

TODO LO QUE NECESITAS SABER DE

YOUTUBE

SI ERES ARTISTA





1.	Introducción	3
2.	Qué es YouTube y cómo funciona	4
	2.1. Contenido generado por el usuario	
	2.2. Interacción y comunidad.	
	2.3. Monetización.	
3.	Creando tu canal de YouTube.	6
4.	YouTube Music: ¿Cómo funciona?	8
5.	¿Qué es un Canal Oficial de Artista?	9
6.	obtén tu Canal Oficial de Artista: YouTube for Artists.	11
7.	Beneficios de tener un Canal Oficial de Artista.	12
	7.1- Contenido organizado.	
	7.2- Participación de los fans.	
	7.3- Posicionamiento en los resultados de búsqueda.	
	7.4- Contenido promocional personalizado.	
8.	Obtén ingresos con tu música en YouTube	14
	8.1. Programa para Partners de YouTube.	
	8.2. Monetización de tu música con Content ID.	

9.	Shorts de YouTube	18
	9.1. ¿Qué son los YouTube Shorts?	
	9.2. Cómo crear YouTube Shorts.	
	9.3. Ventajas de YouTube Shorts para artistas.	
	9.4. Monetización de YouTube Shorts.	
	9.5. Consejos para viralizar tus YouTube Shorts.	
10.	Hackea el algoritmo de YouTube	23
	10.1. Retención de audiencia.	
	10.2. Métricas de participación.	
	10.3. Relevancia del contenido y palabras clave.	
	10.4. Calidad del video.	
	10.5. Métricas de comportamiento del usuario.	
11.	Resumen y conclusiones finales	27

1. Introducción



Vamos a adentrarnos en el apasionante mundo de YouTube, una herramienta fundamental para cualquier proyecto musical. A lo largo de estas páginas, aprenderemos sin tecnicismos cómo funciona la plataforma y cuáles son sus principales funcionalidades para conectar con tu audiencia, promocionar tus lanzamientos y monetizar tu música.

Antes de comenzar este viaje, es importante que tengas en cuenta que afianzarse en YouTube puede llevar un tiempo, pero es increíblemente provechoso para tu carrera. La buena noticia es que no necesitas invertir demasiado dinero para comenzar aunque si debes dedicarle mucho tiempo y llevar tu creatividad al máximo.

Antes los artistas debían tener algún contacto dentro de la industria musical para dar a conocer sus obras pero hoy tienen Internet y herramientas como YouTube. Esta plataforma se ha convertido en una “vidriera” a través de la cual, muchos músicos se dieron a conocer por sus propios medios. Por tan sólo recordar algunos, podemos mencionar a Pablo Alborán, Ed Sheeran, Justin Bieber y The Weeknd.

No tardemos más y comencemos a explorar cada rincón de esta plataforma para usar todas sus posibilidades al máximo y sacarle el mejor provecho. ¿Vamos?

2. Qué es YouTube y cómo funciona



YouTube es la plataforma de video en línea más popular del mundo. Razón por la cual, creemos saber todo de ella. Sin embargo, tal vez no sabías que es el segundo buscador más importante a nivel global, después de Google. Por lo cual, también se ha convertido en un motor de búsqueda de contenido de cualquier tipo.

Esta plataforma de medios sociales permite a los creadores conectar con su público y ofrece una serie de funciones para ayudarles a hacer crecer sus canales y monetizar su contenido. Se enfoca en que las y los usuarios sean quienes creen el contenido audiovisual de la plataforma e interactúen entre sí.

Como empresa de medios digitales, YouTube gestiona una de las mayores plataformas de vídeo online del mundo y genera ingresos a través de la publicidad y otros métodos de monetización. Entre sus principales aspectos podemos destacar:

2.1. Contenido generado por el usuario.

Una de las principales características de YouTube es que permite a los usuarios subir y compartir sus propios videos. Esto significa que cualquier persona puede convertirse en un creador de contenido y compartir sus historias, conocimientos y talentos con el mundo. El contenido generado por el usuario es una parte fundamental de la plataforma y ha sido clave en su éxito.

