

**El buen hacer de “El
Mal Querer”:**
*Construcción de marca
personal a través de los
discursos artísticos.*

Septiembre 2019

Carmen Villaescusa Lage



Tutor: José Antonio Palao Errando

Modalidad A
Grado en Publicidad y RR.PP

Resumen

El propósito que tiene este trabajo es analizar el proceso y las posibilidades para la construcción de marca a través del discurso audiovisual, poniendo como ejemplo y caso de estudio el éxito de la cantante catalana Rosalía. Para hacerlo, centramos el análisis en el disco “El Mal Querer” y analizamos la narrativa de los videoclips producidos para sus canciones, estudiando su popularidad y el porqué de su triunfo, tratando de descubrir cómo explotar el videoclip como formato publicitario. El objetivo de esto es analizar y conocer de qué manera utilizar los nuevos formatos digitales con fines publicitarios y dotar de nuevo significado a aquello que parecía obsoleto.

Pondremos el foco en esta artista y su nuevo trabajo por el revuelo que ha supuesto para la sociedad y los consumidores de música, por cómo ha calado en personas ajenas al género del flamenco y por la continuidad y coherencia que envuelve todo lo que le rodea: su imagen, sus videoclips, sus performances y el *artwork* que envuelve a su disco, “El mal querer”, convirtiendo símbolos y referentes de la cultura española más clásica en algo totalmente nuevo que vuelve a resultar atractiva para los más jóvenes. Es decir, por la construcción de su marca personal y de su seña de identidad.

Para llevar a cabo la investigación se ha revisado la historia del videoclip, su génesis y su evolución, así como la concepción publicitaria característica de este formato y aquellos elementos integrados en él que lo sitúan como una herramienta capaz de modular el sentido de las canciones mediante los discursos visuales.

Palabras clave: Narrativa, audiovisual, branding, marca personal, Rosalía, videoclip.

Abstract

The aim of this paper is to analyse the process and possibilities for brand building through audiovisual discourse, using the success of the Catalan singer Rosalía as an example and case study. To do so, we focus the analysis on the album "El Mal Querer" and we analyse the narrative of the music videos produced for her songs, studying their popularity and the reason for their triumph, trying to discover how to exploit the video clip as an advertising format. The aim of this is to analyse and find out how to use the new digital formats for advertising purposes and give new meaning to what seemed obsolete.

We will focus on this artist and her new work because of the upheaval she has caused for society and music consumers, because of how she has permeated people outside the *flamenco* genre and because of the continuity and coherence that surrounds everything that surrounds her: her image, her music videos, her performances and the artwork that surrounds her album, "El mal querer", turning symbols and references of the most classical Spanish culture into something totally new that once again becomes attractive to the youngest. In other words, for the construction of her personal brand and her sign of identity.

In order to carry out the research, we have reviewed the history of the music videos, its genesis and evolution, as well as the characteristic advertising conception of this format and those elements integrated in it that place it as a tool capable of modulating the meaning of songs through visual discourses.

Key words: Narrative, audiovisual, branding, personal branding, Rosalía, music video.

ÍNDICE

RESUMEN	1
ABSTRACT	2
1 INTRODUCCIÓN	5
2 OBJETIVOS E HIPÓTESIS	6
3 METODOLOGÍA	8
4 MARCO TEÓRICO	10
4.1 El videoclip: Historia y evolución	10
4.1.1 Definición aproximada	10
4.1.2 Evolución del videoclip	13
4.1.3 Concepción publicitaria.....	15
4.1.4 El videoclip como modulador de sentido	17
4.2 La construcción de marca	20
4.2.1 Marca y construcción de marca	20
4.2.2 Construcción de marca personal.....	22
4.2.3 Marca, marca personal y marca musical.....	24
4.3 Rosalía y El Mal Querer	31
4.3.1 ¿Quién es Rosalía?	31
4.3.2 El Mal Querer.....	35
4.3.3 Trap y Flamenco.....	38
4.3.3.1 Trap.....	38
4.3.3.2 Flamenco	40
4.3.4 El éxito de El Mal Querer.....	41
5 ANÁLISIS DEL UNIVERSO DE EL MAL QUERER	44
5.1 Análisis de canciones	44
5.1.1 Malamente - Cap.1: Augurio.....	46
5.1.2 Que no salga la luna – Cap.2: Boda.....	47
5.1.3 Pienso en tu mirá – Cap.3: Celos	49
5.1.4 De aquí no sales – Cap.4: Disputa.....	49
5.1.5 Reniego – Cap.5: Lamento.....	51
5.1.6 Preso – Cap.6: Clausura	51
5.1.7 Bagdad – Cap.7: Liturgia	52
5.1.8 Di mi nombre – Cap.8: Éxtasis	53
5.1.9 Nana – Cap. 9: Concepción.....	53
5.1.10 Maldición – Cap.10: Cordura.....	54
5.1.11 A ningún hombre – Cap. 11: Poder.....	54
5.1.12 Observaciones.....	55
5.2 Análisis de los artworks	57
5.2.1 Análisis.....	57
5.2.2 Observaciones	67

5.3	Análisis de los videoclips	68
5.3.1	Malamente	70
5.3.1.1	Segmentación y análisis videográfico	70
5.3.1.2	Interpretación	82
5.3.2	Pienso en tu mirá	86
5.3.2.1	Segmentación y análisis videográfico	86
5.3.2.2	Interpretación	95
5.3.3	De aquí no sales	97
5.3.3.1	Segmentación y análisis videográfico	97
5.3.3.2	Interpretación	105
5.3.4	Bagdad	107
5.3.4.1	Segmentación y análisis videográfico	107
5.3.4.2	Interpretación	110
5.3.5	Di mi nombre	111
5.3.5.1	Segmentación y análisis videográfico	111
5.3.5.2	Interpretación	115
5.3.6	Observaciones	117
5.4	Análisis de las performances	120
5.4.1	Análisis	121
5.4.2	Observaciones	132
6	CONCLUSIONES	133
7	LÍNEAS FUTURAS DE INVESTIGACIÓN	139
8	BIBLIOGRAFÍA	141
	ENGLISH VERSION	161
9	INTRODUCTION	161
10	THEORETICAL FRAMEWORK	162
10.1	Music videos: History and evolution	162
10.1.1	Rough definition	162
10.1.2	Evolution of the music video	165
10.1.3	Advertising concept	167
10.1.4	Music video as a modulator of meaning	169
10.2	Brand building	171
10.2.1	Brand and brand building	171
10.2.2	Building a personal Brand	173
10.2.3	Brand, Personal brand and Music brand	174
10.3	Rosalía and “El Mal Querer”	182
10.3.1	Who is Rosalía?	182
10.3.2	“El Mal Querer”	186
10.3.3	Trap and Flamenco	188
10.3.3.1	Trap	189
10.3.3.2	Flamenco	190
10.3.4	The success of “El Mal Querer”	191
11	OVERALL RESULTS	194

1 Introducción

Este trabajo tiene como razón de ser, de manera general, el análisis del disco de la cantante catalana Rosalía, “El Mal querer”, concretamente los videoclips producidos para las canciones del disco y de manera algo más secundaria algunas de sus actuaciones y performances, el *artwork* que envuelve al disco y su música; con el objetivo de descubrir el porqué de su triunfo, comprender como puede influir la narrativa audiovisual en la creación de una marca y presentar el videoclip como nuevo formato publicitario. Por otra parte, se pretende también analizar la evolución de la cantante, de su personaje y de sus propuestas y esclarecer el motivo por el cual ha logrado transformar aspectos o símbolos de la cultura española que parecían obsoletos en “objeto de culto” y, mezclándolos con elementos más propios de la cultura *millennial*, generar un todo aclamado por la audiencia y construyendo así una fuerte marca personal.

En conclusión, el propósito del trabajo es llevar a cabo un análisis de todo lo referente al disco “El Mal Querer” para entender su éxito, teniendo en cuenta la evolución de la cantante y sus trabajos y apariciones anteriores para afirmar la hipótesis de que su trabajo se ha convertido en un todo artístico, que incluye a su personaje, y que no puede entenderse, ni el trabajo ni su éxito, plenamente sin tener en cuenta todo lo que lo envuelve; y poder afirmar también que este éxito se debe, no solo a su “*ejecución virtuosa*” (Virno, 2003), sino a todo el trabajo previo de construcción de marca y a la influencia de la narrativa audiovisual para lograrla; sirviendo así como ejemplo, por una parte de construcción de marca y por otra, de construcción de marca personal.

2 Objetivos e hipótesis

Objetivos

El objetivo principal es analizar el universo de marca construido para el disco *El Mal Querer*: los videoclips creados para las canciones que integran el disco así como las letras de sus canciones, la historia contada; los artworks creados para el disco y algunas de sus performances relacionadas también con el trabajo de Rosalía; analizar el proceso de construcción de marca a través de los mismos para comprender así cómo puede explotarse el videoclip como formato publicitario, cómo influye este trabajo en la creación de una marca, así como qué posibilidades ofrece el discurso y la narrativa audiovisual en este proceso. Descubrir el motivo por el cual esta cantante y su trabajo se han convertido en tan relevantes y cuál ha sido la evolución hasta llegar a esto.

Hipótesis

Rosalía se ha consolidado como cantante destacable del panorama musical actual y ha hecho de su trabajo un todo artístico que ya no solo concierne a lo puramente musical, sino que ha traspasado fronteras y sus creaciones y su personaje artístico no se puede concebir sin tener en cuenta su trabajo al completo.

El personaje de Rosalía y la concepción que el público tiene de ella está altamente condicionado por cómo se presenta en las narraciones de su videoclips, es decir, la cantante ha utilizado la narrativa audiovisual para construcción de marca y ha hecho de los videoclips de sus canciones una herramienta publicitaria.

Hasta llegar al punto actual, la cantante ha experimentado y trabajado un proceso de creación, definición y construcción de marca personal, demostrando así que la autenticidad que vende y fideliza al público es fruto del pensamiento y la planificación previas, y que aquello que triunfa no es, ni mucho menos,

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

aleatorio, es un proceso de edificación de la marca personal y del “yo”, entendiéndolo ese “yo” como algo controlado, que surge de la relación del ser humano con la realidad, con el entorno y que es aquello que sirve para mediar entre el “súper yo”, la instancia moral y el “ello”, lo subconsciente. (Freud, 1923).

3 Metodología

En este trabajo se abordan dos grandes bloques, por una parte el marco teórico que versa fundamentalmente sobre el concepto y la historia del videoclip así como de la construcción de marca, tanto a nivel tradicional como a nivel artístico, incluyendo también información sobre la cantante Rosalía, por ser la creadora del trabajo a analizar. Por otra parte, este marco teórico ha servido de guía para el análisis realizado posteriormente, que incluye todos los elementos que engloba “El Mal Querer”: letras, artworks, videoclips y performances, siendo el más amplio y profundo el de los videos musicales.

Al no encontrar ningún método universal para analizar videos musicales contemporáneos, el análisis realizado se basa en diferentes métodos, teniendo en cuenta la teoría existente sobre el video musical y la construcción de marca tratando de ajustarlo lo máximo posible a los objetivos del trabajo.

Se han tenido en cuenta también artículos de medios comunicación en los que se pueda apreciar la repercusión y el eco mediático que tengan y hayan tendido los lanzamientos de los trabajos de Rosalía, así como las críticas de medios especializados en música y arte.

