



Cómo desarrollar tu canal de artista

Tu canal oficial de artista es el escenario ideal para mostrarte ante tus fans y tus nuevos oyentes. Es la página principal en la que pueden ver todo lo relacionado contigo: tu música, tu marca, tu presencia y tu comunidad.

Consolida tu presencia

Cada mes, más de 2000 millones de usuarios ven vídeos musicales en YouTube con la sesión iniciada. Esto significa que tu canal puede llegar a una grandísima audiencia y ayudarte a estrechar lazos con tus fans más acérrimos.

+2000M

Usuarios con sesión iniciada que ven vídeos musicales cada mes

¿Para qué sirve un canal de artista?

El canal oficial de artista centraliza tu trabajo y simplifica la interacción del público con él, ya que **combina los suscriptores** en un solo canal que puedes controlar tú, tu representante o tu discográfica. Los canales oficiales de artistas se pueden identificar gracias al **icono de nota musical** que aparece junto al nombre y se crean a partir de canales de YouTube.

Si tu canal aún no es un canal oficial de artista, [consulta cómo solicitarlo](#).

Personaliza tu canal

CONFIGURACIÓN INICIAL

1. Inicia sesión en YouTube Studio
2. En el menú de la izquierda, elige Personalización
3. Verás estas tres pestañas:
 - Información básica
 - Marca
 - Diseño

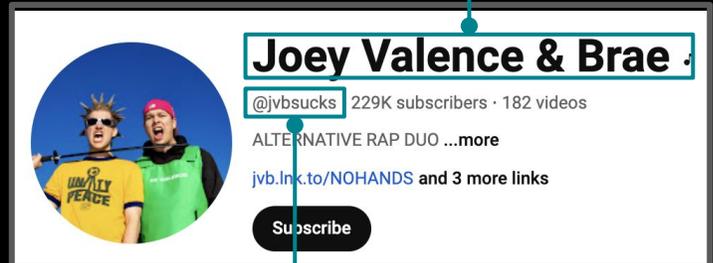
Vamos a ver qué debes tener en cuenta al configurar cada sección.



Información básica

Nombre del canal

El nombre del canal ayuda a los fans a encontrar tu canal oficial en los resultados de búsqueda, así como tus vídeos oficiales en YouTube. **Usa tu nombre artístico oficial o el de tu grupo.** El uso de mayúsculas y espacios debe coincidir con el de tus lanzamientos oficiales. Te recomendamos que no añadas palabras extra como "Oficial", "TV", "Canal", "YouTube", "Música" o "Producciones".



Identificador del canal

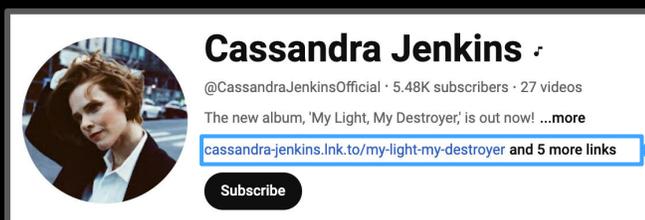
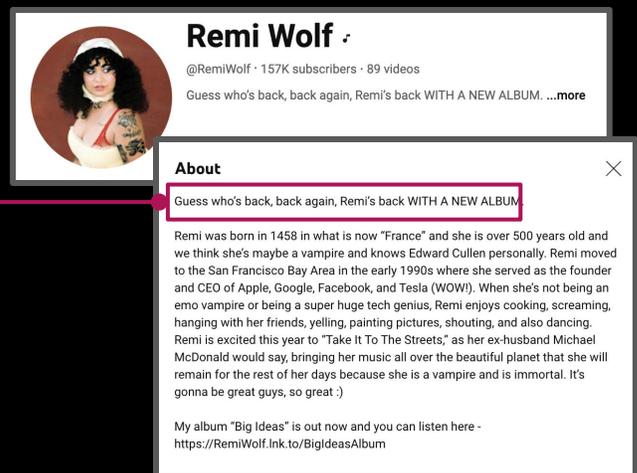
Sirve para identificar tu canal de forma breve e inequívoca. No es lo mismo que el nombre del canal. Mientras que los nombres sirven principalmente para descubrir vídeos y canales en las búsquedas, los identificadores permiten encontrar a los artistas en toda la plataforma YouTube: desde el feed de Shorts hasta los comentarios. [Más información](#)

Procura que el identificador sea lo más parecido posible al nombre de tu canal oficial o el que usas en otras redes sociales. ¿El identificador que querías no está disponible? No te preocupes: usar otro no afectará a cómo se recomiendan tus vídeos. Si quieres dar un toque distintivo a tu identificador, añade guiños, expresiones o bromas internas que representen tu marca.

