



Crea tu Canal de artista

El Canal oficial de artista (OAC) es el escaparate principal para fans y públicos nuevos. En él, encontrarán todo sobre ti: tu música, tu marca, tu presencia y tu comunidad.

Establece tu presencia

Con más de 2,000 millones de usuarios que miran videos musicales desde sus cuentas todos los meses en YouTube, puedes llegar a públicos masivos y, a la vez, forjar conexiones profundas con los fans más fieles a través de tu canal.

+2,000
M

de usuarios miran videos musicales cada mes desde sus cuentas

¿Por qué deberías crear un OAC?

El OAC reúne todas tus obras y simplifica la interacción de tu público con ellas **centralizando a los suscriptores** en un solo canal que pueden controlar tú, tu sello discográfico o tu representante. Incluye el **ícono de nota musical** junto a su nombre para que sea fácil identificarlo. Los OAC se crean a partir de otros canales de YouTube.

Si todavía no tienes un OAC, [descubre cómo solicitarlo](#).

Personaliza el canal

CONFIGURACIÓN INICIAL

1. Accede a YouTube Studio.
2. En el menú de la izquierda, selecciona Personalización.
3. Verás tres pestañas:
 - Información básica
 - Desarrollo de la marca
 - Diseño

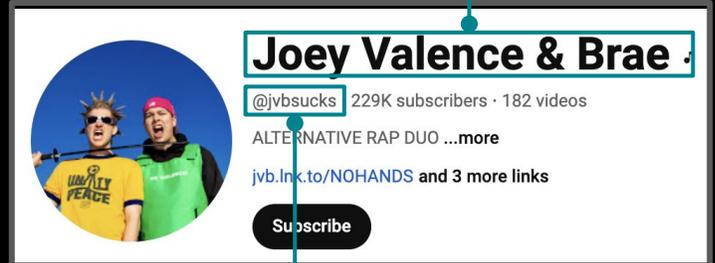
Veamos qué debes tener en cuenta cuando configures cada sección.



Información básica

Nombre del canal

El nombre ayuda a los fans a encontrar tu canal y tus videos oficiales en los resultados de la búsqueda de YouTube. **Usa tu nombre oficial de artista o el de tu grupo para el OAC.** Usa las mayúsculas y los espacios del mismo modo que en los lanzamientos oficiales. No le agregues al nombre palabras de relleno, como "oficial", "TV", "canal", "YouTube", "música" o "producciones".



Identificadores de canales

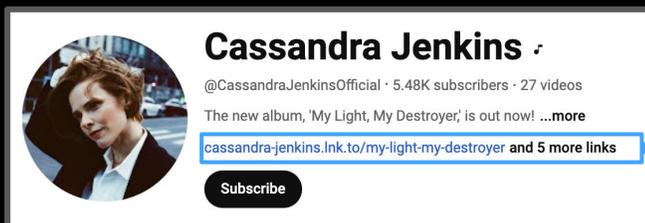
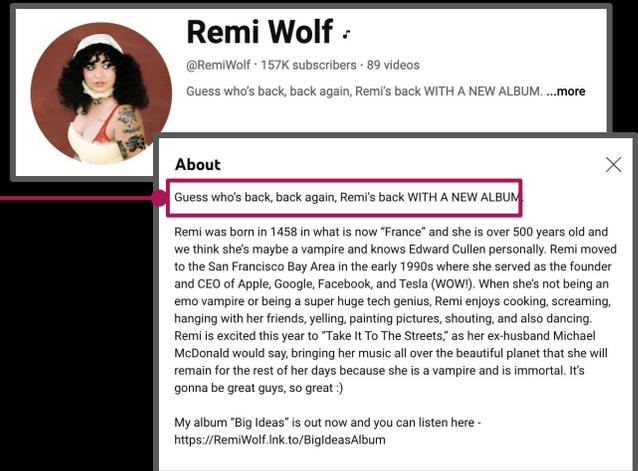
Los identificadores de los canales, que son breves y únicos, no son lo mismo que los nombres de los canales. Estos últimos se usan principalmente para facilitar el descubrimiento del canal y los videos, mientras que los identificadores se utilizan para hacer búsquedas específicas en YouTube, que pueden abarcar desde el feed de Shorts hasta comentarios particulares. [Obtén más información aquí.](#)