Dada la naturaleza de la música de la cantante catalana, de manera menos vasta, se ha investigado también sobre el origen de los géneros o subgéneros musicales de los que hace uso principalmente en su trabajo: el Flamenco y el Trap, tratando de explicar de una manera breve su historia y particularidades más destacables.

A continuación, se analizará el universo de “El Mal Querer”, es decir, toda la parte creativa que lo envuelve: el mensaje de las once canciones; los doce artworks presentados para el disco, tomando como referencia las explicaciones sobre simbología que el autor de las mismas, Filip Custic, comparte en su cuenta de Instagram; los cinco videoclips presentados para el disco, siguiendo principalmente la metodología propuesta por Jennifer Rodríguez-López e Ignacio

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Aguaded aunque, como ya hemos mencionado, tratando de adaptarla para optimizar la consecución de los objetivos de este trabajo.

Tras esto, se tratará de establecer una relación y conexión entre los componentes del álbum con el objetivo de demostrar la existencia de coherencia y unidad entre las partes y, por último, se relacionará la teoría revisada con el análisis efectuado para demostrar la valía del trabajo “El Mal Querer” como ejemplo de construcción de marca a través del discurso audiovisual, utilizando el videoclip como formato publicitario y, a su vez, a Rosalía como ejemplo de construcción de una fuerte marca personal – musical.

4 Marco teórico

4.1 *El videoclip: Historia y evolución*

En este primer apartado, hablaremos del videoclip: trataremos de llegar a una definición del término; de ahondar un poco en sus orígenes y su evolución, de examinarlo desde el punto de vista publicitario, y de revisar su estado actual, el punto en que se encuentra.

4.1.1 *Definición aproximada*

Son muchas las definiciones que podemos encontrar sobre el video musical, todas llenas de matices y de puntos de discordia, pero lo que parece claro es su intención publicitaria: el videoclip tiene su génesis en la promoción del trabajo de un artista musical, como indica David Selva (2009) al explicar que se trata de un formato utilizado “como herramienta de comunicación comercial”.

Resulta complicado concretar las características propias de un videoclip en cuanto a duración, forma, elementos, género al que adscribirse... pero lo que sí parece innegable es que este producto audiovisual es una “puesta en escena de la música”, en palabras de Andrew Goodwin (citado por Selva, 2009).

Sería pues conveniente, definir el videoclip como un formato en el que conviven la música, la narración de una historia, la promoción, la evocación... Además, el videoclip nace como herramienta publicitaria a manos de la industria discográfica, y en su origen el canal de transmisión del video musical fue la televisión; medio que lo impulsó, popularizó y consolidó. Sin embargo, podríamos decir que, tras la revolución tecnológica, el auge de internet y las redes sociales y la transformación en la forma de consumir contenido y entretenimiento, el videoclip difundido vía TV ha pasado a ser algo anecdótico, aunque todavía existan cadenas que retransmiten estos videos, se ha dejado paso al videoclip difundido en la web, sobre todo en Redes Sociales y más concretamente en YouTube, medio por excelencia, Vimeo, y DailyMotion. Además, dentro de estas, discográficas y productoras han creado sus propios canales donde comparten directamente y de manera gratuita el contenido que

generan; de hecho “algunas empresas como Sony han llegado incluso a crear su propia plataforma, Vevo, en la que monopoliza y gestiona sus creaciones video musicales además de aportar nuevos contenidos juveniles como consejos estéticos o conciertos en directo al estilo de la programación que podemos encontrar en MTV” (Pedrosa González, 2016: 219). Por otra parte, los videoclips ya no solo llegan al público mediante las redes sociales, sino que revistas y periódicos se han eco de los nuevos lanzamientos y dedican artículos a estos, haciendo que puedan alcanzar a un público más amplio.

Aunque para que exista un videoclip es necesaria la música, no se limita a esta, sino que, como explica Mirka Collazo (2007), la imagen aporta un valor a la realidad, y así “el sonido, entonces, se hace tangible pues adquiere el mismo protagonismo que la imagen y sirve de guía para la realidad presentada.”, generando así la dinámica audiovisual que el receptor tendrá que descifrar o interpretar.

Por otra parte, podríamos decir que este género o formato se trata de uno en esencia postmoderno, siendo característico de esta etapa que la forma gana al contenido, los ideales se cambian por el consumo y el cuerpo se convierte en herramienta de libertad; este discurso o producción posmoderna tiene unas características estéticas concretas: el Pastiche, combinación de diferentes elementos y estilos que ya existen, dando como resultado un producto novedoso y original que, además, “permite la re-significación de los discursos audiovisuales” (Rodríguez-López, 2015: 17), se evidencia en el videoclip, que recoge y mezcla elementos y características de la televisión, el cine, el arte y la publicidad ofreciendo, sin embargo, un resultado diferente a los que ofrecen este tipo de discursos. Otras particularidades de la posmodernidad, que se encuentran reflejadas en los videoclips son la repetición de patrones, el ritmo frenético, el recargamiento y la fragmentación lo cual se podría interpretar como “una estrategia de simplificación de los mensajes dispuestos en el videoclip atendiendo a una necesidad interna del formato” (Rodríguez-López, 2015: 19).

“Una semiótica del exceso basada en la proliferación y distribución sin fin de signos; (...) la ironía y la intertextualidad, la articulación irónica de lo "ya dicho" es la figura distintiva de la comunicación posmoderna, como

dice Umberto Eco, una especie de reciclaje cultural infinito (...) que se apropia y acoge elementos desde todas las épocas y estilos de las distintas manifestaciones artísticas y expresivas de la historia de la humanidad; la fragmentariedad de esta intertextualidad; la multiplicidad de normas estilísticas, una especie de eclecticismo sincrónico y diacrónico y, por último, la desaparición de las formas de relato tradicional y del sentido (si para Lyotard, la forma del relato es el medio de legitimación de una cultura o colectividad, para Baudrillard, en tanto el posmodernismo rechaza el sentido común como agente de la sociedad que destruye lo individual, niega la máquina social)” (Sedeño Valdellós, 2008).

Otro aspecto a tratar a la hora de definir qué es un videoclip, son las características dentro de las creaciones en sí y, en lo que a este aspecto refiere, no podemos no mencionar su adaptación a diferentes estilos o su “capacidad de collage” tanto a nivel estético, mezclando técnicas, estilos y formas; como a nivel narrativo ya que, pese a normalmente presentar una descripción de la letra de la canción a la que corresponde, en ocasiones encontramos diferentes personajes en la historia narrada o diferentes cambios en estos. Así pues, podríamos considerar al videoclip, ya no solo como producto publicitario sino también como creación artística.

Descritas las diferentes peculiaridades que se necesitan tener en cuenta a la hora de definir el video musical, podríamos concluir que se trata de “una creación artística audiovisual, intertextual y permeable, que busca la distinción promocional mediante morfologías y estructuras narrativas supeditadas, normalmente, a una canción preexistente” (Pedrosa González, 2016: 67)

Una vez revisado el concepto de videoclip y las definiciones que proporcionan diferentes autores parece conveniente continuar haciendo un repaso por la historia de este género y las etapas que se han ido sucediendo hasta llegar a la actualidad.

4.1.2 Evolución del videoclip

Antes de comenzar a hablar sobre la evolución del videoclip en sí, conviene hacer una breve mención al discurso audiovisual musical, que podríamos determinar como precedente al videoclip: Se podría decir que el discurso audiovisual musical o el cine musical nace en 1927 con “El cantor de Jazz”, primera película que incluyó diálogos y piezas musicales. A partir de este momento en las producciones cinematográficas se comienzan a explorar las diferentes posibilidades que ofrecía la incorporación del sonido y a incluir performances o números musicales, principal función que tenía en su momento la inclusión de canciones. Así pues, la estructura narrativa básica se ve modificada para poder introducir grandes números de baile. A partir de este suceso, proliferan las adaptaciones de espectáculos musicales de Broadway al cine. Con el paso del tiempo, a partir de la década de los ochenta, este tipo de producciones comienza a aburrir al público, pero, gracias a la televisión, comienza a gestarse el videoclip.

Por otra parte, al hablar de los antecedentes al videoclip propiamente dicho, debemos mencionar las películas de O. Fischinger, quien como explica J.I. Torres, en 1920 “comienza a realizar películas de carácter vanguardista, en donde logra el acompañamiento de figuras abstractas acompañadas por música”, quien veinte años más tarde realizaría la apertura de la película “Fantasía”. Años más tarde, la música cobra importancia en los programas de televisión, se comienza a promocionar así a diferentes artistas llegando a cada vez más y más diferente público(2012).

Más adelante, en 1964 podríamos situar el primer acercamiento al videoclip: la película “A hard day’s night”, pues como reflexiona Leguizamón “se utilizan muchos recursos que lo transforman en un firme antecedente del videoclip”, y marca nuevas maneras de hacer y proporciona herramientas que posteriormente serán utilizadas en el video musical (1998). Otro hito importante que marcará el génesis del videoclip es “Performance”, filme en el que Mick Jagger será protagonista. Ya en 1975 surge el videoclip con la creación del video para “Bohemian Rhapsody”, canción del grupo Queen; en él podemos ver a los

componentes de la banda actuando, haciendo una performance. Es, a partir de ese momento, cuando podemos considerar que nace el videoclip propiamente dicho, que además prolifera y gana éxito gracias a la creación de canales dedicados a su retransmisión en televisión como MTV (acrónimo de Music Television), que se presentaría como “el primer canal por cable completamente musical, transmitido en estéreo vía satélite, 24 horas al día” y definiría a los videoclips como “interpretaciones visuales sumamente estilizadas de la música. Usando las más avanzadas técnicas de vídeo” (García Soto, 2017). Este canal nació en agosto de 1981 pasando el videoclip “Video Killed the Radio Star” del grupo The Buggles, que ese mismo año ganó un Grammy a mejor videoclip y, como podemos leer en “The History Of MTV & Birth Of The First Music Videos”¹, un artículo del Everything 80’s podcast “cambiaría la manera en la que consumimos música”². Podríamos decir que, a partir de ese momento, comenzó la explosión del videoclip, y con ella las bandas musicales comenzaron a innovar y a buscar su manera de expresarse y describir visualmente sus canciones.

Cabe mencionar un hito importante en la historia del video musical: la producción audiovisual de “Thriller”, canción de Michael Jackson (1982), que presentaría un nuevo modo de narrar la música, introduciría en el género del videoclip el *storytelling* (en este video la música no comienza hasta el minuto 04:13) y marcaría, en palabras de Grifeu (2010), la “pauta a seguir en los próximos años, ya que también se alejó del concepto de tres minutos del videoclip, durando poco más de veinte minutos, llevando a la canción a otros niveles y no sujetando el tiempo de duración del clip a la duración del tema, por lo que este momento resulta importante tenerlo en cuenta”. El videoclip se lanzó un año después de que el tema se escuchara por primera vez, y consiguió disparar las ventas del disco homónimo, convirtiéndolo en el álbum más vendido de la historia, hasta hace unos años que fue superado por una recopilación de grandes éxitos de la banda The Eagles.

