campi y Nurik Fariño, la comunicación digital hoy en día ha ganado mucha más relevancia y todo gracias a la pandemia, ya que fue una herramienta de suma importancia que permitió la interacción y la comunicación, así como el mantenernos informados a pesar de la distancia (Herrera Flores y otros, 2021) Podemos entender como comunicación digital al intercambio de información, ideas, mensajes y contenido a través de plataformas y tecnologías digitales, que a diferencia de los medios tradicionales, esta se basa en el uso de dispositivos que dependen del internet para transmitir y recibir mensajes. (Gonzalez I. , 2023)

La relación entre el modelo de Harold Lasswell con la comunicación digital se encuentra en cómo las tecnologías digitales han transformado y ampliado las respuestas de las cinco preguntas fundamentales. Ya que este modelo proporciona un marco conceptual fácil de comprender dentro de la dinámica y sus procesos de la comunicación digital, destaca la importancia de elementos en la transmisión y recepción de los mensajes en el entorno digital.

También es importante el intercambio de información. En toda comunicación, las partes involucradas dan y reciben conocimientos, experiencias, sentimientos y, en general, algún tipo de significado.

La mediatez es un punto muy importante pues la comunicación puede establecerse de manera directa e inmediata, es decir, cara a cara, o de manera indirecta y diferida, o sea, a través de medios como la carta, el correo electrónico o el mensaje de voz, entre otros. No hay que olvidar que la retroalimentación, a lo largo del proceso de comunicación, los roles del receptor y del emisor se suelen intercambiar. Este aspecto ayuda a entender más el proceso comunicativo.

Los seres humanos por naturaleza estamos en la búsqueda de respuesta que, si bien puede tener muy variados propósitos, la comunicación casi siempre tiene el objetivo de provocar una respuesta deseada en el interlocutor o los interlocutores. La irreversibilidad en el proceso comunicativo es el entenderlo como que una vez que se ha comunicado algo, no es posible eliminarlo: no hay “vuelta atrás” en la comunicación. A pesar de que un mensaje pueda ser dicho más de una vez, las circunstancias en las que se transmite nunca son las mismas. (Farías., 2024)

La importancia de la comunicación es entender que no existe forma de vida que no se comunique de un modo u otro. Se trata, por lo tanto, de un proceso fundamental de la existencia. Sin comunicación no existirían la sociedad, el conocimiento ni la cultura. En la medida en que permite el intercambio de ideas y el acceso a diversos puntos de vista, la comunicación:

- Evita los malentendidos y ayuda a resolver conflictos.
- Fomenta la creatividad.
- Permite establecer normas de convivencia para organizar la vida social.
- Proporciona información que guía a las personas para tomar decisiones.
- Transmite las tradiciones y los valores culturales.

1.2 Comunicación persuasiva

En el ámbito de la comunicación existe otra rama la cual es comunicación persuasiva, se trata de un arte milenario que se ha moldeado y ha transformado sociedades desde las antiguas civilizaciones hasta la era digital. En un mundo que suele estar dominado de información y actualizando constantemente, el dominar las técnicas de comunicación persuasiva se vuelve cada vez más importante para lograr aquellos objetivos deseados, generar cambios y sobre todo crear conexiones significativas.

Hablar de la comunicación persuasiva es el entender desde el punto de vista social el buen uso de la capacidad de comunicación mediante recursos argumentativos, con el objetivo de obtener cierto control sobre los puntos de vista del receptor o audiencia. (Galileo Universidad, 2023).

Nos podemos referir al término de “persuasión” como el arte de dar a conocer al receptor aquella opinión dentro de argumentos válidos y existentes para que se logren metas y objetivos. (Mayordomo y otros, s.f)

La palabra “opinión”, para efectos de la comunicación persuasiva, se emplea para denotar una interpretación, expectación o evaluación acerca de las intenciones de otras personas. Operacionalmente hablando, las opiniones son respuestas verbales que un individuo manifiesta ante situaciones estimulantes. Sin embargo, las diferencias que existen entre actitud y opinión son elementos en continua interacción: los cambios en las actitudes (conformidad o rechazo hacia algo) pueden afectar las opiniones. Y a la inversa, los cambios de opinión pueden modificar la actitud general de la persona. (Hovland y otros, 2022) Con ello quizás se deba a que existen muchas actitudes influidas por creencias verbales, expectativas y juicios, y que, dada una comunicación tendiente a producir un cambio en las respuestas verbales, necesariamente producirá un cambio en las actitudes.

Ahora ¿cómo podríamos definir que son las actitudes? Las actitudes son aquellas que nos ayudan a expresar pasiones, odios, atracciones, simpatías, antipatías, etc. Alice Eagly y Shelley Chaiken afirman que las actitudes están presentes de manera habitual en nuestra vida y son moneda corriente en nuestras interacciones cotidianas. (Díaz Méndez y otros, 2013)

John Maxwell atribuye que existen ciertos factores que van cambiando alrededor de la vida de las personas dependiendo la etapa en la que se encuentren (Maxwell, 2003):

- Etapa prenatal: Un factor que podría afectar en la actitud sería la personalidad y el temperamento de la madre

- Nacimiento: Un factor de suma importancia es el ambiente en el que se rodee la persona
- 1-6 años: La expresión verbal , sobre todo la aceptación y afirmación de los adultos
- 6-10 años: La imagen que se tiene de sí mismo y la exposición a nuevas experiencias
- 11 – 21 años: La apariencia física
- 21 – 61 años: Lo más importante es la realización personal, casos de éxito o de tener un empleo, el matrimonio, la realización de una familia y sobre todo la evaluación de la vida

Las actitudes son evaluaciones generales que nos ayudan a conocer nuestro ambiente y el ambiente es un factor de suma importancia para el desarrollo de la actitud ya que en base a ello se genera nuestra personalidad.

La comunicación persuasiva toma en cuenta todos estos factores y los maneja con sumo cuidado para lograr su objetivo: que el público cambie o refuerce su opinión, según sea el caso. Ahora podemos entender el término de comunicación persuasiva como el proceso mediante el cual un individuo (comunicador) transmite estímulos (por lo general de tipo verbal) para modificar la conducta de otros individuos (el auditorio). Esta definición consta de cuatro elementos esenciales: a) el comunicador, quien transmite la comunicación; b) los estímulos transmitidos también por el comunicador; c) el auditorio, quien recibe la comunicación, y d) las respuestas que el auditorio manifiesta en el proceso de la comunicación.

Los estímulos pueden ser de dos tipos: 1) emotivos, que tienden a provocar estados emocionales fuertes tendientes a aceptar la opinión que se sugiere, y 2) argumentativos, que tienen la cualidad de ser persuasivos. Es decir, la comunicación se escoge y se presenta de una manera determinada con el fin de que el auditorio tienda a aceptar la opinión sugerida. (Reyna, 2018)

Es una realidad que la comunicación persuasiva es la base de lograr un discurso inspirador y convincente además de ser clave para desarrollar una comunicación efectiva. También conocido como el arte de la persuasión, este deja al descubierto las habilidades comunicativas de cada persona y, sin duda, puede promover un cambio de actitud en los oyentes o receptores del mensaje. ¿Y cuál es el truco? ¿Cómo expresarse para influir a través de las palabras?

Pues bien, existen distintos tipos de comunicación persuasiva que nos permite comprender como se emplea de manera diversa las técnicas para influir tanto en creencias como en comportamientos de las personas. Desde el arte dentro de la sutileza de la persuasión interpersonal en cada una de nuestras relaciones diarias hasta el masivo poder de la comunicación pública y de masa dentro de la esfera pública. (Universidad Europea, 2022) Los tipos de comunicación persuasiva son:

- **Comunicación persuasiva intrapersonal:** Este tipo de comunicación suele estar presente cuando se trata de convencer a uno mismo de hacer algo, por ejemplo, al momento de hablar con uno mismo para tranquilizarse cuando se está nervioso.
- **Comunicación persuasiva interpersonal:** La comunicación persuasiva interpersonal suelen estar dos personas involucradas durante el intercambio de ideas u opiniones, en donde ambas partes se tratan de convencer para cambiar de opinión.
- **Comunicación grupal:** Existe una gran diferencia entre la comunicación persuasiva interpersonal y la grupal ya que su principal diferenciador es la cantidad de personas involucradas. Además de las técnicas visuales, verbales y/o de audio para persuadir a la audiencia.
- **Comunicación persuasiva pública y de masa:** Esto se centra en el personaje que transmite el mensaje al público.

1.3 Relaciones interpersonales

Las relaciones interpersonales son vitales en nuestra forma de llevar nuestras vidas, moldeando nuestras experiencias, conexiones con los demás y emociones. Desde relaciones familiares hasta con las personas que nos rodeamos, ya que influye en nuestra salud emocional, bienestar y sentido de pertenencia en el mundo.

Desde la empatía y la comunicación efectiva hasta la resolución de conflictos y la construcción de confianza, las relaciones interpersonales son indispensables para el crecimiento personal, el aprendizaje y la realización emocional. Pero ¿cómo podríamos definir lo que son relaciones interpersonales? Entendemos como relaciones interpersonales a la interacción recíproca entre dos o más personas lo cual es clave y fundamental (Castro, 2023).

La interacción se tiene desde etapas tempranas de vida se puede influir en cuanto al aprendizaje de actitudes, construcción de valores en relación al entorno, percibir situaciones desde otro punto de vista, la formación de identidad, etc. (Universidad Nacional Costa Rica, s.f).

Las relaciones pueden ser variadas e incluso complejas, por lo debemos reconocer los distintos tipos de relación que existe (FIDE, 2021):

- **Relaciones íntimas o afectivas:** Son grandes lazos de confianza que se esfuerzan por perdurar en el tiempo, se asocian con una agradable sensación de protección, unión y pertenencia.
- **Relaciones superficiales:** Son conexiones temporales que no suelen ser tan importantes para la vida emocional del individuo. Suelen formarse con personas extrañas que conocemos por poco tiempo.
- **Relaciones intermedias:** Suele existir en el intermedio de la intimidad y la superficialidad, ya que no se llega a sentir demasiado apego con la persona.
- **Relaciones competitivas:** Comienza desde una hostilidad, competencia o sentimientos más profundos como el odio. Las relaciones negativas giran

alrededor de nuestras emociones y no solemos valorarlas como nuestras relaciones cercanas.

- **Relaciones familiares:** En esta categoría entran las personas que consideramos por familia o que existe un rango genealógico, es decir, relación por sangre. Muchos de ellos tienen aquel principio de autoridad que nos puede gustar o no.

Las relaciones interpersonales son el tejido vital que une a las personas en conexión, empatía y apoyo mutuo. Junto a la comunicación efectiva hasta la confianza y el respeto, este tipo de relaciones nos da la oportunidad de crecer, aprender y encontrar el significado de nuestras vidas, ya que nos ayudan a comprender diferentes puntos de vista y aprender de las experiencias compartidas.

En un mundo cada vez más interconectado, pero al mismo tiempo fragmentado, las relaciones interpersonales nos recuerdan la importancia de la conexión humana y el valor de construir lazos de apoyo mutuo y entendimiento. Este tipo de relaciones son vitales en nuestra humanidad ya que reflejan nuestra capacidad innata de amar, comprender y ser parte de la sociedad.

Capítulo 2. Psicología y la música

En la psicología humana las emociones juegan un papel central en nuestra experiencia y percepción del mundo que nos rodea. Desde la felicidad hasta la tristeza, las emociones son nuestra principal guía. Por otro lado, la música tiene una capacidad única para evocar sentimientos y estados de ánimo, desde melodías alegres que nos invitan a bailar hasta composiciones melancólicas que nos conmueven hasta el alma, la música tiene ese gran poder de resonar en nuestros corazones y emociones.

A través de la psicología, exploraremos cómo la música influye en nuestras emociones, afecta nuestro estado de ánimo y moldea nuestra experiencia emocional. La manera en la que distintos géneros, ritmos y/o letras puedan provocar respuestas emocionales específicas y cómo la música se convierte en compañero de nuestro viaje emocional.

2.1. Psicología

La psicología como disciplina científica, se sumerge en el estudio de la mente humana y su comportamiento. Desde sus inicios hasta la actualidad, ha explorado las complejidades de la experiencia humana, desde los procesos cognitivos hasta las emociones más profundas, ofreciendo un vasto campo de conocimiento.

Si bien, la psicología está presente en muchos ámbitos de nuestra vida, hasta en nuestras actividades diarias puede salir a relucir, esta nos invita a adentrarnos en el laberinto de nuestra mente, pero ¿Qué podríamos entender como psicología? La psicología es la ciencia que estudia los procesos mentales, analiza las tres dimensiones: cognitiva, afectiva y conductual. (Lopez Zamudio, 2024), según la American Psychological Association, la psicología es el estudio de la mente, cómo funciona y cómo afecta el comportamiento, abarca todos los aspectos de la experiencia humana, desde el desarrollo infantil hasta el cuidado de la 3ra edad. (Legg, 2021)

Los inicios de la psicología se remontan al año 387 a.C cuando Platón sugiere que el cerebro es el lugar donde se originan los procesos mentales, después en 335 a.C Aristóteles sugiere que era el corazón, gracias a estas variantes, múltiples pensadores

como Tomas de Aquino o René Descartes tratarían de buscar el cómo funciona la mente y sobretodo el comportamiento, sin embargo, la psicología como ciencia se comienza a desarrollar en 1879 donde el filósofo y psicólogo Wilhelm Wundt en Alemania, fundó la psicología como un campo de estudio y crea el primer laboratorio de psicología experimental dentro de la Universidad de Leipzig. (Torres Contreras, 2018).

John Locke figura principal del empirismo británico, afirmaba que no hay nada en el intelecto que no haya estado antes en los sentidos, con esto refiriendose a las unidades de la mente conocidas como “ideas” siendo estas derivadas de las sensaciones. (Brennan, 1999)

En 1890 sucedieron dos grandes factores, el primero fue la creación de la asociación americana de psicología por G. Stanley, quien habla de la teoría de recapitulación en donde se habla sobre el desarrollo infantil, en su libro “Adolescencia” presenta sus ideas del desarrollo adolescente categorizandolo en tres fases sociales significativas. (Torres A. , 2017)

1. Primera infancia: Esta etapa se centra hasta los 7 años, el primer medio de percepción del mundo es a través de los sentidos ya que el razonamiento es muy inmaduro.
2. Segunda infancia: Durante esta fase los niños continúan desarrollando sus habilidades cognitivas, sociales y emocionales. El autor afirmaba que el desarrollo incompleto del preadolescente podría tener cierta tendencia a la crueldad.
3. Adolescencia: En este periodo según Hall, los niños estarán experimentando una fase de crecimiento intelectual y social, adquiriendo habilidades y pensamientos más abstractos, que los ayudarán a enfrentarse a nuevos desafíos y responsabilidades de sus vidas.

Es importante contemplar que estas etapas fueron propuestas por Stanley Hall a finales del siglo XIX en donde la comprensión del desarrollo infantil ha evolucionado significativaente. Sin embargo, estas etapas han sido parte de la historia de la psicología del desarrollo.

Stanley Hall y Sigmund Freud eran de los principales investigadores en defender que en la adolescencia la sexualidad se convierte en un aspecto central de la vida. Freud fue un médico neurólogo austriaco que fundó el psicoanálisis, el cual es una teoría de la mente y un método terapéutico que ha tenido una profunda influencia en la psicología. El animó a su hija menor, Anna a quien era maestra para que creara y extendiera este campo. Sin embargo, fue cuando Freud fue consultado por unos amigos acerca de su hijo de cinco años reconoció la oportunidad de observar los impulsos sexuales y deseos. (Reubins, 2015).

Para Freud, los problemas de salud mental, como la neurosis y la psicosis, eran el resultado de conflictos internos no resueltos y la lucha entre impulsos instintivos y demandas sociales. Freud desarrolló técnicas terapéuticas innovadoras para ayudar a los individuos a enfrentar y resolver estos conflictos, a través de sus estudios clínicos y trabajo teórico, revolucionó nuestra comprensión de la mente humana y sentó las bases para la psicoterapia moderna.

El estudio de la psicología desde su historia nos proporciona una perspectiva invaluable sobre cómo ha evolucionado nuestra comprensión de la mente humana a lo largo del tiempo, desde los primeros filósofos y pensadores hasta los pioneros de la psicología moderna, ha existido un progreso significativo en el desarrollo de teorías, conceptos y métodos que han dado forma a la manera en la que entendemos y abordamos los problemas psicológicos.

Figuras influyentes como John Locke, Wilhelm Wundt, Stanley Hall, Sigmund Freud y entre muchos otros, Podemos apreciar la diversidad de enfoques y perspectivas que han enriquecido el campo de la psicología.

La psicología es un campo amplio y diverso que abarca una variedad de áreas de especialización, cada una con enfoques y métodos distintos. Como la psicología del desarrollo la cual se encarga de estudiar los cambios y transformaciones que experimentan los seres humanos que se incluyen factores biológicos, psicológicos y sociales.

La psicología del desarrollo se centra en el estudio del ser humano desde el inicio de su vida, solía estudiarse solamente hasta la adolescencia ya que se pensaba que en esa etapa se concluía el desarrollo, sin embargo, en la actualidad se presta más atención a los cambios más allá de la adolescencia incluyendo la adultez y madurez. (Vilches, 1991).

Esta rama de la psicología se centra en estudiar diferentes áreas, las principales son el desarrollo físico, desarrollo emocional y el desarrollo cognitivo. Esta área se interesa en entender los procesos y factores que influyen en el crecimiento y la evolución del ser humano. (García Madruga & Delval, 2010).

- Desarrollo Físico: Esta etapa del desarrollo empieza cuando el espermatozoide fecundo a un óvulo. Este desarrollo se refiere a cómo cambia el cuerpo y las habilidades motoras a lo largo de la vida, el desarrollo sensorial y la salud física.
- Desarrollo Emocional: Se enfoca en la habilidad de reconocer y manejar las emociones; los principales temas de estudio son la expresión emocional, empatía, depresión, autoestima, entre otros.
- Desarrollo Cognitivo: En el ser humano no se puede hablar de períodos críticos sino de períodos sensibles los cuales se relacionan con las conexiones. Existen dos sistemas básicos de la memoria que son la memoria explícita y la memoria implícita. La memoria explícita va de la mano con el desarrollo del hipocampo. La memoria implícita depende principalmente de los ganglios basales del cerebro.

Otra área fundamental de objeto de estudio es la psicología social ya que esta área de la psicología nos ayuda a entender las relaciones sociales y cómo influyen y/o modifican la conducta, pensamientos y sentimientos de las personas (Universidad Anáhuac, 2020). Esta disciplina abarca una amplia gama de temas relacionados con cómo los factores sociales influyen en el comportamiento humano, las interacciones humanas, así como la formación de actitudes y creencias. Dentro de la psicología social su objeto de análisis es el impacto de las relaciones sociales sobre la conducta humana y los procesos psicológicos. En un entorno social tan amplio su estudio debe ser realizado desde distintos enfoques, los cuales son (Sulbarán, 2023).

1. Enfoque conductista: Este enfoque se centra principalmente en el estudio del comportamiento observable y medible dentro de las situaciones sociales. Este enfoque principalmente destaca la importancia de entorno social en la formación del comportamiento y enfatiza la influencia dentro del ambiente.
2. Enfoque cognitivo: Se centra principalmente en la forma en que el ser humano procesa, almacena y utiliza información social, destaca la importancia de los procesos mentales de comprensión y comportamiento social.
3. Enfoque fenomenológico: Este enfoque destaca la importancia de los procesos inconscientes en la comprensión del comportamiento humano, focaliza la manera en que las personas atribuyen un significado a su sentido de identidad, autoestima, autoconcepto y experiencias sociales.
4. Enfoque sociocultural: Se centra en conflictos internos e impulsos inconscientes. Este enfoque reconoce que los seres humanos son seres que están inmersos en un entorno cultural y social.
5. Enfoque evolutivo: Este enfoque destaca la importancia de la selección natural y la adaptación en la comprensión del comportamiento humano en la sociedad.

Estos enfoques son complementarios y se utilizan de manera integrada para comprender la complejidad del comportamiento humano en distintos contextos sociales. El estudio de la psicología nos ayuda a comprender mejor a nosotros mismos y a los demás, además de aplicar este conocimiento para mejorar nuestras vidas y nuestras interacciones sociales. Al sumar los conocimientos de la psicología del desarrollo, psicología social y contribuciones de los grandes pensadores, podemos avanzar hacia una comprensión mucho más completa en cuanto al comportamiento humano.

2.2. El poder de las emociones

En el panorama de la psicología, hemos explorado las complejidades del desarrollo humano y sus dinámicas dentro de la sociedad que estas aluden a nuestras interacciones y experiencias. Desde grandes pioneros como John Locke y Wilhelm Wundt quienes sentaron las bases de la psicología moderna, hasta figuras influyentes como Stanley Hall

y Sigmund Freud cuyas teorías han revolucionado nuestra comprensión del comportamiento del ser humano y cómo funciona nuestra mente.

Desde la perspectiva de la psicología del desarrollo, sabemos que las emociones evolucionan y se transforman a lo largo de nuestras vidas, desde la inocencia de la infancia hasta la edad adulta. Junto a la psicología social, comprendemos cómo estas emociones se entrelazan con el tejido de nuestras interacciones sociales, afectando nuestras actitudes, comportamientos y relaciones.

La naturaleza y el origen de las emociones son temas fascinantes que han sido objeto de estudio e investigación en diversas disciplinas, sin embargo primero debemos entender ¿Qué son las emociones? Según la UNICEF las emociones son la manera natural en la que los seres humanos reaccionamos a lo que ocurre a nuestro alrededor (UNICEF, 2022) Nosotros solemos adoptar forzosamente un punto de vista sobre lo que sucede, por eso nuestras emociones suelen estar presente las 24hrs del día. Las emociones son acciones que nos ayudan como forma de reacción frente a sucesos y situaciones, sin embargo, a diferencia de las sensaciones, no son reacciones puramente orgánicas (Tomasini, s.f).

