

## CULTURA

Escanear el código para visitar esta sección en nuestro sitio web



Editor: Julio Aguilar  
Coeditora: Yanet Aguilar  
Tel: 55 5709 1313  
Ext: 4430 y 4431

## JOSÉ QUEZADA

—jose.quezada@clabsa.com.mx

Cinco artistas ofrecen su mirada a lo que significa la creación de contenido digital, siendo compositor e intérprete. Un fenómeno que impacta tanto en el artista y el espectador y que sólo podría suceder en el contexto actual. Temas como la posibilidad de abrir puertas laborales o la desventaja frente a otro tipo de *influencers* los abordan los creadores jóvenes que más impacto han tenido en las redes sociales.

El dúo de piano conformado por los hermanos Omar e Ivanna Gutiérrez, de Baja California, ha logrado algo atípico: ser los primeros creadores de contenido en México que alcanzan la placa de plata de *YouTube Creators Awards* por 100 mil suscriptores en su canal dedicado exclusivamente a sus conciertos de piano clásico.

Su trayectoria empezó en 2010. Ya titulados en Piano Performance con Distinción del conservatorio Con Brio de Australia (LCBE), abrieron su canal de *YouTube* en 2013 ("Omar e Ivanna Piano"), después de una gira por España y la grabación de su primer disco, *Omar e Ivanna Gutiérrez Piano*, que les dio el primer premio en la competencia internacional de música en Suiza.

Ivanna, de 33 años, cuenta que en 2019 tomaron un rumbo más activo en *YouTube*: "Al principio no pensábamos tanto en cómo manejar este canal, pero siempre viajamos con nuestras cámaras y equipo para, a la hora del concierto, poder grabarlo". Es una inversión, dice, que no todos los músicos hacen. Aunque la pandemia marcó consolidó su canal, el contenido que abarcó fue de presentaciones previas: "En ese tiempo subimos videos de giras pasadas, conciertos en Italia, España, Francia, Shanghái y Ciudad de México", afirma Omar, quien tiene 36 años.

"Hay músicos que se dedican a hacer *covers*, música más moderna o videoclips. Cuando llegan un poquito más a lo que es música clásica, a veces son simplemente videoclips pregrabados. Nosotros quisimos llevar nuestras giras de conciertos más allá de la sala de audiencia", continúa Ivanna para resaltar el valor de un canal con un alto número de seguidores y en el que se pueden escuchar obras de Saint-Saëns, Piazzolla y Arturo Márquez.

Incorporar el lenguaje de una plataforma como *YouTube* es, para el dúo, que también ha hecho interpretaciones a dos violines, una oportunidad de expandirse más allá de las fronteras geográficas: "Es una forma de representar a México fuera del país". En *Instagram*, cuenta, rondan el medio mi-



ARGENTINA DURÁN  
Pianista

"Es una oportunidad histórica para romper esas barreras que tradicionalmente nos han relegado en cuanto a la difusión de nuestro arte"

Con los videos, en los que difunde su trabajo como pianista de la Orquesta Sinfónica Nacional, Argentina Durán ha alcanzado casi 500 mil seguidores en *TikTok*.

# Los músicos jóvenes saltan de las salas de conciertos a TikTok

Cinco ejecutantes que rondan los 30 años han encontrado en las redes sociales seguidores y una ruta para difundir su talento, mas no para vivir de él



CARLA HERNÁNDEZ  
Pianista

"Es importante que otros músicos no se queden con la idea de que su vida está resuelta porque tienen seguidores. Eso es mentira"

lón de seguidores, algo que es igual de loable, puesto que el llamado contenido vertical (videos breves, comunes en *Instagram* y *TikTok*) tiene un público cautivo al de *YouTube*, que puede ver videos más largos. El dúo prepara, en el presente, su tercer disco.

Un caso muy distinto es el de la guitarrista clásica Gina Arriola, quien ha dado conferencias sobre música en Perú y en la Cumbre Iberoamericana de la Guitarra, por ejemplo. Arriola nació en Chihuahua, tiene 29 años y lleva el canal de datos curiosos e interpretaciones "Música con Historia" (222 mil seguidores), pero, en un principio, cuando era estudiante en el Conservatorio de su ciudad, no era una asidua consumidora de redes sociales. "La carrera de música te consume mucho tiempo", dice. Entonces, pertenecía al terceto Lontano Guitar que, en los tiempos en los que recién surgía *Instagram*, no existía *TikTok* y los focos principales los tenía *Facebook*, ya subía videos. Ese mismo grupo de amigos la introdujo al canal de *YouTube* "Bully Magnets" sobre historia

de México. Y la forma coloquial que tenían de acercarse al conocimiento se le quedó grabada. Entonces, Gina daba clases de música para niños y descubrió que la forma de atraer su atención era contándole historias curiosas sobre la vida de los compositores. Una convocatoria equivalente al PECEA/ FONCA de Chihuahua, que ganó en 2018 con un proyecto de videoblog histórico musical sobre guitarra clásica, impulsó su canal.