Tu identificador debería ser lo más parecido posible al nombre de tu canal oficial o replicar el que usas en otras redes sociales. No te preocupes si otra persona ya usa el identificador que quieres, ya que esto no influye en cómo se recomiendan tus videos. Usa caracteres adicionales, frases o bromas que reflejen tu marca para crear un identificador único.

Descripción

En la sección Información de tu canal, puedes hablar sobre ti. Más que una página con datos sueltos, considérala una biografía que refleje quién eres, tu forma de ser y lo que haces.

- **La primera línea de la descripción es particularmente importante, ya que se ve en el encabezado del canal.** Incluye adelantos de tus próximos proyectos, anuncios importantes o llamados a la acción para que los usuarios se enteren de tus novedades.
- Revisa esta línea y actualízala con frecuencia.
- Ten en cuenta que tu biografía de artista puede usarse en la Búsqueda de YouTube, en tu canal e incluso en YouTube Music.



Vínculos

Puedes agregar hasta 14 vínculos a la pestaña Principal de tu canal. Solo asegúrate de que cumplan con nuestra [política de vínculos externos](#). El primer vínculo se destacará en el OAC, cerca del botón Suscribirse. Los restantes aparecerán cuando los usuarios seleccionen para ver más vínculos o cuando abran la sección Información.

Muchos artistas aprovechan esta visibilidad para promocionar sus páginas de Linktree, sus sitios web oficiales y redes sociales.

Desarrollo de la marca

Banner

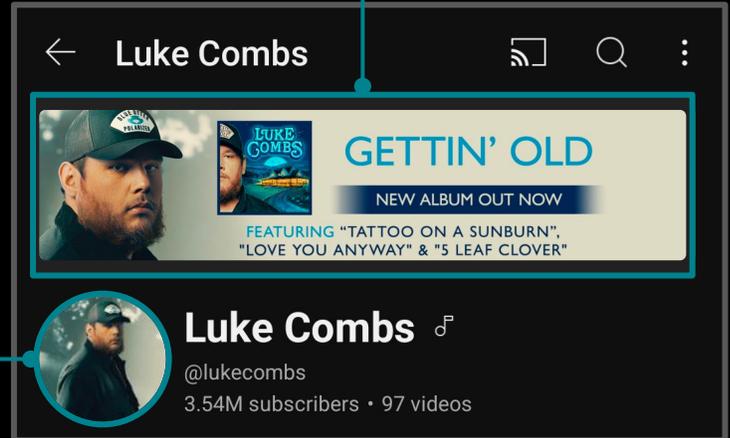
El banner, también conocido como diseño del canal, es la imagen grande que está en la parte superior de tu canal de usuario. Pero es mucho más que una imagen: puede ser un recurso sumamente útil.

- Usa el banner para anunciar tus próximos lanzamientos, las fechas de una gira o destacar tus artículos promocionales.
- Mantén una coherencia entre el diseño del banner, el ícono de tu canal y tus otros perfiles de redes sociales para ofrecer una imagen uniforme y profesional.

Foto

Tu foto de perfil, también denominada avatar o ícono del canal, es la imagen que te representa en la plataforma. Aparece junto al nombre de tu canal en los resultados de la búsqueda y la sección de comentarios.