Es importante destacar que las emociones pueden ser influenciadas por una variedad de factores, incluyendo genética, experiencia personal, contexto social e interacciones personales. La emoción es el material más importante del cual disponemos para explorar los intereses de una persona, propósitos comunicativos, etc. El componente emocional (sentimientos, afectos y estados de ánimo) nos ofrece una información privilegiada respecto a lo que la persona piensa en cuanto a cierto objeto (componente cognitivo) y respecto a su comportamiento en torno a él (componente conductual) (Díaz Méndez y otros, 2013).

Hay emociones básicas que son universales, como el miedo, la alegría y la tristeza, que estas la forma en que se expresan o experimentan puede variar considerablemente de una persona a otra e incluso de una cultura a otra. Las emociones actúan como

antecedentes y preparación para la acción, sin embargo no podemos hablar de las emociones sin antes conocer los distintos tipos que existen.

Las emociones pueden ser positivas o negativas e impactar de distintas formas, estas son importantes ya que permiten responder a situaciones de una manera mucho más afectiva y adaptativa para comunicar los sentimientos. Estas se relacionan con la salud mental y física, toma de decisiones e incluso con la motivación (Monroy, 2024):

- Emociones básicas: Son aquellas emociones universales que se cree que son innatas y compartidas por todas las culturas. Las emociones básicas incluyen tristeza, felicidad, sorpresa, asco, miedo e ira; suelen ser reconocibles por expresiones faciales.
- Emociones secundarias: Son aquellas combinaciones de dos o varias emociones básicas como la vergüenza (combinación entre tristeza y miedo). Estas suelen ser más complejas y específicas a diferencia de las básicas.
- Emociones sociales: Su principal característica es que trata experiencias que tienen sentido en su relación con los demás como el enamoramiento, celos, envidia y empatía (Chóliz, 2002) Las emociones sociales juegan un papel crucial en la conexión y comunicación entre individuos

Es importante tener en cuenta que las emociones son experiencias complejas y subjetivas que pueden variar ampliamente según el individuo y su contexto. Si bien el poder de las emociones es importante para el desarrollo de nuestra vida diaria, sin embargo, comprender y manejar estas emociones llega a ser un desafío para muchos. Es aquí donde entra en juego el concepto de inteligencia emocional. Habilidad sumamente vital que nos permite comprender nuestras emociones con mayor claridad.

Podemos entender como inteligencia emocional a la capacidad de comprender y manejar nuestras propias emociones, así como la capacidad de reconocer, comprender y responder de manera efectiva las emociones de los demás (Regader, 2015). Este término se dice que es relativamente nuevo ya que surge en 1990 gracias a los psicólogos Peter Salovey y John Mayer, sin embargo fue hasta 1995 que David Goleman hizo más popular

el este término. (P., 2018) La Inteligencia Emocional se compone de varias habilidades que nos permiten conocer el complejo mundo e las emociones de manera saludable y constructiva.

La capacidad de motivarnos a nosotros mismos, de perseverar o incluso de regular nuestros propios estados de ánimo, el grado de dominio que alcance un sujeto sobre estas habilidades llega a ser decisivo para determinar el motivo por el cual ciertos individuos prosperan en su vida a diferencia de otros con un nivel intelectual similar acaban en un callejón sin salida por dejar que las emociones interfieran con sus actitudes. (Goleman, 1995).

La inteligencia emocional es una habilidad crucial en la vida cotidiana y en múltiples ámbitos, es importante practicar la autoconciencia y la autoregulación, cultivar empatía y mejorar las habilidades sociales. La inteligencia emocional es una habilidad esencial que nos permite entender y manejar nuestras propias emociones así como relacionarnos de manera mucho más efectiva , mejorar nuestra calidad de vida, nuestras relaciones e incluso nuestra capacidad de enfrentar los desafíos de la vida.

La manera de desenvolvernó en la sociedad, las emociones y la personalidad van de la mano de manera íntima y compleja, dando forma a quiénes somos y cómo interactuamos con el mundo que nos rodea. La inteligencia emocional surge como una poderosa herramienta que nos permite comprender y gestionar nuestras emociones de manera eficaz , así como moldear y enriquecer nuestra personalidad para una toma de decisiones más efectiva.

Hall y Lindzey definen personalidad como la organización dinámica en el individuo junto a aquellos sistemas que determinan su conducta y pensamientos característicos (Hall & Lindzey, 1957), sin embargo otros autores como Bermúdez define a la personalidad como una organización relativamente estable de las características estructurales y funcionales, innatas y adquiridas bajo el desarrollo y definitorio de conducta con la que cada individuo afronta las distintas situaciones (Bermudez, 2011).

La personalidad abarca aspectos más amplios y complejos de la individualidad de una persona, tales como su estilo de vida, sus preferencias, valores y forma de relacionarse con los demás. Esta también es influenciada por factores genéticos, biológicos, ambientales y sociales.

Múltiples psicólogos han estudiado el campo de las emociones y la personalidad intentando explicar ambos fenómenos, una de las teorías más conocidas es la teoría del sistema cognitivo – afectivo de la personalidad (TSCAP) la cual propone a las relaciones como las unidades básicas de la personalidad. Cada persona posee un patrón único de relaciones la cual se le conoce como firma de personalidad. La personalidad según la TSCAP concibe un sistema estable mediado entre:

- La forma en que una persona selecciona, construye y procesa la información social
- El comportamiento social que produce

Las emociones como sistema son un principal componente de la personalidad las cuales dirigen el comportamiento (Díaz Méndez y otros, 2013).

Podríamos comprender que la personalidad es un determinante de las emociones, según la teoría de evaluación cognitiva las emociones pueden explicar con precisión como las diferencias entre individuos en las reacciones emocionales a un mismo evento surgen desde un nivel psicológico (Díaz Méndez y otros, 2013). Esta teoría postula la manera en que las personas evalúan su autonomía, competencia y relación con el entorno en el que se determina su nivel de motivación y satisfacción. Por el contrario, si perciben que su autonomía se ve comprometida o que carece de habilidades es más probable que dependa de motivaciones extrínsecas (Moran, 2019). La teoría de evaluación cognitiva ofrece una perspectiva valiosa sobre cómo las percepciones de autonomía, competencia y conexión influyen en la motivación del comportamiento humano.

Al integrar la teoría de la evaluación cognitiva, la personalidad, la inteligencia emocional y las emociones, podemos apreciar la complejidad y su conexión en aspectos fundamentales de la experiencia humana. La manera en la que percibimos nuestro entorno, nuestra autonomía y habilidades influye en nuestra motivación. La personalidad

moldea nuestra forma de interactuar con el mundo y de enfrentar los desafíos de la vida. Junto con la inteligencia emocional implica el reconocimiento y gestión de nuestras propias emociones y la de los demás, capacitandonos para navegar entre relaciones interpersonales y para tomar decisiones acertivas en distintos contextos.

2.3. La música y su impacto en las emociones humanas

La música, en su forma más pura, es una expresión de emociones, experiencias y pensamientos que, a lo largo de la historia, ha servido como un medio poderoso para la conexión humana. La música es importante en el ámbito de la Psicología, ya que suele ser una forma más sencilla de comunicarse y además de comprender más nuestro universo emocional. (Fernández, 2016).

En el mundo de la música pop contemporánea Taylor Swift se ha convertido en un fenómeno musical global y en una de las figuras más influyentes de la industria del entretenimiento. A lo largo de su carrera, ha cautivado a su audiencia con su música, que aborda temas universales como el amor, las relaciones, el crecimiento personal, temas sociales y políticos, y lo hace con amplia diversidad semántica que ha llevado a muchos investigadores y académicos como los que he mencionado a considerarla como una compositora literaria.

La música, desde tiempos inmemorables, ha sido una parte integral de la experiencia humana, su capacidad para evocar emociones profundas y variadas la convierte en una fuerza poderosa que trasciende las barreras culturales, lingüísticas y temporales. La música nos hace sentir euforia que nos inspira una melodía energética hasta melancolía junto a baladas conmovedoras, tiene un poder de influir en nuestras emociones de maneras sorprendentes y significativas. La música impacta en las emociones humanas, desde los mecanismos neurobiológicos hasta las diversas formas en que se utiliza en la vida cotidiana para expresar, modificar y procesar emociones.

Desde la mitología griega, Orfeo, hijo de Apolo es a quien se le atribuye la invención del arte de la música y junto a su canto apaciguó las furiosas olas que amenazaban con volcar la nave de Jasón (Osco, 2024). Las melodías que nos agradan activan las áreas relacionadas con el bienestar específicamente dentro del “circuito de gratificación”. La dopamina es un neurotransmisor que se descubrió en 1952 y se vinculó a situaciones que generan bienestar (Leonardo Palacios Sánchez, 2023).

Si bien, la música está muy conectada junto a nuestras hormonas, desde el punto en que llega al cerebro allí se producen ciertas sustancias que acaban generando desde sentimientos placenteros hasta tristeza. La música actúa sobre el hipotálamo, el núcleo de accumbens y el área tegmental ventral, lo que activa los centros de recompensa y placer en nuestro cerebro. También estimula la producción de óxido nítrico y la liberación de serotonina que nos ayuda a reducir los niveles de estrés y ansiedad (National Geographic España, 2019).

Las endorfinas son un tipo de neurotransmisor que se le suelen conocer como “las hormonas de la felicidad” debido a su capacidad para producir sensaciones de euforia y bienestar (Clínica Ciudad del mar, 2024). En 2013, científicos de la universidad de Manchester demostraron que escuchar tu melodía favorita genera endorfinas, sin embargo, otros estudios demuestran los beneficios de la música y cómo reduce el sufrimiento mostrando casos en donde se redujo el 20% en personas que escuchan melodías alegres. (Osco, 2024).

La música influye en nuestros sentimientos ya que afecta a nuestras emociones evocando recuerdos, así mismo, la música asocia a un lugar o acontecimiento donde puede desencadenar recuerdos y emociones relacionados con esa experiencia. No solo la melodía es lo que afecta también la letra de una canción puede tener ese poderoso efecto, letras que pueden resonar en los oyentes y provocar distintas melodías (Torres A., 2023).

La música es un proceso de acompañamiento desde la gestación, Marie-Laure Potel, Psicofonista desde 1984, se ha centrado sobre el desarrollo del canto prenatal. El canto prenatal, influye en el desarrollo de la voz del bebé, el canto permitirá sentir su cuerpo de una manera más jovial y placentera así mismo a desarrollar una mejor relación madre-hijo (Reverter, 2016).

La música ejerce una profunda influencia en el cerebro humano desde el momento de la gestación y nos acompaña hasta el final de nuestros días, activando diversas regiones y desencadenando una serie de respuestas neurobiológicas y emocionales. Desde la liberación de neurotransmisores como la dopamina y serotonina, la música tiene el poder de modular el estado de ánimo, la cognición y la percepción emocional.

Además de que la música puede activar recuerdos emocionales y promover la plasticidad cerebral que es una capacidad del sistema nervioso encargada de cambiar la estructura y su funcionamiento para adaptarse al entorno a largo plazo (Jauset, 2016).

2.4 El uso de la música con fines terapéuticos

La música y las emociones han guardado una relación especial a lo largo de la historia, desde la antigüedad hasta el siglo XXI, el hecho de cómo se entiende la emoción de cada una de las épocas, la filosofía como antecedente directo de la psicología y la relación existente entre la cognición musical y emociones, es un objeto fascinante de investigación.

Si bien, la música ha sido utilizada con fines terapéuticos desde tiempos antiguos reconociendo su poder para sanar, consolar y fortalecer el bienestar emocional y físico de las personas. En la actualidad, la terapia musical se ha establecido como una forma efectiva de intervención en una variedad de contextos clínicos y de salud mental, desde reducción de estrés y ansiedad hasta el tratamiento de trastornos neurológicos y psiquiátricos, la música ofrece un medio versátil y accesible para promover la salud y el bienestar integral.

La musicoterapia posee finalidades a un nivel tanto preventivo en ámbitos sociales, familiares, escolares y en varios momentos de la vida como terapéuticas. Esta forma de terapia y disciplina oficialmente comenzó en los años 40's en EE.UU después de ver los increíbles resultados que producía la música en los miles de afectados psico-emocional que regresaron de la segunda guerra mundial. La musicoterapia es un arte y una ciencia en las que la música tiene una clara intención clínica y terapéutica en el proceso de rehabilitación o de evolución de personas de cualquier edad (Sanz, 2001).

La musicoterapia funciona especialmente como terapia dentro de los contextos multidisciplinarios, donde se pueden contrastar otros profesionales los resultados procesos y respuestas que dan contexto musical o no verbal. Podemos definir este tipo de terapia como el uso "intencionado" de la música en el tratamiento de rehabilitación y educación de personas con problemas a nivel físico, psíquico o emocional y también en el desarrollo evolutivo de personas (Benenzo, 1991).

La musicoterapia está integrada en el grupo de terapias creativas, junto con la danza-terapia, arte-terapia, poesía-terapia y psicodrama. Cabe resaltar que no es una terapia alternativa, Zwarling profesor del departamento de salud mental en Medical College and Hospital menciona que este tipo de terapias provocan respuestas precisamente al nivel en los cuales los psicoterapeutas tratan de llegar con el paciente y lo consiguen de un modo más directo (Blasco, 2001).

Esta área terapéutica ofrece una amplia gama de beneficios para la salud así como el bienestar de las personas en distintos niveles: físico, emocional, cognitivo y social. Sus objetivos terapéuticos buscan una respuesta a las necesidades particulares de cada persona, la musicoterapia establece un espacio de comunicación que permite favorecer tanto la introspección como la extroversión (Gamella, 2021).

Cabe recalcar que la terapia musical no depende de la comunicación verbal lo cual es benéfico para las personas que tienen problemas de comunicarse verbalmente ya que la terapia cognitivo conductual y la psicoterapia son terapias de comunicación, las habilidades que una persona aprende en la terapia musical también puede ser útiles en su vida diaria. Este tipo de terapias trae consigo múltiples beneficios como (Klein, 2021):

1. Reducción y estrés ansiedad: La música afecta la cantidad de hormonas del estrés, como la adrenalina y el cortisol, que al reducir estas hormonas puede ayudar a aliviar los síntomas de ansiedad.
2. Ayuda con la depresión: Varios estudios sugieren que la terapia musical puede mejorar los síntomas de depresión ya que al liberar la dopamina el paciente está de buen estado de ánimo y alivia el dolor.
3. Fomento de socialización: La musicoterapia ayuda a las personas a descubrir culturas diferentes. Al comprender la historia detrás de una pieza musical ayuda a que las personas puedan conectarse con la música que escuchan o interpretan.
4. Aumento de motivación: La música como un ritmo energético puede aumentar la energía y la motivación lo que es útil para aumentar la productividad.

Estos son solo algunos beneficios de la musicoterapia, su efectividad puede variar según las necesidades individuales de cada persona y el contexto en el que se utilice. Existen múltiples diseños y enfoques que pretenden explorar la forma en que las emociones se relacionan con distintos factores

La musicoterapia emerge como una gran herramienta terapéutica que aborda las necesidades de las personas contemplando aspectos de su salud y bienestar. Junto a la música, los musicoterapeutas promueven intervenciones personalizadas con expresión emocional, comunicación, socialización, etc (Alvin, 1997). La musicoterapia tiene un impacto positivo en contextos clínicos y eficacia como herramienta complementaria a la salud mental. Además de los beneficios como la reducción de estrés o mejora de estado de ánimo, llegando a influir en la cognición y conexión con el entorno.

Capítulo 3. Comunicación de masas y cultura pop

La comunicación de masas y la cultura pop son elementos que han evolucionado la era digital y sobretodo el de la música actual. En un mundo donde las redes sociales se han convertido en el principal canal de interacción entre artistas y seguidores, la cultura pop y los fenómenos musicales han aplicado un alto alcance. Los fandoms representan una forma de comunicación masiva donde seguidores se organizan, movilizan y colaboran entre sí, generando una cultura y dando lugar al “efecto halo” donde los atributos de una figura pública atribuye principalmente en la percepción de sus seguidores quienes adoptan estas características como parte de su identidad personal.

3.1 El fenómeno de la comunicación de masas

La comunicación de masas ha transformado radicalmente la manera en la que interactuamos e interpretamos el mundo que nos rodea. Desde la invención de la imprenta hasta la actual era digital, los medios de comunicación han sido un medio vital para transmitir información, ideas y entretenimiento a audiencias masivas.

Hablar de los medios de comunicación de masas, es entender que son los medios de comunicación masiva. Podemos definir como medio de comunicación de masas o *mass media* a la forma de comunicación a gran escala de información y mensajes para un público amplio y heterogéneo (Bretones, 2008). Este tipo de comunicación puede ser realizada a través de medios como: la televisión, radio, periódicos, revistas, cine y ahora las plataformas digitales y redes sociales.

Los medios de comunicación de masa tienen un gran alcance y capacidad para llegar a millones de personas en todo el mundo en cuestión de segundos. Por esta razón se ha convertido en una herramienta muy importante para la humanidad, desde noticias hasta entretenimiento e incluso publicidad. Los mass media se caracteriza por ser genéricos, unidireccionales y si se utilizan de manera adecuada buscan en alto impacto dejando una huella en la audiencia, por lo tanto también pueden servir para posicionar una marca, productos o servicios en la mente del consumidor (Blumer, 1993).

El alcance y la efectividad dentro de la comunicación de masas se ha ampliado a lo largo del tiempo, estas tienen ciertas características ya que la comunicación de masas se basa en un flujo de comunicación abierto, es decir, que la persona puede acceder a la información. Estos unen distintas disciplinas, a esto se refiere que utilizan diferentes lenguajes y especificaciones para lanzar los mensajes (COMUNICARE, 2022).

La comunicación de masas ha tenido un impacto sumamente significativo y amplio en la sociedad, su alcance y efectividad han ampliado a lo largo del tiempo con el desarrollo de nuevas tecnologías y plataformas de comunicación.

Para los emprendedores, los medios de comunicación de masas pueden ser una herramienta sumamente útil para promocionar su marca o producto, ya que al llegar a un gran número de personas pueden aumentar su visibilidad y reconocimiento para aumentar su número de ventas. El fenómeno de Taylor Swift ha sido un caso sumamente particular ya que la cantante es noticia semana tras semana, en el mundo del espectáculo Swift ha trascendido en el ámbito musical al punto de convertirse en un caso de comunicación de masas.

El impacto cultural y social que ha surgido alrededor de los medios de comunicación de masas es un tema sumamente amplio y multifacético que abarca desde su influencia en la formación de opiniones, difusión de cultura, creación de tendencias y establecimiento de normas sociales. En el ámbito social, los medios juegan un papel crucial afectando la manera en que las personas piensan u opinan sobre algún tema político o social, esto hace llevar a un mayor compromiso cívico.

Existen distintos tipos y características, la más conocida es la de McLuhan ya que el distinguía entre dos tipos (Herrera, 2009):

1. Los medios cálidos: estos dirigen el modo que se domina yendo directamente hacia un sentido, excluyendo a los restantes.

2. Medios fríos: estos dirigen a más de un sentido, aquí el receptos juega un papel sumamente crucial ya que es parte del proceso comunicativo.

La influencia de los medios en términos de *marketing* crea una conciencia en la marca, sin embargo, esto depende totalmente de la naturaleza del contenido de cada medio, es decir, su contenido y características de cada medio es diferente en sus efectos dentro de los consumidores. Así mismo, el contenido de estos puede influir en las creencias y comportamientos individuales (Comunicare, 2023).

El impacto que estas tienen dentro de las relaciones interpersonales es otro aspecto fundamental, ya que las redes sociales han transformado la forma en que las personas se conectan y comunican permitiendo una interacción a escala global. Sin embargo esta conectividad puede generar problemas de privacidad y distanciamiento emocional, ya que este tipo de plataformas podrán conducir al aislamiento e incluso a la dependencia emocional de validación externa (Arulchelvan, 2014).

El impacto social y cultural de los medios de comunicación de masas juegan un papel fundamental en la formación de opinión pública, son instrumentos potentes para la difusión de cultura y valores, sin embargo, este poder como puede propagar cosas buenas también cosas malas como estereotipos y prejuicios.

La comunicación de masas también afecta en temas de la salud mental, ya que en la constante presión social e incluso flujo de información pueden contribuir a la ansiedad y depresión. No es novedad que usualmente los medios de comunicación suelen propagar falsas creencias e incluso estereotipos que a las personas con problemas de salud mental les suele afectar más (Asociacion Amanecer, 2016).

Los estereotipos son creencias aprendidas que representan el acuerdo generalizado sobre lo que caracteriza a un determinado grupo (Crespo y otros, 2008). Al aplicar los estereotipos, las personas con un transtorno mental suelen asociarlos con prejuicios y discriminaciones a base de ellos (Muñoz y otros, 2011) .

La comunicación de masas ha transformado la manera en que las personas interactúan, así como su formación de opiniones y su relación con el mundo. McLuhan ha sido uno de los teóricos más influyentes en el campo de la comunicación, el da a conocer que “el medio es el mensaje” lo cual es un principio crucial para poder entender el impacto social de la comunicación de masas, ya que los medios no solo transmiten información, sino que también moldean la manera de cómo percibimos y nos desenvolvemos en el mundo que nos rodea.

Su impacto en la salud mental es un aspecto crucial ya que como vimos previamente, el flujo de noticias, sobrecarga de información y presión de las redes sociales puede generar o incluso aumentar el estrés y la ansiedad. Sin embargo, así como hay cosas negativas también hay otras un tanto positivas, ya que hay casos en donde la mass media puede funcionar como fuente de apoyo emocional e incluso aliviar el estrés.

El fenómeno de Taylor Swift es un claro ejemplo de la función de la comunicación de masas ya que funcionó como herramienta para conectar con millones de personas y crear una comunidad global de seguidores. Con su música y presencia en redes, ha creado movimientos y discusiones que trascienden fronteras, demostrando el poder de los medios.

En definitiva, la comunicación de masas es un fenómeno complejo con un impacto profundo dentro de la sociedad y su salud mental. Es primordial aprovechar sus beneficios y adoptar un enfoque crítico, recordando a McLuhan que nos dice que el mismo medio tiene el poder de moldear nuestra realidad.