Descripción

En la sección Información de tu canal, puedes darte a conocer. Evita convertirla en una página de Wikipedia. Intenta reflejar tu personalidad artística, tu humor y lo que te define.

- **La primera frase es especialmente importante porque se muestra en la cabecera del canal.** Aprovéchala para animar a los usuarios a descubrir tus últimos lanzamientos, ofrecer avances de tus próximos proyectos o hacer otros anuncios importantes.
- Actualízala de vez en cuando.
- Recuerda que tu biografía de artista aparece en la Búsqueda de YouTube, tu canal de YouTube y YouTube Music.



Enlaces

Puedes añadir hasta 14 enlaces a la pestaña Inicio de tu canal, siempre que cumplan la [política de enlaces externos](#). El primer enlace aparecerá destacado en tu canal oficial de artista junto al botón para suscribirse. El resto se mostrará cuando los usuarios hagan clic para ver más enlaces o accedan a la sección Información.

Muchos artistas incluyen enlaces a Linktree, su sitio web oficial u otras redes sociales que quieren promocionar.

Marca

Banner

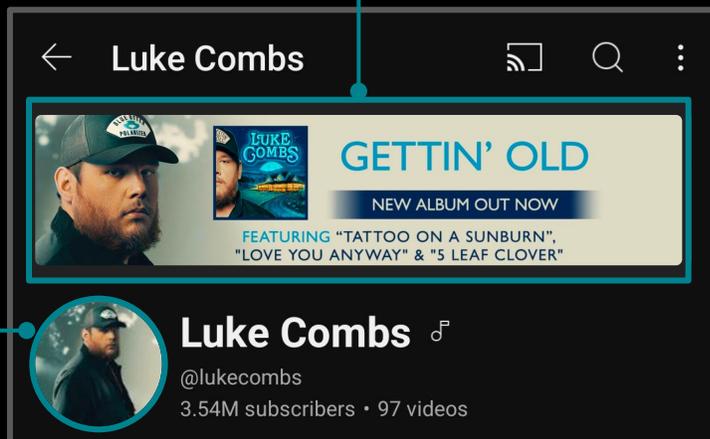
Tu banner, también conocido como "cabecera del canal", es la imagen grande situada en la parte superior de la página del canal. No solo cumple una función decorativa, sino también práctica.

- Usa el banner para mostrar merchandising o anunciar tus próximos lanzamientos o las fechas de una gira.
- El diseño del banner debe casar con el del icono del canal y el de tus otros perfiles de redes sociales para dar una imagen armónica y profesional.

Imagen

Tu imagen de perfil, también conocida como "avatar" o "icono de canal", es la imagen que te representa en la plataforma. Se muestra junto al nombre de tu canal en los resultados de búsqueda y en la sección de comentarios.

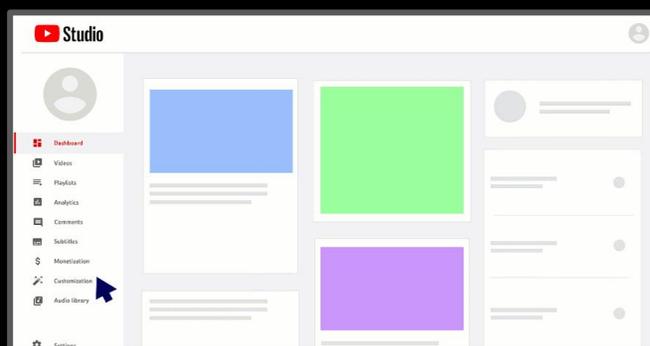
- Elige una imagen reconocible y que uses en todas tus redes sociales. Utilizar la misma imagen refuerza la identidad de tu marca y ayuda a que los fans te reconozcan.