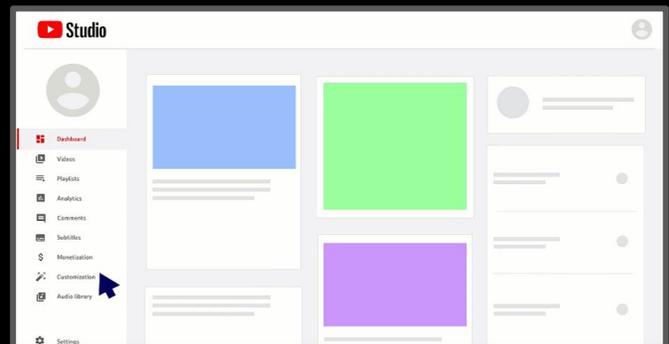
- Elige una imagen reconocible y que uses en tus otras redes sociales. Esto te ayuda a establecer la identidad de tu marca y permite que los fans te reconozcan con facilidad.



Diseño del canal

Secciones del canal

Las secciones del canal (también denominadas bibliotecas) te permiten decidir qué contenido, videos o playlists mostrar en el OAC para personalizar su formato. Aparecen debajo del video destacado y permiten explorar rápidamente tu contenido. Los OAC también ofrecen nuevas opciones de diseño.



Además de las **secciones estándar**, tu OAC puede incluir las siguientes pestañas:

Lanzamientos

La pestaña Lanzamientos se genera automáticamente. En ella, aparecerán todos tus lanzamientos oficiales para que el público encuentre tu música rápido en un solo lugar.

Videos, Shorts y En vivo

Las pestañas Videos, Shorts y En vivo extraen automáticamente el contenido más reciente de tu OAC en cada uno de esos formatos. Solo aparecerán si subes contenido en esos formatos, así que no te preocupes si no usas alguno de ellos.

Secciones estándar del canal

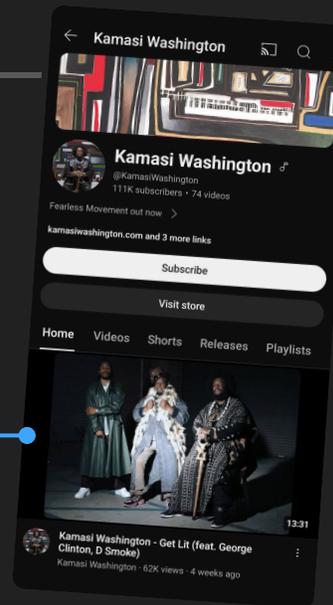
Las secciones estándar te permiten organizar tu página principal en un máximo de 12 secciones personalizadas. Estas suelen contener una playlist específica, pero también pueden incluir videos destacados, múltiples playlists, contenido exclusivo para miembros, canales destacados, una sección "Para ti" y más.

Diseño del canal (continuación)

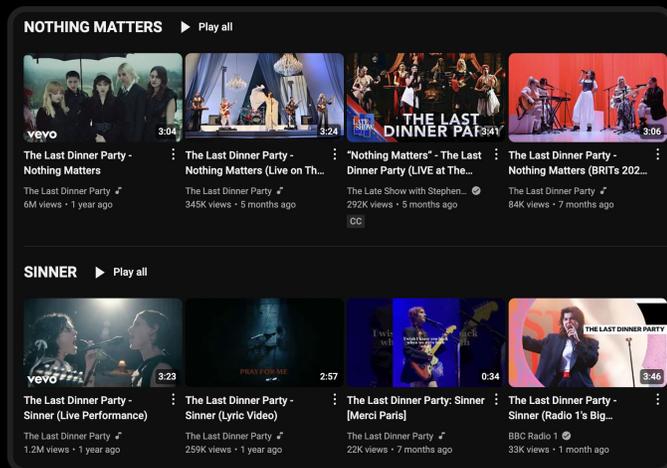
Contenido destacado

El contenido destacado te permite elegir qué video mostrar en la parte superior del OAC, incluso si no es de los que subiste al canal.

- Destaca videos que reflejen tus obras recientes.
- Si quieres personalizar aún más tu contenido destacado, puedes usar videos diferentes para los visitantes nuevos y para los suscriptores recurrentes.