3.2 Redes Sociales, nuevo fenómeno de comunicación de masas y sus arquetipos.

Sin duda las redes sociales se han convertido en un fenómeno que ha revolucionado la comunicación de masas (LINE BRANDING, 2023), transformando la manera en que las personas interactúan, se informan e incluso se expresan sobre lo que pasa en el mundo.

Las redes sociales han potenciado la creación de comunidades digitales conectando a personas con intereses similares de una manera que antes era imposible. Estos mismos pueden compartir contenido, comentando, reaccionando e incluso organizándose para causas o temas específicos, creando un sentido de pertenencia y una comunidad donde se pueden expresar libremente (Martínez F. , 2010).

Las redes sociales han impulsado a la creación de un tipo de comunicación másiva inmediata y personalizada, permiten adaptar las audiencias específicas, con contenido que responde a sus gustos, estilo de vida e intereses.

En la nueva era digital, junto a las redes sociales, la noción de “arquetipos” ha cobrado un nuevo significado e incluso relevancia. Conocemos como arquetipo a un modelo, patrón o ejemplo del cual es posible obtener una idea o concepto diferente (equipo editorial, 2022) . Carl Jung, psicólogo suizo, fue uno de los primeros en popularizar el concepto de arquetipo, describiéndolos como estructuras fundamentales que influyen en nuestra percepciones y comportamientos.

Carl Gustav Jung fue un médico psiquiatra y ensayista suizo que vivió en los siglos XIX y XX y fundó la escuela de psicología analítica. Pionero en la psicología profunda, colaboró con Freud en sus comienzos. Jung rechazó la idea de que la mente del hombre al nacer es un folio en blanco, teoría desarrollada por David Hume. Para él, la mente humana retiene aspectos psicológicos fundamentales e inconscientes, que provienen de nuestros antepasados (Matton, 1980).

En su metodología de trabajo, incorpora nociones procedentes de áreas tan diversas como la antropología, la mitología, la interpretación de los sueños, la filosofía o la religión. Introdujo el concepto de los arquetipos, que son modelos universales e innatos, personalidades o comportamientos, formas de conocimiento humano legadas por nuestros antepasados. (Numhauser, 1973)

Los arquetipos descritos por Jung representan patrones de comportamiento, una especie de imágenes universales que forman parte de lo que llamó el inconsciente colectivo. Para este estudioso de la mente humana, la psique estaba compuesta por: el ego que representa la mente consciente, el inconsciente personal que contiene recuerdos, y el inconsciente colectivo, una parte de la mente que contiene las experiencias y el conocimiento compartido por la especie humana. (Numhauser, 1973)

Junto a las redes sociales, los arquetipos han encontrado un nuevo terreno para manifestarse y evolucionar. Las plataformas como Instagram, Twitter y Tiktok permiten a las personas crear y compartir contenido que suele reflejar los arquetipos clásicos, como el héroe, mentor o explorador, sin embargo, estos mismos se amplifican y transforman adaptándose a las tendencias y culturas emergentes.

El uso de arquetipos por parte de influencers y marcas se ha vuelto una estrategia fundamental para conectar con audiencias y construir identidades memorables desde las redes sociales. El marketing ha creado herramientas que permiten a las marcas tener personalidad y adaptar roles dentro del mercado (Brutti, 2023).

Los influencers, suelen beneficiarse del uso de arquetipos para definir sus personajes para comunicar de manera efectiva quienes son y que los representan. El marketing de influencers es una gran estrategia para conseguir un resultado a nivel masivo, esto se debe a que usualmente las personas buscan en internet y/o redes sociales modos de inspirarse, entretenerse, informarse e incluso emocionarse (Molano, 2023). El 46% de usuarios de internet confían en influencers para la toma de decisiones (Cadena SER, 2022).

Sin embargo, el uso de arquetipos por parte de influencers y marcas plantea desafíos, ya que existe el riesgo de caer en estereotipos o incluso simplificaciones excesivas, lo que puede llevar a caer en imágenes idealizadas o prejuicios. Las marcas e influencers deben ser conscientes de estos riesgos y buscar un equilibrio entre la autenticidad.

Si bien, sabemos la importancia de los arquetipos en los medios de comunicación y marketing, pero estos han tenido un impacto cultural y social es significativo y se manifiesta de distintas formas dentro de la sociedad.

Uno de los principales impactos culturales de los arquetipos es su capacidad para conectar con las emociones humanas y crear historias atractivas. Los arquetipos culturales aparecen en las religiones, los sueños y las artes; cada cultura tiene un conjunto de arquetipos compartidos que guían los comportamientos de sus miembros (García, 2021).

La influencia de los arquetipos también se extiende a la creación de tendencias y la propagación de ideas en la sociedad, junto a las redes sociales, los arquetipos pueden ser amplificados rápidamente, llegando incluso a audiencias globales y así contribuyendo a la formación de movimientos culturales.

Los arquetipos, como patrones universales de comportamiento y símbolos, ayuda a las personas y marcas a crear una narrativa significativa. Jung propuso que los arquetipos son estructuras fundamentales que se manifiestan en mitos, leyendas y narrativas a lo largo de la historia. Las redes sociales proporcionan una plataforma en donde las personas y marcas puedan adoptar y difundir los arquetipos, así creando identidades y personajes que puedan resonar en el público.

Cuando los arquetipos se vuelven demasiado rígidos o incluso se basan en “*cliches*”, pueden incluso reforzar prejuicios y limitar la diversidad e inclusión. El poder de los arquetipos radica en su capacidad para conectar y contar historias que inspiran y unen a las personas, pero también debemos conocer su alcance de su impacto.

Por último, de acuerdo con la especialista en marketing digital Laura Paz, Directora General de la agencia mexicana “Huevos con Coco”, en sus seminarios reconoce que actualmente hay cuatro arquetipos en la era digital, como se ilustra en el gráfico 1:



Inspiracional



Informativo



Cercano



Aspiracional

Inspiracional: refiere a los “influencers” que conectan con una audiencia que busca temas de desarrollo humano y crecimiento personal.

Informativo: aquellos “influencers”, que proporcionan información desde noticiosa, la descripción de productos y servicios, entre otros múltiples temas.

Cercano: aquellos “influencers” que comparten su día a día como un amigo cercano, y que conectan con la audiencia que se identifica al sentirlos como parte de su misma comunidad.

Aspiracional: que refiere a los “influencers” que promueven marcas de lujo, productos y servicios de alta gama, o el acceso a eventos u hoteles de gran turismo, de tal manera que su audiencia conecta, por el interés de algún día, tener acceso a esos mismos espacios o artículos de lujo.

Evidentemente en la era digital, estos arquetipos irán evolucionando conforme lo hagan las redes sociales, y aún más con la entrada de la Inteligencia Artificial, aunque sin duda el plano de lo humano, y el psique seguirán siendo materia de estudio de las ciencias del comportamiento, como la Psicología Social, quienes tendrán que encontrar nuevas respuestas en este rubro.

3.3 El contexto de la industria musical en la época actual

La industria musical en la época actual es un medio que se encuentra en constante cambio, impulsado por avances tecnológicos plataformas de streaming e incluso nuevas formas de consumo de música. En la actualidad, la industria musical se caracteriza por la importancia y el crecimiento exponencial del segmento de los artistas y sellos discográficos independientes: aquellos que suben su propia música a las plataformas

digitales como Spotify, Apple music y/o Amazon Music (Cuál es la historia de la industria musical, 2021).

La musica, como exponente en la sociedad, ha sido una de las artes más afectadas ya que ha sufrido cambios o revoluciones sociales que no afectan al género y la temática, sino que estas mismas han influido dentro del formato y la manera que se crea e incluso de la que se distribuye (Herrero, 2021). Dentro de la historia de la industria musical un periodo importante fue 1974, ya que habían aproximadamente 1.000 millones de discos en todo el mundo, a finales de 1990 los directivos de las discográficas tenían la moral muy alta y para 1999 la industria ya contaba con más de un cuarto de siglo disfrutando de un largo periodo de expansión (Wikström, 2013).

La industria de la música grabada se ha transformado radicalmente en los últimos 15 años, si bien, en las últimas décadas las plataformas de streaming han revolucionado la industria musical y la han transformado en lo que es hoy en día que crea, distribuye y consume música, aún falta mucho para dejar totalmente los álbumes físicos. Sin embargo, este modelo de negocio ha influido bastante en la economía de la industria e incluso en las carreras de los artistas, tal fue el caso de la interprete Swift quien en 2014 decidió retirar su música de Spotify ya que en ese año Taylor sacó su álbum 1989 primero en físico antes de lanzarse en plataformas de streaming cosa que a Spotify no le pareció adecuado y decidió no incluir el álbum dentro de la plataforma. Taylor ante ese acto estuvo en desacuerdo y decidió retirar toda su música de la plataforma ya que no le parecía correcta la forma en que la plataforma entregaba las regalías de los artistas quienes compartían su música por este medio, Spotify durante sus inicios comenzó un sistema gratuito de tres meses a los usuarios para que se unieran a la plataforma cosa que afectaba directamente a los artista ya que no recibían ninguna regalía durante ese periodo (Vega, 2023).

El streaming es un negocio que genera ingresos gracias a las suscripciones de pago por parte de los usuarios y la publicidad que se encuentra dentro de las plataformas, estas permiten que los artistas se salten a los sellos discográficos e incluso anima a ello ya que

por 100.000 streams reciben 390 euros (Pelegri, 2021). Las plataformas de streaming ha sido un modelo que permite cambiar el modelo de negocio de la industria musical e incluso ampliar las oportunidades tanto para artistas como para los consumidores de las mismas, buscando el constante equilibrio entre innovación y equidad.

Su impacto en los artistas y los sellos discográficos es un tema el cual ha generado intensos debates dentro de la industria, ya que esto a creado un cambio en la manera en que se generan ingresos a partir de la música.

Los “tres grandes” sellos discográficos son Sony Music Entertainment, Warner Music Group y Universal Music Group, ya que ellos “dominan” el negocio de una manera no tan ética e incluso perjudicando a los artistas, para el año 2000 surge Kobalt Music Group empresa que se ha encargado de adoptar prácticas más éticas y con mayor responsabilidad social, su propuesta se centra en ofrecerles a los artistas una plataforma en donde recauden regalías de manera rápida, precisa y transparente, mientras las plataformas de streaming se centran en comprar las canciones, los clientes de Kobalt las escriben (Eckhardt & Wagner, 2023).

Si bien las plataformas de streaming ofrecen una exposición potencialmente global, las regalías que reciben los artistas por reproducción suelen ser menores a los ingresos que solían obtener por ventas de álbum físicos o descargas digitales. Los sellos discográficos se han tenido que adaptar a este nuevo entorno digital, muchos incluso recurriendo a estrategias de marketing dentro de las mismas plataformas de streaming para impulsar la visibilidad de sus artistas y aumentar sus números de reproducciones.

Un ejemplo de ello es Spotify, quien empezó siendo una aplicación que ayudó a combatir la pirtateria ofreciendo la música libremente a los usuarios, a este enfoque de modelo se le conoce como *freemium* que se basa en proporcionar un servicio básico de manera gratuita, sin embargo a cambio de poder escuchar música gratis sin pagar una suscripción se les invade de anuncios que solo es posible dejar de escucharlo al pagar la versión *premium*, este modelo les ha permitido crecer y además diversificar sus fuentes

de ingresos. Esta aplicación también ha utilizado estrategias como contar con un precio flexible, ofreciendo un periodo de prueba gratis y planes de suscripción accesibles para estudiantes y familias (Lara, 2023).

Si comparamos este modelo de negocio podría ser con Apple Music, esta aplicación se caracteriza por ofrecer una calidad de audio mayor a la de Spotify además de contar con mayor contenido ya que ofrece 100 millones de canciones a diferencia de Spotify quien cuenta con 82 millones de canciones (Valencia, 2023) .

Las plataformas de streaming han revolucionado la industria musical, transformado los modelos de negocio tradicionales y creando nuevas oportunidades y desafíos para los artistas y sellos discográficos. Con un modelo de negocios basado en suscripciones y acceso ilimitado a vastas bibliotecas musicales ha alterado la forma en que se distribuye y consume la música, dando así a los oyentes una experiencia más flexible y personalizada.

El impacto de los artistas y sellos discográficos ha sido profundo, ya que por un lado el streaming ha permitido a los artistas llegar a audiencias globales sin la necesidad de costosos contratos con grandes sellos. Sin embargo, las regalías por streaming es significativamente menos lucrativa a diferencia de las ventas físicas o digitales. Los sellos se han visto en la necesidad de adaptar sus estrategias para mantenerse relevantes dentro del medio que se encuentra en constante evolución, modificando su modelo de negocio.

Las plataformas de streaming deben abordar las preocupaciones sobre la remuneración justa y trabajar con los artistas y sellos para encontrar soluciones que beneficien a todas las partes. Además los artistas y sellos discográficos deben continuar innovando y adaptando sus estrategias para prosperar dentro de un mundo digital.

3.4 Efecto Halo y cultura fandom

Dentro de la industria musical algo que tiene suma relevancia es el efecto halo y la cultura fandom, estos dos fenómenos tienen un impacto significativo dentro de la forma en que percibimos y nos relacionamos con las figuras públicas, celebridades e incluso marcas.

El efecto halo es un sesgo cognitivo por el cual tendemos a hacer qué nuestra opinion y /o valoración global de una persona, organización, producto o marca surja a partir del modo en que juzgamos. Hacemos que esta impresión interfiera con el modo en el que interpretamos otras propiedades del elemento (Triglia, 2016). Bagozzi define a este efecto como la influencia que tiene la actitud que uno marca hacia una acción sobre las creencias que éste posee respecto a las consecuencias percibidas de tal acción (Bagozzi, 1996).

Este efecto tiene un impacto significativo en diversas áreas, desde la percepción de las figuras públicas hasta la evaluación de productos o servicios. El efecto halo puede llevar a malentendidos y expectativas poco realistas, ya que las personas pueden ser juzgadas injustamente basándose en una característica o primera impresión, lo cual puede crear dificultades dentro de las relaciones personales e incluso en la vida laboral.

El poder de la primera impresión es de suma importancia, ya que este influye en el modo en el que podemos llegar a juzgar a cualquier persona que conozcamos. El efecto halo se hace notar en nuestro día a día en el modo en el que percibimos a las personas famosas que se encuentran vinculadas a grandes discográficas, a Hollywood o incluso al deporte. Su imagen pública es tallada minuciosamente por sus publicistas y agencias de marketing que nos permiten conocer apenas la mitad de su vida (Triglia, 2016) .

Así como el Efecto Halo nos lleva a generalizar un rasgo positivo o negativo de una persona, ocurre lo mismo con las marcas y productos, es más fácil que valoremos positivamente los demás productos elaborados por la misma compañía ya que nuestro cerebro se encarga de mandarnos “señales de confianza” mediante la memoria. Este principio psicológico es un recurso valioso para los mercadólogos y publicistas, que

mediante ciertas técnicas se encargan de darle a la marca una asociación atractiva y prestigiosa (El efecto halo y su aplicación en el mundo del marketing, 2015).

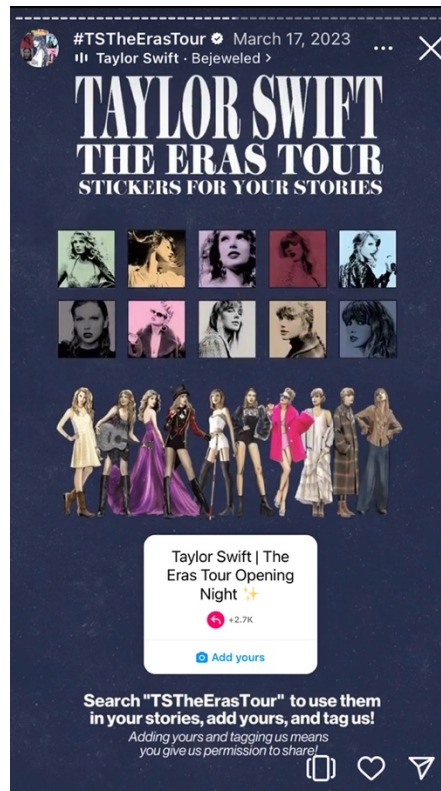
Por otro lado, el efecto halo puede influir dentro de la cultura *fandom* y en cómo esta dinámica afecta la percepción y comportamiento de los fanáticos. Es una herramienta indispensable dentro de esta cultura ya que las percepciones positivas sobre una figura pública pueden amplificarse en la mente de los fanáticos, creando una imagen de perfección alrededor de ellos.

Jordie Busquet Duran, doctor en sociología de la Universitat Ramon Llull nos dice que el término *fan* hace relación a los seguidores incondicionales de determinados grupos musicales, equipos deportivos o figuras públicas más destacadas. Este término aparece por primera vez a finales del siglo XIX en Estados Unidos cuando medios periodísticos hacían referencia a los seguidores de equipos de baseball y basketball en una época donde el deporte comenzó a persivirse como un espectáculo (Duran, 2012).

La cultura fan y el fandom, va de la mano con la marca de un estigma social y el comportamiento de los fans que es visto como un comportamiento excesivo, desmesurado o que se pasa de la raya (Jenson, 1992). Los *fandoms* han existido durante décadas, pero ahora junto al internet y redes sociales han alcanzado un nuevo nivel de exposición, ya que ahora los *fans* tienen acceso in precedentes a sus artistas favoritos, esto permite involucrarse y seguir su trayectoria a un nivel mucho más personal (¿Qué es un fandom? Explorando la cultura de las comunidades de fans, 2024) .

Este sentido de comunidad y pertenencia puede llegar a ser extremadamente poderoso, permitiendo que personas de distintas partes del mundo puedan sentirse unidas por intereses compartidos. Esta cultura tiene un impacto significativo dentro del mundo del entretenimiento y el marketing, ya que marcas y empresas conocen el poder del fandom y han comenzado a colaborar con estas comunidades para crear experiencias más personalizada.

Taylor Swift durante el Eras Tour, su cuenta secundaria *Taylor Nation* se encargó de hacer un *sticker* personalizado en Instagram para que los fanáticos que asistieran al *show* suban *stories* de ellos disfrutando el concierto, o sus *outfits* o *friendships bracelets* y la página se encargó de repostear las *stories* de los *fans*, esto como principal herramienta de comunicación para conectar con su audiencia.



Taylor Nation (2023) Instagram

La cultura fandom y el efecto halo están estrechamente relacionados y tienen un impacto significativo en la percepción y la influencia de las figuras públicas. Los fanáticos suelen experimentar un efecto halo hacia sus obras o ídolos, lo que crea una conexión emocional y de admiración.

La cultura fandom y el efecto halo están interconectados en la medida en que las percepciones positivas o negativas se asocian a un objeto de admiración y puedan influir en la forma en que se valora y relaciona con él.

Capítulo 4. Informe de resultados

En este capítulo se presenta el análisis y los resultados obtenidos a partir de la investigación previamente realizada sobre la conexión emocional con los swifties y las letras de Taylor Swift. Para llevar a cabo esta exploración se aplicaron dos técnicas de investigación: la realización de cuatro focus group y un análisis hermenéutico de las canciones de la artista. Este último permitió desglosar el significado de las letras en distintas formas y niveles, considerando no solo la intención del autor, sino también la interpretación del receptor y el contexto sociocultural en el que estas canciones han sido creadas y recibidas. A través de este enfoque, se identificaron distintos patrones temáticos y emocionales recurrentes en la música de Swift, West y Abrams, los cuales influyen en la forma en que su audiencia se relaciona con su música y proyecta sus propias vivencias en sus canciones.

4.1 Análisis de canciones

Como mencionamos dentro de la metodología, se realizó un análisis hermenéutico de las canciones seleccionadas de Taylor Swift, con el objetivo de interpretar los significados subyacentes en sus letras y explorar cómo estos mensajes contribuyen a la conexión emocional que la artista crea con sus seguidores. Este enfoque se centra principalmente en la interpretación profunda de los textos, siendo una vertiente romántica que habla desde quien es el autor, la intención que tuvo el artista al escribir la canción, el contexto y la forma en que yo como investigadora lo interpreto. A continuación, vamos a analizar 5 canciones que han sido emblemáticas para la cantante autora y 2 canciones más previamente seleccionadas para esta investigación que forman parte de personas relacionadas con Taylor Swift:

4.1.1 Análisis Hermenéutico de la canción All Too Well de Taylor Swift

Letra

I walked through the door with you
The air was cold
But something about it felt like home somehow

And I, left my scarf there at your sister's house
And you've still got it in your drawer even now
Oh, your sweet disposition
And my wide-eyed gaze
We're singing in the car, getting lost upstate
Autumn leaves falling down like pieces into place
And I can picture it after all these days
And I know it's long gone and that magic's not here no more
And I might be okay but I'm not fine at all
'Cause there we are again on that little town street
You almost ran the red 'cause you were lookin' over at me
Wind in my hair, I was there
I remember it all too well
Photo album on the counter
Your cheeks were turning red
You used to be a little kid with glasses in a twin-sized bed
And your mother's telling stories 'bout you on the tee-ball team
You told me 'bout your past thinking your future was me
And I know it's long gone and there was nothing else I could do
And I forget about you long enough to forget why I needed to
'Cause there we are again in the middle of the night
We're dancing 'round the kitchen in the refrigerator light
Down the stairs, I was there
I remember it all too well, yeah
And maybe we got lost in translation
Maybe I asked for too much
But maybe this thing was a masterpiece 'til you tore it all up
Running scared, I was there
I remember it all too well
And you call me up again just to break me like a promise
So casually cruel in the name of being honest
I'm a crumpled up piece of paper lying here
'Cause I remember it all, all, all
Too well
Time won't fly, it's like I'm paralyzed by it
I'd like to be my old self again
But I'm still trying to find it
After plaid shirt days and nights when you made me your own
Now you mail back my things and I walk home alone
But you keep my old scarf from that very first week
'Cause it reminds you of innocence

And it smells like me
You can't get rid of it
'Cause you remember it all too well, yeah
'Cause there we are again when I loved you so
Back before you lost the one real thing you've ever known
It was rare, I was there, I remember it all too well
Wind in my hair, you were there, you remember it all
Down the stairs, you were there, you remember it all
It was rare, I was there, I remember it all too well

(Swift & Rose, All too well, 2021)

Intención que anima al autor:

La canción All Too Well de Taylor Swift se puede considerar una de sus obras más personales y emocionalmente cargadas. Taylor Swift, conocida por compartir aspectos de su vida en su música, tiene la intención de relatar una historia de amor fallido, una ruptura que dejó una huella profunda en ella. La canción habla sobre el dolor, la nostalgia y la ira tras el final de una relación significativa. La intención de la artista parece ser tanto un tanto reveladora, pues al escribirla, busca procesar el dolor de la separación mientras ofrece a sus oyentes una visión honesta de su experiencia emocional.