Diseño del canal

Secciones del canal

Con las secciones del canal, también conocidas como "estanterías", puedes personalizar la estructura de tu canal oficial de artista decidiendo qué contenido, vídeos o listas de reproducción quieres mostrar en tu página. Estas secciones aparecen en la página del canal, debajo del vídeo destacado, y ayudan a los usuarios explorar tu contenido de un vistazo. Los canales oficiales de artistas también cuentan con nuevas opciones de diseño.



Además de las [secciones estándar del canal](#), puedes añadir las siguientes pestañas a tu canal oficial de artista:

Lanzamientos

La pestaña Lanzamientos se genera de forma automática e incluye todos tus lanzamientos oficiales. Es la sección en la que tu audiencia puede acceder a todo tu catálogo musical.

Vídeos, Shorts y En directo

En las pestañas Vídeos, Shorts y En directo, aparece de modo automático el contenido más reciente de tu canal en cada uno de esos formatos. Si no creas contenido en alguno de ellos, no te preocupes: la pestaña correspondiente solo se generará cuando haya una subida activa.

Secciones estándar del canal

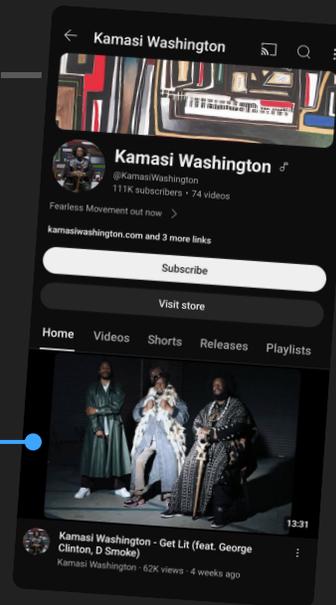
Tienes hasta 12 secciones con las que puedes organizar la página principal de tu canal a tu gusto. Suelen crearse seleccionando una lista de reproducción específica que quieras mostrar, pero también sirven para destacar vídeos, varias listas de reproducción, contenido exclusivo para miembros, canales destacados y la sección Para ti, entre otras cosas.

Diseño del canal (continuación)

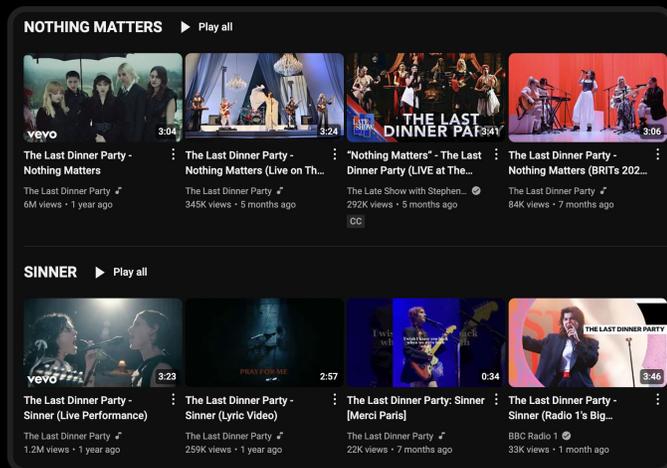
Vídeo del momento

La opción Vídeo del momento te permite elegir un vídeo para que se muestre en la parte superior de tu canal oficial de artista, aunque no lo hayas subido tú.

- Destaca vídeos relacionados con trabajos recientes.
- Si quieres personalizar esta sección, puedes elegir un vídeo concreto para los usuarios nuevos y otro para los suscriptores recurrentes.



Otras opciones de Studio



El grupo **The Last Dinner Party** usa las listas de reproducción para mostrar vídeos, tanto propios como de terceros, relacionados con lanzamientos de singles. Después, destaca esas listas como secciones del canal para que tengan más visibilidad.

Listas de reproducción

Las listas de reproducción son una de las fuentes de tráfico que más usuarios atraen al contenido musical de YouTube. Sirven para hacer una selección de contenido, organizarlo y facilitar su acceso, lo que se traduce en un mayor tiempo de visualización.