Otros parámetros de configuración de Studio



En sus playlists, **The Last Dinner Party** agrega videos relacionados con sus sencillos, incluso si son de otros canales. Luego, el grupo muestra estas playlists como secciones del canal para que sean más visibles.

Playlists

Las playlists son una de las mayores fuentes de tráfico del contenido musical en YouTube. Permiten organizar y seleccionar contenido, así como hacerlo más accesible a los usuarios, lo que aumenta el tiempo de reproducción.

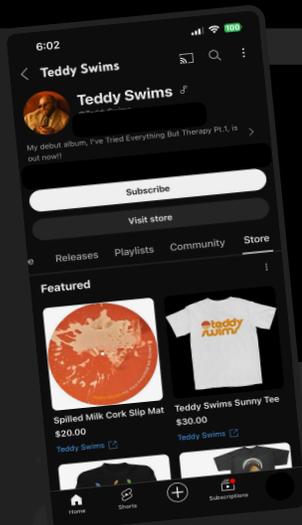
- Te recomendamos organizar y personalizar tu contenido usando playlists, y actualizarlas con frecuencia.
- Por ejemplo, clasifica el contenido y crea playlists para entrevistas, giras, álbumes específicos, contenido original y más.
- También puedes crear playlists con videos publicados por otros canales, así que aprovecha esta función para incluir contenido de fans, presentaciones en vivo y colaboraciones.
- Si quieres llevar la visibilidad de estas playlists al siguiente nivel, agrega vínculos a ellas en las descripciones de los videos. Así, los usuarios podrán empezar a mirar tu contenido con facilidad.

Sigue esta ruta para [acceder a las playlists](#):

YouTube Studio → Contenido → Playlists

Tienda del canal

Los artistas que cumplen con los requisitos pueden usar YouTube Shopping para publicitar fácilmente los productos y artículos promocionales de sus tiendas. Cuando conectes tu tienda al canal, **obtendrás acceso a la pestaña Tienda**, al etiquetado de productos y a la biblioteca de productos. Descubre cómo conectar tus artículos promocionales al OAC [aquí](#).



En cada video

Aprovecha los títulos y las miniaturas para que tus videos sean más atractivos

Los videos son esenciales para la estrategia de los artistas en YouTube. Optimiza los títulos y las miniaturas para **aumentar el atractivo de tus videos sin comprometer tu marca como artista**. Estos elementos se actualizan durante el proceso de carga. Aunque hay muchos factores que influyen en el rendimiento de los videos, los títulos y las miniaturas son sumamente importantes para atraer usuarios, ya que son lo primero que ven y los ayuda a decidir si mirarán el video o no. Nos enfocaremos en el contenido de formato largo, ya que los Shorts tienen otros requisitos.

Títulos

En las plataformas de descubrimiento, los títulos aparecen debajo de las miniaturas, por lo que la precisión y la brevedad son esenciales. **Empieza con el nombre del artista y el de la canción, ya que son los términos de búsqueda más importantes del contenido musical.** Además, menciona el tipo de contenido (p. ej., "video musical oficial") para que los fans sepan qué verán.

La uniformidad es clave para los títulos, incluidos el uso de mayúsculas y la puntuación. **No es necesario que seas purista en la elección del formato; lo importante es que sigas la línea de tu marca y apliques el mismo estilo en todos los videos.**

Nombre del artista - Nombre de la canción (formato)

- Video musical oficial
- Audio oficial
- Video con elementos visuales
- Video con letra
- Tras bambalinas

Video musical oficial o video con elementos visuales

Usa una imagen atractiva de alta calidad.

Audio oficial

Muestra la imagen del álbum.

Video con letra

Incluye texto claro.

Tras bambalinas

Muestra imágenes espontáneas en las que se vean los equipos de producción.