¹ <https://www.everything80spodcast.com/the-history-of-mtv/>

² Original: “MTV would change the way we consumed Music”

Poco a poco, debido a diversos factores como la diversificación del canal MTV en diversos canales según regiones del mundo (MTV Europa, MTV Latino,...), la creación de los videoclips fue cambiando y nutriéndose de diferentes estilos audiovisuales y puntos de vista; como dice Arnau Grifeu, “Desde su función publicitaria, pasando por la narración y la función del artista el video-clip ha pasado de ser un mero acompañamiento promocional de un disco para convertirse en un nuevo lenguaje del audiovisual con características propias que ha logrado sobrevivir y consolidarse gracias a las innovaciones que el paso del tiempo le ha ofrecido”(2009). A partir de la década de los noventa, los artistas presentan marcas personales en sus videos, “únicas” y que hacen identificable al artista en ellos.

Centrándonos ya en la época actual, y a las innovaciones en cuanto a la creación y concepción de los videoclips, debemos mencionar a Michel Grondy, director francés que aporta un punto de vista diferente en sus producciones y destaca, como podemos leer en la revista MOR.BO por “por la utilización de escenarios y un tratamiento pictórico de la imagen” (Hardy, 2016). Así, sus videos proponen una estética y una manera de narrar diferente, como podemos apreciar en creaciones como “Let Forever Be” de The Chemical Brothers, “Fire On Babylon” de Sinéad O'Connor o los varios videoclips para la artista Björk.

Desde su aparición como género hasta la actualidad, el videoclip hay ido evolucionando y cambiando en muchos aspectos, permitiendo el nacimiento o la introducción de géneros, maneras de hacer y concebirlo, que han permitido que artistas y grupos se den a conocer, posicionándose como “una herramienta vital en el aspecto económico y, por sobre todo, en el artístico” (Torres, 2012).

4.1.3 Concepción publicitaria

Como mencionábamos con anterioridad cuando tratábamos de definir el videoclip, el objetivo publicitario resulta una característica intrínseca: Su razón de ser es la de promocionar a grupos o artistas, lograr que lleguen a un público mayor y que este compre su música, además cabe destacar que en el momento en el que nace este género, en la década de los setenta, la industria discográfica se encontraba en un periodo de declive, por lo que la intención principal de esta

era lograr salir de ese estancamiento. Es por este motivo, que en diferentes definiciones se incluye esta particularidad publicitaria: “son producciones audiovisuales desarrolladas por el mercado de la música, una industria que genera no pocos beneficios, y dirigidas fundamentalmente a los jóvenes” (Sedeño-Valdellós, 2008). Podríamos decir pues que los videoclips son la publicidad o el formato publicitario de la industria discográfica; como apunta Rodríguez-López:

“El video musical es esencialmente un producto publicitario que trata de lanzar la venta de discos, las descargas de singles a través de las web con licencia y las entradas de conciertos y festivales, así como crear una imagen cercana del ídolo musical hacia los fans a través de su exposición seductora en la pantalla. Se evidencia así la relación del videoclip con la industria publicitaria, de la que recoge diversos mecanismos para la consecución de dicho fin, convirtiéndose en una estrategia de marketing” (2017).

Pese a esto, no podemos negar que este objetivo inicial con el que se concibieron los videos musicales, el de vender discos, ha ido evolucionando con el paso del tiempo y, en el momento actual, podríamos decir que este va más allá de la simple venta de música y abarca la venta de imagen, la construcción de la marca personal del artista, de su imagen, y trata de conseguir que el espectador se identifique con el grupo o cantante: “el videoclip no vende música, vende imagen y, como le ha pasado a la publicidad televisiva, vende sensaciones” (Pedrosa González, 2016: 246).

Así pues, desde el punto de vista del videoclip como formato de publicidad audiovisual no podemos negar que “en relación con la imagen que proporciona a los artistas, ofrece una oportunidad inmejorable para alcanzar a la audiencia y conectarla con la historia del arte y el universo mediático y con toda una atractiva tradición de resistencia y confusión entre la alta y la baja cultura” (Sedeño-Valdellós, 2006).

Entre el spot publicitario y el videoclip podemos encontrar similitudes, que nos llevarían a afirmar que el videoclip podría considerarse como un formato

publicitario: Ambos serían la pieza clave de una campaña, que tienen como objetivo satisfacer al consumidor y generarle sensaciones positivas, que le lleven a tener un buen recuerdo de esa marca / artista y consumir el producto / música que se le presenta; no solo eso sino que ambos pretenden también construir una imagen de marca y generar un vínculo entre esa marca/artista y el espectador, que, además, se verá influida por la calidad que tenga el producto audiovisual final. Así, parece necesario destacar, a este respecto que

“Actualmente, el videoclip no es un producto que se nutra de la venta de discos y se mueve, como decimos, en el concepto de “creación de estrella”. Se articula para generar una imagen y destacar en el entramado audiovisual, pero sigue manteniendo su predisposición promocional en cuanto al concepto de relevancia y así vender todos los mecanismos subyacentes a la obra vídeo musical como son la actuación en directo, los servicios de streaming, la publicidad en YouTube, el merchandising, el product placement, etc. No es que se haya desligado de su configuración como herramienta publicitaria, simplemente han cambiado sus objetivos publicitarios” (Pedrosa González, 2016).

Por otra parte, pese a que podamos afirmar la utilidad del videoclip como formato publicitario, cabe destacar la posibilidad de éste para cumplir otras funciones como, por ejemplo, modular el sentido musical de las canciones.

4.1.4 El videoclip como modulador de sentido

Si bien el videoclip ha sido considerado como una mera puesta en escena de la música, diferentes investigaciones se han centrado en probar su valía como articulador del sentido musical tanto mediante elementos propios del montaje, como mediante el vestuario o la puesta en escena.

“Es necesario de inmediato desterrar la idea de que realizar un vídeo musical es ilustrar una canción, pues lo que realmente ocurre es que, en el proceso narrativo de los vídeos musicales, la música pasa a convertirse en un elemento más de dicha narración y, por tanto, pasa a desempeñar

una serie de funciones que contribuyen a la construcción de la historia, como base de inspiración de la misma, y del discurso.” (Martín, 2006).

Así, podríamos situar en un mismo plano imagen y música, sirviendo la primera para aportar significado a la segunda, como apunta Barrio (2003) “la música solo adquiere su significado narrativo cuando queda contextualizada en su referente icónico, pues está ligada a la imagen tanto para potenciarla como para crear un contrapunto a ella”.

En la narración audiovisual, se pueden incorporar figuras retóricas, como apunta García (1993), que permitan al receptor asociar y combinar ideas más allá de la propia letra de la canción. Así, la imagen es capaz de fijar el ritmo del mundo, mientras que la banda sonora sigue la cadencia de las percepciones humanas” (Einsenstein, 1962).

Podríamos decir pues que música e imagen se complementan, y que gracias al videoclip se amplían las sensaciones transmitidas al espectador y oyente: como apunta Martín, citando a Einsenstein, percepción visual y percepción auditiva, cuando forman una armonía, son de la misma clase y constituyen una sensación fisiológica, y conducen a su perfeccionamiento; así, al hablar de armonías sonoras y visuales no se debería decir oigo o veo, sino *siento* (2006).

En la búsqueda de armonía entre ambos elementos del video musical, cabe tener en cuenta también algunos aspectos que señala Martín: por una parte que el dinamismo es esencial en los videoclips, puesto que el movimiento constituye la acción, y por lo tanto aporta información; además, la iluminación, el vestuario y los decorados, entre otros elementos, son importantes también para lograr dotar a los videos de una estética concreta, y para generar y mantener la armonía de la narración (2006).

En relación a esto, debemos mencionar también la importancia de la dirección artística en la creación de sentido, como apunta Vegas, mediante esta se puede dotar al videoclip de una fuerte simbología, vincularlo a determinados valores

tanto estéticos como expresivos; así, la colorimetría, el decorado y el vestuario juegan un papel fundamental en la transmisión de un sentido concreto (2015).

Por último, cabe destacar que los videoclips pueden servir también como herramienta la transmisión o el refuerzo de valores y/o ideas a la sociedad. Si nos centramos en la perspectiva del género (puesto que es uno de los temas principales que trata nuestro objeto de análisis), el videoclip constituye un medio mediante el cual las mujeres han podido desafiar los modelos patriarcales, como apunta Lisa Lewis, citada por Viñuela, quien explica también que “el gesto audiovisual no es un componente neutro, sino que está sujeto a los discursos articulados por las ideologías que imperan en la sociedad que los produce” (Viñuela, 2015).

4.2 La construcción de marca

Dado que uno de los objetivos de este trabajo es ahondar en la construcción de marca utilizando como herramienta la narrativa audiovisual, parece necesario primero revisar el concepto de marca y de marca personal; así, en este segundo apartado trataremos los conceptos de marca y creación de marca, enfocándolos también hacia la óptica de marca personal y marca artista musical.

4.2.1 Marca y construcción de marca

Una marca, desde el punto de vista tradicional es “un nombre, término, señal, símbolo o diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifican al fabricante o vendedor de un producto o servicio” (Kolter y Amstrong, 2013: 203); sin embargo, esta definición resulta incompleta, pues obvia el componente intangible de relación entre marca y consumidor. La marca constituye un activo comunicativo para la empresa, que va más allá de hacer saber al consumidor de un bien o servicio quién lo distribuye, “se trata de un conjunto de objetos, imágenes, mensajes y hechos, que producen como efecto una combinación más o menos sintética de significaciones y valoraciones en sus públicos”, como podemos leer en la Revista Oficial del Dircom.

Podríamos decir pues que la marca se divide en dos partes, una tangible y otra intangible, una parte que hace referencia a la realidad y los símbolos y otra a las percepciones y experiencias; siendo así una representación de la empresa, que condiciona la relación entre esta y los consumidores (Davis, 2010).

Por lo tanto, una marca no es solamente un nombre, sino que constituye una herramienta estratégica de la empresa, y le atribuye unas percepciones más allá de un símbolo, un contenido intangible que tiene que ver con la relación de esa marca con el mercado.

Una vez determinado qué es una marca, podemos abordar el proceso de construcción, para lo cual debemos tener claros otros dos conceptos que entran en juego: identidad e imagen. Como apuntan Villafañe en La gestión profesional de la imagen corporativa (1999), y Bassat (2006) respectivamente:

“La identidad corporativa es el «ser» de la empresa, su esencia. [...]. El estudio de la identidad de una empresa, como la de una persona, puede ser abordado de diversas maneras. Una de ellas, la más sencilla aparentemente, es identificarla con aquellos atributos que le confieren el carácter de unicidad y permanencia; de este modo, la identidad de un ser humano vendría dada irreductiblemente por su código genético [...] Las empresas no tienen genes, pero sí disponen de otros atributos igualmente identificadores y diferenciadores. Desde los más fiables, como sus diversos códigos de registro (mercantil, fiscal...), a los más perecederos, como sus marcas o las razones sociales que les dan una personalidad comercial y jurídica” (p.17)

“La imagen corporativa que es la percepción de las empresas que tienen sus audiencias. Mientras la identidad es un concepto que pertenece a la empresa, la imagen pertenece al público. La imagen corporativa se forma como resultado acumulativo de todos los mensajes que emite la empresa” (p.74).

Así, pues podríamos decir que la identidad es el conjunto de elementos que representan a una marca, y la imagen la relación emocional y perceptual que tienen los públicos para con esa marca.