2.2. Interacción y comunidad.

YouTube no es sólo una plataforma para ver videos, también es una comunidad en línea donde puedes interactuar con otros usuarios. Puedes comentar los videos, dar "me gusta" y compartir contenido con tus amigos y seguidores. La interacción y la construcción de una comunidad son aspectos importantes de YouTube y ayudan a los creadores a establecer conexiones más fuertes con su audiencia.

2.3. Monetización.

Una de las características más emocionantes de YouTube es la posibilidad de monetizar tu contenido y ganar dinero. Puedes generar ingresos a través de diferentes métodos, como anuncios, patrocinios, mercancías y marketing de afiliación.

3. Creando tu canal de YouTube: Las tres C del éxito



Ahora que ya conoces con fundamentos sólidos qué es YouTube y cómo funciona, es hora de crear tu canal. Seguramente ya tengas uno pero es importante que sea atractivo y realmente monetizable. Por eso, debes recordar las tres C que te llevarán al éxito en la plataforma: **Consistencia, Calidad y Coherencia.**

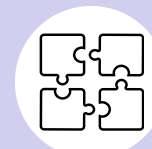
Las 3C's del éxito



Consistencia



Calidad



Coherencia

- **La consistencia** es clave para mantener a tu audiencia comprometida. Elabora un calendario de lanzamientos y mantén una regularidad en la publicación de tus videos. Comienza con lanzamientos regulares cada una o dos semanas y aumenta la frecuencia a medida que tu canal gane más interacción.
- **La calidad** de los videos es fundamental para transmitir una imagen profesional como artista. Asegúrate de que tanto la imagen como el audio sean de alta calidad. Esto se aplica también a otros elementos de tu canal, como las imágenes en miniatura y la descripción de tus videos.

- **La coherencia** se refiere a mantener una línea visual y temática en todos los aspectos de tu canal. Utiliza una estética visual consistente, como el logo de tu artista o grupo, una paleta de colores coherente y una tipografía adecuada. Mantener la consistencia en todos los elementos de tu canal ayudará a construir una identidad visual sólida.

4. YouTube Music: ¿Cómo funciona?



Es importante que sepas que YouTube tiene su propio servicio de streaming llamado YouTube Music que funciona de forma similar a Spotify o Apple Music. Del mismo modo, posee una versión gratuita y también ofrece una suscripción Premium que elimina los anuncios y ofrece funciones adicionales.

YouTube Music es la plataforma que sustituye a Google Play Music. En 2018, Google anunció que a finales de 2020 Google Play Music dejaría de prestar servicio. A partir de entonces, YouTube Music pasó a convertirse en el único servicio de streaming de Google con un amplísimo catálogo de canciones que se estima en más de 80 millones.

Es importante que conozcas la diferencia entre YouTube Music Premium y YouTube Premium. El primero se enfoca únicamente en el servicio de streaming de música, mientras el segundo también es una plataforma de videos.

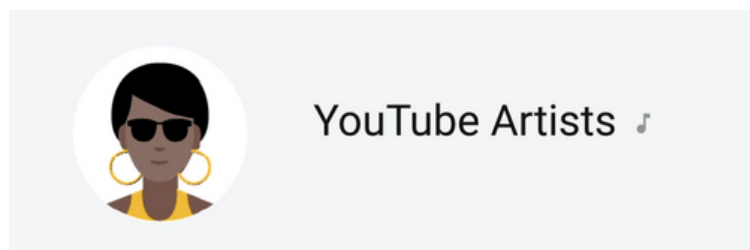
Si deseas que tu música esté disponible en el catálogo oficial de YouTube Music, debes hacerlo a través de una distribuidora digital de música. En cambio, para subir tus videos a la plataforma de YouTube puedes hacerlo de forma independiente y gratuita. Ahora bien, volveremos a este tema más adelante cuando abordemos cómo obtener tu canal oficial de artista. Pero antes, analicemos de qué se trata, porque es importante tenerlo y asociarlo a nuestra cuenta de YouTube Music.

5. ¿Qué es un Canal Oficial de Artista?



Si eres artista, no basta con tener un canal regular de YouTube sino que debes tener un Canal Oficial de Artista. De esta manera, todo tu catálogo de música estará unificado, incluyendo videos, canciones y álbumes.