Swift tiene la intención de mostrar lo crudo y real del proceso de perder a alguien, en lugar de idealizar la relación o el final. A través de las letras, vemos que la canción no solo expresa tristeza, sino también el proceso de recordar cada detalle, cada momento que antes era especial y que ahora está teñido de dolor.

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Taylor Swift, la acción de revivir los recuerdos a través de la canción tiene un significado profundo, ya que la canción refleja el ciclo de recordar una relación pasada, idealizarla en los momentos felices y luego lidiar con la rabia o el arrepentimiento cuando la relación se desmorona. La acción de escribir All Too Well le permite confrontar sus emociones y sanar, y le da la oportunidad de rendir homenaje a una parte importante de su vida.

El uso de detalles específicos (como la bufanda roja o referencias de reuniones con amigos) hace que la canción sea tan personal que conecta con la audiencia de una manera íntima. Para Swift, la acción de escribir la canción no es solo una reflexión sobre la relación, sino también un intento de entender lo que significó esa persona en su vida, lo que pudo haber sido y lo que se perdió.

Conducta que desempeña la vida del autor:

A lo largo de su carrera, Taylor Swift ha sido conocida por usar su vida personal como material para sus canciones. La forma en que construye sus letras, particularmente en *All Too Well*, refleja una forma de hacer frente a las pérdidas emocionales a través de la expresión artística. La canción muestra una conducta recurrente en la vida de Swift, en la que sus experiencias personales se convierten en el motor creativo de su música. De esta manera, la canción no solo describe su historia, sino que también evidencia un proceso en el que la autora transforma el dolor en arte, lo que la ayuda a sanar y a seguir adelante.

Esta conducta de poner su vida y sus sentimientos en las canciones muestra la vulnerabilidad que Swift ha compartido con sus seguidores a lo largo de los años, una forma de enfrentarse a las dificultades emocionales y de mostrar a sus fans que no están solos en su sufrimiento.

Forma de evaluar / Cultura / Época:

All Too Well se enmarca en la cultura contemporánea, específicamente en el contexto de la música pop y el auge de la música personal y confesional que caracteriza la era de las redes sociales y la conexión directa con los seguidores. El estilo lírico de Swift, con su enfoque en lo personal y emocional, se destaca dentro del contexto de la música popular de principios del siglo XXI, donde las canciones a menudo tratan sobre relaciones amorosas, pérdidas y desengaños.

En cuanto a la época, la canción se lanzó en 2012, durante un periodo en que la cultura pop estaba dominada por canciones de amor y desamor. Sin embargo, *All Too Well* se

distingue por su nivel de detalle y la profundidad emocional que presenta, lo que la hace un referente dentro del género. Además, esta canción aparece en un momento en que Swift ya se había consolidado como una artista que utilizaba su vida personal para crear narrativa en su música, algo que resonaba fuertemente con sus oyentes (Salinas, 2024).

La manera en que Swift evalúa las relaciones y sus propias vivencias en esta canción refleja la valoración que la sociedad contemporánea otorga a la transparencia emocional y la autenticidad en la música. La canción también refleja una crítica a las expectativas que se imponen sobre las relaciones y la imagen pública, una crítica que se relaciona con la cultura actual donde las personas a menudo deben enfrentar tanto la presión externa como la interna.

4.1.2 Análisis Hermenéutico de la canción Blank Space de Taylor Swift

Letra

Nice to meet you, where you been?
I could show you incredible things
Magic, madness, heaven, sin
Saw you there and I thought
"Oh, my God, look at that face
You look like my next mistake
Love's a game, wanna play?" Ay
New money, suit and tie
I can read you like a magazine
Ain't it funny? Rumors fly
And I know you heard about me
So hey, let's be friends
I'm dying to see how this one ends
Grab your passport and my hand
I can make the bad guys good for a weekend
So it's gonna be forever
Or it's gonna go down in flames
You can tell me when it's over, mm
If the high was worth the pain
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane

'Cause you know I love the players
And you love the game
'Cause we're young, and we're reckless
We'll take this way too far
It'll leave you breathless, mm
Or with a nasty scar
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane
But I've got a blank space, baby
And I'll write your name
Cherry lips, crystal skies
I could show you incredible things
Stolen kisses, pretty lies
You're the King, baby, I'm your Queen
Find out what you want
Be that girl for a month
Wait, the worst is yet to come, oh, no
Screaming, crying, perfect storms
I can make all the tables turn
Rose garden filled with thorns
Keep you second guessing like
"Oh, my God, who is she?"
I get drunk on jealousy
But you'll come back each time you leave
'Cause, darling, I'm a nightmare dressed like a daydream
So it's gonna be forever
Or it's gonna go down in flames
You can tell me when it's over, mm
If the high was worth the pain
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane
'Cause you know I love the players
And you love the game
'Cause we're young, and we're reckless (oh)
We'll take this way too far
It'll leave you breathless, mm (oh)
Or with a nasty scar
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane (insane)
But I've got a blank space, baby
And I'll write your name

Boys only want love if it's torture
Don't say I didn't, say I didn't warn ya
Boys only want love if it's torture
Don't say I didn't, say I didn't warn ya
So it's gonna be forever
Or it's gonna go down in flames
You can tell me when it's over (over)
If the high was worth the pain
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane (I'm insane)
'Cause you know I love the players
And you love the game
'Cause we're young, and we're reckless (yeah)
We'll take this way too far (ooh)
It'll leave you breathless, mm
Or with a nasty scar (leave a nasty scar)
Got a long list of ex-lovers
They'll tell you I'm insane
But I've got a blank space, baby
And I'll write your name

(Swift, Shellback, & Max, Blank Space, 2014)

Intención que anima al autor:

La canción *Blank Space* de Taylor Swift es una sátira sobre la percepción que los medios y el público tenían sobre su vida amorosa. Taylor, con este tema, se muestra con la personalidad de una mujer vengativa y emocionalmente inestable, exagerando los estereotipos que le han impuesto. La intención de la artista no es solo burlarse de la narrativa que se ha construido sobre ella, sino también a dueñarse de esa imagen para usarla al contar una historia dramática de amor y destrucción. A través de esta canción, Swift juega con la idea de la toxicidad en las relaciones y la intensidad con la que el público suele distorsionar e incluso consumir la vida privada de las celebridades.

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Taylor Swift, interpretar el papel de una amante posesiva e incluso dramática en *Blank Space* tiene un significado profundo, ya que le permite tomar el control de la narrativa que la rodea. Durante años, sobretodo en 2014 que fue lanzada la canción,

los medios la retrataron como una persona que se enamoraba rápidamente y escribía canciones sobre sus exnovios, lo que la llevó a ser objeto de críticas y burlas. En esta canción, Swift se a dueña de esa imagen y la exagera a tal punto que se convierte en una caricatura.

A través de la acción de escribir y cantar *Blank Space*, Swift no solo busca retar la percepción que tienen de ella, sino que también demuestra su capacidad para la ironía y el humor en su música. La canción refleja una comprensión crítica de cómo las narrativas mediáticas afectan a las figuras públicas y de cómo ella, en lugar de deprimirse e incluso tratar de desmentir esa percepción, las usa a su favor para fortalecer su identidad artística.

Conducta que desempeña en la vida del autor:

La creación de *Blank Space* es un claro ejemplo de la forma en que Taylor Swift utiliza su vida personal y su relación con los medios como inspiración para su arte. Su carrera ha estado marcada por la transformación y la reinención, esta canción no es la ecepción ya que representó un punto en el que dejó atrás la imagen de "chica inocente" para adoptar una postura más fuerte y consciente de su impacto en la cultura pop.

A lo largo de los años, Swift ha demostrado una conducta de autoconciencia y adaptabilidad en su carrera musical. La forma en que usa la narrativa de *Blank Space* para jugar con la imagen que le han impuesto muestra una estrategia de empoderamiento y control sobre su propia historia. Esta canción, junto con otras de su álbum *1989*, se convirtió en un punto clave en su carrera al redefinir su estilo y redierccionar su relación con la industria musical.

Forma de evaluar / Cultura / Época:

Blank Space forma parte de la cultura pop contemporanea en una época donde las figuras públicas son constantemente juzgadas sobre su vida privada y esta se vuelve material de opinion públcia. La canción fue lanzada en 2014, época donde la artista sufría de constantes críticas sobre su vida personal, la misma Swift comento en una entrevista para NME Magazine que la canción surge ante como los medios cada tanto biscaba encontrar algo en su vida que les molestara, tanto ella como el personaje que

mostraba, la manera en la que vivía su vida e incluso su manera de hablar y reaccionar ante situaciones (Sánchez F. P., 2023) . Swift aprovecha este contexto para convertir la crítica en arte y desafiar las expectativas del público.

Desde una perspectiva más amplia, la canción también habla sobre la forma en que las relaciones amorosas son idealizadas y luego destruidas por la percepción social. La ironía y la exageración en la letra reflejan la cultura de las relaciones fugaces y la obsesionada idea del "amor perfecto" que los medios suelen vender.

En términos de evaluación, la canción resignifica la imagen que se tenía de Swift, mostrando que no es solo una víctima de la prensa, sino una artista capaz de jugar con la ironía y el sarcasmo en su música. *Blank Space* se convirtió en un himno de empoderamiento y dominio narrativo dentro de la industria musical.

4.1.3 Análisis Hermenéutico de la canción Cardigan de Taylor Swift

Letra

Vintage tee, brand new phone
High heels on cobblestones
When you are young, they assume you know nothing
Sequin smile, black lipstick
Sensual politics
When you are young, they assume you know nothing
But I knew you
Dancin' in your Levis
Drunk under a streetlight, I
I knew you
Hand under my sweatshirt
Baby, kiss it better, I
And when I felt like I was an old cardigan
Under someone's bed
You put me on and said I was your favorite
A friend to all is a friend to none
Chase two girls, lose the one
When you are young, they assume you know nothin'
But I knew you
Playing hide-and-seek and

Giving me your weekends, I
I knew you
Your heartbeat on the High Line
Once in 20 lifetimes, I
And when I felt like I was an old cardigan
Under someone's bed
You put me on and said I was your favorite
To kiss in cars and downtown bars
Was all we needed
You drew stars around my scars
But now I'm bleedin'
'Cause I knew you
Steppin' on the last train
Marked me like a bloodstain, I
I knew you
Tried to change the ending
Peter losing Wendy, I
I knew you
Leavin' like a father
Running like water, I
And when you are young, they assume you know nothing
But I knew you'd linger like a tattoo kiss
I knew you'd haunt all of my what-ifs
The smell of smoke would hang around this long
'Cause I knew everything when I was young
I knew I'd curse you for the longest time
Chasin' shadows in the grocery line
I knew you'd miss me once the thrill expired
And you'd be standin' in my front porch light
And I knew you'd come back to me
You'd come back to me
And you'd come back to me
And you'd come back
And when I felt like I was an old cardigan
Under someone's bed
You put me on and said I was your favorite
Traducir al español

(Swift & Dessner, Cardigan, 2020)

Intención que anima al autor:

La canción *Cardigan* de Taylor Swift es una reflexión sobre el amor, la nostalgia y el crecimiento personal. Forma parte del álbum *Folklore*, este se caracteriza por su narrativa melancólica y sonidos indie folk. La intención de Swift en esta canción es transmitir la experiencia de un amor juvenil que deja una marca imborrable, aunque no siempre termine de la mejor manera, esa relación pasada que brindaba seguridad. A través de una letra evocadora y una melodía suave, Swift busca capturar la sensación de sentirse olvidado, pero también de encontrar consuelo en los recuerdos.

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Taylor Swift, escribir *Cardigan* representa un ejercicio de narración y exploración emocional. La canción es parte de un trío de temas en el álbum que cuentan una historia desde diferentes perspectivas, lo que demuestra su interés en desarrollar personajes y relatos en su música. Esta canción busca reflejar la experiencia de sentirse subestimado en la juventud por ello la frase "When. You are young, they assume you know nothing" pero así mismo explora la idea de las relaciones pasadas que dejan una huella y pueden ser formativos.

En la canción cuando menciona sentirse como un "cardigan viejo" que alguien vuelve a usar, simboliza el valor y la importancia de una relación a pesar del tiempo y la distancia. A través de esta acción, Swift no solo explora la nostalgia, sino también la importancia de sentirse especial y querido en una etapa vulnerable de la vida.

Conducta que desempeña en la vida del autor:

La composición de *Cardigan* refleja una conducta recurrente en la carrera de Taylor Swift: la transformación de sus experiencias y emociones en arte. A lo largo de su trayectoria, Swift ha utilizado sus letras para expresar sus pensamientos más profundos, y en este caso, la canción muestra su capacidad para crear historias que resuenan con una audiencia amplia.

Su proceso creativo en *Folklore*, y específicamente en *Cardigan*, muestra un alejamiento de su estilo autobiográfico directo y un acercamiento a la narración ficcional inspirada en sentimientos universales. Según la revista Rolling Stone este álbum

destaca por su intimidad “elegante y sobría” reflejando un sentimiento de introspección (Bernsetin, y otros, 2020).

Forma de evaluar / Cultura / Época:

Cardigan se enmarca dentro de la cultura contemporánea, donde la música ha ganado un lugar importante. La canción fue lanzada en 2020, año marcado por la pandemia de COVID-19, un contexto en el que muchas personas encontraron consuelo en la nostalgia y la reflexión personal, temáticas presentes en la letra y el sonido de la canción.

Desde una perspectiva cultural, la canción resalta la forma en que las relaciones amorosas son vistas y recordadas, así como el impacto que tienen en la identidad de una persona. Además, su estética y composición musical reflejan un cambio significativo a lo que la artista solía estar acostumbrada. La canción resalta la habilidad para capturar las emociones humanas con gran sensibilidad y autenticidad por parte de Swift.

4.1.4 Análisis Hermenéutico de la canción You Belong with Me de Taylor Swift

Letra

You're on the phone with your girlfriend, she's upset
She's going off about something that you said
'Cause she doesn't get your humor like I do
I'm in the room, it's a typical Tuesday night
I'm listening to the kind of music she doesn't like
And she'll never know your story like I do
But she wears short skirts, I wear T-shirts
She's Cheer Captain, and I'm on the bleachers
Dreaming about the day when you wake up and find
That what you're looking for has been here the whole time
If you could see that I'm the one who understands you
Been here all along, so why can't you see?
You belong with me, you belong with me
Walk in the streets with you in your worn-out jeans
I can't help thinking this is how it ought to be

Laughing on a park bench, thinking to myself
"Hey, isn't this easy?"
And you've got a smile that can light up this whole town
I haven't seen it in a while since she brought you down
You say you're fine, I know you better than that
Hey, what you doing with a girl like that?
She wears high heels, I wear sneakers
She's Cheer Captain, and I'm on the bleachers
Dreaming about the day when you wake up and find
That what you're looking for has been here the whole time
If you could see that I'm the one who understands you
Been here all along, so why can't you see?
You belong with me
Standing by and waiting at your backdoor
All this time how could you not know, baby?
You belong with me, you belong with me
Oh, I remember you driving to my house in the middle of the night
I'm the one who makes you laugh when you know you're 'bout to cry
I know your favorite songs and you tell me 'bout your dreams
Think I know where you belong, think I know it's with me
Can't you see that I'm the one who understands you?
Been here all along, so why can't you see?
You belong with me
Standing by and waiting at your backdoor
All this time how could you not know, baby?
You belong with me, you belong with me
You belong with me
Have you ever thought, just maybe
You belong with me?
You belong with me

(Swift & Rose, You belong with me, 2008)

Intención que anima al autor:

La canción *You Belong with Me* de Taylor Swift refleja la intención de capturar la experiencia de un amor no correspondido desde la perspectiva de alguien que observa desde la distancia. Swift, es conocida por escribir canciones basadas en experiencias personales y emociones universales, aquí busca plasmar el sentimiento de frustración

y tristeza de ver a la persona que ama con alguien que no la valora de la misma manera. La letra nos cuenta una historia de un interés romántico hacia una amistad donde ella misma se compara con la novia de su amigo resaltando que ella lo entiende mejor y enfatizando las diferencias entre ellas, sugiriendo que ella podría ser una mejor pareja.

A través de esta canción, Swift logra conectar con una audiencia que ha experimentado sentimientos similares de anhelo y deseo de ser reconocida. Una mezcla de nostalgia, esperanza y añoranza, la artista captura los sentimientos de complejidad entre los protagonistas.

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Taylor Swift, escribir *You Belong with Me* tiene un significado relacionado con su capacidad para capturar y comunicar emociones juveniles a través de la música. La canción simboliza la lucha entre la inseguridad y la esperanza en el amor, un tema recurrente en su discografía. Asimismo habla sobre amar a alguien a la distancia y desear estar con esa persona.

La acción de la cantante al reconocer este sentimiento que solemos vivir no solamente en la juventud sino que en muchas fases de la vida, hace que sea más sencillo de identificar transformando sentimientos comunes en himnos generacionales (Hit Song Analysis: Taylor Swift "You Belong with Me", 2009). La sencillez de la letra y su estructura pegajosa hacen que la canción sea accesible y fácilmente relacionable, lo que refuerza el significado de expresión emocional y conexión con su audiencia.

Conducta que desempeña en la vida del autor:

Taylor Swift ha construido su carrera sobre la base de su habilidad para narrar historias personales de una manera que resuena con el público. *You Belong with Me* es un ejemplo de cómo utiliza su música para transmitir emociones auténticas y crear una

sensación de cercanía con sus fans. La canción refleja un patrón en su estilo de composición, donde explora experiencias emocionales desde una perspectiva sincera y juvenil.

Además, la canción contribuyó a consolidar su imagen como una artista que entiende y representa los sentimientos de la juventud, además ayudar a aquellos que han sentido que no encajan en los estándares tradicionales del amor y la popularidad. Esta conducta de expresar vulnerabilidad y emociones reales en su música ha sido clave en su conexión con su público y en la evolución de su carrera a lo largo de los años.

Forma de evaluar / Cultura / Época:

You Belong with Me llega dentro de la cultura pop de finales de los 2000, para ser exactos en 2008, época donde la música juvenil y las historias de amor en la adolescencia eran temas recurrentes en la industria musical y cinematográfica. La canción, forma parte del álbum *Fearless*, que captura la esencia de la narrativa adolescente, donde el amor no correspondido y la diferenciación entre "la chica buena y sencilla" y "la chica popular" eran temas comunes.

La canción se convierte en éxito alcanzando los primeros puestos en música en distintos países por su perspectiva social donde refleja la idealización del amor juvenil y la forma en que las relaciones son percibidas en la adolescencia. Su impacto en la cultura pop fue significativo, convirtiéndose en un himno para aquellos que han sentido que no encajan en los estándares tradicionales del romance. (Rut Blasco Calafell, s.f) Además la canción inconcientemente refuerza ciertos estereotipos sobre la rivalidad entre mujeres en el contexto del amor, al mismo tiempo que permite una exploración honesta de la inseguridad y el deseo de ser amado.

4.1.5 Análisis Hermenéutico de la canción Cruel Summer de Taylor Swift

Letra

Fever dream high in the quiet of the night
You know that I caught it (oh yeah, you're right, I want it)
Bad, bad boy, shiny toy with a price
You know that I bought it (oh yeah, you're right, I want it)
Killing me slow, out the window
I'm always waiting for you to be waiting below
Devils roll the dice, angels roll their eyes
What doesn't kill me makes me want you more
And it's new, the shape of your body
It's blue, the feeling I've got
And it's ooh, whoa-oh
It's a cruel summer
"It's cool, " that's what I tell 'em
No rules in breakable heaven
But ooh, whoa-oh
It's a cruel summer with you (yeah, yeah)
Hang your head low in the glow of the vending machine
I'm not dying (oh yeah, you're right, I want it)
You say that we'll just screw it up in these trying times
We're not trying (oh yeah, you're right, I want it)
So cut the headlights, summer's a knife
I'm always waiting for you just to cut to the bone
Devils roll the dice, angels roll their eyes
And if I bleed, you'll be the last to know, oh
It's new, the shape of your body
It's blue, the feeling I've got
And it's ooh, whoa-oh
It's a cruel summer
"It's cool, " that's what I tell 'em
No rules in breakable heaven
But ooh, whoa-oh
It's a cruel summer with you
I'm drunk in the back of the car
And I cried like a baby coming home from the bar (oh)
Said, "I'm fine, " but it wasn't true
I don't wanna keep secrets just to keep you
And I snuck in through the garden gate
Every night that summer, just to seal my fate (oh)
And I screamed, "For whatever it's worth
I love you, ain't that the worst thing you ever heard?"
He looks up, grinnin' like a devil

It's new, the shape of your body
It's blue, the feeling I've got
And it's ooh, whoa-oh
It's a cruel summer
"It's cool, " that's what I tell 'em
No rules in breakable heaven
But ooh, whoa-oh
It's a cruel summer with you
I'm drunk in the back of the car
And I cried like a baby coming home from the bar (oh)
Said, "I'm fine, " but it wasn't true
I don't wanna keep secrets just to keep you
And I snuck in through the garden gate
Every night that summer, just to seal my fate (oh)
And I screamed, "For whatever it's worth
I love you, ain't that the worst thing you ever heard?"
(Yeah, yeah, yeah, yeah)

(Swift, Antonoff, & Clark, Taylor Swift, 2019)

Intención que anima al autor:

La canción *Cruel Summer* de Taylor Swift refleja la intensidad y la vulnerabilidad de un amor apasionado pero marcado por la incertidumbre y el dolor. Swift, al coescribir esta canción con Jack Antonoff y St. Vincent, busca capturar la euforia y el tormento de un romance de verano lleno de emociones contradictorias. La letra sugiere una historia de amor prohibido o no correspondido en su totalidad, lo que refuerza la tensión emocional que impregna la canción.

