

El tema tiene 21 años y es parte de su primer disco homónimo

El misterioso éxito de Christell en Asia: "Ha sido brutal"

KAREN RETAMAL

Han sido semanas "muy locas", confiesa Christell Rodríguez. La cantante e influencer todavía no se explica cómo su canción "Dubidubidu", que tiene exactos 21 años, ha alcanzado popularidad mundial. El tema en Spotify ya acumula más de 5 millones de reproducciones en Chile; mientras que en Japón apareció en el primer lugar de la lista de los 50 virales del momento. En Corea del Sur, en tanto, ocupa el lugar número 13 y en República Checa avanza en el tercer lugar de la misma lista. Mientras que en TikTok, acompaña diversos videos, desde animales a coreografías. "Ha sido brutal. Todos los días es algo nuevo", afirma la oriunda del Biobío, quien poco a poco ha ido recabando datos para entender el origen de su éxito actual.

¿Sabe por qué su canción se hizo viral?

"Sólo sé que empezó dentro de una comunidad de videojuegos. Alguien subió una animación de un personaje bailando esta canción. Luego empezaron a salir videos de este gatito que mueve la cabeza al ritmo de la canción y ahí volvió a explotar y empezó a irse a otros lados, a Asia principalmente. Después me llegó a mí, indicando que la canción estaba viral en TikTok. Como la canción no estaba en Spotify (después fue subida por Warner Music), el audio no era de nadie, así que no salía mi nombre ni nada".

Además, apunta la cantante, el tema se hizo conocido por su coro, por eso todos la ubican como "Chipi chipi chapa chapa". "Partió un poco antes de Navidad y se ha expandido mucho. Por eso subí un video de la presentación que hice en "Rojo". La gente me empezó a etiquetar. Así se enteraron de que era yo quien la cantaba", cuenta.

Sobre el tema, que integra su primer álbum homónimo, Christell al tener 5 años entonces, no participó de la composición ni de la letra. No obstante, "sé que había personas que decían que era buena, otros que no le tenían tanta fe, así que fue la última canción en entrar al disco a grabar".

"No creo en las casualidades, así que creo que algo bueno saldrá de toda esta locura. Estoy feliz y muy agradecida de las personas que se dieron cuenta de que era mi canción y me empezaron a etiquetar y que -hasta el día de hoy- me etiquetan o comentan que yo la canto", asegura.

¿Cuántas notificaciones en el celular recibe al día?

"Muchísimas. Hubo un tiempo que

En menos de un mes, la pieza musical reconocida en TikTok por su coro "Chipi chipi chapa chapa", pasó de amenizar videos de gatos a ser compartida por "idols" y a tener el primer lugar dentro de las 50 canciones virales de Spotify Japón.

tuve que apagar las notificaciones, porque estaba estudiando para mi defensa de título. Mi celular vibraba y como que me desconcentraba. Pero no me puedo quejar".

¿Le gustaría que la invitaran a Japón?

"Claro que sí, de por sí la cultura asiática me llama mucho la atención. En Corea del Sur la canción está número 13 del ranking y yo amo el K-Pop y en mayo voy a Corea en un viaje grupal de mujeres".

Teorías

Anahí Cortés, directora Unnie Pop (@unnie_pop), sitio de noticias del K-Pop, cuenta que desde su investigación, la llegada a Asia de la canción tendría origen en los videos de gatos. "Los coreanos comenzaron a traducir la canción, porque todos amamos los videos de gatos. Entonces, los latinoamericanos empezaron a decir que la canción iba a llegar a los idols y así fue. Hace 2 semanas, en Unnie Pop, nos dimos cuenta que un idol, Bang Yedam, que es súper reconocido, sube un pantallazo del video de Christell en "Rojo" y del video en YouTube y nada más. Luego, otro idol, Beomgyu de TXT (grupo de K-Pop) se puso a bailar la canción. Si lo hizo este idol, lo empezarán a replicar otros", opina.

"Pensamos que el peak había llegado, pero si llegó a Asia, recién está viviendo su peak más alto. Sería interesante tener una colaboración de Christell y un idol de K-Pop", plantea Cortés.

Sobre la viralización, Manu Chatlani, director ejecutivo de Jelly, asegura que "parece magia. Basta que un fragmento sea usado por una persona en forma creativa en TikTok para que empiece el fenómeno del contagio. De pronto todos empiezan a imitar ese trend y de la nada puede revivir una canción, un momento de una serie o película. En la música se está dando con más fuerza y viejas canciones aparecen de la nada y explotan rápidamente".



"Creo que algo bueno saldrá de toda esta locura", opina.

MAURICIO QUEZADA

TEMPORADA VIUDOS DE VERANO

ENTRADA LIBERADA SHOW CONTINUADO

CASANOVA

AGUSTINAS 676