Un Canal Oficial de Artista es un tipo de canal en Youtube que proporciona una serie de ventajas y herramientas especiales para los artistas. Se distingue de los demás canales por tener una pequeña nota musical al lado del nombre del artista. Esta semicorchea gris sirve como indicador para los oyentes de que están en el lugar correcto donde encontrar todo el contenido oficial. Aquí te va un ejemplo:



Estos canales surgieron de la necesidad de verificar cuál es el canal real de un artista en particular. Cuando se busca el nombre de un artista en Youtube, es común encontrarse con miles de videos y contenidos subidos por diferentes cuentas, lo que dificulta identificar el auténtico. Es por eso que Youtube ha implementado los canales oficiales de artista, para facilitar a los usuarios la búsqueda y acceso al contenido oficial de sus artistas favoritos.

Además, uniendote a YouTube for Artists también recibirás informes detallados sobre los vídeos que hayan tenido mejor rendimiento y obtendrás información sobre tu público objetivo para mejorar el alcance de tu contenido.

La buena noticia es que un canal oficial de artista en Youtube no solo está reservado para las superestrellas o las grandes discográficas, sino que también puede ser utilizado por artistas independientes o más pequeños. ¡Veamos cómo!

6. Obtienes tu Canal Oficial de Artista: YouTube for Artists



Obtener un Canal Oficial de Artista en YouTube no es tan difícil como parece. Aunque existen ciertos requisitos que YouTube solicita, cualquier artista puede verificar su identidad y solicitar un canal oficial. A continuación, te detallamos los pasos necesarios para conseguirlo:

- Ser propietario o administrador de un canal de YouTube que te represente como artista.
- Tener al menos tres lanzamientos en YouTube o YouTube Music que hayan sido distribuidos a través de una agregadora, distribuidora o discográfica. Es importante destacar que no basta con subir tus propios videos a la plataforma, ya que Youtube requiere que estén relacionados con Content ID, lo cual sólo se obtiene si el video ha sido subido por un agente externo.
- No tener infracciones activas en YouTube. Es fundamental respetar las reglas de la plataforma, evitando mostrar elementos como cigarrillos, drogas, alcohol, violencia, sexo, etc., en la imagen de perfil o portada del canal.

Una vez que se cumplen estos requisitos, deberás contactar a tu distribuidora o discográfica para solicitar tu perfil de artista. Normalmente, es posible solicitarlo a través del panel de tu cuenta. Caso contrario, comunícate con el soporte técnico para obtener más información al respecto.

7. Beneficios de tener un Canal Oficial de Artista



Tener un Canal Oficial de Artista en YouTube ofrece una serie de beneficios tanto para los artistas como para sus fans. A continuación, detallaremos los cuatro principales:

7.1. Contenido organizado.

Una de las principales ventajas de tener un canal de artista es la organización automática de todo el contenido. Youtube divide el contenido en dos secciones: el catálogo musical del artista, que incluye todos sus álbumes y canciones, y los videos musicales. Aunque esta organización se genera automáticamente, el artista o su equipo de gestión pueden modificar, eliminar, añadir o administrar el contenido de estas listas según sus preferencias.

7.2. Participación de los fans.

Un Canal Oficial de Artista permite al artista comunicarse directamente con sus fans, de manera similar a una red social. El artista puede publicar mensajes, fotos, vídeos cortos e incluso realizar encuestas. Esta interacción directa fortalece el vínculo entre el artista y sus seguidores, generando una comunidad en torno a su música.

7.3. Posicionamiento en los resultados de búsqueda.

El posicionamiento en los resultados de búsqueda es crucial para que los fans encuentren fácilmente el canal y el contenido de un artista en YouTube. Al tener un Canal Oficial de Artista, este aparecerá en los primeros resultados de

búsqueda y en la parte superior derecha de la plataforma. Esto aumenta la visibilidad de tu música, permitiendo llegar a más personas interesadas.

7.4. Contenido promocional personalizado.

Como propietario del canal, tienes el control total sobre qué contenido mostrar y cómo promocionarte. Por ejemplo, puedes seleccionar un video promocional destacado que se reproduzca automáticamente cuando un nuevo usuario visite tu canal. Además, tienes la posibilidad de personalizar ese video destacado según el usuario que lo vea. Esto te permite, la posibilidad de personalizar tus mensajes y contenidos para llegar de manera efectiva a cada miembro de tu comunidad.