La construcción de marca, o el *branding*, se podría definir como “el proceso de crear un nombre e imagen únicos para un producto en la mente del consumidor [...] lograr una diferenciación real de la marca basado en los atributos, valores, personalidad e identidad que la conforman” (Delgado, 2012: 58). El objetivo del branding es crear una relación, una conexión con el mercado, transmitiendo los valores de la marca, que consiga generar afinidad y fidelidad.

Para establecer una estrategia de branding se requiere tener en cuenta diferentes elementos clave: la posición deseada a ocupar en la mente de los consumidores, la historia de la que surge y que cuenta, el diseño en todos los ámbitos y extensiones de la marca, el valor añadido que ofrece, la filosofía bajo

la que se rige, ... Es decir, para construir una marca que funcione y atraiga al consumidor, es necesario cubrir todos los aspectos relacionados con la misma y que exista una cohesión entre todos ellos. Además, se trata de transmitir algo más allá del producto, en palabras de Joan Costa “crear una marca no es crear un producto. Más bien es crear un deseo de ese producto”.

Una vez determinados el concepto de marca y los aspectos en general a tener en cuenta a la hora de construir una, parece apropiado profundizar en la creación de marca personal, concretamente de un/a artista.

4.2.2 Construcción de marca personal

Si bien podríamos decir que una marca es una promesa y una marca bien cimentada cosechará mayor éxito, una marca personal también lo es, como explica Gómez (2014), “la marca personal es nuestro mayor activo si queremos alcanzar el éxito”. Así, la marca personal constituye una estrategia para posicionar a una persona; como apunta Beteta (2015), “la marca personal o el personal branding es un concepto que se refiere a considerarse uno mismo como un sello, con ánimo de diferenciarse y conseguir mayor éxito tanto en las relaciones sociales como en las profesionales”; además, cabe diferenciar los conceptos de marca e identidad: toda persona posee una identidad propia, inherente a ella, pero “En entornos competitivos, donde las situaciones de partida son muy parecidas para todos, o en circunstancias en las que la diferenciación es imprescindible para conseguir nuestras metas, la identidad puede no ser suficiente y surge la necesidad de crear una marca personal”(Malumbres, 2015). Así, podríamos definir la marca personal como la potenciación de aquello que nos da valor frente al resto, y pretende presentarnos como la mejor opción, al igual que una marca comercial.

Una vez definido el concepto de marca personal, podemos continuar explicando qué pasos se deben seguir para construirla. Según Pérez Ortega (2015) “crear una marca personal consiste en asumir el control de los procesos que influyen en la forma en que los demás te perciben y gestionarlos estratégicamente para ayudarte a conseguir los objetivos”; así, el especialista en desarrollo de marcas propone diez pasos a seguir a la hora de construir una marca personal: En primer

lugar, es necesario definir el entorno en el que posicionarse y qué lugar se pretende ocupar en la mente de los demás, en aquellos que serán considerados clientes, definir el nicho de mercado; por otra parte delimitar el rol o papel, seleccionarlo en base a las fortalezas. Será necesario también seleccionar los valores a transmitir, la razón de ser de esa marca personal y establecer unos objetivos a lograr mediante esa marca. Por otra parte, es necesario delimitar qué se ofrecerá, qué logrará la distinción. Por último, se deberán estudiar las percepciones que el resto tiene y ajustar la marca personal para el logro de los objetivos, generar confianza, diferenciarse y lograr visibilidad (Pérez Ortega, 2015).

Además de estos pasos a seguir en el proceso de creación de una marca personal, se debe perseguir el objetivo de que el resultado final sea y se presente coherente, predecible, entendiendo este adjetivo como fiable: si a fin de cuentas una marca es una promesa, como reflexionábamos anteriormente, esa promesa ha de cumplirse y el público ha de saberlo; y auténtica. (Malumbres, 2015).

Autores como Pérez (citado por Beltrán-Bustos, 2018), apuntan que lo necesario es:

“Definir el ámbito de posicionamiento (un para qué). Después crear una identidad (un quién), una motivación y unos valores (un porqué). El siguiente paso es establecer unos objetivos, y a partir de ahí definir lo que uno puede ofrecer. Tras esto, es momento de plantar una bandera en la cabeza de aquellos a los que se quiere alcanzar, descubrir y gestionar las percepciones y generar confianza, a la vez que diferenciación y visibilidad. Por último, es momento de elaborar una estrategia y llevar a cabo el control y el mantenimiento de la misma.” (p.138)

En suma, podríamos decir que la para llevar a cabo la construcción de una marca personal, se debe tomar el mismo camino que para construir una marca convencional: establecer el público al que se quiere llegar, trabajar la identidad desde la coherencia y la autenticidad para conseguir proyectar una imagen

positiva o atractiva, extender a todos los ámbitos comunicativos los valores y promesas determinados, y marcar y mantener una estrategia.

4.2.3 Marca, marca personal y marca musical

Si bien el concepto de marca personal y la creación de esta es extensible y útil para cualquier ámbito profesional, se podría decir que resulta un factor determinante cuando hablamos de una persona pública, un artista que tiene como objetivo llegar a ser relevante para las masas a nivel nacional e internacional. Así, como apunta Schner (citado por Beltrán-Bustos, 2018) es necesaria una estrategia, para “construir la propia marca como profesional, un elemento donde la persona es única y distintiva y donde lo que mejor sabe hacer, la recorta con un perfil diferente del resto de los profesionales de su especialidad” (p. 136). Con respecto a la propuesta del artista, según un estudio realizado por Arias Cortés, Hernández Guerrero y Ortegón Cortázar (2014), “elementos como la propuesta lírica, composición, sonoridad (musicalidad), propuesta visual y puesta en escena inciden directamente en la construcción de marca en el artista” (p. 85); así, en este caso el producto no será solamente la propia música, sino todo lo que la envuelve, la propuesta visual que ofrece: los videos musicales, las actuaciones, las apariciones en medios, etcétera.

El crecimiento de la incidencia de los activos visuales que ofrecen los artistas en la creación de marca personal y el *engagement* con el público, podría explicarse debido a la proliferación de las plataformas online, ya no solo aquellos medios que permiten la visualización de videos o la escucha en línea de música; sino las redes sociales, que permiten la presentación y movilización de estas y la conversación por parte de miles de individuos; así, el auge de Internet ha permitido desarrollar nuevas técnicas de promoción, de marketing y de branding, amoldándose así a la nueva forma de consumir que marca la era digital: “La industria musical ha volcado parte de sus estrategias de promoción de artistas hacia los medios digitales, sin embargo es importante ofrecer innovación y funcionalidad a dichas herramientas para que pueda ser masificado y a la vez retroalimentado por los mismos usuarios, quienes constantemente están aportando y enriqueciendo con información que puede favorecer en la

percepción sobre un artista determinado” (Cortés, Hernández Guerrero y Ortegón Cortázar, 2014: 86).

Por otra parte, cabe mencionar la variedad de posturas en cuanto a la relación arte – marketing que han ido evolucionando con el paso del tiempo; grosso modo, podríamos distinguir entre dos puntos de vista, que se debaten entre “si el marketing debería ser aplicado durante el proceso creativo (manteniendo así coherencia con la teoría general del marketing) o si, por el contrario, debería mantenerse al margen de dicho proceso y aplicarse tan solo una vez que el producto está diseñado” (Azuela, Sanzo y Fernández, 2010: 23 – 24).

Como apuntan Azuela, Sanzo y Fernández (2010), la aplicación estricta del marketing en el sector cultural resultaría en la pérdida de muchas expresiones artísticas, pues se limitaría la producción a las necesidades de los consumidores y a aquello que demandara el mercado, pero limitar la aplicación del marketing en el producto terminado, sería distanciarse de las necesidades del consumidor y asumir que este sector requiere de un marketing adaptado. Por otra parte, hay quienes apuntan que la aplicación del marketing durante el proceso de creación del producto cultural sería condicionar dicha creación, sin embargo, si se sigue la línea de pensamiento postmoderno, este proceso se nutre del marketing: “todos somos creadores y, como tales podemos retroalimentar al autor”; además, en término, el arte se orienta al mercado ya sea hacia otros artistas, hacia la crítica o hacia un público concreto, el artista no se manifiesta para sí mismo, sino para un grupo (pp. 34-35). Si identificamos a un artista, con un “virtuoso³”, como apunta Paolo Virno, su actividad es una que “exige la presencia de otros, que existe sólo en presencia de un público” (Virno, 2002). Siguiendo con el análisis de Azuela, Sanzo y Fernández, si se aplica el marketing en el proceso de creación artística enfocándolo a la consecución de unos objetivos organizacionales que coincidan con la orientación del producto, este ayudará a determinar el segmento del mercado que demandará ese producto y, después,

³ “Virtuoso es, por ejemplo, el pianista que ofrece una ejecución memorable de Schubert; o el bailarín experimentado, o el orador persuasivo, o el docente no aburrido, o el cura del sermón sugestivo. Consideremos atentamente qué es lo que distingue la actividad del virtuoso, es decir, del artista ejecutante.”

se producirá una retroalimentación entre artista y público; además el producto producido satisficará las necesidades del segmento determinado sin poner en riesgo o atentar contra el producto artístico (pp. 34 – 35).

Por otra parte, como venimos apuntando, el marketing y las marcas se han extendido a prácticamente todos los aspectos y áreas, ya no solo se aplican a productos o servicios considerados como tradicionales; además, como apunta Stratton (citado por Motta): “la música popular [urbana], por haber sido creada en un sistema capitalista, no puede ser separada ontológicamente del contexto capitalista, a pesar de que los críticos a menudo lo intenten”. Además, debemos tener en cuenta el término de industria cultural, “un concepto que integra el de *cultura*, en tanto que trata con creaciones simbólicas e intelectuales, como el de *industria*” (Gámir, 2004: 2); así, como apunta Mitchell (citado por Gámir, 2004), uno de los objetivos de las industrias culturales es “difuminar la línea que separa los conceptos de “imagen” – en el sentido cultural del termino - y “producto” – bajo su componente industrial - , provocando el consumo del producto en función de la imagen que éste incluye”.

Así, como apunta Motta, podríamos decir que el producto cultural de un artista, por ejemplo musical, sería su música, protegida por los derechos de autor; y el registro del nombre del mismo o de la banda, así como los diseños relacionados con ellos, pertenecerían a la parte de propiedad industrial (Motta, 2014. pp 18-19).

Por otra parte, las industrias culturales, puede considerarse producen bienes que “definen el estilo y el estatus de un grupo social al proporcionarle un conjunto de códigos de identificación cultural” (Gámir, 2004: 3). Como apunta Romero González, explicando la posición de industria cultural de acuerdo al pensamiento de T. Adono:

“Los productos de la industria cultural no son también mercancías, sino que lo son ya en sí de manera integral, lo que provoca que ya no se esté obligado a buscar un beneficio inmediato, sino, que éste desborda esos límites, digamos que ya no se vendemos un teléfono por ejemplo, ahora

conectamos gente (Nokia), ahora que, de acuerdo a Adorno, cada producto se quiere individual (en mercadotecnia lo llamaríamos el trabajo de posicionamiento diferenciado, técnica en donde se busca justamente presentar al productodistinto a los demás de la misma categoría, con el fin de diferenciarlo, de hacerlo notar de entre todo el montón) y la individualidad misma sirve para reforzar la ideología en la medida en que provoca la ilusión de lo que lo que esta cosificado y mediatizado es un refugio de inmediatez y de vida, esto es, que el objeto es capaz de dotar de ciertos atributos a quien lo posea, ejemplo, un auto no me sirve solamente para desplazarme, esa problemática ya ha sido superada, de lo que me provee ahora es de estatus, aquél auto que se muestre como mero sistema de desplazamiento esta fuera del esquema.” (2014: 7-10)

Dado que el concepto de Industria Cultural se distinguía del entretenimiento y el ocio de masas, resulta necesario hablar también de las Industrias Creativas / de Ocio / del Entretenimiento, que constituirían la evolución lógica de este concepto. Esta evolución, como apunta Rodríguez se debe a la digitalización: si bien un rasgo principal de las Industrias Culturales es la necesidad de la industrialización para la reproductividad del soporte de la cultura, en la actualidad se nos presenta la “hiperreproductibilidad” de los productos culturales, que por una parte estimulan la demanda, y por otra, los convierten en gratuitos (Rodríguez, 2011: 150).