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Taylor Swift, *Cruel Summer* representa la pasión desbordante e incertidumbre que rodea una relación de “verano” que refleja momentos íntimos e incluso amor prohibido. La canción forma parte del álbum *Lover* (2019), disco que celebra el amor en sus distintas facetas, pero que también reconoce la fragilidad de las emociones humanas. Swift explora un amor que se vive con desenfreno y ansiedad, lo que refleja su capacidad para capturar sentimientos contradictorios en sus letras.

En la línea "I love you, ain't that the worst thing you ever heard?", Swift encapsula os sentimientos de un amor desesperado y la inseguridad que lo acompaña. La canción se convierte así en una forma para expresar la vulnerabilidad de abrirse a otra persona y el miedo a ser rechazado o a perder lo que parece perfecto en el momento.

Conducta que desempeña en la vida del autor:

A lo largo de su carrera, Taylor Swift ha utilizado la música como una forma de procesar y compartir sus experiencias personales. En *Cruel Summer*, se percibe su tendencia a abordar temas de amor y desamor con una narrativa poética y emocionalmente intensa.

Esta canción refleja la evolución artística de Swift, quien en *Lover* juega con sonidos más electrónicos y sintetizados, alejándose del tono melancólico de su álbum anterior, *Reputation*. Su conducta como artista se mantiene coherente en cuanto a la exploración de sus sentimientos en sus canciones, pero con *Cruel Summer* muestra una faceta de amor desenfrenado y rebelde que la distingue dentro del repertorio de su discografía (Song Web, 2023).

Forma de evaluar / Cultura / Época:

Cruel Summer forma parte de la cultura pop contemporánea y refleja la forma en que las emociones y las relaciones son vividas por las nuevas generaciones. En una época donde la inmediatez de las emociones y la intensidad de las relaciones son amplificadas por las redes sociales, la canción resuena con aquellos que han experimentado amores apasionados y fugaces.

El lanzamiento de *Lover* en 2019 marcó un cambio en la percepción de Swift dentro de la industria musical. En este contexto, *Cruel Summer* sobresale como un himno de amor efervescente, pero también doloroso, que captura la complejidad de las relaciones humanas.

Desde una perspectiva cultural, la canción también refleja la evolución del pop en la década de 2010, donde las producciones se tornaron más elaboradas y orientadas a la experimentación sonora. *Cruel Summer* es considerada una de las canciones favoritas de los fans.

4.1.6 Análisis Hermenéutico de la canción I miss you, I'm sorry Gracie Abrams

Letra

Do you remember happy together?
I do, don't you?
Then all of a sudden, you're sick to your stomach
Is that still true?
You said, "Forever, " in the end I fought it
Please be honest, are we better for it?
Thought you'd hate me, but instead you called
And said, "I miss you", I caught it
Good to each other, give it the summer
I knew you too
But I only saw you once in December
I'm still confused
You said, "Forever, " and I almost bought it
I miss fightin' in your old apartment
Breakin' dishes when you're disappointed
I still love you, I promise
Nothin' happened in the way I wanted
Every corner of this house is haunted
And I know you said that we're not talkin'
But I miss you, I'm sorry
I don't wanna go, think I'll make it worse
Everything I know brings me back to us
I don't wanna go, we've been here before
Everywhere I go leads me back to you
(You said, "Forever, " and I almost bought it)
I don't wanna go, think I'll make it worse
(I miss fighting in your old apartment)
Everything I know brings me back to us
(Breaking dishes when you're disappointed)
I don't wanna go, we've been here before
(I still love you, I promise)
Everywhere I go leads me back to you
(Nothing happened in the way I wanted)
I don't wanna go, think I'll make it worse
(Every corner of this house is haunted)

Everything I know brings me back to us
(And I know you said that we're not talking)
I don't wanna go, we've been here before
(But I miss you)
Everywhere I go leads me back to you
I don't wanna go, think I'll make it worse
Everything I know brings me back to us
I don't wanna go, we've been here before
Everywhere I go leads me back to you

(Abrams & Aarons, 2020)

Intención que anima al autor:

La canción *I Miss You, I'm Sorry* de Gracie Abrams es una reflexión melancólica sobre el dolor, la culpa y la nostalgia tras una relación que no pudo sostenerse. Abrams, es conocida por su estilo personal y emocional, expresa a través de esta canción el anhelo por alguien que ya no está, al tiempo que reconoce los errores y sentimientos no resueltos. Su intención es plasmar de forma más cruda y vulnerable el proceso de superar una pérdida o ruptura amorosa. Junto a la letra y melodía suave, permite resonar a quienes han experimentado una situación similar..

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Gracie Abrams, escribir *I Miss You, I'm Sorry* representa un ejercicio catártico, un medio para procesar y externalizar sus emociones. La letra nos habla sobre una relación donde fue genuinamente feliz pero se vió llena de problemas que hizo que algo cambiara repentinamente (SONGTELL, 2023).

La canción es un recordatorio de la complejidad de las relaciones humanas y del impacto que pueden tener en nuestra vida incluso después de haber terminado. Abrams convierte su dolor en arte, utilizando la música como un medio de sanación personal al hablar de temas como el arrepentimiento, fragilidad emocional y la dificultad de seguir adelante,.

Conducta que desempeña en la vida del autor:

Gracie Abrams y su carrera se caracteriza por ser una artista donde su música es

sumamente personal, sus letras reflejan sus emociones y vivencias más íntimas. Su tendencia a escribir canciones con una carga emocional intensa muestra una conducta recurrente en su proceso creativo: la introspección y la vulnerabilidad como pilares de su arte.

En *I Miss You, I'm Sorry*, esta conducta se manifiesta en la manera en que la cantante pone en palabras sentimientos complejos, logrando que su música sirva como un refugio tanto para ella como para sus oyentes. Su honestidad y sensibilidad han contribuido a su reconocimiento como una artista que no teme mostrar su fragilidad, estableciendo una conexión genuina con su público (SMF , 2024).

Forma de evaluar / Cultura / Época:

I Miss You, I'm Sorry refleja la cultura actual en la que las emociones y la salud mental ocupan un lugar central en las conversaciones públicas, y la música se convierte en una forma universal para abordar estos temas de manera abierta.

La manera en que Abrams busca plasmar el mensaje donde todos hemos experimentado el sentimiento de “tira- y- afloja” en una relación constantemente, permite conectar con los sentimientos de soledad y desconexión representativa de una generación que lidia con las complejidades de las relaciones interpersonales (Dice la canción, 2025).

La sinceridad y la emocionalidad con las que interpreta la letra ha sido un punto clave para su impacto, y sobretodo en la carrera de la cantante consolidándola como una de las voces más representativas de la nueva generación de artistas indie-pop.

4.1.7 Análisis Hermenéutico de la canción Famous Kanye West

Letra

Man, I can understand how it might be kinda hard to love a girl like me
I don't blame you much for wanting to be free

I just wanted you to know

Woo (woo)

Woo (woo)

Swizz told me let the beat rock (oh)

Oh

For all my Southside niggas that know me best

I feel like me and Taylor might still have sex, why?

I made that bitch famous (goddamn)

I made that bitch famous

For all the girls that got dick from Kanye West

If you see 'em in the streets, give 'em Kanye's best, why?

They mad they ain't famous (goddamn)

They mad they still nameless (talk that talk, man)

Her man in the store tryna try his best

But he just can't seem to get Kanye fresh

But we still hood famous (goddamn)

Yeah, we still hood famous

I just wanted you to know

I've loved you better than your own kin did

From the very start

I don't blame you much for wanting to be free (wake up, Mr. West)

I just wanted you to know (oh, he's up)

I be Puerto Rican day parade floatin'

That Benz, Marina del Rey coastin

She in school to be a real estate agent

Last month, I helped her with the car payment

Young and we alive (woo)

We never gonna die (woo)

I just copped a jet to fly over personal debt

Put one up in the sky

The Sun is in my eyes (woo)

Woke up and felt the vibe (woo)

No matter how hard they try (woo)

We never gonna die

I just wanted you to know (get 'em)

How you feeling right now?
Let me see your lighters in the air
Let me see your middle finger in the air
Let me see you act up in this motherfucker
How you feelin'? How you feelin'?
How you feelin' in this motherfucker? Goddamn
One thing you can't do is stop us now
Ayy
You can't stop the thing now
Man, it's way too late, it's way too late
It's way too late, you can't fuck with us
Woo, woo
To the left, to the right
I wanna see everybody hands in the air like this
Ayy

I just wanted you to know
I loved you better than your own kin did
From the very start
I don't blame you much for wanting to be free
I just wanted you to know

(West K. , 2016)

Intención que anima al autor:

La canción *Famous* de Kanye West, lanzada en 2016 como parte de su álbum *The Life of Pablo*, es una declaración provocadora sobre la fama, la controversia y la percepción pública de las celebridades. La intención principal del autor es reflexionar como su personalidad puede ser difícil de amar por el querer ser libre. Busca desafiar las normas culturales y generar debate sobre la intersección entre la celebridad mencionada (Taylor Swift), la rivalidad y el reconocimiento en la industria del entretenimiento

Además, *Famous* es una crítica a la naturaleza efímera de la fama y el impacto que tiene en las relaciones personales. Con líneas controvertidas y referencias a su histórica disputa con Taylor Swift, Kanye busca provocar reacciones y reafirmar su lugar en la cultura pop como un artista transgresor que no teme abordar temas polémicos (John Hill, 2016).

Significado que tiene la acción para el autor:

Para Kanye West, la acción de crear *Famous* representa un ejercicio de autoafirmación y de control sobre su narrativa. Habla sobre la percepción que tiene este ante la fama, sus conflictos con críticos e incluso la famosa disputa entre Taylor Swift y él.

La acción de producir esta canción también tiene un significado artístico dentro del desarrollo de su carrera. Kanye West ha sido conocido por su capacidad de fusionar la música con la provocación cultural, y *Famous* es una extensión de esa estrategia. Más allá de su contenido polémico, la canción también es una exploración de la relación entre el arte y la controversia, lo que refuerza su identidad como artista disruptivo (Tovar, 2022).

Conducta que desempeña en la vida del autor:

A lo largo de su carrera, Kanye West ha adoptado una conducta caracterizada por ser disruptivo. *Famous* es una manifestación más de su tendencia a usar su música como un medio para generar diálogo y, en muchos casos, controversia. La canción refleja su forma de interactuar con la industria musical, donde la fama y la notoriedad son herramientas que él maneja para mantenerse en el centro de la conversación cultural (Amondaray, 2023).

Esta conducta también se alinea con su historia de desafiar las normas establecidas y de redefinir los límites del arte en la música popular. Kanye West ha sido un artista que se reinventa constantemente, y *Famous* es una pieza clave dentro de su narrativa de provocación, autenticidad y desafío a la censura.

Forma de evaluar / Cultura / Época:

Famous surge gracias a la nueva era digital y redes sociales, donde las polémicas en el mundo del espectáculo surgen en cuestión de minutos. La canción surge en un momento en que Kanye West ya no solo se construye a través del talento, sino también a través de la atención mediática y la controversia.

El lanzamiento de la canción y su video musical generaron distintas reacciones, reflejando cómo la sociedad actual consume la fama y la polémica. Esto West lo usa a

su favor, ampliando su influencia y asegurándose de que su música no solo sea escuchada, sino también foro de discusión (Morgan, 2023) .

Famous es una canción que su principal objetivo es plasmar como es el mundo de la fama, la moralidad pública y sobretodo exponer su rivalidad con artistas dentro del medio, es una demostración de que la fama es una construcción personal pero al mismo tiempo el público juega una pieza fundamental.

4.2. Informe de focus group

En cuanto a los focus group se dividieron en dos, dos grupos donde las personas implicadas eran fans de Taylor Swift y otros dos grupos donde las personas simplemente no les gustaba la música de la artista o no la consumían, con el objetivo de captar las distintas perspectivas que contrastan sobre la gran diversidad de reacciones emocionales y cognitivas.

A continuación se presentaran los cuatro focus group.

4.2.1 Realización de focus group 1 con personas que no consumen la música de Taylor Swift

Fecha: Lunes 22 de Abril 2024

Duración: 40 min

Lugar: Universidad Vasco de Quiroga, Campus Santa María, Morelia.

Horario: 15 – 17:00 Hrs

Moderador: Maripaz Valentina González Castillo y Christian Hernández Quiroz

Participantes:

- Ximena Xolapa
- Rodrigo González
- Juan Pablo Portillo
- Omar Pimentel
- Marcela Lazcano



Dinámica: Exposición a los audios de las canciones de Taylor Swift y dinámica de preguntas y respuestas.

Transcripción de la dinámica:

Valentina: Hola buenas tardes, yo soy Valentina González y el día de hoy haremos un focus group para mi proyecto de investigación de tesis el cual el tema es El manejo de la comunicación persuasiva para la conexión emocional con los swifties de Morelia, muchas gracias por venir. La dinámica consiste en realizarles una serie de preguntas y también les pondremos unas canciones en base a una encuesta previamente realizada, ustedes solo contestaran las preguntas y mi compañero Christian Hernández será el moderador, muchas gracias comenzamos.

Christian: La primera pregunta es ¿Por qué no consumen la música de Taylor Swift?

Ximena: No es mi género favorito

Rodrigo: No me identifico

Marcela: No me llama la atención

Omar: Tampoco me gusta, bueno solo me gusta 1989, ese álbum

Ximena: Es que algunas me suenan igual

Christian: ¿Tienen alguna percepción en particular en música basada en lo que han escuchado o visto en medios?

JP: Pues que habla mucho sobre sus relaciones amorosas, desamor, ruptura, el sentirse con el corazón roto y revancha, empoderamiento femenino

Ximena: A mi me gusta el concepto que maneja acerca del empoderamiento femenino, pero, simplemente es un género con el que no me siento identificada, no me molesta escucharla, las canciones que conozco de ella son los hits que ponen en la radio como Bad Blood, Blank Space pero, no se mucho acerca de su vida y no me interesa saber que hay detrás de sus canciones a pesar de que es un fenómeno. No es un artista que me interesa

Rodrigo: Sus canciones son atemporales, se basan en la tendencia de la época

Omar: Cada álbum que saca se convierte en un evento para tirarle a alguna expareja, muchas de sus canciones son puras tiraderas

Marcela: Lo que he escuchado de ella es que todas las letras tienen el mismo concepto, no me encanta su voz, tiene una fórmula que ha repetido a lo largo de toda su vida

Valentina: Ahorita les vamos a poner unas canciones, unas de Taylor Swift y otras que van relacionadas con ella y ustedes nos van a platicar que emoción les transmite o si lo asocian con alguna vivencia, comenzaremos con esta canción.

Aquí el moderador reprodujo *Blank Space* de Taylor Swift.

Ximena: Las canciones que son musicalmente sencillas o más digeribles para el público tendrán más alcance. No me desagrada, pero de yo ponerme a escucharla por decisión propia jamás, la música que escucho necesito hacer catarsis, entonces con Taylor Swift no pasa, no canaliza mis emociones

Rodrigo: No me gusta ni me transmite nada, me da flojera

Marcela: es la misma tonalidad, me acuerdo del video, pero no me provoca nada

Ximena: Una cosa es que digas “ah es buena” y otra cosa es que me guste, o sea esta buena pero no me gusta

El moderador explica el cambio de música e introduce a los participantes un dato acerca de la musicoterapia el cual es que la música impacta directamente al cerebro en cuanto al estado de ánimo, cambia de canción a ‘Cardigan’ de Taylor Swift.

Valentina: Chris ya la sintió. ¿Les provoca alguna emoción?

Ximena: Triste no me hizo sentir, como los beats o instrumentos que usan son digitales, se escucha todo muy digital

Marcela: Es cierto, se escucha un piano muy digital y no me provoca ninguna emoción

Christian: ¿Les recuerda a algo que vivieron?

Marcela: No

Ximena: Me es completamente indiferente

Marcela: ¿Es de lo más triste que tiene Taylor Swift?

Valentina: En base a la encuesta que contestaron sí, pero por parte de la discografía de la artista no

Omar: El piano que ponen es como para transmitir nostalgia o algo

JP: El coro me gustaría leerlo para poder entenderlo.

Rodrigo: No me provoca nada, solo me hace sentir reflexivo.

JP: Me recordó un poco a como inició mi relación con mi actual pareja, en cuanto a la letra ya que lo asocie con ese momento de mi vida

El moderador Christian Hernández le explico a los participantes un contexto sobre la canción para ver si eso podría afectar o cambiar la percepción de los mismos, sin embargo, ninguno de los participantes cambió de opinión. Después se les puso otra canción la cual no era de la artista sin embargo tenía una relación con la misma gracias a una polémica, misma polémica se le explico a los participantes, la mayoría ya conocía en contexto, acto seguido se reprodujo la canción *Famous* de Kanye West.

Christian: ¿Les provoca algo?

JP: Esta chida

Ximena: ¿Canta Rihanna?

JP: Sí es Rihanna. Lo importante es entender la letra de la canción para entender la relación con Taylor.

Christian: ¿Les provoca alguna emoción, algún recuerdo?

Marcela: Me recuerda a 2015, cuando tenía 14.

Omar: Yo me enteré de que Taylor Swift sí dio autorización a la canción, pero ya cuando salió la canción Taylor se retractó. Kim Kardashian subió una llamada sobre eso.

Ximena: ¿Pero qué letra enseñó?

JP: Nada más le dijeron que la iban a mencionar, pero no le dijeron qué, pero se lo tuvo que haber esperado. Habla de Taylor Swift, que Kanye la hizo famosa. Creo que, no sé si estoy de acuerdo con eso ya que Kanye siente que todo lo que toca se hace oro, pero no.

Valentina: ¿Ustedes creen que la gente que es fan de Kanye West es obligatorio que odie a Taylor Swift o puede ser punto medio?

JP: Todo lo contrario, yo como fan de Kanye no odio a Taylor, en cambio un fan de Taylor si tiene un odio hacia el artista casi inexplicable, le podrías decir a su fandom ook odias a Kanye pero dime un álbum de él y no te saben decir, a diferencia de mi como fan de Kanye si te podría mencionar la discografía de Swift.

Omar: Si, también. Hablando del fandom de Taylor siento que están muy poderosas, por ejemplo, en el último álbum de Kanye se mencionó a Taylor Swift y las swifties se quejaron en Twitter y se pusieron muy agresivas.

Rodrigo: De hecho, es de los peores fandoms, son muy agresivas.

El moderador reprodujo la última canción explicando la relación Taylor Swift, ya que fue de una artista telonera del *Eras tour*, la canción se titula *I miss you, I'm sorry* de Gracie Abrahams.

Ximena: Como que quiere imitar la voz de Taylor Swift

Rodrigo: en general todos los artistas tienen un estilo muy similar, esta cantante tiene una voz muy genérica

Ximena: Hay de pop a pop, hay un pop del estilo de Taylor Swift donde entran artistas como esta chica que toca muy similar a ella, pero también hay otro tipo de pop

Christian: ¿Les provoco algo la canción?

Ximena: Me dio mucha flojera

JP: igual a mi, yo no la escucharía

Marcela: tampoco conecté

Valentina: Ya para finalizar este focus group ¿consideran que la música tiene un impacto en sus emociones y en sus relaciones interpersonales?

JP: Sí, la música te hace sentir todo, desde sensaciones físicas hasta mentales

Rodrigo: ¿Qué sería de nuestra vida sin música?

Ximena: Para mí la música ha influido en muchísimas cosas de mi personalidad, desde mi adolescencia hasta ahora, en cuanto a mis relaciones interpersonales, me han ayudado a conectar con personas distintas. Por ejemplo, en los conciertos se me hace una cosa bien mágica porque a pesar de que estes con desconocidos inconscientemente conectas por el mismo gusto hacia la banda o artista.

Omar: La música es como un potenciador de cómo te sientes, porque obviamente si estas triste escuchas música que te alegre. En cuanto a los conciertos te ayuda a unirte a extraños, la música ayuda mucho a conectar con las personas.

Ximena: Es subjetivo que música, ya que por ejemplo a mí, no me hace feliz la misma música que a ti, la música que a mí me hace feliz a ti te puede poner triste o viceversa, ya que están muy relacionadas las canciones con nuestras vivencias

Marcela: Pues se supone que cuando estas triste escuchas música feliz, son frecuencias que impactan en nuestro cerebro

JP: No porque escuchas música triste cuando estas triste y te ayuda a sentirte feliz, es como una catarsis

Marcela: Pero para cortar la tristeza de golpe escuchas música feliz, si escuchas música triste cuando estas triste ahí no se esconde la tristeza

Rodrigo: Es que no necesariamente debemos escuchar música triste para dejar de estar triste, es escuchar música que a ti te ayude en tu estado de ánimo. Porque por ejemplo estoy feliz y escucho cosas nada que ver

Omar: Es gracioso que hay música en ingles que luego no entiendes y aún así te impacta el ritmo, por ejemplo, 'Pumpet off kids', de niño no sabías lo que significaba y por el ritmo lo asocias a algo alegre, pero creces y entiendes la letra y entiendes que no es alegre, entonces sí.

4.2.2 Focus group 2 con personas que no consumen la música de Taylor Swift

Fecha: Lunes 21 octubre 2024

Duración: 40 min

Lugar:Starbuck Santa María, Morelia Michoacán.

Horario: 15 – 17:00 Hrs

Moderador: Maripaz Valentina González Castillo

Participantes:

- Ricardo Lopez
- Ingrid Cisneros
- Alejandra Díaz
- Miguel Madrigal

Dinámica: Exposición a los audios de las canciones de Taylor Swift y dinámica de preguntas y respuestas.