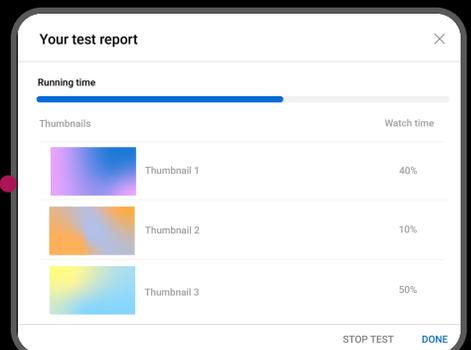
Miniaturas

Las miniaturas son las marquesinas de tu contenido. Si son atractivas, los usuarios sabrán qué esperar del video y querrán hacer clic en él. **Destaca lo que deseas que el público note primero. Usa imágenes atractivas y de alto contraste que reflejen tu marca, sin elementos innecesarios.**

SUGERENCIA: Consulta la [tasa de clics](#) en YouTube Analytics para averiguar si tus miniaturas y títulos atraen a los usuarios a tu contenido.

¿Necesitas más ayuda para perfeccionar tu estrategia de miniaturas?

Descubre **Prueba y comparación de miniaturas**. Esta función te permite subir hasta tres miniaturas de video para probarlas entre los usuarios y, así, elegir la mejor. Como se comparan tres opciones, es más avanzada que las pruebas A/B. Haz pruebas con un subconjunto de videos para obtener hallazgos preliminares antes de aplicar esas estrategias a los videos nuevos.



En cada video (continuación)

Descripciones

Las descripciones les indican a los usuarios y el algoritmo de YouTube de qué tratan los videos. Constan de dos partes: lo que los usuarios ven antes de hacer clic en "Mostrar más" en computadoras o "Más" en dispositivos móviles, y lo que ven después.

En el espacio antes de "Mostrar más", incluye llamados a la acción

y usa el resto de la descripción para agregar un resumen del video, letras, fechas de giras, colaboradores y vínculos a redes sociales. También puedes agregar tres hashtags arriba del título para mejorar los resultados de la búsqueda.



SUGERENCIA: Actualiza las descripciones de los videos antiguos y populares con nuevos CTA para los lanzamientos recientes, las giras en curso, los próximos artículos promocionales y más.



Lineamientos, no reglas

Los lineamientos que sugerimos para los videos son observaciones generales sobre lo que hemos visto que funciona en la plataforma. No son reglas estrictas. **Tu canal y tus videos son una extensión de tu obra artística así que, ante todo, deben representarte de forma auténtica.**

Veamos a algunos artistas en acción

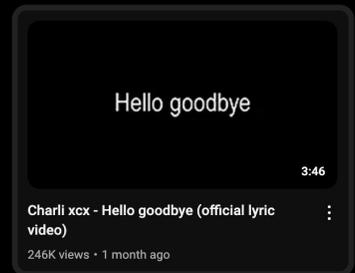


01 ZENTYARB

ZENTYARB incluyó una fecha en el centro de la miniatura de su avance oficial. Así, **el público supo de inmediato que este era un adelanto y estuvo expectante** por el próximo lanzamiento.

02 Charli XCX

Charli usa una estrategia uniforme en sus miniaturas y títulos. Su **uso de solo minúsculas para indicar los formatos de video en los títulos es una decisión estilística deliberada que funciona, ya que la aplica a todo su contenido.** También tiene una estrategia de miniaturas para los videos con letra recientes: texto granulado blanco sobre un fondo negro. Esta estrategia sencilla pero única es audaz; capta la atención del usuario y es coherente con el desarrollo de marca del álbum.



03 Caroline Polachek

Las miniaturas eficaces les dicen a los usuarios qué esperar sin que deban leer el título. Caroline Polachek **usa una imagen granulada que simula el visor de una cámara para transmitir al instante la sensación de estar tras bambalinas**, lo que se ajusta a la temática del contenido y motiva al público a mirarlo.

¿Buscas más recursos para artistas?