8. Obtén ingresos con tu música en YouTube



Antes de comenzar, es importante que sepas que para monetizar tu música en YouTube, debes tener los derechos fonográficos y editoriales sobre las canciones que deseas monetizar. Esto significa que tus canciones deben ser originales y no deben infringir ningún derecho de autor existente.

Existen algunas restricciones en cuanto al contenido que se puede monetizar en YouTube. No se pueden monetizar canciones que contengan samples no licenciados, contenido de dominio público, versiones karaoke o versiones cover sound-a-like, entre otros. Es importante asegurarse de que tu música cumpla estos requisitos. Caso contrario, no podrá ser monetizada.

Ahora si, vamos a explorar las distintas opciones de monetización que ofrece la plataforma:

8.1. Programa para Partners de YouTube.

Una de las formas más comunes de ganar dinero en YouTube es unirse al Programa para Partners. Para ser elegible, debes cumplir con ciertos requisitos, a saber:

- Vivir en un país o región donde esté disponible el Programa de Partners de YouTube
- Tener más de 3.000 horas de visualización pública en videos en los últimos 365 días, o 3 millones de visualización pública en shorts en los últimos 90 días.

- Tener más de 500 suscriptores.
- Tener 3 videos subidos en los últimos 90 días.
- Tener enlazada una cuenta AdSense, a través de la cual recibirás tus ingresos por anuncios.

Es importante destacar que se trata de nuevas políticas de monetización de YouTube actualizadas al año 2023. Antes debías acumular 4.000 horas de visualizaciones en el último año y tener 1.000 suscriptores. Debes estar atento porque las políticas de la plataforma pueden modificarse.

El proceso de revisión del Programa para Partners de YouTube tarda aproximadamente un mes. Podrás consultar el estado de tu revisión en el panel de control de YouTube Studio (tendrás que iniciar sesión en tu cuenta de YouTube para que funcione el enlace). Una vez que hayan aprobado tu solicitud, tendrás acceso al equipo de Asistencia para Creadores de YouTube. El personal de asistencia tiene la tarea específica de ayudar a los miembros del Programa para Partners de YouTube.

El Programa de Partners de YouTube (YPP) da a los creadores mayor acceso a los recursos de YouTube y a funciones como acceso directo al equipo de Apoyo al Creador. También permite compartir ingresos de anuncios insertados en tus contenidos.

Este programa te da la capacidad de monetizar tus vídeos directamente, por lo que si prefieres tener ese control, esta es la forma de hacerlo en vez de darte de alta en el Content ID de una distribuidora de música digital.

8.2. Monetización de tu música con Content ID.

Una de las principales formas de monetizar tu música en YouTube es a través de Content ID. Se trata de una herramienta que identifica y gestiona los derechos de autor de tu música en los videos de la plataforma.

Content ID permite identificar tu música en videos generados por usuarios y poner anuncios en esos videos para que puedas ganar dinero. Los tipos de contenido que se pueden monetizar a través de Content ID incluyen grabaciones sonoras, composiciones y contenido visual.

El proceso de identificación de tu música en YouTube a través de Content ID implica la subida e identificación de recursos y archivos de referencia. El sistema de gestión de contenidos de YouTube escanea los videos y busca imágenes y audio que coincidan con tu música. Una vez identificado, YouTube actuará de acuerdo con las políticas establecidas por el propietario del contenido o su servicio de monetización de música.

Para ingresar a YouTube Content ID, puedes crear una cuenta de Google AdSense y seleccionar los tipos de anuncios que permites en tus videos. Sin embargo, este proceso puede ser complicado y sólo te permite monetizar los videos que has subido a tu propio canal. Otra opción es optar por un programa de monetización de video en redes sociales a través de una distribuidora digital que se encargue de administrar tu música en YouTube y garantizar que puedas generar ingresos con tus videos.

Lo bueno es que no es necesario cumplir con los requisitos de monetización del Programa de YouTube Partners para monetizar a través del sistema de Content ID. Al contratar una distribuidora, le entregas tus audios no sólo para publicarlos en YouTube Music sino también para monetizarlos en otros canales de usuarios de la plataforma de video. Asegúrate que el plan de distribución digital que adquieras, incluya este servicio. Por lo general, tiene un costo adicional.