Las Industrias Creativas se caracterizan por pasar a tomar el producto cultural como susceptible de ser una experiencia colaborativa y por pasar de la textualidad a la hipertextualidad: los productos culturales están conectados o apelan a otros, lo que, como apunta Rodríguez:

“Es precisamente la forma de operar en la red: esa hipertextualidad que mina –o contamina o siembra– cada texto con «links» que remiten a otros textos de cualquier naturaleza, que invita a saltar de unos a otros, sin acaso haber acabado de apurar el texto presente que tenemos ante los ojos, y que ya vuela de nuestra vista (aunque siempre es recuperable) en pos de otro que llama nuestra atención, y nos invita a seguir a su vez más

allá de él, por líneas de conexión dotadas de una lógica, aunque sea borrosa. (...) Frente a la experiencia cultural de antaño, que era circunscrita, intensa, íntima, erudita, profunda, la de hoy es dispersa, superficial, veloz; es decir, si queremos, divertida –o distraída–, en su pleno sentido etimológico” (Rodríguez, 2011: 153).

Por lo tanto, podríamos hablar de, en este caso concreto que nos ocupa, la marca musical del mismo modo que lo hacemos de una marca tradicional, sin ser necesarias distinciones en cuanto a la terminología o aplicaciones por estar relacionada con un producto cultural. Así, en palabras de Motta, se podría decir que la marca musical correspondería a “un nombre, término, signo, símbolo o diseño, o una combinación de ellos, que identifica los bienes y servicios de un artista y los diferencia del resto” (Motta, 2014: 20). Sin embargo, cabe tener en cuenta que la música no es el único producto del artista o artistas, sino que resulta un medio o herramienta para permitir que la marca crezca y los consumidores se conviertan en fieles a ella.

Así, la creación de una marca musical, presenta los mismos objetivos que una tradicional, y persigue encontrar un público fidelizado, que confíe en ella y la considere auténtica. El término de autenticidad cobra especial importancia cuando hablamos de música: pese a que, como apunta del Keightley (citado por del Val) “la autenticidad ha sido, en rigor, un valor principal en la sociedad occidental durante siglos”, esta, en lo que a los géneros musicales respecta, logra crear y destacar “un sentimiento de comunidad” (2001), pues desde sus orígenes, cada género musical ha estado ligado o ha sido asociado a un grupo o segmento concreto de la población. Por otra parte, cuando tratamos la autenticidad (en la música) desde la óptica posmoderna, parece interesante tener en cuenta la propuesta de Moore en cuanto al término, como explica del Val:

“Allan Moore propuso una nueva perspectiva de análisis para el estudio de la autenticidad en música popular. En el texto Moore señala que la autenticidad no es algo que esté inscrito a un género musical, o una interpretación, sino que es un valor que se atribuye a la música en el acto

de escuchar: “la autenticidad no es una propiedad de, sino algo que nosotros atribuimos a una interpretación” (Rudbige, citado en Moore, 2001: 210).

Por tanto, “lo que debe preguntarse el investigador no es qué pieza de música está siendo autenticada, sino quién (o quienes)”. (del Val, s.f)

Así, como apunta Motta, y comentábamos anteriormente, los artistas, gracias a su marca musical, obtienen credibilidad por parte del público, pudiendo quizá vincular esta al concepto de autenticidad; como explica, citando también a Moore, surge el concepto de “autenticidad en primera persona” (*first person authenticity*), cuando un artista consigue transmitir que su expresión “representa un intento de comunicarse en un forma no mediada con el público”. (Motta, 2014 p. 20).

Así pues, podríamos decir que la diferencia que existe entre una marca “tradicional” y una marca musical (o artística), reside en que la primera persigue constantemente el objetivo de ser vista como “auténtica” o percibida lo más humanizada posible, tratando de ocultar o de difuminar la mediación que existe entre los creadores o desarrolladores de esa marca con el público; y, la segunda, consigue esto de una manera prácticamente involuntaria: el público o los consumidores de esa marca artista, no perciben el concepto de marca o la voluntad de fidelización que se esconde tras ella.

Una vez determinado el concepto de marca musical, y sus principales características, podemos pasar a exponer qué elementos la construyen y permiten su desarrollo. La marca constituye una personalidad que ha de ser distintiva y reconocible, es algo más que un logo o un nombre: está constituida por elementos, tangibles y/o intangibles que conforman una propuesta y se suele presentar mediante una cohesión de las propuestas visuales y auditivas. Debe existir así un patrón concreto, un imaginario de marca que genere un estilo concreto que el público sea capaz de reconocer sin necesidad de ver de manera explícita el nombre o logo: en los diferentes contactos que el receptor tenga con

el producto de la marca, ha de ser perceptible una propuesta unificada y coherente.

Como apuntan Arias, Hernández y Ortegón (2014), en un estudio que trata de identificar los factores que influyen en la construcción de marca del artista, uno de los elementos que se han de tener en cuenta a la hora de construir una marca musical, es el producto musical en sí: “la propuesta lírica, composición, sonoridad (musicalidad)”. La composición de las canciones, sus letras y títulos, podrían considerarse elementos clave en tanto en cuanto en ocasiones pueden actuar como eslóganes, que se retienen en la memoria colectiva y pasan a formar parte de la “cultura popular”. En relación a la musicalidad, como apunta Motta, “ciertos artistas y grupos son capaces de convertir un sonido particular en un elemento más de la marca” (Motta, 2014: 22). Así, podríamos clasificar estos elementos en un primer grupo de elementos a tener en cuenta a la hora de construir una marca musical: La identidad sonora y verbal.

Por otra parte, como comentábamos anteriormente, la identidad visual juega un gran papel en la construcción de marca del artista: las representaciones gráficas, las propuestas visuales, los colores utilizados, e incluso la propia imagen personal del artista y su manera de vestir, la imagen que desprenden, los valores que se asocian a cada elección y la cohesión y coherencia entre ellos, sirve para acotar y definir la marca del artista. De esta manera, también la propuesta de los espectáculos y la puesta en escena contribuye a la construcción de la marca musical, las apariciones en medios de comunicación e incluso el redes sociales, como apunta Curtich, citado por Beltrán-Bustos: “la sombra que cada uno de nosotros proyecta en el espacio digital es la suma de múltiples impactos que afectan tanto a nuestra actividad personal como profesional. Es una imagen única y compleja que hay que gestionar con amplios criterios que abarquen todos y cada uno de los aspectos que conforman nuestra realidad en la Red” (2018, p. 140): la manera en la que se exhibe el producto, que además contribuye a esa “humanización” de la marca que mencionábamos anteriormente. Además, la identidad visual es extensible también a productos relacionados con los artistas, como serían los discos físicos y el diseño de estos o el merchandising.

4.3 Rosalía y El Mal Querer

Una de las metas de esta investigación es presentar las posibilidades que abarcan la narrativa audiovisual y el videoclip en la construcción de marca, cómo el trabajo de una artista, en este caso, puede prese cómo ejemplo de por una parte, construcción de marca personal y, por otra, de construcción de marca; cómo podemos llegar a utilizar el *storytelling* de una manera profunda para llegar al público. Para ello, como adelantábamos anteriormente, hemos escogido como ejemplo a estudiar y a analizar el último trabajo de la artista catalana Rosalía, “El Mal Querer”: Un álbum conceptual perfectamente concebido para formar un todo estético, un universo en el que todo está relacionado.

Antes de comenzar con el análisis del álbum, creemos necesario introducir la trayectoria de esta artista, contextualizar la concepción del álbum, explicarlo desde un plano general y musical y tratar la evolución y el éxito tanto de Rosalía como de su trabajo, para poder entender los precedentes y ahondar posteriormente en la historia que cuenta con imágenes, videos y espectáculos y música.

4.3.1 ¿Quién es Rosalía?

Antes de adentrarnos en el análisis profundo de “El Mal Querer” nos parece necesario hacer una pequeña introducción de quién se esconde detrás de la autoría y cómo ha llegado a donde está. Rosalía Vila es una catalana de 25 años que siempre tuvo claro su objetivo vital: convertirse en cantante. Estudió en la *Escola Superior de Música de Catalunya*, siendo pupila de Chiqui de la Línea, reconocido cantaor de flamenco, que solo admitía un alumno por año. y desde una temprana edad fue participando en el mundo de la música y tratando de abrirse camino. Estuvo en el Festival Internacional de Cine de Panamá, en el Festival Grec, de Barcelona y fue parte de La Fura dels Baus.

Para llegar a dónde está hoy, la cantante fue probando diferentes versiones de sí misma, hasta encontrar ese espacio en el que destacar. En 2008 se presentó al programa de talentos “Tú si que vales” y, pese a no llegar a ser seleccionada, anticipó lo que estaba por venir: “tengo claro que voy a ser artista”, sentenció.

A propósito de su trayectoria más actual, podríamos decir que en relativamente un periodo corto de tiempo ha crecido exponencialmente y ha evolucionado hasta convertirse en el personaje que reconocemos actualmente. No sería demasiado arriesgado decir que su primer paso hacia la fama tuvo lugar gracias a sus colaboraciones con el cantante madrileño C Tangana en las canciones “Antes de morirme” y “Llámame más tarde”, lanzadas en 2016, lo que supuso un pequeño lanzamiento hacia un nuevo público e hizo que su futuro trabajo, “Los Ángeles” fuera acogido por un público joven, como podemos leer en la revista I-D: “el enigmático encanto de Rosalía ha supuesto un gran descubrimiento para los fans de Puchito”.

En 2017 la artista lanzó su disco debut titulado “Los Angeles”, para el que contó con la participación del conocido Raúl Refree, quien ha trabajado con artistas de la talla de Kiko Veneno o Silvia Pérez Cruz, tanto para el proceso de creación como para la producción. En este trabajo la cantante se centraba en mostrar su capacidad en cuanto al cante, a sus posibilidades; aunque ya se podía apreciar ese afán característico de su último trabajo por el experimentación y la ruptura con las normas musicales establecidas; algo de lo que la crítica se hizo eco: la publicación Mondo Sonoro decía, a raíz del lanzamiento del disco, que la cantante se posicionaba como “la cantaora contemporánea que mejor ha entendido los tiempos que corren”.