(Los participantes no accedieron a una foto por respeto a su privacidad)

Valentina: Hola buenas tardes, soy Valentina González, les doy la bienvenida al focus group numero dos para mi proyecto de investigación de tesis el cual el tema es“La conexión emocional con los swifties de Morelia y las letras de Taylor Swift”, muchas gracias por venir. La dinámica será realizarles una serie de preguntas y también les pondremos unas canciones en base a una encuesta previamente realizada, ustedes solo contestaran las preguntas.

La primera pregunta es ¿Por qué no consumes la música de Taylor Swift?

Ingrid: Nunca me ha llamado la atención. Creo que es porque suelo asociar su música con algo más en tendencia o comercial, y yo prefiero artistas más independientes.

Miguel: No es mi estilo. Prefiero la música en español, especialmente música regional mexicana como corridos o banda.

Ricardo: No es que tenga algo en contra de su música,solo no me llama la atención. Su estilo no coincide con los géneros que escucho normalmente, como rock o reggaeton.

Ale: No es que no me guste, simplemente no conecto con ella, como que siento que es música que suena mucho en tiktok hasta que te harta.

Valentina: okey y ¿Qué percepción tienen sobre la música de Taylor Swift basada en lo que has escuchado o visto en medios?

Ale : Sus letras son demasiado personales como si fuera un diario abierto y me parece interesanet aunque también siento que es un tanto repetitivo

Ingrid: Si justo, como que sabe que es lo que se pone en tendencia y lo repite muchas veces.

Ricardo:Yo la verdad siento que siempre habla sobre desamor o sus exe's, todas las canciones que he escuchado de ella es sobre ese tipo de temas.

Miguel: A mi me parece interesante la estrategia de marketing que tiene, por que su música pues es conocida y tendencia en muchos lados, pero el marketing que maneja es bastante interesante.

El moderador les explico la dinámica donde fueron expuestos a distintas canciones de la artista o relacionadas con la artista con el proposito que expresaran lo que les provoca escuchar dicha canción, la primera canción fue All too well de Taylor Swift.

Ale:Ubico esa canción por tiktok y siempre que la escucho me da sensación de melancolía bonita, no entiendo lo que dice por que no hablo ingles, pero siento que transmite mucho.

Ingrid: Si totalmente de acuerdo con ale, da muchisima melancolía. La letra y la voz tienen un tono que te hace reflexionar e incluso podrías llegar a identificarte con una relación tóxica.

Miguel:Para mi es una canción lenta y pesada emocionalmente. No es mi estilo y siento que es muy personal, como si me estuviera contando

Ricardo: Me tranquilizo, siento que es una canción baste relajada y llena de nostalgia. Nunca la había escuchado.

Se les preguntó a los participantes si asociaban la canción con alguna vivencia personal a lo que los cuatro participantes contestaron no al unísono. Pasaron a la siguiente canción de la dinámica y aquí el moderador reprodujo *Blank Space* de Taylor Swift.

Ricardo: Ay esa canción me recuerda a cuando iba en prepa ¿de que año es esa canción, 2014?

Ingrid: Si, 2014. Yo iba en secundaria y sonaba en todos lados, creo que es la única canción que acepto que me gusta

Ricardo: No sabía que era de la mona esa

Todos los participantes rieron ante el comentario de Ricardo.

Miguel: Esa canción de tanto que la escuche me hartó, en todos lados sonaba, en el súper, en la radio, en cualquier tienda, incluso cuando veía la tele salía en Telehit

Ale: x2, no me gusta nada, además solo se desquita con su ex

Ricardo: ¿Apoco? Es que no se inglés, no sabía que decía eso

Valentina: ¿entonces a la mayoría el sentimiento que les evoca es nostalgia?

Todos respondieron sí.

El moderador reprodujo la siguiente canción la cual fue *I miss you, I'm sorry* de Gracie Abrahams, al principio todos hicieron cara de confusión hasta que un participante preguntó si era Taylor Swift.

Miguel: ¿es Taylor o solo canta igual?

Ale: Suena como Taylor

Valentina: No, es una artista que fue telonera del concierto de Taylor Swift, se llama Gracie Abrahams ¿les provoca alguna emoción o algún recuerdo?

Ingrid: no pues ni la topo

Ricardo: x2, suena bien triste

Ale: x3

Miguel: x4, ya me dio hueva

Valentina: Ok, para finalizar este focus group ¿consideran que la música tiene un impacto en sus emociones y en sus relaciones interpersonales?

Ricardo: Si, un día me dolía muy feo la cabeza y puse una rolita de reggaeton y me dejo de doler la cabeza, fue cuando dije wow me gusta el reggaeton

Ingrid: Obviamente, incluso cuando vas a fiestas y esta alguna canción es mucho más fácil socializar

Miguel: A mi la música me relaja, cuando estoy estresado o tenso o haciendo incluso alguna tarea de mi escuela me resulta más fácil

Ale: Sí, totalmente. La música puede cambiar tu estado de ánimo y ayudarte a procesar emociones que ni siquiera sabías que tenías.

Ingrid: yo sigo impactada en como una canción de reggaeton ayudo a ricki a que le dejara de doler la cabeza

Ricardo: Fue mágica, cuando me siento triste o estresado como Mike me relajo machin escuchando a Maluma

4.2.3 Focus Group 3 Fans de Taylor Swift

Fecha: Jueves 9 de mayo de 2024

Duración: 16 min

Lugar: Universidad Vasco de Quiroga, Campus Santa María, Morelia.

Horario: 15 – 17:00 Hrs.

Moderador: Maripaz Valentina González Castillo

Participantes: Dos de los participantes no pudieron asistir por cuestiones externas

- Christian Hernández
- Santiago Jiménez
- Efrén Villa

Dinámica: Exposición a los audios de las canciones de Taylor Swift y dinámica de preguntas y respuestas



Valentina: Hola muy buenas tardes, me presento soy Valentina González y este es el tercer focus group de mi tema de investigación de tesis titulado “La conexión emocional con los swifties de Morelia y las letras de Taylor Swift”. La dinámica de hoy consiste en realizar una serie de preguntas y también les pondremos unas canciones en base a una encuesta previamente realizada, ustedes solo contestaran las preguntas.

La primera pregunta es ¿qué es lo que más les atrae de la música de Taylor Swift?

Santiago: A mí me empezó a gustar por el disco de *Folklore* y lo que más me gusta son las letras tristes. Me gusta la música triste, entonces eso fue lo que me agradó, sus letras.

Christian: A mí es algo similar. O sea, yo me acuerdo haberla escuchado por primera vez en el concierto de los *Jonas Brothers* de 2009, pero cuando vi el video de *I knew you where trouble* y pues ahí me di cuenta que, me empezó a gustar, igual con el disco de *Folklore* me acerque aún más. Y así fue como que dije “oh me dan ganas de escuchar la música de Taylor Swift”.

Efrén: En mi caso la primera vez que la escuché fue en secundaria con su canción *Blank Space* y en esa época la ponían mucho en la radio. No me considero swiftie pero me gusta la música de Taylor.

Valentina: ¿Han experimentado cambios en su estado emocional al escuchar las canciones de Taylor Swift?

Santiago: A veces sí. Me empezó a pasar más después del concierto, por que escuchaba las canciones del concierto, me trae ese recuerdo y me emociono.

Christian: A mí también, o sea no diría que todas, pero si me atrapan en especial una que otra del último álbum como *I hated here*

Santiago: Yo también

Efrén: Ese álbum está buenísimo. En mi caso al momento de escuchar canciones más movidas de Taylor me siento como más activo.

Valentina: ¿Creen que este sentir las canciones ya les había pasado con algún otro artista o fue hasta que conocieron a Taylor Swift?

Santiago: A mi si con *Billie Eilish*.

Christian: Pues si con varios como *Greyson Chanse* o *Sabrina Carpenter*

Efren: Igual como con *The Beatles*

Aquí el moderador explica la dinámica de reproducción de canciones y que los participantes tendrán que platicar que emoción les transmite o si lo asocian con alguna vivencia, la primera canción que se reprodujo fue *You Belong with Me* de Taylor Swift.

Valentina: ¿La asocian con algún momento o sentimiento?

Santiago: Pues a mi felicidad, es que mi outfit del concierto de ese video entonces me trae recuerdos de ese día

Christian: A mí también felicidad, no recuerdo algo en específico, pero es que es muy buena

Efrén: El video, literal es lo que más marcó a los 2010's

Christian: Yo si pensaba que era otra chava la castaña

El moderador comento que la siguiente canción iba por la misma vibra, fue *All Too Well* de Taylor Swift.

Christian: Yo como que con esa canción no me identifico tanto o será que no la escucho tanto, o sea si está buena pero no como otras que sí me gustan; más bien me recuerda a mi novia haciendo galletas.

Santiago: A mí me recuerda Halloween, a *Sadie Sink* pero por el cortometraje.

Efrén: A mí no me recuerda a nada, no la había escuchado esa canción.

El moderador explica el contexto de la siguiente canción ya que no era de Taylor Swift sino de un artista con quien tuvo una polémica muy conocida. Fue *Famous* de Kanye West. Los participantes comenzaron a reír cuando se reprodujo.

Santiago: A mí me da mucha risa esa canción, por los memes y porque siempre que estoy con mis amigos la ponen.

Christian: Yo me acuerdo cuando salió la canción.

Efrén: ¿A poco te acuerdas?

Christian: Es que me acuerdo de que fue por vacaciones y estaba con mis hermanos y mi primo que le gusta Kanye West, entonces el la escucho bien emocionado y yo no entendía por qué le tiran *hate* a Taylor. Ahorita me da risa

Efrén: Yo no conocía el contexto de la canción, pero está buena. No me provoca nada, solo me gustó.

Valentina: ¿Ustedes creen que por ser fan de Taylor no les puede gustar Kanye West o este tipo de artistas que han tenido alguna polémica con la artista?

Santiago: Yo digo que sí se puede, o sea cuando estoy solo, escucho a Kanye o a Drake.

Christian: A mí no me gusta Kanye, pero no tengo ningún conflicto, yo creo que eso afectaba más cuando sucedió el acontecimiento, pero ahora no.

Efrén: Siento que hay que separar al artista del arte ¿no? Porque no por un rumor o conflicto dejarás de consumir su música.

Santiago: Exacto. Es como más problema entre los artistas.

Valentina: ¿Y, por ejemplo, las personas que son parte del fandom y que sí asocian mucho estos hechos que luego tiran *hate* si uno escucha a estos artistas, a ustedes les afecta este *hate* por parte del fandom?

Santiago: Me da risa, siento que es muy ridículo

Christian: A mi igual me da mucha risa como con los fandoms cuando se ponen intensos, pero no me afecta.

El moderador reprodujo la última canción la cual fue Cruel Summer de Taylor Swift

Santiago: Me recuerda mucho al año pasado porque fue cuando estuvo el *hype* de esa canción. O sea, luego me salen tiktoks de la canción en relación con el concierto y me sorprende porque aún no puedo creer que sí vino y yo estuve ahí.

Christian: Me recuerda igual al año pasado, sobre todo el verano, porque mi novia la ponía un montón.

Efrén: Me gusta la canción; me transmite mucha alegría. Creo que al igual que Chris me recuerda al verano por que fue el *hype* de la canción.

El moderador dio fin a la dinámica de las canciones y continuo con las preguntas finales.

Valentina: ¿Ustedes consideran que la música de Taylor Swift ha tenido influencia en sus relaciones interpersonales y su manera en la que se comunican con los demás?

Santiago: Sí, o sea en mi familia pues ya todos me recuerdan con Taylor Swift y ya nadie quiere escucharla porque siempre la pongo. E igual siento que las personas a mi alrededor me ubican con eso.

Christian: En mí si influyó sobre todo cuando salió 'Folklore' pues ahí influyo más porque cuando salió en Disney una sesión en vivo del álbum lo ponía diario en mi casa. Además, me identifiqué porque ella me motivó a escribir mis pensamientos.

Efrén: En mí no influye porque creo que hasta las personas les sorprende que me guste Taylor Swift; suelen relacionarme con otros artistas.

Valentina: ¿Ustedes creen que la música afecta en su estado de ánimo?

Santiago: Sí, cuando escucho 'Folklore' a pesar de que es música triste, a mí me tranquiliza, es como mi álbum confort.

Christian: A mí me gusta mucho la música triste pero no es como que me ponga triste, al contrario, me relaja; me hace sentir aliviado.

Efrén: La música pues en mí afecta más o menos, ya que muchas veces la música me ayuda a ambientar momentos en mi vida que no tienen un impacto tan directo, sino que lo complementa.

Valentina: ¿Han encontrado en las letras de las canciones de Taylor Swift cómo expresar sus emociones y experiencias personales?

Santiago: Yo creo que con cualquier artista uno intenta identificarse con las canciones entonces creo que sí.

Christian: Sí, ya que como dije previamente me motivó a la cuestión de escribir mis propios sentimientos, entonces sí.

Efrén: Claro, muchas veces es un complemento para relacionarte con las personas o en cómo te sientes

Christian: 100%, como que depende del momento también.

Santiago: Si como que depende también el día o la vibra del mismo.

4.2.4 Focus Group 4 Fans de Taylor Swift

Fecha: Miercoles 13 de noviembre 2024

Duración: 40 min

Lugar:Starbuck Santa María, Morelia Michoacán.

Horario: 15 – 17:00 Hrs

Moderador: Maripaz Valentina González Castillo

Participantes:

- Yazmin Ríos
- Angeles Mauricio
- Angel Guzman
- Sebastian Rivera

Dinámica: Exposición a los audios de las canciones de Taylor Swift y dinámica de preguntas y respuestas.

(Los participantes no accedieron a una foto por respeto a su privacidad)

Valentina: Hola buen día, me presento a pesar de que la mayoría aquí me conozca, soy Valentina González y este es el cuarto focus group de mi tema de investigación de tesis titulado “La conexión emocional con los swifties de Morelia y las letras de Taylor Swift” A continuación, les realizaré una serie de preguntas que ustedes tendrán que responder. La primera pregunta es ¿qué es lo que más les atrae de la música de Taylor Swift?

Yaz: A mi me atrae la autenticidad con la que escribe. Sus letras son como si supiera exactamente que es lo que estoy sintiendo.

Angel: Su capacidad de evolucionar, la sigo desde su primer disco debut y ver la evolución de country a pop me hizo sentir como si hubieramos crecido juntos.

Angie: A mi me gusta la música de la artista, no me considero su fan, sin embargo me gusta una que otra canción y algo que admiro es lo que cuentan sus historias.

Sebas: Igual que angie, me gusta mucho la narrativa de las historias y como lo mezcla con situaciones que cualquier persona podría vivir.

Valentina: Ok y ustedes ¿Han experimentado cambios en su estado emocional al escuchar las canciones de Taylor Swift?

Angie: Fijate que no, no se si sea por que no soy tan seguidora de la artista o por que no he sentido que he vivido algo similar pues no. Pero si me sirve mucho escucharla para relajarme o trabajar

Sebas: ¿neta no te llegan canciones como All too well o The archer?

Angie: no jajajajaja, bueno All too well es de mis favoritas por el videoclip que sale Dylan O'Bryan pero no me hace llorar

Yaz: A mi si me hace sentir demasiado, por ejemplo cuando era chiquita cuando escuchaba Shake It Off me subía mucho el ánimo y creo que a la fecha me recuerda a eso.

Angel: Yo siento mucho "Enchanted" me hace volver a creer en el amor

Valentina: Que bueno que las canciones de Taylor los haga sentir cosas, ahora la dinámica sera que les reproducire un par de canciones y ustedes tendrán que comentarme que emocio n les transmite y/o si lo asocian con alguna vivencia. La primera canción que se reprodujo fue *You Belong with Me* de Taylor Swift.

Angel: A mi me recuerda mucho a mi infancia, cuando lo vi por primera vez en Telehit el video musical

Yaz: ay yo también lo veía mucho en MTV, me encantaba esa canción

Angie: Esa canción me da una sensación entre calma y felicidad, es como mi lugar seguro

Sebas: es de las más conocidas de Taylor creo, me gusta mucho la verdad, de mis favoritas

Todos compartieron la misma opinion de Sebas en que era su canción favorita, el moderador explica que la siguiente canción es un poco más lenta y reproduce "Cardigan"

Angie: Ay con esa canción llo ro jajajajaja, me pone muy sentimental

Yaz: ¿verdad que si? Me llega mucho la parte cuando dice “when you are young they assume you know nothing?”

Valentina: ¿por que te llega?

Yaz: por que no se, pasa mucho eso que cuando eres joven las demás personas te dicen “ay que vas a saber estás muy bebe” pero nadie sabe lo que pasamos, o lo que pasa por la mente de cada persona

Angel: wow, cardigan pone reflexivos a todos

Sebas: x2, es como si le hubiera contado a Taylor como me siento y escribio eso

El moderador prosigue a poner la siguiente canción, explicandoles que era de una artista llamada Grace Abrams quien fue telonera de la artista y por ello atrajo viralidad, la canción es “I miss you, im sorry”

Yaz: Yo había escuchado de ella una canción en tiktok que creo se llamaba similar, I love you i´m sorry, esa me gusta mucho y esta la siento más relajada

Angie: a mi equis, esta agradable pero no sería algo que escucharía todos los días.

Angel: a mi la verdad no me gusto mucho, a pesar de que es muy similar a Taylor no se no me fascina

Sebas: Wow, estan poniendo canciones muy personales ya basta. Según yo se la hizo a su mejor amiga pero siento que aplica en general para cuando quieres mucho a alguien como en plan romantico o de amistad o incluso familiar.

Valentina: ok esa fue la última canción para finalizar la dinámica, ¿Ustedes consideran que la música de Taylor Swift ha tenido influencia en sus relaciones interpersonales y su manera en la que se comunican con los demás?

Angie: en mi no tanto, o sea no siento que influya lo que escucho a como me relaciono con los demás, de echo nadie se imagina que me gusta Taylor Swift

Sebas: en mi influyo repentinamente, por que antes pues no me gustabanada pero me empezó a salir muchisimo en tiktok y me empezó a gustar más. Mi familia y amigos ya me hacen burla por ello

Angel: a mi sí, creo que sus canciones me han enseñado a ser más abierta sobre mis emociones, especialmente en mis amistades.

Yaz: yo siento que en mi me han hecho más consciente de cómo mis emociones se manifiestan, cómo afectan a los demás y hasta en como canalizarlas

Valentina: podrían decir entonces que la artista afecta en como es su estado de ánimo? Todos respondieron al unísono que si, sin mayor explicaciones.

Valentina: para finalizar este focus group, ¿Han encontrado en las letras de las canciones de Taylor Swift cómo expresar sus emociones y experiencias personales?

Sebas: podría decirse que sí, a decir verdad fue uno de los factores del por que me empezó a gustar

Yaz: yo siento que si, pero no solo ella, sino también que otros de mis artistas favoritos me ayudan mucho

Angie: no lo había visto así, pero si

Angel: Sí, muchas veces comparto frases de sus canciones porque encapsulan perfectamente lo que estoy viviendo.

4.3 Análisis de focus group

Conforme a la metodología que se expuso para el desarrollo de esta tesis, Tambiénse realizaron dos focus group para poder evaluar los impactos de las canciones de Taylor Swift antes las audiencias descritas, los días 22 de abril y el martes 7 de mayo de 2024, a través de dos grupos de control, dentro de las instalaciones de la Universidad Vasco de Quiroga.

Los hallazgos encontrados fueron los siguientes:

4.3.1 FOCUS GROUP 1 y 2 : personas que NO consumen la música de Taylor Swift

Pregunta 1: ¿Por qué no consumes la música de Taylor Swift?

En esta primera pregunta los participantes emitieron respuestas muy diversas, ya que en ambos focus group afirmaban que no era su tipo de género, que no se identificaban con sus canciones, que no les llamaba la atención, o que simplemente no se identificaban.

Pregunta 2: ¿Tienen alguna percepción en particular en música basada en lo que han escuchado o visto en medios?

En esta pregunta, en el primer focus group emergieron en empate por parte de los participantes en la misma escala tanto el empoderamiento femenino, como la ruptura de pareja. En otros rangos lo asociaron a que son canciones atemporales, que hablan de revancha, corazón roto, desamor, y relaciones amorosas.

En cuanto al segundo focus group, este valoró su autenticidad emocional, destacando sus letras al decir que parecen “un diario abierto”. Sin embargo también se recalcó su temática centrada en desamor y relaciones pasadas, así como su estrategia de marketing efectiva.

Pregunta 3: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Blank Space?

Una vez expuestos a la canción “**Blank Space**”, se les preguntó acerca de las emociones que ésta les provocaba. En general, el resultado no fue de simpatía en torno a la canción, ni les transmitía alguna emoción.

El segundo grupo también fue expuesto ante esta canción y en general el resultado fue un fuerte sentimiento de nostalgia, ya que la mayoría del grupo lo asocio con su juventud y su popularidad en el año en que salió.

Pregunta 4: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Cardigan?

En cuanto a la canción de ‘Cardigan’, en el primer focus group aunque a tres les fue indiferente, al resto sí les provocó alguna emoción, evocando sentimientos de nostalgia o tristeza, o memorias de vivencias personales como se muestra a continuación

Pregunta 5: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Famous?

Ante la canción de “Famous” con Kanye West, dentro del primer focus group sólo dos personas evocaron sentimientos positivos, pero el grupo comenzó a platicar en torno a el fenómeno fandom de Taylor Swift, y su relación polémica con Kanye West.

La mayoría coincidió en cuanto a como es la relación del fandom ante estas actitudes de rivalidad que carecen de un fundamento sólido más allá de la narrativa mediática que se encuentra.

Pregunta 6: ¿Qué emoción les transmitió escuchar I miss you, I’m sorry?

Después se les expuso a la canción “I miss you, I’m sorry” de Gracie Abrahams, (recordar que fue seleccionada en la encuesta), y en general tampoco les agradó

Sin embargo el segundo focus group se sintieron confundidos ya que pensaban que se trataba de Taylor Swift por la similitud con la artista Gracie Abrams. La mayoría no sintió una conexión emocional con la canción incluso resaltandola como aburrida.

Pregunta 7: ¿Qué emoción les transmitió escuchar All too well?