Atrás quedó la época en la que te acordabas de tu cuenta de YouTube sólo a la hora de publicar un videoclip o live session. Si bien esta plataforma no es estrictamente una red social, tiene herramientas que pueden darle mayor visibilidad a tu canal para llegar a una audiencia mayor. Una de estas herramientas se llama YouTube Shorts. Vamos a ver de qué se trata:

9.1. ¿Qué son los YouTube Shorts?

Se trata de vídeos breves de hasta 60 segundos que se graban y se comparten desde un teléfono móvil en formato vertical. Esta nueva función de YouTube busca competir con plataformas como TikTok e Instagram Reels, que han experimentado un gran crecimiento en popularidad en los últimos tiempos. Los Shorts están diseñados para ser creativos y atractivos, captando la atención de los espectadores en poco tiempo.

A diferencia de las stories de Instagram, los YouTube Shorts no desaparecen después de 24 horas, sino que permanecen en el perfil del creador de contenido. Esto significa que puedes crear un catálogo de Shorts que estén disponibles para que tus seguidores los vean en cualquier momento.

9.2. Cómo crear YouTube Shorts.

La creación de YouTube Shorts es muy sencilla. Para empezar, debes abrir la aplicación de YouTube en tu teléfono móvil y dar permiso para acceder a la cámara y al micrófono.

A continuación, pulsa el botón para crear nuevo contenido y selecciona la opción "Crear un corto". Ahora podrás comenzar a grabar tu vídeo pulsando el botón rojo.

Una de las ventajas de YouTube Shorts es que cuenta con herramientas integradas de edición de vídeo que te permiten personalizar tu contenido. Puedes modificar la duración del vídeo, hacer recortes, aplicar filtros, añadir música y texto, entre otras opciones.

Además, las herramientas de edición te permiten añadir música, controlar la velocidad de reproducción, utilizar un temporizador, entre otras funciones creativas. Una vez que hayas editado tu vídeo, pulsa el botón para confirmar y añade un título y la privacidad que desees para el mismo. También puedes elegir si quieres subir el vídeo en el momento o programarlo.

9.3. Ventajas de YouTube Shorts para artistas.

Si no tienes un canal de YouTube con miles de suscriptores y eres un artista emergente que quiere darse a conocer y llegar a nuevas audiencias, debes incorporar los Shorts de YouTube en tu estrategia de contenidos. Aquí te contamos cuáles son sus ventajas:

- **Amplia audiencia y rápido crecimiento**

Una de las principales ventajas de utilizar YouTube Shorts como artista es la enorme audiencia y el rápido crecimiento que ofrece esta plataforma. Cada mes, más de 2 mil millones de usuarios visitan YouTube en busca de videos y contenido de todo tipo. Esta base de usuarios masiva brinda a los

artistas la oportunidad de llegar a una audiencia global y aumentar su visibilidad. Además, YouTube Shorts se encuentra directamente integrado con la plataforma principal de YouTube, que es el segundo motor de búsqueda más grande del mundo. Esto significa que como artista puedes aprovechar el alcance y la popularidad de YouTube para promocionar tu música a nivel mundial.

- **Prioridad en el algoritmo de YouTube**

Los YouTube Shorts reciben una prioridad especial en el algoritmo de YouTube. La plataforma ha implementado esta función para competir directamente con otras plataformas de videos cortos como TikTok. Esto significa que los Shorts tienen una mayor probabilidad de aparecer en la página de inicio de los usuarios y en las recomendaciones de videos. Al tener una mayor visibilidad, puedes aumentar su alcance y atraer a nuevos fans.

- **Oportunidad de monetización.**

Como si todo lo otro no fuera poco, también tienes la oportunidad de generar ingresos a través de diferentes fuentes. Esto incluye los derechos de licencia de música, las tasas de ingresos de los creadores y los ingresos adicionales por espectadores de Shorts, generando flujos de ingresos significativos. Ahora veamos cómo puedes monetizarlos.

9.4. Monetización de YouTube Shorts.

En cuanto a la monetización de los YouTube Shorts, actualmente no es posible obtener ingresos directamente a través de los anuncios que se muestran en el reproductor de Shorts. Sin embargo, YouTube ha creado el Fondo de YouTube

Shorts: un fondo de 100 millones de dólares destinado a recompensar a los creadores de contenido de Shorts.