En este disco, Rosalía mostraba su pasión y admiración por el flamenco, y presentaba su visión y manera de entender este estilo musical. Un trabajo que contrasta sobremanera con “El Mal Querer”, pese a que ya dejaba intuir su interés por la exploración de temas concretos: si bien el disco “El mal querer” gira en torno a los amores tóxicos, “Los Ángeles” se centra en la muerte, enfocada desde diferentes ángulos aunque sin resultar en un disco conceptual, y la explora desde distintas maneras de cantar, como bien explicaba ella misma en una entrevista concedida a la revista Je ne sais pop(2016). Gracias a él, la catalana comenzaba a labrar la historia de su triunfo: Ganó el premio Ruido al mejor disco de 2017, el Time Out al mejor disco de 2017, se mantuvo durante 79

semanas en la lista de los Top 100 álbumes, e incluso llegó a ser nominada a los Grammy Latinos gracias a este trabajo.

En el periodo entre el lanzamiento de su álbum debut y el de su último trabajo, “El Mal Querer”, la popularidad de la artista fue creciendo rápidamente, y ese reconocimiento sin duda ha aumentado notablemente a raíz de la salida al mercado de su singles “Malamente” y “Pienso en tu mirá” y, posteriormente, del trabajo en el que se integran.

Además, esta artista no ha dudado en colaborar con diferentes artistas internacionales de música urbana como J. Balvin u Ozuna, trabajos que han ayudado a seguir expandiendo su fama: el videoclip de su tema junto a Balvin, “Con altura”, ha sido galardonado en los MTV VMA’s 2019, en las categorías de “Mejor coreografía” y “Mejor video latino”, convirtiendo así a Rosalía en la primera artista española en ganar un MTV Music Video Award. También ha colaborado con el productor y cantante James Blake, presentando la canción “Barefoot in the park”

El “fenómeno Rosalía” se extiende no solo en el terreno musical: la artista ha colaborado también con la industria de la moda, lanzando una colaboración cápsula con la marca Pull & Bear; ha participado en la última película de Almodóvar, *Dolor y Gloria*, ha formado parte de la banda sonora de la última temporada de la serie Juego de tronos e incluso ha sido la primera artista española en ser portada de la revista Vogue.

Al hablar de este *fenómeno*, de la construcción de su marca personal, parece importante detenerse también en la manera en la que la artista ha programado su carrera mediante las redes sociales, YouTube e Instagram principalmente, y la importancia de sus actuaciones. Con respecto a su trabajo más reciente, *El Mal Querer*, cabe destacar la manera en la que la artista ha generado una expectación constante: en primer lugar, mediante YouTube lanzaba meses antes de la salida del disco una serie de tres videos en las que hablaba de un nuevo proyecto y explicaba brevemente el proceso de éste. Por otra parte, mediante la misma plataforma enlazaba también esta expectación a nivel “proyecto” con una

de sus partes, el espectáculo, lanzando un tráiler de la gira o el espectáculo del disco. Por otra parte, mediante su perfil de Instagram, compartía imágenes más “personales” en las que transmitía a sus seguidores que algo nuevo estaba por llegar e iba compartiendo videos e imágenes de sus espectáculos, así como algunos de los *artworks* planteados para el proyecto. Por último, ofrecía un espectáculo gratuito de presentación de su nuevo disco de la mano de Red Bull en la Plaza Colón de Madrid, logrando presentar a un público multitudinario una parte de su proyecto: las canciones, las coreografías y el espectáculo.

Así, la artista logra transmitir todos los aspectos relacionados con su trabajo, hacer que las masas los conozcan y los valoren, y se posiciona como una artista polifacética que cuida todos los detalles de su hacer.

Otro aspecto que cabe destacar de su trayectoria es la evolución de su imagen, si bien desde sus primeros trabajos musicales se intuye una estética determinada, se perfila y “exagera” conforme crece como artista.

Pese a constituir un trabajo, musicalmente hablando, mucho más centrado en el flamenco, en la época de “Los Angeles”, la cantante se aleja de la imagen o vestuario tradicional de una cantaora: un look deportivo, un maquillaje menos cargado y las uñas de gel que la caracterizan. Sin embargo, todavía no apreciamos del todo esa extravagancia o esos estilismos más cargados que la caracterizan en la actualidad. Si bien en este momento ya se aprecia su gusto por la estética urbana o trapera.

Con el lanzamiento de los singles de “El Mal Querer” y de sus correspondientes videoclips, la estética que muestra en ellos y fuera de ellos comienza a manifestar una unidad: joyas doradas, maquillajes menos cargados, estilismos urbanos, mezclados con estilo *athleisure* chándales, crop tops y uñas de gel largas y decoradas; consolidando así una manera de presentarse ante el público muy concreta y que, por otra parte, es un reflejo de la moda o la tendencia actual para vestir entre la gente joven.

Si bien su estilo se caracteriza esencialmente por seguir una estética urbana, cabe destacar también que se ve influenciado también por el flamenco en galas y, sobre todo, en sus actuaciones.

En definitiva, Rosalía se está convirtiendo en una artista sin fronteras, quizá por ser “la artista que está derrumbando las barreras entre el flamenco y el siglo XXI”, como podemos leer en “Rosalía, en boca de todos”, artículo de la revista Metal.

4.3.2 El Mal Querer

Si bien en su disco debut Rosalía presentaba sus destrezas, su dominio de la voz, su visión del flamenco y se daba a conocer, con “El Mal Querer” demuestra que su afán por la música abarca muchos y muy diferentes estilos, y muestra al mundo su trabajo de final de carrera que se gestó durante más de dos años, como ella misma indicó en la rueda de prensa de presentación del disco⁴.

Su trabajo nace inspirado por una novela occitana de autor anónimo que data del S.XVI, llamada *Flamenca*, que trata sobre una mujer que se casa con un hombre que, enloquecido por celos, la encierra en una torre. Esta novela trata el Amor Cortés, prohibido y fuera de los matrimonios, poniendo a la mujer en el centro de este, reivindicando su papel. Pese a que la novela tiene un desarrollo distinto al del disco, sirvió de inspiración y punto de partida para explorar el “amor oscuro”.

Así, en esta “investigación”, el disco se divide ya no solo en canciones, sino en capítulos: once canciones/capítulos que acompañan al receptor a descubrir de las etapas de una relación tóxica, desde la boda, el amor inicial hasta los celos, la violencia y el dolor para terminar con liberación y el empoderamiento de la protagonista.

⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=OYicLwTMs8&t=3s>

Todo lo que tiene que ver con este trabajo está cuidado al detalle, desde la composición de las canciones y la parte visual de las mismas hasta sus actuaciones, creando un universo concreto que impregna cada parte este y lo convierte en un todo. Además, cabe destacar que para llevar a cabo este proyecto, la cantante se ha rodeado tanto de profesionales reconocidos como de personas de su plena confianza.

Para hablar de este trabajo, no podemos limitarnos a mencionar solamente a Rosalía, sino que es necesario pararnos a nombrar al resto del equipo que ha concebido este disco. Como podemos leer en los créditos del disco, está producido por Rosalía y Pablo Díaz Reixa, “El Guincho”, quien también participa en la composición de algunos de los temas. Con respecto a la composición, todos los temas están firmados por la cantante, aunque con la colaboración, en la mayoría de ellos (ocho), del también cantante C. Tangana, a quien también podemos distinguir en los coros de algunas canciones. Por otra parte, con respecto a la participación en el cante, debemos destacar a Las Negrís, Nani y Lin Cortés, Los Mellis, Rosi de Palma y al director de orquesta Jesús Bola, entre muchos otros.

El Mal Querer no solo destaca por su tema, por la novedad e innovación que desprenden de las canciones o por la mezcla de sonidos y de estilos musicales, sino por todo el universo construido a su alrededor que termina por formar un todo, una unidad. Cinco de las canciones están acompañadas por un videoclip, y todos ellos guardan cierta relación entre sí, algo en lo que profundizaremos más adelante, dos de ellos han sido producidos por Canada (Malamente y Pienso en tu mirá), uno por O Creative Studio (De aquí no sales), Pienso en tu mirá por Caviar, y dirigido por Henry Scholfield y, el último, Bagdad, fue producido por Division y dirigido por Helmi; cada una de las canciones tiene un artwork diferente, todos ellos diseñados por el artista Filip Cusic, que ayudó a crear un universo concreto para la estética del disco: todos los trabajos visuales de las canciones mezclan el surrealismo, la geometría y los objetos cotidianos y tienen como objetivo materializar el sonido y la etapa narrada en cada canción.

Otro punto fuerte del trabajo de la catalana es el espectáculo y las performances que prepara. Como todo lo que envuelve al disco, esta parte también está cuidada al detalle: en su equipo cuenta con Charm La Donna como coreógrafa, que ha trabajado con artistas como Madonna, Kendrick Lamar, Selena Gómez o Pharrel Williams y con un cuerpo de baile formado por ocho mujeres, Las ocho rosas. En sus actuaciones no se limita simplemente a cantar, sino que se preparan verdaderos espectáculos llenos de baile, palmas luces y colores, creando el ambiente perfecto para exteriorizar el sentido de su disco. Sus performances están íntimamente relacionadas con la temática y la estética de su último trabajo, como podemos apreciar por ejemplo en su actuación en los MTV EMA's⁵, en la que podemos ver en el escenario un camión con su nombre, farolas colocadas en este y un vestuario que bien recuerda a la equipación para montar en moto.

Por otra parte, no podemos no mencionar la música, la composición, la mezcla de estilos y recursos de diferentes géneros que se utilizan en él. Pese a que el flamenco está presente en todo el trabajo, la característica más destacable de este álbum es la mezcla sin miedo de éste género con herramientas y melodías típicas del trap, del pop o del R&B entre otras. Podemos encontrar cantidad de artículos, videos y reviews del disco en el que se explica este componente que hace especial al disco, por ejemplo un artículo del blog “La Ruta norteamericana” de El País, en el que se enfatiza la creación de un lenguaje propio por parte de Rosalía, y se cataloga a su trabajo como “valiente” y “rupturista” y se explica la particular manera de la catalana de “traperizar el flamenco” o entender el pop de manera propia de este siglo. También cabe destacar la incorporación de efectos de sonido como de espadas o catanas en *Maldición* (Cap. 10 Cordura), de sonidos de motor en *Malamente* (Cap. 1 Malamente) o en *De Aquí No Sales* (Cap. Disputa), o el uso de bases pop como por la de la conocida “Cry me a river” de Justin Timberlake en la canción *Bagdad*.

En resumen, se trata de un concepto, de un universo rompedor, coherente y novedoso que ha logrado cautivar al público de todas las edades y de todos los

⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

lugares del mundo, algo que a continuación vamos a tratar con más detalle. Y su estética o manera de hacer en este disco, se extiende a sus posteriores trabajos también: las referencias, el montaje poético, las metáforas,... algo que se ve reflejado por ejemplo en *Barefoot in the park*, su colaboración con James Blake: en el videoclip de la canción (disponible en [este enlace](#)) se produce un fallo de raccord en los últimos segundos, señalando la ironía del video. No han sido pocos los medios que han alabado el último trabajo de Rosalía; el periódico El Mundo, por ejemplo, lo califica como mejor disco del año, puesto que “ha captado el espíritu de su tiempo sin estar subordinado a él”. Pero no ha sido el único, desde periódicos como la Vanguardia o El País, a publicaciones especializadas como Vinilo Negro, Mondo Sonoro o Je ne sais pop han llenado de halagos a la cantante.