El segundo focus group le generó una sensación de melancolía y nostalgia. La mitad la relaciono con emociones profunda que incluso sin entender la letra comprendian el tono reflexivo. En cuanto a la otra mitad la percibió lenta, relajante y emocionalmente intensa.

Pregunta 8: ¿Consideran que la música tiene un impacto en sus emociones y relaciones interpersonales?

Y para concluir la sesión, cuando se les preguntó si consideraban que la música tiene un impacto en sus emociones y en sus relaciones interpersonales, todo el primer focus group respondió que sí:

Y se debatió sobre de qué manera lo hace: hubo quienes expresaron que, desde la parte emocional y física, si cuando se está en estados de tristeza se escucha música alegre o a la inversa, y también evocaron memorias de sus impresiones de conciertos, o de la infancia de aquellas canciones que aún sin entenderlas por estar en el idioma inglés, el ritmo les parecía alegre.

En cuanto al segundo focus group coincidieron en que la música influye significativamente en su estado de ánimo y capacidad para socializar, sin importar el genero o artista, todo el grupo coincidio que la música no solo es un medio de entretenimiento, sino también una herramienta emocional y social importante.

4.3.2 FOCUS GROUP 3 y 4: personas que Sí consumen la música de Taylor Swift

Pregunta 1: ¿Qué es lo que más les atrae de la música de Taylor Swift?

La primera pregunta que se les hizo fue: ¿Qué es lo que más les atrae de la música de Taylor Swift?, a lo que la mayoría del focus group 4 lo asoció con la tristeza que refleja en la letra de sus canciones y que desde el primer minuto que la escucharon les gustó.

El segundo focus group destacó la autenticidad de las letras y su evolución musical, generando una conexión emocional profunda con los diversos oyentes.

Pregunta 2: ¿Han experimentado cambios en su estado emocional al escuchar las canciones de Taylor Swift?

Cuando se les preguntó si han experimentado cambios en su estado emocional al escuchar las canciones de Taylor Swift, tanto el focus group 3 y 4 respondieron que sí, el cambio más constante es respecto a un álbum o al concierto. Incluso hubo quien citó que al escuchar algunas de sus canciones se siente más activo. Los testimonios reflejan el cómo la música de Swift puede evocar distintas respuestas a sus emociones dependiendo de la conexión con sus letras y/o melodías.

Pregunta 3: ¿Qué emoción les transmitió escuchar All too well?

Posteriormente se expuso al grupo a la canción "All Too Well", y dos terceras partes evocaron memorias, y una parte no

Pregunta 4: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Famous?

Ante la exposición a la canción "Famous" de Kanye West, a dos terceras partes les provocó risa, y a una, le fue indiferente, al observar la polémica en torno al conflicto entre Taylor Swift y Kanye West, se les preguntó si creían que por ser fan de Taylor no les puede gustar West o este tipo de artistas que han tenido alguna polémica con la artista, a lo que respondieron todos que no.

Se les cuestionó también si el 'hate' de los fandom afecta su percepción en torno a la música de TS, y dos terceras partes respondieron que les provocaba risa, y una tercera parte se abstuvo de responder.

Pregunta 5: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Cruel Summer?

Ante la exposición a la canción "Cruel Summer", el focus group sí evocó recuerdos, algunos al sivos a un verano, y otro a un concierto de la artista al que asistió. De manera complementaria, se les preguntó si consideraban que la música de Taylor Swift ha tenido influencia en sus relaciones interpersonales y su manera en la que se comunican con los demás. Dos terceras partes comentaron que sí, y una no.

Pregunta 6: ¿Qué emoción les transmitió escuchar I miss you, I'm sorry?

Al ser expuestos ante esta canción, el focus group 4 reconoció a la artista por su alcance en redes sociales. Sin embargo la mitad del grupo no les agrado la cancion y la otra mitas logró conectar con la canción por experiencias similares sin importar el contexto original.

Pregunta 7: ¿Qué emoción les transmitió escuchar You belong to me?

A esta canción fueron expuestos ambos focus group y experimentaron emociones bastante similares. Ya que el focus group 3 a la mayoría les genero felicidad y nostalgia así como el focus group 4 que a la gran mayoría les evoco nostalgia y un sentimiento de *confort*

Pregunta 8: ¿Qué emoción les transmitió escuchar Cardigan?

Los participantes reaccionaron ante esta canción como una canción emocional y profunda, conectando la mayoría especialmente on la frase "when you are young they assume you know nothing" demostrando el impacto emocional de la música de la artista y su capacidad para conectar con experiencias personales.

Pregunta 9: ¿Consideran que la música tiene un impacto en sus emociones y relaciones interpersonales?

Cuando se les preguntó si consideraban que la música afecta sus estados de ánimo, en el focus group 3 dos terceras partes contestaron afirmativo, y una tercera que más o menos.

Sin embargo en el focus group 4 todo el grupo respondió que afirmativo.

Pregunta 10: ¿Han encontrado en las letras de las canciones de Taylor Swift una forma de expresar sus emociones y experiencias personales?

Por último, se les cuestionó si han encontrado en las letras de las canciones de Taylor Swift cómo expresar sus emociones y experiencias personales, a lo que todos coincidieron que sí, aunque reconocieron que dependiendo del momento y del estado de ánimo

Conclusiones

De inicio se observa que en los cuatro focus group no hay posiciones extremas: los que no se identifican con las canciones de Taylor Swift, pueden sentir emociones, sobre todo con “Cardigan”, y los que son ‘swifties’, sí les gustan sus canciones, pero no todos canalizan sus emociones a través de las letras.

Las letras y las melodías tienen un efecto comunicativo, sin importar si el artista les gusta o no, respondiendo a la pregunta general de la investigación ¿Existe una conexión emocional entre la cantante Taylor Swift a partir de las letras de sus canciones y sus seguidores en Morelia, con que efectos?

Atendiendo esta misma pregunta es de llamar la atención que los cuatro grupos conocen a la artista, estaban al tanto del contexto de sus polémicas, por lo que se habla que sus estrategias de comunicación sí han logrado penetrar en los dos tipos de audiencia, sobretodo en los seguidores de la artista.

Sobre la segunda pregunta de investigación, ¿Qué dicen las letras de Taylor Swift y que patrones emocionales recurrentes en los seguidores y no seguidores de Taylor Swift al exponerse a sus canciones?, se observan emociones como tristeza y felicidad; nostalgia, y reflexión.

En lo que toca a la tercera pregunta de investigación, ¿Qué tipo de asociaciones cognitivas, emocionales y vivenciales tienen los seguidores de Taylor Swift a partir de sus canciones, desde una perspectiva psicológica?, éstas varían: desde haber asistido a un concierto, sus relaciones de pareja, el verano, o incluso un cortometraje de la artista.

Adentrándonos para desglosar específicamente las respuestas observadas en el Focus Group 1 y 2 es de destacar que entre las personas que no consumen la música de Taylor Swift se notaron diversas percepciones y emociones asociadas a sus canciones. La primera pregunta atendiendo a el por que no escuchaban la música de la artista, se ofrecieron distintas respuestas, indicando que no les gusta el género, no se identifican con las canciones o simplemente no les llama la atención. Sin embargo, al momento de la exposición de las canciones se noto algo sumamente interesante, ya que cuando se reprodujo la canción “Blank Space” en el grupo 1 la mayoría no experimentó emociones significativas ni simpatía ante la canción. Sin embargo el grupo dos, la emoción que más se experimentó fue la nostalgia al recordar el *boom* de la canción cuando fue lanzada en una época significativa para los participantes. En cuanto la canción “Cardigan”, en ambos grupos evocó sentimientos de nostalgia o tristeza en algunos, al igual que con la canción “All too well”. Al mismo tiempo se reprodujo “Famous”, canción de Kanye West, con ella a pesar que se no reportar algún sentimiento, generó una discusión sobre el fenómeno fandom de Swift y su relación polémica con West. Posteriormente, se les presentó “I Miss

"You, I'm Sorry" de Gracie Abrams, la cuál también resultó en general poco agradable para el resto del grupo.

Al finalizar la sesión se discutió si la música tiene algún impacto en sus emociones y dentro de sus relaciones interpersonales. Los participantes debatieron sobre esto, evocando memorias de conciertos e incluso experiencias de la infancia, resaltando así el poder de la música para conectar emocionalmente con las personas.

El focus group reveló que las percepciones y emociones hacia la música de Swift son variadas, aunque mayormente negativas, sin embargo, se destacó la importancia de la música en la vida emocional y social de las personas.

En lo que concierne al Focus Group 3 y 4 , este se pretendió analizar la percepción de los fans ante de la música de Taylor Swift , se exploraron distintas dimensiones emocionales y cognitivas entre los participantes. La primera pregunta abordó lo que más le atrae de la música de la artista, dentro de la mayoría destacó la tristeza que reflejan sus letras, así mismo, todos los participantes confirmaron haber experimentado cambios en su estado emocional al escuchar las canciones de Swift, recalcaron que las mismas los hacen sentirse más alegres y activos.

Al ser expuestos a la canción "All too well", en el grupo 3 dos tercios del grupo evocaron ciertas memorias mientras el resto no experimentó. En cuanto al 4to grupo, este fue expuesto a la canción "Cardigan", que por el contrario, ellos reaccionaron ante esta canción como una canción emocional y profunda. Por otro lado, la canción "Famous" de Kanye West a diferencia del focus group de personas que no consumen la música de Swift, provocó risa entre los participantes y evocarón recuerdos amenos ante la canción que no iban relacionados con la polémica entre los artistas.

En cuanto a este conflicto de Swift y West, los participantes coincidieron que el ser fan de Taylor Swift, no les impide disfrutar de la musica de Kanye u otros artistas que se han

tenido polémicas con ella, también señalaron que el “hate” entre fandoms les provoca risa.

La canción “Cruel Summer” también evocó recuerdos entre los participantes, algunos relacionados con un verano en específico y otros en cuanto a un concieto de Taylor Swift. También se les cuestionó acerca de la influencia de la música de la artista en sus relaciones interpersonales y en la comunicación con los demás, dos tercios respondieron afirmativamente, mientras que una terceraparte no observó dicha influencia en su vida.

Algo a compartir entre los cuatro focus group, es que el grupo 4 al ser expuestos ante la canción “I miss you, I’m sorry” a pesar de reconocer a la artista, estos su reacción fue indiferente, ya que a pesar de tener ritmo similar a Swift no les generó interés. Lo cual es interesante ya que en el análisis de la canción vemos que ambos estilos tienen varias similitudes sobretodo en el tema personal y emocional, dando a entender que la letra de Abrams no generó el mismo impacto ya que ninguno de los focus group tenían interés ante la artista, considerando que es relativamente nueva en los medios.

Al discutir cómo la música afecta sus estados de ánimo, la mayoría de los participantes afirmaron que sí lo hace, sin embargo esto va depender entre el momento y su estado de ánimo. Para finalizar, todos coincidieron que gracias a sus letras de la artista han encontrado una forma e expresar sus emociones y experiencias personales, claro, esto varía según el contexto y su estado emocional actual.

En cuanto a los análisis hermenéuticos de canciones como *Blank Space*, *You Belong with Me*, *Cruel Summer*, *Cardigan*, *All Too Well*, *I Miss You*, *I’m Sorry* y *Famous* han permitido examinar el impacto de la música en la conexión emocional con las audiencias. Cada una de estas canciones refleja distintas maneras de comunicación y expresión , desde la ironía y la crítica mediática como en *Blank Space*, hasta la nostalgia y la melancolía, tal es el caso de *Cardigan* y *All Too Well*. Además, canciones como *You Belong with Me* y *Cruel Summer* muestran cómo Swift construye narrativas de amor, deseo y angustia juvenil que logran resonar en sus seguidores.

Estos análisis respaldan las conclusiones obtenidas en los focus groups, donde se observó que la música de Taylor Swift no solo genera reacciones emocionales en sus seguidores, sino que también impacta a quienes no se identifican como parte de su fandom. Se confirma que las letras y las melodías de las canciones tienen un efecto comunicativo significativo, independientemente de la preferencia musical del oyente.

El análisis hermenéutico también evidencia cómo la música no solo es una forma de entretenimiento, sino un vehículo de comunicación emocional y narrativa que influye en la manera en que las personas expresan y procesan experiencias o recuerdos. Desde la perspectiva de la psicología y la comunicación persuasiva, se comprueba que la conexión entre el fenómeno de Taylor Swift y su audiencia se basa en una combinación de factores musicales, emocionales y estratégicos que generan un impacto profundo en quienes la escuchan. Lo que nos ayuda a reafirmar la hipótesis planteada, ya que es correcta, y no solo eso, sino que alcanza a los que no son seguidores de la artista.

En cuanto al objetivo de esta investigación de comprobar si existe la conexión emocional entre la cantante Taylor Swift a partir de las letras de sus canciones con sus seguidores y con qué efectos, se observa que sí es tal, hay emociones y recuerdos que se evocan, aunque en distintas tesituras, dependiendo de las canciones. Es decir, en algunas el fenómeno es más observable que en otras.

Cabe señalar que esto se trata de un primer ejercicio de corto alcance, con el objetivo de obtener una primera mirada hacia el fenómeno de la *Swiftmanía*, pero sin duda este estudio nos da para un mayor alcance y escalabilidad, recalibrando tanto las preguntas guía del focus group, como las que se plantearon al inicio de esta tesis.

Lo más importante es comprobar que sí hay un efecto emocional y psicológico hacia la audiencia, que varían desde la tristeza y la nostalgia, hasta la felicidad, en una gama bastante amplia, en torno a la cual valdría la pena profundizar, pero con herramientas de investigación más desde la Psicología.

Bibliografía

- ¿Cuándo se convierten los prejuicios en realmente peligrosos?* (19 de noviembre de 2018). Obtenido de Anne Frank Stichting: <https://www.annefrank.org/es/temas/prejuicios-y-estereotipos/cuando-se-convierten-los-prejuicios-en-realmente-peligrosos/>
- ¿Qué es un fandom? Explorando la cultura de las comunidades de fans.* (25 de marzo de 2024). Obtenido de Join Sesh: <https://www.joinseesh.app/es/post/what-is-a-fandom-exploring-the-culture-of-fan-communities-within-the-music-industry>
- 20 minutos. (30 de agosto de 2022). <https://www.20minutos.es/noticia/5046317/0/las-letras-de-los-temas-taylor-swift-seran-objeto-de-estudio-en-la-universidad-de-texas/>. Obtenido de 20 minutos: <https://www.20minutos.es/noticia/5046317/0/las-letras-de-los-temas-taylor-swift-seran-objeto-de-estudio-en-la-universidad-de-texas/>
- Aguado, J. M. (2004). 2004. Universidad de Murcia.
- Almaraz, L. (17 de agosto de 2023). *Esta prestigiosa universidad ofrece un extraño curso sobre Taylor Swift.* Obtenido de La Razón: <https://www.razon.com.mx/virales/universidad-ofrece-curso-sobre-taylor-swift-540974>
- Alvarez Díaz, J. (2019). Neuroética: Una introducción. *Valenciana*, 157-187.
- Álvarez-Gayou Jurgenson, J. L. (2014). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología.* Paidós.
- Alvin, J. (1997). *Musicoterapia.* Barcelona: Paidós Educador.
- Arulchelvan, S. &. (2014). *El impacto de los medios en la comunicación interpersonal de los miembros de la familia* . Obtenido de Uniminuto: <https://revistas.uniminuto.edu/index.php/med/article/view/1024>
- Asociacion Amanecer. (9 de abril de 2016). *Salud Mental y Medios de Comunicación.* Obtenido de Asociacion Amanecer: <https://asociacionamanecer.org/buena-acogida-la-campana-sensibilizacion-salud-mental-medios-comunicacion/>
- Bagozzi, R. (1996). The role of arousal in the creation and control of the halo effect in attitude models. *Psychology & Marketing*, 235-264.

- Baz, R. (15 de mayo de 2023). *Perfil Psicológico de Taylor Swift*. Obtenido de Medium: <https://medium.com/hablemos-de-psicolog%C3%ADa/psicologia-y-personalidad-de-taylor-swift-55dbaca6771a>
- Benenzo, R. (1991). *Teoría de la musicoterapia*. Madrid: Mandala.
- Bermudez, J. (2011). ¿Qué es la personalidad? En J. Bermudez , A. M. Perez, J. A. Ruiz, P. Sanjuan, & B. Rueda, *Psicología de la personalidad* (págs. 29-30). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Bernete, F. (2013). *Analisis de contenido*. Obtenido de Conocer lo Social: Estrategias, técnicas de construcción y análisis de datos: <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=5JsWBAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA193&dq=an%C3%A1lisis+de+contenido&ots=u0vTddl77k&sig=K1-P6WadTiLKBeGRdXisZaFMvyY#v=onepage&q=an%C3%A1lisis%20de%20contenido&f=false>
- Beuchot, M. (2013). *La semiótica: Teorías del signo y el lenguaje en la historia*. CDMX: Siglo XXI.
- Bhattarai, A., Lerman, R., & Sabens, E. (23 de octubre de 2023). *The economy's (Taylors Version)*. Obtenido de The Washinton post: <https://www.washingtonpost.com/business/2023/10/13/taylor-swift-eras-tour-money-jobs/>
- Blasco, S. P. (2001). Importancia de la musicoterapia en el área emocional del ser humano. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 91-113.
- Blumer, J. (1993). *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosh Comunicación.
- Brennan, J. (1999). *Historia y sistemas de la psicología*. México: Prentice Hall.
- Bretones, M. T. (2008). *LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: DESARROLLO Y TIPOS*. Obtenido de Universitat de Barcelona: <https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/5924/1/Los%20medios%20de%20comunicaci%C3%B3n%20de%20masas.%20Desarrollo%20y%20Tipos.%20%20Bretones.pdf>
- Brutti, F. (4 de octubre de 2023). *Arquetipos de marca: las personalidades en marketing más importantes*. Obtenido de thePower: <https://thepower.education/blog/arquetipos-de-marca>
- Cabrices, S., Perez Sanchez, F., & Villaseñor, E. (9 de noviembre de 2023). *Taylor Swift: vida, historia y biografía resumida*. Obtenido de Vogue: <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/taylor-swift-biografia-canciones-y-outfits>
- Cadena SER. (11 de agosto de 2022). *Los motivos por los que confiamos en los 'influencers' para la toma de decisiones*. Obtenido de Cadenaser: <https://cadenaser.com/nacional/2022/08/11/los-motivos-por-los-que-confiamos-en-los-influencers-para-la-toma-de-decisiones-cadena-ser/>

- Castillo, M. M. (2012). *DESARROLLO DE LOS PREJUICIOS SOCIALES*. Obtenido de Universidad de Murcia: https://www.um.es/sabio/docs-cmsweb/aulademayores/tema_7_prejuicios_desarrollo_0.pdf
- Castro, S. (26 de octubre de 2023). *Relaciones Interpersonales...* Obtenido de Instituto europeo de psicología positiva: <https://www.iepp.es/relaciones-interpersonales/>
- Caulfield, K. (11 de noviembre de 2023). *Taylor Swift's '1989 (Taylor's Version)' Debuts at No. 1 on Billboard 200 With Biggest Week in Nearly a Decade*. Obtenido de <https://www.billboard.com/music/chart-beat/taylor-swift-1989-taylors-version-number-one-billboard-200-albums-chart-1235463917/>
- Chóliz, M. y. (2002). EMOCIONES SOCIALES: Enamoramiento, celos, envidia y empatía. En E. F.-A. F. Palmero, *Psicología de la Motivación y Emoción* (págs. 395-418). Madrid: McGrawHill.
- Clínica Ciudad del mar. (2024). *Endorfinas: Las llamadas Hormonas de la Felicidad*. Obtenido de Clínica Ciudad del mar: <https://www.ccdm.cl/noticia/endorfinas-las-llamadas-hormonas-de-la-felicidad/>
- Coates, M. (13 de enero de 2019). *5 ways to improve your assertive communication skills*. Obtenido de Mindvalley: <https://blog.mindvalley.com/assertive-communication/>
- Colome , C. L. (junio de 2015). *Grupo focal y análisis de contenido en investigación cualitativa*. Obtenido de Universidad Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS, Brasil: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1132-12962015000100016
- COMUNICARE. (02 de marzo de 2022). *Características de la comunicación de masas*. Obtenido de COMUNICARE: https://www.comunicare.es/caracteristicas-de-la-comunicacion-de-masas/#Caracteristicas_de_la_comunicacion_de_masas
- Comunicare. (2023). *MASS MEDIA: EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de COMUNICARE: <https://www.comunicare.es/mass-media-el-impacto-de-los-medios-de-comunicacion-2024/>
- Crespo, M., Perez-Santos, E., Muñoz, M., & Guillen, A. (2008). *Descriptive study of stigma associated with severe and persistent mental illness among the general population of Madrid*. Madrid: Community Mental Health Journal.
- Cuál es la historia de la industria musical*. (14 de junio de 2021). Obtenido de seed academy: <https://www.seedcademy.io/articulos/cual-es-la-historia-de-la-industria-musical#:~:text=En%20la%20actualidad%2C%20la%20industria,las%20plataformas%20digitales%20como%20Spotify.>
- Díaz Mendez, D., Izquierdo Sotorrio, E., & Bajo Romero, M. (2013). Las actitudes. En D. íaz Mendez, E. Izquierdo Sotorrio, & M. Bajo Romero, *Psicología de la comunicación* (pág. 139). Madrid: Ediciones CEF.