Para acceder a este fondo, es necesario crear Shorts que atraigan a la comunidad de YouTube. No se requiere tener el programa de partners de YouTube ni un número mínimo de seguidores. Si tus Shorts tienen buenos resultados en términos de visitas e interacciones, podrás optar a recibir una parte de este fondo.

9.5. Consejos para viralizar tus YouTube Shorts.

A continuación, te ofrecemos algunos consejos para que tus YouTube Shorts tengan más posibilidades de volverse virales y alcanzar a una audiencia más amplia:

- **Crea contenido original y atractivo:** La clave para destacar en YouTube Shorts es ofrecer contenido único y de calidad. Sé creativo, utiliza efectos especiales, música interesante y elementos visuales llamativos para captar la atención de los espectadores.
- **Utiliza hashtags relevantes:** Al igual que en otras plataformas de redes sociales, el uso de hashtags puede ayudar a que tus Shorts sean descubiertos por más personas. Utiliza hashtags relevantes y populares en tus títulos y descripciones para aumentar la visibilidad de tus vídeos.

- **Interactúa con tu audiencia:** Responde a los comentarios y mensajes de tus seguidores, y muestra interés por su opinión. Esto ayudará a crear una comunidad comprometida y fomentará el engagement en tus Shorts.
- **Promociona tus Shorts en otras plataformas:** Aprovecha tus otras redes sociales para promocionar tus Shorts de YouTube. Comparte enlaces, miniaturas o fragmentos de tus vídeos en plataformas como Instagram, Twitter o Facebook para dirigir tráfico a tu canal de YouTube.

Sé constante y mantén una programación regular: Publica nuevos Shorts con regularidad para mantener a tu audiencia comprometida. Establece una programación y cumple con ella, de modo que tus seguidores sepan cuándo pueden esperar nuevo contenido de tu parte.

10. Hackeando el algoritmo de YouTube



Ahora que tenemos tu atención, vamos a ser honestos contigo: No hay ningún truco con YouTube, ni tampoco es una buena práctica acosar a tus amigos para que se suscriban a tu canal. Esto último puede funcionar en un principio pero lo cierto es que necesitas que tu comunidad funcione de forma orgánica. De nada sirve tener un montón de suscriptores que no interactúen en tu canal o no vean tus últimos lanzamientos. Como dijimos en un principio, posicionar tu contenido en YouTube puede tener ventajas impensadas para la visibilidad de tu proyecto musical pero requiere trabajo, constancia y una estrategia sostenida. De todos modos, ahora analizaremos una serie de factores clave que influyen en el algoritmo de la plataforma.

10.1. Retención de audiencia.

La retención de audiencia es uno de los aspectos más importantes en el algoritmo de YouTube. El tiempo que los espectadores pasan viendo un video y la duración promedio de visualización son factores importantes para determinar la relevancia de ese contenido para otros usuarios. Ahora bien, no significa necesariamente que tus videos tengan que ser super largos. En lugar de enfocarte en la duración, concéntrate en crear contenido que sea interesante y retenga la atención de los espectadores durante toda su duración, independientemente de su longitud. Los videos con una alta retención de audiencia tienen más posibilidades de ser recomendados en la página de inicio y durante la navegación, ya que indican que el contenido es atractivo y

recibido.

Para mejorar la retención de audiencia, es importante crear vídeos creativos y de calidad que capten la atención de los espectadores desde el principio. Además, es fundamental mantener el contenido relevante y cumplir las expectativas establecidas por el título y la miniatura del video.

10.2. Métricas de participación.

Las métricas de participación, como los me gusta, los comentarios, las comparticiones y las suscripciones, también son factores clave que influyen en el algoritmo de YouTube. Estas métricas indican la satisfacción y el interés de los espectadores por un video. Los videos con altas métricas de participación tienen más posibilidades de ser recomendados a los usuarios.

Para fomentar la participación de la audiencia, es importante que animes a tus espectadores a dar "me gusta", comentar, compartir y suscribirse a tu canal. Esto crea un sentido de comunidad y aumenta la interacción con el contenido.

10.3. Relevancia del contenido y palabras clave.

YouTube evalúa la relevancia de los videos utilizando una combinación de señales, como el título, la descripción, las etiquetas y las consultas de búsqueda de los usuarios. Los creadores deben optimizar los metadatos de sus videos utilizando palabras clave relevantes en sus títulos, descripciones y etiquetas para aumentar sus posibilidades de ser descubiertos y aparecer en los resultados de búsqueda.