4.3.3 Trap y Flamenco

Llegados a este punto del trabajo, parece conveniente hacer un inciso para hablar de los estilos musicales que se mezclan en este trabajo. La música, más allá del puro entretenimiento, resulta una representación de culturas, pensamientos, preocupaciones e incluso formas de vida.

4.3.3.1 Trap

Como explica Valentín Ladrero, el rock es visto como un género rompedor, pues es escuchado por todas las clases sociales, une a diferentes partes de la sociedad y sirvió así como propulsor para el nacimiento de otros géneros. El Jazz, ofreciendo conciencia de música popular será clave para el nacimiento del Hip-Hop o del rap que, posteriormente, serán padres del Trap. “La música ha sido uno de los hitos históricos más importantes para crear identidad”(2019). Es una forma de expresarse, de potenciar movimientos y sentires sociales.

Como apunta Kaluža, la música Trap nace como subgénero del Hip Hop durante la década de los 90 en el sur de Estados Unidos, concretamente en zonas de pobreza y delincuencia; sin ir más lejos, su nombre viene de las “Trap House”, donde se vendía droga de forma ilegal (2018).

La temática que impregna las letras del trap están íntimamente relacionadas con lo callejero: la delincuencia, las drogas y la pobreza y su sonido se caracteriza principalmente por el uso de Autotune y bases electrónicas.

Poco a poco, la música trap comenzó a adquirir reconocimiento internacional y a salir del entorno más “underground”: en 2009 artistas como Gucci Mane o Future se cuelan en listas de éxitos como las de Billboard, como explica Kaluža(2018)⁶.

En España el Trap comienza a surgir de la mano de artistas como Jackobo Hernández, Cecilio G, PXXR GVNG, la Zowi o Somadamantina, a partir de 2013 en grandes ciudades como Granada, Madrid, Valencia y Barcelona. Sin embargo, aquellos que consiguen que el Trap de un salto al panorama musical y más gente comience a interesarse por él son el grupo PXXR GVNG, quienes actuaron en 2015 en el programa de Televisión Española “Alaska y Segura”.

A partir de ese momento, la escena del Trap comienza a proliferar en España y, con el paso de los años ha dado lugar a una escena urbana que mezcla sonidos y estilos musicales más allá de lo estrictamente considerado Trap.

Las letras de las canciones de Trap, han sido y son consideradas en muchas ocasiones machistas, como apunta Bermúdez Rojas en un artículo para Libre Pensador: “la mayoría de veces, alude al género femenino con expresiones denigrantes y humillantes; en muchas canciones se refieren a la mujer como un objeto sexual, así como también las refleja como objetos sin valor, reemplazables, intercambiables, que los hombres usan y desechan a su antojo”. Sin embargo, a entrada de mujeres como Bad Gyal, Ms Nina o La Zowi a esta escena musical, ha hecho que, en las letras del trap se incluyan alegatos y reivindicaciones sobre el empoderamiento de la mujer: Ms Nina, por ejemplo, define su música como feminista y reivindica que las mujeres no son ni delicadas ni sumisas; Bad Gyal defiende su independencia como mujer y la Zowi reivindica

⁶ Original: “Trap began to reach strong presence on maintream billboard music charts after 2009, with artists such as Young Yeezy, Gucci Mane, and Future”

el lugar que merece la mujer en la escena del trap, como podemos leer en The Wat Mag.

Así, vemos como el Trap, además de estar caracterizado por unas temáticas “callejeras”, es también una herramienta para la reivindicación.

4.3.3.2 Flamenco

El género más explotado y explorado por Rosalía en su disco es el Flamenco: un género musical con una historia más larga que el Trap, como apunta Ösp, "entrar en el mundo del flamenco es entrar en un mundo caótico" (2010). Para comenzar, es necesario hablar de su origen: este género nace en Andalucía, aproximadamente en el S.XVIII gracias a la mezcla de culturas y pueblos que convivían allí: gitanos, andaluces y moriscos. Así, el Flamenco nace gracias a la mezcla de culturas que existía en las regiones andaluzas; como explica Ösp, la música nace como nexo unión entre estos pueblos, de su forma de relacionarse: una mezcla entre los ritmos gitanos, la música andaluza y las melismas de los moriscos.

Pese a que entre estos pueblos hubo un buen entendimiento y acogida, el choque de culturas también repercutió de manera negativa en estos, derivando así en que su música tratara de expresar su sufrimiento: la pobreza, el hambre, la posición social,... Cómo explica Thiel- Cramér: : “el proletario andaluz y el perseguido gitano tenían que entenderse perfectamente a través de algo vagamente parecido a una instintiva y común conciencia de clase. Desde el punto de vista antropológico, como hecho fundamentalmente humano y en calidad de expresión artística de una colectividad, el cante flamenco es la queja de un pueblo secularmente subyugado.” (Citado por Ösp, 2010).

Así podríamos afirmar que el Flamenco constituye en su origen una forma de protesta y denuncia de la situación de estos pueblos.

El Flamenco, como todas la mayoría de géneros musicales alberga en su historia evolución, cambios y diferentes etapas. Sin embargo, simplificando esta, podríamos decir que existen dos etapas fundamentales: la Prehistoria y la

Historia del Flamenco, siendo el puente de una a otra la aparición de las primeras grabaciones.

Por otra parte, dentro de la evolución del Flamenco, cabe destacar la aparición de El Café Flamenco: lugares de conciertos en toda Europa donde la burguesía acudía a escuchar los cantes flamencos. Gracias a la popularización de estos, nace la Ópera Flamenca y los temas tratados en las canciones evolucionan e incluyen narrativas amorosas y de desengaños, sin dejar de lado las desgracias.

Con respecto a la evolución del Flamenco en su época más cercana, cabe destacar a personalidades como Rocío Jurado quien logró expandir en género de manera internacional, como Paco de Lucía y Camarón de la Isla que, con sus propuestas creativas, ampliaron los límites del flamenco y se separaron del conservadurismo que envolvía al género, abriendo así la puerta a una ola de “Nuevo Flamenco”, que experimenta con la métrica, la fusión entre géneros o los compases.

4.3.4 El éxito de El Mal Querer

Como mencionábamos anteriormente, El Mal Querer ha sido, y sigue siendo, un trabajo que ha roto moldes y eso se ha visto reflejado con el gran éxito que ha ido cosechando desde la salida del primer single “Malamente”.

Un mes antes del lanzamiento de esta canción, la cantante subió a la plataforma YouTube una serie de videos que anunciaban la llegada de un nuevo proyecto, en los que explicaba quiénes forman parte de su equipo, la importancia que tiene para ella experimentar con la música y buscar nuevas propuestas, dónde ensaya y como lo hace, su visión de la creatividad y del trabajo para finalmente contar el nombre del proyecto y explicar su temática de manera breve.

Tras esto, la canción Malamente fue lanzada el 30 de mayo de 2018, producida por Rosalía y El Guincho, en la que en voz colabora el cantante C Tangana, y con el videoclip de la mano de Canada. La canción entró directamente al número 28 de la lista de Spotify España y se posicionó un día después de su salida en el número 1 de tendencias de Youtube con 800.000 reproducciones en menos de

dos días. La canción actualmente tiene 83.110.231 visitas en Youtube y 89.953.211 reproducciones en Spotify. Además, la canción llegó a entrar en el top tres de las mejores canciones del año en Pitchfork y diferentes medios se hicieron eco de ella y llenaron de halagos a la cantante. Por otra parte, Malamente estuvo nominada a cinco Grammy Latinos, donde finalmente se hizo con dos premios: “mejor fusión/interpretación urbana” y “mejor canción alternativa”; además el videoclip de este primer capítulo fue galardonado en los UK Video Music Awards con Mejor Video Pop y Mejor Dirección. Esta canción terminó por ser doble disco platino en octubre de 2018.

El lanzamiento, el 24 de julio de 2018, del segundo single del disco y correspondiente videoclip “Pienso en tu mirá (Cap. 3: Celos)” causó un gran revuelo: Pocos minutos después de que lanzara la canción, su nombre fue trending topic en Twitter y, como podemos leer en el periódico *El Mundo*, doce horas después de la salida superó 313.000 visionados en Youtube, y en un día llegaba al millón de visualizaciones en Youtube.. La canción, además, ha llegado a obtener la certificación de doble platino con más de 80.000 unidades. Además, como la misma Rosalía mostraba en su perfil de Instagram, lograba que Estados Unidos fuera el 2º lugar del mundo donde más se escuchaba su música, consagrando así su éxito internacional.

El anuncio de la salida del disco estuvo a la altura del éxito que cosecharía: en una pantalla publicitaria en Times Square (Nueva York), como ella misma mostraba en su perfil de Instagram. El día 2 de noviembre de 2018, “El Mal Querer”, disco producido por El Guincho (Pablo Díaz-Reixa) y la propia Rosalía vio la luz, y como podemos leer en la página web de la cadena ser, las reproducciones a la música de Rosalía crecieron un 665%, haciendo así que batiera records y se posicionara “como la artista más escuchada en día”; además el disco se convirtió en el más “**escuchado en España en 24 horas**”. Por otra parte, como podemos leer en el periódico *El Mundo*, Rosalía se convirtió en “la artista española más escuchada en el mundo, superando los 4 millones de oyentes mensuales” Además, consiguió introducir durante la primera semana de su lanzamiento todas las canciones del disco dentro de la lista de Spotify España.. Pocos meses después, en Enero de 2019, el álbum obtenía el

reconocimiento de disco de platino. El éxito del disco se reflejó también en los números ventas: como podemos leer en Je ne sais pop, publicación que ya avecinaba su éxito el mismo día de la salida al mercado del disco, “La popularidad de Rosalía no ha dejado de escalar desde el lanzamiento de aquel trabajo, y ‘El mal querer’ está destinado a consolidarla como una de las mayores estrellas que ha producido España en años”, se mantuvo durante las 8 semanas siguientes a su lanzamiento dentro de la lista de los 10 más vendidos.

Todo esto suma y ha hecho que la catalana llegue a ser conocida internacionalmente y que su fama se extienda rápidamente por prácticamente todos los lugares del mundo: La revista Forbes la incluye dentro de la lista de los europeos menores de 30 años más influyentes; un estudio realizado por Personality Media indicaba que la cantante, en cuanto a reconocimiento ha experimentado el mayor crecimiento de 2018: en 2016 poca gente sabía quién era esta cantante, y a día de hoy dos de cada tres españoles la conocen.

Además, es destacable la participación de Rosalía en diferentes festivales reconocidos y de ámbito internacional así como actuaciones en entregas de premios de diferentes partes del mundo. La catalana actuó en el festival Coachella, en el Sonar, en el Primavera Sound, en el Lollapalooza, en Noche Blanca del Flamenco de Córdoba, entre otros; una demostración de su éxito sería el logro de hacer sold out en Estados Unidos en menos de 24 horas. Por otra parte, pudimos verla también en los MTV EMAS pocos días después del lanzamiento de su disco; en los Goya de 2019 y en diferentes Late shows a nivel nacional como internacional.

Una vez ofrecida una visión general de nuestro objeto de estudio y ejemplo para la buena construcción de marca, podemos comenzar con el análisis exhaustivo del proyecto.