Ya sin becas, en plena pandemia, empezó a crear contenido vertical en *Instagram* y, a fuerza de constancia, alcanzó cerca de 50 mil seguidores hasta que un millón "un tanto controversial" sobre los mitos alrededor de *Para Elisa*, de Beethoven, se volvió viral: "Fue el primer video que llegó a un millón de vistas. *Facebook* e *Instagram* son plataformas que premian el debate, la discusión. Digo viral, pero es relativo, en realidad, no es una viralidad como la que vemos hoy en redes sociales, pero lo es para el nicho del que estamos hablando, que es la música clásica".

El aporte, dice, que le da la crea-

Carla ha hecho cambios en el contenido que ofrece para que su trabajo sea más rentable.

## EL DATO

Los hermanos Omar e Ivanna obtuvieron la placa de plata de *YouTube* por alcanzar los 100 mil seguidores en su canal.

GINA ARRIOLA  
Guitarrista

"Digo viral, pero es relativo. En realidad, no es una viralidad como la que vemos hoy en redes sociales, pero lo es para el nicho del que estamos hablando, que es la música clásica"



En la cuenta "Música con Historia", Gina Arriola aborda de forma accesible datos curiosos de la vida de grandes compositores.

IVANNA GUTIÉRREZ  
Pianista

"Hay músicos que se dedican a hacer *covers* (...) Nosotros quisimos llevar nuestras giras de conciertos más allá de la sala de audiencia"



En el canal de *YouTube* de Omar e Ivanna pueden verse algunos de los conciertos que integran sus giras internacionales.

ción de contenido a un artista equivale a "tener tu currículum frente a todos, comprobable y tu currículum viralizable. Las redes sociales me han abierto muchas oportunidades que yo jamás imaginé". Una de esas oportunidades fue la invitación a tocar en la 49 FERIA Internacional de la Guitarra en Paracho: "Es la capital mundial de la guitarra y donde se hacen la mayor parte de las guitarras mexicanas".

Una casualidad fue también lo que dio cierto impulso a Argentina Durán (Xalapa, 1996), pianista de la Orquesta Sinfónica Nacional de México, para ser una de las creadoras de contenido de música clásica más populares hoy. Y también en pandemia, en pleno boom de *TikTok*, empezó a subir videos que llamaron la atención sobre su trabajo con la Sinfónica. "Fue, específicamente, un video que grabé con la cámara frontal en el que explicaba dónde estaba el DO en el piano, pero la cámara salió con el efecto "espejo". Fue un debate grande, todos decían, ¿por qué es un mi que suena como DO?" El impacto de ese video fue el inicio de un camino que la ha llevado a tener hoy 500 mil seguidores en *TikTok* y repercutió en sus otras redes.

A la par, fue convocada por la Orquesta de Minería para grabar videos, y aprendió a grabar, editar, manejar luces, lo cual le sirvió para mejorar la producción de su contenido. En *Facebook* hoy tiene 360 mil seguidores; en *Instagram*, 260 mil; en *YouTube*, 40 mil. Clave de esa solidez es —coincide con Omar e Ivanna— no desvirtuar la música, sino presentarla en un formato accesible, conservando su riqueza. "Normalmente en las salas de conciertos llegan ciertas personas, pero en una red social tu público es abierto totalmente y no te limitas a la capacidad que hay en un auditorio, sino que puedes llegar a 12 millones de personas, por ejemplo, al mismo tiempo y con un solo video", afirma Durán.

Su trabajo, en la actualidad, implica, como el de todos los creadores de contenido, la monetización, el trabajo con marcas y las campañas. La idea de viralizar un video estuvo siempre, pero cuando sucedió fue casi un accidente. "Lo importante es el alcance. Es una oportunidad histórica para romper esas barreras que tradicionalmente nos han relegado, nos han invisibilizado, en cuanto a la difusión de nuestro arte; que las personas sepan por qué es importante la música clásica en la vida cotidiana".

Los puntos sobre las íes los da Carla Hernández (@claralunarartist), quien tiene 29 años y 261 mil seguidores en *Instagram*. Tras estudiar en la Escuela Superior de Música y Danza de Monterrey, su vida tomó varios caminos, en los que se entrecruzaron el dar conciertos, clases y hacer trabajo de oficina. En 2022 empezó a subir sus primeros videos a *Instagram*; tocaba el piano y su rostro no se veía. También, a fuerza de constancia, logró tener, en cierto tiempo, 40 mil seguidores. Aunque su contenido se centra en el piano y el oficio, se preguntó —en medio de la lucha que hace tan difícil el camino de un músico— qué podía hacer para que su trabajo fuera rentable y dinámico, por lo que dio ciertos giros a su contenido, acercándolo más al "estilo de vida".

"Los músicos no viven de las redes sociales, a diferencia del gremio de los *influencers*", dice y alude a la diferencia entre vivir *per se* de *Instagram* o *TikTok* y las puertas que dichas redes abren. Las grandes marcas, por ejemplo, ofrecen instrumentos o descuentos, pero la gente no come instrumentos, señala. "Es importante que otros músicos que nos ven no se queden con la idea de que su vida está resuelta porque tienen seguidores. Es mentira. Las redes sirven para darte a conocer, tener más conciertos, para vender más tus servicios y productos". ●