Es importante comprender el comportamiento de búsqueda de la audiencia y crear contenido que coincida con los temas o consultas más populares. Sin embargo, es crucial evitar el uso de títulos y descripciones engañosas, ya que esto puede tener un impacto negativo en la satisfacción y el compromiso de los espectadores.

10.4. Calidad del video.

Los videos con una alta calidad en términos de resolución, producción y participación de los usuarios tienen más posibilidades de ser recomendados. Como artista, debes centrarte en crear videos visualmente atractivos y bien producidos que aporten valor a tu comunidad.

Además, es importante asegurarse de que los videos se carguen rápidamente, tengan un buen sonido y sean visualmente atractivos. Esto puede tener un impacto positivo en la satisfacción y el compromiso de tu audiencia.

10.5. Métricas de comportamiento del usuario.

Las métricas de comportamiento del usuario, como el porcentaje de clics (CTR), también son factores importantes en el algoritmo de YouTube. Un CTR más alto indica que los espectadores encuentran atractivos tanto el título como la miniatura del video, lo que aumenta la probabilidad de que pasen más tiempo en tu canal y en YouTube en general.

Para mejorar el CTR, debes optimizar tus títulos y miniaturas, asegurándose de que reflejan fielmente el contenido del video y atraen la atención de los espectadores. Además, es fundamental que el video aporte valor y mantenga el interés

de tu audiencia durante toda su duración.

11. Resumen y conclusiones finales



Llegamos al final de este viaje con todo lo que necesitas saber de YouTube si eres artista. Esta guía no pretende ser la definitiva. Más bien es una introducción a la temática. Recuerda que la Industria de la Música es cambiante y dinámica. Siempre debes estar aprendiendo sobre las últimas tendencias.

Lo que sí podemos afirmar es que YouTube ha demostrado ser una plataforma con mucha consistencia y estabilidad a lo largo de los años. Por lo cual, invertir tiempo y recursos en instalarse allí será una buena decisión a largo plazo. Sin dudas, es una herramienta poderosa para expandir tu alcance y presencia sólida en línea. Allí, puedes mostrar tu talento a una audiencia global, conectarte con fans, monetizar tu contenido y colaborar con otros creadores ¿Qué más puedes pedir?

A lo largo de estas páginas, también hemos visto cómo YouTube no sólo es una plataforma de distribución de contenido, también ofrece una variedad de recursos y herramientas que te proporcionan información detallada sobre el rendimiento de tus videos y la demografía de tu comunidad. Estos datos pueden ayudarte a tomar decisiones informadas sobre estrategias de marketing y público objetivo.

Ahora sólo queda aplicar lo aprendido y utilizar eficazmente los recursos disponibles en YouTube. Recuerda: con paciencia y perseverancia, puedes convertir tu pasión por la música en una carrera sostenible. ¡Muchos éxitos!



María José Clutet

Cantautora, Comunicadora Social y Abogada especializada en Propiedad Intelectual y Nuevas Tecnologías de la ciudad de Rosario, Argentina. Se destaca por sus conocimientos en gestión, tecnología e

innovación para la industria de la música. Brinda capacitaciones y asesorías legales a proyectos artísticos y creativos, es parte de FUTURX -la primera comunidad de música y tecnología en LATAM- e integra el equipo de Marketing y Contenidos de Larrosa.



LARROSA

LARROSA: INNOVACIÓN, MÚSICA Y COLABORACIÓN GLOBAL

Larrosa busca transformar la industria musical con nuevos modelos de negocio justos, vanguardistas y eficientes. Operan globalmente de manera remota y descentralizada, con una sede administrativa en Estonia y un equipo multicultural. Son expertos en financiación y nuevas tecnologías, impulsando proyectos y carreras musicales exitosas. Especializados en formación, financiación accesible y tecnologías como Blockchain e Inteligencia Artificial, han sido reconocidos como referentes en el sector. Larrosa también difunde contenidos innovadores a través de charlas, eventos y sus redes. Su historia refleja crecimiento, experiencia y transformación, fortaleciendo su impacto en la industria musical.