- Duran, J. B. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Estudios de juventud*, 20-22.
- Eckhardt, G., & Wagner, T. (22 de junio de 2023). *Devolver la industria musical a los músicos*. Obtenido de Tecnológico de Monterrey: <https://ssires.tec.mx/es/noticia/devolver-la-industria-musical-los-musicos>
- El efecto halo y su aplicación en el mundo del marketing*. (19 de noviembre de 2015). Obtenido de Puro Marketing: <https://www.puromarketing.com/27/25850/efecto-halo-aplicacion-mundo-marketing>
- El Espectador. (16 de agosto de 2023). *Taylor Swift será estudiada desde la psicología social en Arizona*. Obtenido de El espectador: <https://www.elespectador.com/entretenimiento/gente/taylor-swift-sera-tema-de-estudio-en-psicologia-social-en-arizona/>
- equipo editorial. (13 de julio de 2022). *¿que es un arquetipo?* Obtenido de concepto: <https://concepto.de/arquetipo/>
- Farías., G. (16 de enero de 2024). *"Comunicación"*. Obtenido de Concepto.de.: <https://concepto.de/comunicacion/#ixzz8SnrkT4Dw>
- Fedor, S., & Gomez, J. (Diciembre de 2016). *La Comunicación*. Obtenido de SciELO: https://ve.scielo.org/scielo.php?pid=S1316-71382016000300002&script=sci_arttext
- Fernandez de Motta, M., & Hernandez Mendo, A. (Marzo de 2013). *Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo*. Obtenido de efdeportes.com: <https://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Fernández, S. (23 de mayo de 2016). *La importancia de la música en la psicología*. Obtenido de Universitat de València: <https://www.uv.es/master-psicologia-general-sanitaria-pgs/es/blog/la-importancia-musica-psicologia-1285957292035/GasetaRecerca.html?id=1285969119289>
- FIDE. (2021). *¿Qué son las relaciones interpersonales?* Obtenido de Formación Integral y Desarrollo Empresarial: <https://www.fide.edu.pe/blog/detalle/que-son-las-relaciones-interpersonales/>
- Forbes. (4 de septiembre de 2023). *Entonces, ¿qué es exactamente lo que hace que Taylor Swift sea tan grandiosa? Esto dicen expertos*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/entonces-que-es-exactamente-lo-que-hace-que-taylor-swift-sea-tan-grandiosa-esto-dicen-expertos/>
- Forbes Staff. (24 de enero de 2024). *Taylor Swift genera un impacto de 331.5 mdd para la NFL y los Chiefs*. Obtenido de Forbes: <https://www.forbes.com.mx/taylor-swift-genera-un-impacto-de-331-5-mdd-para-la-nfl-y-los-chiefs/>

- Forbies. (5 de junio de 2023). *Estos son 3 de los más exitosos álbumes de Taylor Swift*. Obtenido de Forbies: <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/musica-taylor-swift-albumes-mas-exitosos/>
- Galileo Universidad. (16 de junio de 2023). *Productos de comunicación:¿Qué es la comunicación persuasiva?* Obtenido de Galileo Universidad: <https://www.galileo.edu/facom/historias-de-exito/productos-de-comunicacion-que-es-la-comunicacion-persuasiva/#:~:text=La%20comunicaci%C3%B3n%20persuasiva%20est%C3%A1%20dise%C3%B1ada,determinada%20idea%2C%20opini%C3%B3n%20o%20acci%C3%B3n.>
- Gamella, D. (26 de febrero de 2021). *¿Qué es la musicoterapia y cuáles sons sus beneficios para la salud?* Obtenido de UNIR: <https://colombia.unir.net/actualidad-unir/musicoterapia/#:~:text=Sus%20objetivos%20son%20terap%C3%A9uticos%20y,mismo%20y%20con%20los%20dem%C3%A1s.>
- Garcia Madruga, J. A., & Delval, J. (2010). *Psicología del desarrollo 1*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Garcia, R. (25 de mayo de 2021). *Por qué debes entender los arquetipos culturales para vender*. Obtenido de linkedin: <https://es.linkedin.com/pulse/por-qu%C3%A9-debes-entender-los-arquetipos-culturales-para-roger-garcia->
- Gil Juárez, A. &. (2011). *Editorial UOC*. Obtenido de Comunicación y discurso: <https://elibro.net/es/ereader/bibliouvaq/33435?page=12>
- Goleman, D. (1995). *Inteligencia emocional*. Londres: Karíos.
- Gonzalez, I. (16 de enero de 2023). *Qué es comunicación digital y por qué es importante en las empresas*. Obtenido de ilifebelt: <https://ilifebelt.com/que-es-comunicacion-digital-y-por-que-es-importante-en-las-empresas/2016/09/>
- Gonzalez, L. (2 de enero de 2021). *Neuromarketing y ciencia cognitiva*. Obtenido de Behavioral Economics Blog: <https://evidentiauniversity.com/es/blogs/economics/neuromarketing-y-ciencia-cognitiva-behavioral-economics-blog/#:~:text=La%20ciencia%20cognitiva%20refleja%20las,normas%20sociales%20y%20del%20mercado.>
- González, M. R. (2016). *NEUROMARKETING, UN NUEVO CAMINO PARA MAXIMIZAR LOS BENEFICIOS DE TU EMPRESA*. Obtenido de Universidad de La Laguna: <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3561/Neuromarketing,%20un%20nuevo%20camino%20para%20maximizar%20los%20beneficios%20de%20tu%20empresa..pdf?sequence=1>

- Granda Garcia, M. I. (2022). Neuromarketing en el proceso de toma de decisiones del turista. *Polo del Conocimiento*, 438-548.
- Guardiola, E. (2020). *Neuromarketing para dummies*. Obtenido de Serendipia: <https://artyco.com/que-es-el-neuromarketing/#:~:text=Peter%20Drucker%20dec%C3%ADa%20que%20el,odr%C3%ADamos%20darles%20lo%20que%20necesitan>.
- Guardiola, E. (30 de Junio de 2022). *Neuromarketing: orígenes, definición, tipos y ventaja*. Obtenido de Semrush Blog: <https://es.semrush.com/blog/que-es-neuromarketing-ventajas/>
- Guiraud, P. (2001). *La semiología*. CDMX: FCE.
- Hall, C., & Lindzey, G. (1957). *Theories of Personality*. Nueva York: Wiley.
- Herrera Flores, A. E., Campi Maldonado, A. T., & Fariño Sanchez, N. D. (30 de junio de 2021). *El modelo de Harold Lasswell aplicado en comunicación digital. Caso: La Posta*. Obtenido de Journal of Science and research: <https://revistas.utb.edu.ec/index.php/sr/article/view/1221/875>
- Herrera, C. G. (noviembre de 2009). *La influencia de los mass media en la sociedad del siglo XXI*. Obtenido de Contribuciones a las ciencias sociales: <https://www.eumed.net/rev/cccss/06/cgh4.htm>
- Herrero, R. G. (junio de 2021). *EVOLUCIÓN DE LA INDUSTRIA MUSICAL. SIGLO XX-SIGLO XXI*. Obtenido de Universidad de Valladolid: <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/48012/TFG-N.%201550.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Hovland, C., Janis, I., & Kelley, H. (24 de junio de 2022). *Communication and persuasion; psychological studies of opinion change*. Obtenido de emerald insight: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/OIR-04-2021-0200/full/html?skipTracking=true#:~:text=2.1%20Yale%20model%20According%20to,Stone%20and%20Lukaszewski%2C%202009>.
- infobae. (19 de agosto de 2023). *El fenómeno Taylor Swift: cuáles son los secretos de su éxito, según expertos de Harvard*. Obtenido de infobae: <https://www.infobae.com/tendencias/2023/08/20/el-fenomeno-taylor-swift-cuales-son-los-secretos-de-su-exito-segun-expertos-de-harvard/>
- Jarpa, J. (28 de marzo de 2022). *La asertividad: un desafío personal*. Obtenido de experienciaUNACH: <https://experienciaunach.cl/2022/03/28/la-asertividad-un-desafio-personal/#:~:text=El%20significado%20de%20asertividad%20seg%C3%BAn,emociones%20frente%20a%20otra%20persona>.

- Jauset, J. A. (abril de 2016). *Música, movimiento y neuroplasticidad*. Obtenido de Universidad Ramón Llull. Barcelona: https://jordijauset.es/wp-content/uploads/2016/07/Musica_movimiento-y-neuroplasticidad_JA-Jauset.pdf
- Jenson, J. (1992). Fandom as pathology: The consequences of characterization. En L. A. Lewis, *The Adoring Audience, fan culture and popular media* (págs. 9 -19). London and New York: Routledge.
- Jokebed, N., & Gabriel, B. (2019). *Modelo de Lasswell*. Obtenido de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/489463601/MODELO-DE-LASSWELL>
- Klein, A. (15 de agosto de 2021). *Musicoterapia:Tipos y beneficios para la ansiedad*. Obtenido de Medical News Today: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/terapia-musical-musicoterapia>
- La Información. (22 de octubre de 2012). *Taylor Swift exterioriza sus sentimientos con la música*. Obtenido de La información: https://www.lainformacion.com/asuntos-sociales/taylor-swift-exterioriza-sus-sentimientos-con-la-musica_RTEFCwXm0YsQ27X3DYt8J3/
- Labbe, T., Ciampi Diaz, E., Venegas Bustos, J., San Martin, R. U., & Carcamo Rodriguez, C. (2019). Cognición Social: Conceptos y Bases Neurales . *Revista chilena de neuro-psiquiatría*.
- Lara, M. E. (19 de enero de 2023). *Spotify: la plataforma de música que cambió las reglas del juego*. Obtenido de linkedin: <https://es.linkedin.com/pulse/spotify-la-plataforma-de-m%C3%BAsica-que-cambi%C3%B3-las-reglas-egea-lara>
- Legg, T. (22 de enero de 2021). *¿Qué es la psicología y en qué consiste?* Obtenido de Medical News Today: <https://www.medicalnewstoday.com/articles/es/psicologia>
- Leonardo Palacios Sánchez, M. D. (28 de julio de 2023). *El maravilloso impacto de la música en el cerebro*. Obtenido de Universidad del Rosario: <https://urosario.edu.co/revista-nova-et-vetera/cultura/el-maravilloso-impacto-de-la-musica-en-el-cerebro#:~:text=La%20m%C3%BAsica%20activa%20nuestro%20cerebro,j%C3%BAbilo%2C%20llanto%2C%20entre%20otros>
- Licon, A., & Cerón, O. (24 de agosto de 2023). *La versión literaria de Taylor Swift*. Obtenido de Café de la mañana.: <https://open.spotify.com/episode/5EiJ2AWDeGynW3j1i0BkFI?si=WKtpHYAVRxGvzMwVltXltA>
- Lopez Zamudio, L. F. (11 de marzo de 2024). *Psicología*. Obtenido de Universidad Veracruzana: <https://www.uv.mx/veracruz/cess/vinculacion-y-extension/psicologia/>
- Martínez, M. d. (2008). PREJUICIOS, ESTEREOTIPOS Y DISCRIMINACIÓN. REFLEXIÓN ÉTICA Y PSICODINÁMICA SOBRE LA SELECCIÓN DE SEXO EMBRIONARIO. *Acta Bioethica*, 148-156.
- Matton, M. (1980). *El análisis junguiano de los Sueños*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.

- Maxwell, J. (2003). ¿Qué forma la actitud de una persona? En J. C. Maxwell, *Scititud 101* (pág. 31). Grupo Nelson.
- Mayordomo, S., Zlobina, A., Igartua, J. J., & Paez, D. (s.f). *PERSUASIÓN Y CAMBIO DE ACTITUDES*. Obtenido de ehu: <https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+XI.pdf>
- Molano, J. (15 de agosto de 2023). *Qué es un influencer, qué tipos existen y ejemplos*. Obtenido de blog hubspot: <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-influencers#para-que>
- Monroy, P. (2024). *Tipos de emociones según la Psicología*. Obtenido de soycest: <https://www.soycest.mx/blog/tipos-de-emociones>
- Moran, R. A. (11 de febrero de 2019). *6 teorías de motivación en 8 minutos*. Obtenido de linkedin: <https://es.linkedin.com/pulse/6-teor%C3%ADas-de-motivaci%C3%B3n-en-8-minutos-roberto-a-r-moran#:~:text=Teor%C3%ADa%20de%20la%20evaluaci%C3%B3n%20cognitiva&text=La%20teor%C3%ADa%20describe%20que%20la,tiende%20a%20reducir%20la%20motivaci%C3%B3n.>
- Muñoz, M., Guillen, A. I., Perez-Santos, E., Crespo, M., & Izquierdo, S. (2011). La Enfermedad Mental en los Medios de Comunicación: Un Estudio Empírico en Prensa Escrita, Radio y Televisión. *Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid*, 157-173.
- Museo Memoria y Tolerancia. (2014). *Estereotipos y prejuicios*. Obtenido de Museo Memoria y Tolerancia: https://www.myt.org.mx/tolerancia_id/76?gad_source=1&gclid=EAlaIQobChMllqjZ7fryhQMVV6TCCB0Yjw6nEAAYASAAEglGUPD_BwE
- National Geographic España. (25 de marzo de 2019). *Música, cerebro y hormonas, una relación muy estrecha*. Obtenido de National Geographic España: https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/musica-cerebro-y-hormonas-relacion-muy-estrecha_14069
- NeuronUp. (16 de octubre de 2013). *Cognición Social*. Obtenido de NeuronUp: <https://neuronup.com/areas-de-intervencion/funciones-cognitivas/cognicion-social/>
- Numhauser, J. (1973). *Nota Preliminar de las Obras COMpletas de Sgmund Freud*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2 tomos.
- Ordóñez, C. (24 de agosto de 2023). *¿Por qué Taylor Swift es "grandiosa"? Expertos de Harvard lo explican*. Obtenido de Milenio: <https://www.milenio.com/espectaculos/musica/harvard-explica-por-que-taylor-swift-es-grandiosa>

- Oscó, A. C. (12 de marzo de 2024). *Can Music Change the World?* Obtenido de LINKEDIN: https://www.linkedin.com/pulse/can-music-change-world-green-dreams-ong-hw86e?trk=news-guest_share-article
- Osores, M. M. (2016). Conceptualización del neuromarketing: su relación con el mix de marketing y el comportamiento del consumidor. *Academia & Negocios*, 91-103.
- P., V. B. (15 de enero de 2018). *La inteligencia emocional desde la perspectiva de Rafael Bisquerra*. Obtenido de Universidad Pedagógica Experimental Libertador: <https://www.redalyc.org/journal/3761/376157736006/html/>
- Parra, A. (12 de abril de 2021). *Grupos focales: tipos y guía para realizarlos*. Obtenido de Question Pro: <https://www.questionpro.com/blog/es/que-son-los-grupos-focales/>
- Pelegrin, A. (2 de noviembre de 2021). *¿Cómo funciona el negocio de la música? El streaming y la distribución digital*. Obtenido de larrosa: <https://www.larrosa.pro/post/c%C3%B3mo-funciona-el-negocio-de-la-m%C3%BAsica-3>
- Peñalver, P. (11 de enero de 2022). *Neuromarketing: qué pasa en la mente del consumidor*. Obtenido de we are marketing: <https://www.wearemarketing.com/es/blog/neuromarketing-que-pasa-en-la-mente-del-consumidor.html#:~:text=El%20neuromarketing%20tiene%20el%20objetivo,de%20compra%20de%20sus%20usuarios.>
- Regader, B. (29 de mayo de 2015). *¿Qué es la inteligencia emocional?* Obtenido de Psicología y mente: <https://psicologiaymente.com/inteligencia/inteligencia-emocional>
- Reubins, B. M. (2015). *LOS PIONEROS DEL PSICOANÁLISIS DE NIÑOS Teorías y técnicas que influyen el desarrollo normal del niño*. Nueva York: Karnac Books.
- Reverter, A. F. (20 de junio de 2016). *Arteterapia y musicoterapia en la etapa prenatal, paternidad, maternidad y post-parto. Recursos creativos para profesionales que les acompañan*. Obtenido de Curso de verano UCM. Arteterapia: <file:///Users/mac/Downloads/musicoterapia%20y%20arteterapia%20prenatal.pdf>
- Reyna, S. G. (Julio de 2018). *La comunicación persuasiva como instrumento para el cambio de opiniones*. Obtenido de Revista mexicana de opinión pública: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-49112018000200185
- Rodriguez, A. (2007). *Asertividad: el arte de decir "no" y algo más*. Obtenido de arearh.com: <http://www.arearh.com/psicologia/asertividad.htm>

- Rolling Stone. (agosto de 2015). *The 100 Greatest Songwriters of All Time*. Obtenido de <https://www.rollingstone.com/interactive/lists-100-greatest-songwriters/>
- Sánchez, S. (16 de agosto de 2023). *Universidad en Bélgica dedica un curso a Taylor Swift; Esto enseñarán*. Obtenido de MVS Noticias: <https://mvsnoticias.com/entretenimiento/2023/8/16/universidad-en-belgica-dedica-un-curso-taylor-swift-esto-ensenaran-603075.html>
- Sanz, J. I. (2001). El concepto de musicoterapia a través de la historia. *Revista internuniversitaria de Formación del Profesorad*, 19-31.
- Showbiz, B. (1 de noviembre de 2022). *Taylor Swift supera a Madonna y hace historia al ocupar el top 10 de Billboard*. Obtenido de Quién: <https://www.quien.com/espectaculos/2022/11/01/taylor-swift-hace-historia-al-ocupar-el-top-10-de-billboard>
- Sordo, A. I. (20 de enero de 2023). *¿Qué es storytelling? Significado, tipos y estructura*. Obtenido de Blog de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/storytelling#:~:text=sean%20m%C3%A1s%20cerneas,-%C2%BFQu%C3%A9%20es%20el%20storytelling%20en%20marketing%3F,la%20esencia%20de%20la%20marca>.
- Sulbarán, I. (06 de octubre de 2023). *OBJETO DE ESTUDIO DE LA PSICOLOGÍA SOCIAL: 5 ENFOQUES DE ESTA DISCIPLINA*. Obtenido de Tiffin University: <https://global.tiffin.edu/noticias/de-que-trata-la-psicologia-social>
- Swift, T. (octubre de 2006). *Cold As You*. Obtenido de Genius: <https://genius.com/Taylor-swift-cold-as-you-lyrics>
- Swift, T. (21 de Octubre de 2022). *Lavender Haze*. Obtenido de Genius: <https://genius.com/Genius-traduccion-al-espanol-taylor-swift-lavender-haze-traduccion-al-espanol-lyrics>
- Tellez, J. (24 de junio de 2023). *Taylor Swift, un modelo de empoderamiento para las mujeres de hoy*. Obtenido de Clase: <https://www.revistaclase.mx/noticias/taylor-swift-un-modelo-de-empoderamiento-para-las-mujeres-de-hoy/>
- Tomasini. (s.f). *La naturaleza de las emociones*. Obtenido de Instituto de investigaciones filosóficas UNAM: <https://www.filosoficas.unam.mx/~tomasini/ENSAYOS/Naturaleza-emociones.pdf>
- Torres Contreras, M. E. (25 de mayo de 2018). *Nacimiento y evolución de la psicología como ciencia*. Obtenido de Centro ELEIA Actividades Psicológicas: <https://www.centroeleia.edu.mx/blog/nacimiento-y-evolucion-de-la-psicologia-como-ciencia/>
- Torres, A. (15 de mayo de 2017). *G. Stanley Hall: biografía y teoría del fundador de la APA*. Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiymente.com/biografias/stanley-hall>

Torres, A. (23 de febrero de 2023). *¿Qué relación existe entre la música y las emociones?* Obtenido de Gorgoritos escuela de música: <https://gorgoritos.com/relacion-entre-la-musica-y-las-emociones/#:~:text=La%20m%C3%BAsica%20tiene%20el%20poder,respuestas%20emocionales%20en%20distintas%20personas.>

traducción. (2022). *Haze*. Obtenido de <https://context.reverso.net/traduccion/ingles-espanol/blood+runs+cold>

Triglia, A. (25 de septiembre de 2016). *¿Qué es el efecto halo?* Obtenido de Psicología y Mente: <https://psicologiaymente.com/psicologia/efecto-halo>

UNICEF. (2022). *Cómo reconocer nuestras emociones*. Obtenido de unicef | para cada infancia: <https://www.unicef.org/lac/como-reconocer-nuestras-emociones#:~:text=Las%20emociones%20son%20la%20manera,como%20las%20olas%20del%20mar!>

Universidad Anáhuac. (14 de abril de 2020). *¿Qué es la psicología social?* Obtenido de Red de Universidades Anáhuac: <https://www.anahuac.mx/blog/que-es-la-psicologia-social>

Universidad Europea. (11 de abril de 2022). *Tipos de comunicación persuasiva*. Obtenido de Universidad Europea: <https://universidadeuropea.com/blog/tipos-comunicacion-persuasiva/>

Universidad Nacional Costa Rica. (s.f). *GUÍA PARA DESARROLLAR HABILIDADES DE COMUNICACIÓN Y MEJORAR LAS RELACIONES INTERPERSONALES*. Obtenido de Universidad Nacional Costa Rica: <https://documentos.una.ac.cr/bitstream/handle/unadocs/12376/Gu%C3%ADa%20de%20autoayuda%20-%20Relaciones%20interpersonales%20PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Valencia, M. C. (14 de marzo de 2023). *Spotify vs Apple Music: diferencias en "el streaming" de música*. Obtenido de El tiempo: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/spotify-vs-apple-music-diferencias-en-el-streaming-de-musica-750299>

Vega, P. (27 de agosto de 2023). *Por esta razón Taylor Swift no quería añadir su música a Spotify*. Obtenido de El universal: <https://www.eluniversal.com.mx/techbit/por-esta-razon-taylor-swift-no-queria-anadir-su-musica-a-spotify/>

Vilches, L. (1991). Objeto y Fines de la Psicología del Desarrollo. *Revista de psicología* , 77 - 79.

Vivar, F. (13 de julio de 2020). *Comunicación Persuasiva según Aristóteles*. Obtenido de Voz Esmeralda: <https://www.vozesmeralda.com/2020/07/13/comunicacion-persuasiva-segun-aristoteles/#:~:text=Arist%C3%B3teles%20defini%C3%B3%20la%20comunicaci%C3%B3n%20como,lo%20asociamos%20con%20un%20orador.>

- West, & Turner. (2017). Thinking About Communication: Definitions, Models, and Ethics. En *Introducing Communication Theory* (págs. 3-25). Boston: McGraw Hill.
- Wikström, P. (2013). *C@mbio:19 ensayos clave acerca de cómo Internet está cambiando nuestras vidas*. Madrid: BBVA.