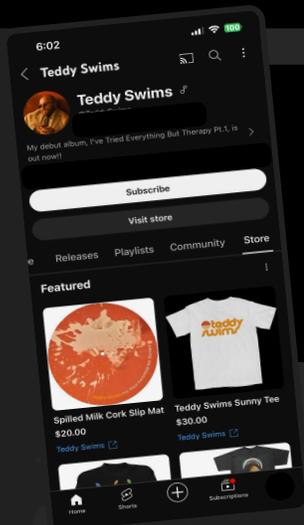
- Te recomendamos organizar y estructurar tu contenido en listas de reproducción que actualices de forma periódica.
- Plantéate crear listas de reproducción de tus entrevistas o de contenido original, de giras o de álbumes concretos, entre otras opciones.
- Puedes crear listas de reproducción que incluyan vídeos publicados por otros canales, como colaboraciones con otros artistas, actuaciones en directo o el contenido que suban tus fans.
- ¿Quieres que descubran estas listas más usuarios? Añade enlaces a ellas en las descripciones de los vídeos. Así, tus fans podrán disfrutar de tu contenido más fácilmente.

Para acceder a las listas, ve a:

YouTube Studio → Contenido → Listas de reproducción

Tienda del canal

YouTube Shopping permite a los artistas que cumplan los requisitos promocionar productos y merchandising de sus propias tiendas en YouTube. Cuando hayas conectado tu tienda al canal, podrás **acceder a la pestaña Tienda** y usar el etiquetado de productos y los escaparates. **Más información sobre cómo asociar merchandising a tu canal de artista de forma directa**



A nivel de vídeo

Aumenta el atractivo de tus vídeos con los títulos y las miniaturas

Los vídeos son un pilar fundamental de tu estrategia artística en YouTube. Si optimizas elementos como los títulos y las miniaturas, **tus vídeos pueden ser más atractivos sin perder la autenticidad de tu marca artística**. Estos elementos se editan durante el proceso de subida de los vídeos. Aunque el rendimiento de los vídeos depende de varios factores, los títulos y las miniaturas son especialmente importantes para captar la atención de la audiencia, ya que son lo primero que ven los usuarios antes de decidir si ver o no un vídeo. Aquí nos centramos en el contenido de formato largo, ya que los Shorts se rigen por otros criterios.

Títulos

Como el título aparece justo debajo de la miniatura en las superficies de descubrimiento, lo ideal es que sea preciso y conciso. **Los términos más importantes para buscar música son el nombre del artista y el de la canción, así que es mejor ponerlos al principio.** También puedes identificar el tipo de contenido (como "vídeo musical oficial") para que los fans sepan qué se encontrarán.

Es fundamental usar un estilo coherente en todos los títulos, incluyendo el uso de mayúsculas y la puntuación. **Además, aunque no tiene que ser formal, sí debe encajar con tu marca y seguir una estructura similar en todos tus vídeos.**

Nombre del artista - Nombre de la canción (formato)

Vídeo musical oficial
Audio oficial
Visualizador
Vídeo con letra
Detrás de las cámaras

Formato	Recomendación
Vídeo musical oficial/ Visualizadores	Usa un fotograma llamativo y de alta calidad
Audio oficial	Muestra la imagen de la portada
Vídeo con letra	Incluye texto bien visible
Detrás de las cámaras	Muestra imágenes espontáneas en las que, idealmente, se vea al equipo de producción

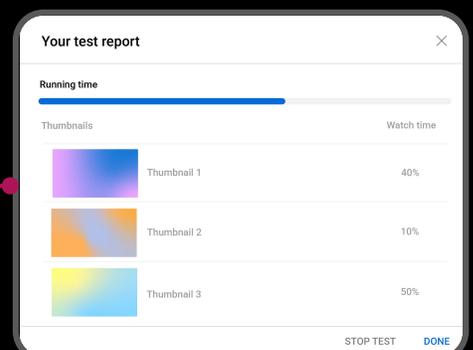
Miniaturas

Las miniaturas son la carta de presentación de tu contenido. Una buena miniatura puede animar a los usuarios a ver el contenido y transmitirles una idea de lo que verán. **Decide en qué quieres que se fije primero tu audiencia y destácalo. Para ello, recurre al contraste y a imágenes atractivas, pero sin recargar, que representen bien la esencia de tu marca.**

CONSEJO: Usa el **porcentaje de clics** en Estadísticas de YouTube para averiguar si los títulos y las miniaturas están logrando que los usuarios interactúen con tu contenido.

¿Necesitas más ayuda para pulir la estrategia de miniaturas?

Utiliza la función **Probar y comparar**: sube hasta tres miniaturas de cada vídeo para probarlas y averiguar cuál tiene mejor acogida entre los usuarios. Esta función es más avanzada que las típicas pruebas A/B porque admite tres alternativas. Haz pruebas con unos cuantos vídeos para empezar a obtener datos y aplicar las conclusiones a los vídeos nuevos.

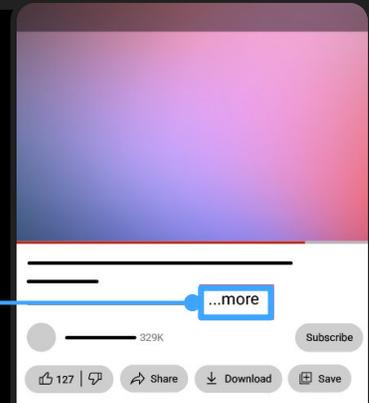


Descripciones

Las descripciones indican al algoritmo de YouTube y a los usuarios de qué trata el vídeo. Una parte de la descripción se ve antes de hacer clic en "más" en un ordenador o de tocar "más" en un dispositivo móvil, y el resto se ve después.

Aprovecha esa primera parte para incluir llamadas a la acción

y usa el resto de la descripción para resumir el vídeo o incluir la letra, fechas de conciertos, créditos de colaboradores y enlaces a redes sociales. También puedes añadir tres hashtags encima del título para ayudar a los usuarios a encontrar el vídeo.



CONSEJO: Actualiza las descripciones de vídeos antiguos que sigan siendo populares con llamadas a la acción relacionadas con nuevos lanzamientos, giras, merchandising, etc.



Directrices, no imperativos

Estas directrices son observaciones generales sobre lo que hemos comprobado que funciona bien en la plataforma, no requisitos estrictos. **Tus vídeos y tu canal son una extensión de tu arte, así que lo más importante es que te representen bien.**

Veamos a algunos artistas en acción

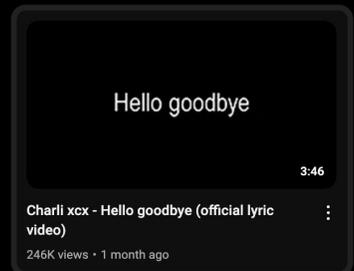


1 ZENTYARB

ZENTYARB añade una fecha destacada en la miniatura de su teaser oficial. Con esta estrategia, **crea hype y transmite a la audiencia que se trata de un avance de su próximo lanzamiento.**

2 Charli XCX

Charli adopta la misma estrategia en todos sus títulos y miniaturas. **Un rasgo distintivo de su estilo consiste en escribir en minúsculas el formato del vídeo en el título; esto da buenos resultados porque lo aplica de manera coherente en todo su contenido.** También ha usado el mismo diseño en las miniaturas de los vídeos con letra más recientes: texto blanco con efecto de granulada sobre un fondo negro. Esta estrategia sencilla pero original capta la atención de los usuarios, además de encajar con el branding general de su álbum.



3 Caroline Polachek

Si un vídeo tiene una buena miniatura, los usuarios sabrán de qué trata sin necesidad de leer el título. Caroline Polachek **muestra una imagen granulada a través de un visor para transmitir de forma rápida y eficaz que se trata de contenido detrás de las cámaras** y despertar el interés de los usuarios.

¿Quieres más recursos para artistas?

GUÍAS DE PRÁCTICAS RECOMENDADAS ACTUALIZADAS Y CASOS DE ÉXITO DE ARTISTAS EN NUESTRO SITIO WEB →