5 Análisis del universo de El Mal Querer

El Mal Querer es algo más que un disco, que un trabajo musical, es un todo artístico con un universo propio, que deja perfectamente claro de qué trata el disco, qué temas explora, cómo son los personajes que encontramos en él, qué sienten y cómo evolucionan; podría decirse que es una marca: todos sus elementos están cohesionados y tienen un sentido conjunto, la identidad visual y verbal están relacionadas de manera coherente: las letras de las canciones y sus títulos, la narrativa de los videoclips así como la propuesta visual de estos, el diseño de los trabajos visuales integrados en el disco físico y la escenografía y propuesta de sus actuaciones y espectáculos e incluso la actitud e imagen de la propia Rosalía.

Este disco muestra también cómo es Rosalía, qué opina su personaje con respecto a las relaciones tóxicas en este caso, qué actitud tiene como mujer; además de presentar también su estética concreta y que significa su trabajo y cómo es, por el momento, su marca. Por este motivo, parece interesante profundizar en el análisis de los elementos que conforman su trabajo para poder esclarecer este proceso de creación de marca que se da, sobre todo, a través de la narrativa audiovisual y de los videoclips, pero también gracias a sus estilismos, sus performances, sus artworks y su música.

5.1 Análisis de canciones

En primer lugar, para poder facilitar el análisis y su comprensión, creemos necesario hacer un breve análisis sobre el contenido de las canciones, sobre la historia que se cuenta con las letras de estas. Si bien ya hemos ofrecido un resumen general, explicando que el álbum trata las formas de amar, concretamente las relaciones tóxicas, las canciones exploran las diferentes fases de este tipo de enlaces. Consideramos importante comentar más a fondo la narrativa textual que ofrecen para poder comprender mejor los videoclips, los artworks y las performances.

Como ya hemos mencionado, este trabajo constituye un todo artístico en el que todas las partes tienen importancia, por lo que para llevar a cabo el análisis del proyecto, debemos tener en cuenta que estamos desgranando ese conjunto: pese a que, por ejemplo solo contamos con cinco videos musicales para someter a análisis, debemos tener en cuenta el contexto general y será necesario mantener en nuestra mente los títulos de las canciones, lo que cuentan y el orden en que se presentan.

Quizá podríamos aventurarnos a decir que el “todo” es una historia, siendo como ha explicado la propia Rosalía, un trabajo conceptual. Pero, ¿qué es un álbum conceptual?: en palabras de Graciela Martínez Corona (2018), se trata un recurso que han utilizado y utilizan muchos artistas para dotar de cohesión a su obra, y se caracteriza por “tener una idea o concepto central, ya sea narrativo, instrumental o de composición, que atraviesa y unifica toda la obra”. Al hablar de discos conceptuales, no podemos no mencionar al artista David Bowie, creador de varios discos conceptuales, y su trabajo “The Rise and Fall of Ziggy Stardust and the Spiders from Mars” (1972), uno de los álbumes conceptuales más importantes de la historia reciente, que cuenta “la historia de un alienígena andrógino que toma forma humana como una estrella de rock” (Shute, citado por Rodríguez Durán, 2014). Para este disco se generaba un universo más allá del puro producto musical, el concepto se extendía a la imagen del cantante, que se caracterizaba como Ziggy, e incluso “durante sus actuaciones en directo, Bowie introduciría ‘Moonage Daydream’ como una canción escrita por Ziggy” (Shute, citado por Rodríguez Durán, 2014)

Ahora bien, ¿cuál es el hilo conductor de este disco?, según ha especificado la artista en diferentes ruedas de prensa, su trabajo está inspirado en una novela de autor anónimo del siglo XIII, “Flamenca”, que trata sobre una mujer que se casa con un hombre que, por celos, termina encerrándola en una torre. Así, podríamos decir que, grosso modo, el hilo conductor de “El mal querer” es una historia de amor, con un inicio, un nudo y un final; una progresión de situaciones y sentimientos que se reflejan en los nombres de las canciones: todas constan de dos títulos: un nombre y un capítulo.

5.1.1 Malamente - Cap.1: Augurio

“Malamente” (disponible en [este enlace](#)) es el primer capítulo de este disco, el Augurio, un preludio a lo que acontecerá tarde o temprano. El segundo capítulo, la Boda, con “Que no salga la luna”. Pasamos a los celos de los que trata la novela en la que se basa la catalana: “Pienso en tu mirá”. Estos celos desembocan en disputa y posterior lamento; “De aquí no sales” y “Reniego”, respectivamente. La historia continúa con la clausura, “Preso”, y la liturgia: “Bagdad”. Podríamos decir que los siguientes capítulos, 7 y están íntimamente relacionados: el éxtasis (“Di mi nombre”) y la concepción (“Nana”). El broche final lo ponen la cordura y el empoderamiento, “Maldición” y “A ningún hombre”, que clausuran la historia con el empoderamiento femenino y a la salida, por fin, de ese amor tóxico.

Tras tener clara la progresión que se sigue en este trabajo, una visión general de la historia que nos desvelan los títulos de las canciones, podemos proceder al análisis de los temas.

El primer tema del disco responde al nombre de Malamente (Cap 1: Augurio). En esta canción el augurio se hace presente desde el principio del tema, podríamos decir que se trata de un resumen del contenido del disco: una Rosalía narradora explica qué va a suceder, y cómo la gente de su alrededor, o incluso ella misma intuían que esa relación iba a terminar mal (“Ese cristalito roto, yo sentí cómo crujía. Antes de caerse al suelo, ya sabía que se rompía”).

Con esta letra, se explican al oyente diferentes puntos de esta relación, que cómo contaba la propia artista en una rueda de prensa, versa sobre un hombre y una mujer. Se expresan los consejos que le daban a la protagonista diferentes partes (“Se ha puesto la noche rara: Han salío luna y estrellas. Me lo dijo esa gitana, mejor no salir a verla”); la dificultad para escapar de, dejar la relación o mantener la estabilidad dentro de ella y también el posterior momento de decisión, que el espectador vivirá al final del disco, de abandonar esa relación, aunque con cierto miedo y esperanza en un dios que la proteja; y luchar por ella

misma. (“Aunque no esté bonita la noche, ¡Undivé⁷! voy a salir pa' la calle: En la manita, los aros brillando, en mi piel los corales. Me proteja y me salve, me ilumine y me guarde. Y por delante: No voy a perder ni un minuto en volver a pensarte.”).

Además, el estribillo, en el que se repite “malamente” de manera constante, evidencia, por una parte ese augurio de cómo va a ir la situación y, por otra -si además de identificar a Rosalía como narradora lo hacemos como quien da voz a la mujer dentro de la historia-podríamos decir que también como lamento o queja al darse cuenta de los errores cometidos.

5.1.2 Que no salga la luna – Cap.2: Boda

La siguiente canción es “Que no salga la luna (Cap 2: Boda)”(disponible en [este enlace](#)): En esta canción escuchamos cómo Rosalía pone voz a los personajes de la historia y añade segundas voces, coros, que bien podrían ser los espectadores o asistentes a la boda. Además, podemos escuchar cuchillos o espadas, que podrían evidenciar la violencia o la sangre ya desde la boda.

Podemos apreciar como mezcla distintas voces de la enunciación y el juego que se hace con ellas. Cabe detenerse aquí para explicar qué se entiende por enunciado y enunciación, según Filinich:

“El enunciado puede concebirse como una materialidad perceptible realizada con cualquier sustancia expresiva, ya sea verbal – oral, escrita – o no verbal – gestual, icónica, sonora, sincrética, etc. El enunciado conlleva dos niveles, de los cuales uno es explícito, lo enunciado, aquello que es objeto del discurso, y el otro, implícito, la enunciación, presupuesta por todo enunciado en la medida en que todo discurso proviene de un yo que destina su alocución a un tú.” (Filinich, 2012)

⁷ Undivé o Endebel: Palabras de origen caló utilizada para referirse a Dios.

Por otra parte, Benveniste apunta que la enunciación supone la conversión de la lengua en discurso, genera un sentido mediante el uso de palabras, y posiciona al locutor como tal (Benveniste, 2004).

Así, en esta canción, Rosalía se identifica como diferentes locutores, adoptando la voz del personaje masculino, la cantante nos presenta cómo se siente él con respecto a la mujer: afortunado. Sin embargo cuando toma la palabra la mujer, esta cuenta “*Señala' estuve a punta de navaja, prima, sobre la pared*”, lo cual podría reflejar que esa unión fue si no forzosa, precipitada, o que la mujer no tuvo opción de negarse. En este tema se nos transporta también a la elección del anillo y a la recepción de este por parte de ella. Algo que llama la atención con respecto a esto es la manera en la que se mezcla a lo largo del tema un vocabulario o unas expresiones más antiguas o de la lengua kaló como “*sacais*” (ojos) y otras que nos transportan directamente a la actualidad, “*madre mía qué guapo*”.

Cuando aparecen los coros se lleva al oyente al momento de boda, en el que los asistentes piden que nadie se oponga al enlace y que si hay alguien que opina que no debe llevarse a cabo, que no lo diga (“*Si hay alguien que aquí se oponga, que no levante la voz*”). Este coro parece apoyar al hombre que declara su amor (“*con tus ojitos, prima, yo me alumbraré. En tus ojitos prima, yo alumbraré*”) mientras los coros piden “*que no salga la luna*”. Este amor ya se presenta como tóxico cuando el coro le da voz al hombre que dice por una parte que la tratará como una reina (“*¡Que bonita está mi novia que se parece un trono!, ¡Reina!*”) y cuando asegura que da igual lo que ella quiera, estarán juntos hasta la muerte, incluso contra su voluntad (“*quiera o no quiera, quiera, ella no quiera, va estar conmigo ella hasta que se muera*”).

Cuando la mujer tiene la palabra, dice “*la hoguerita se apagó por sus besos*”, podríamos interpretar que el amor se apagó por la actitud abusiva de él y que esa relación se prevé catastrófica, pues ella reza a la Virgen de la Merced, pidiendo misericordia (“*a la virgencita de la Merced un rezo*”).

5.1.3 *Pienso en tu mirá – Cap.3: Celos*

En “Pienso en tu mirá”(disponible en [este enlace](#)), se relata un episodio de celos, y de nuevo el oyente tiene la oportunidad de escuchar a las dos partes de la historia: al hombre y a la mujer.

Él explica que siente miedo a que ella pueda dejarle por otro – algo que sucede también en la novela en la que la artista se inspira: él enloquece de celos – y explica que siente celos de todo, unos celos irracionales que se extienden a cualquier contacto que pueda tener ella con alguien que no sea él (“*Me da miedo cuando sales sonriendo pa' la calle, porque todos pueden ver los hoyuelitos que te salen. Y del aire cuando pasa, por levantarte el cabello. Y del oro que te viste, por amarrarse a tu cuello. Y del cielo y de la luna, porque tú quieras mirarlo. Hasta del agua que bebes cuando te mojas los labios*”). Podríamos decir que esta explicación de los celos hacia sucesos incontrolables, podría representar las acciones que podría, cualquier otro hombre llegar a tener con ella: acariciarle el pelo o besarla.

Durante prácticamente toda la canción, el hombre relata su actitud celosa, el pánico que siente al “dejarla sola” sin saber que puede estar haciendo.

El estribillo, “*pienso en tu mirá, tu mirá clavá, es una bala en el pecho*” podría retratar la actitud obsesiva del hombre: por una parte, que no puede dejar de pensar en ella y en qué estará haciendo y por otra, en las miradas hacia ella de cualquier otra persona. También podría interpretarse como si la enunciara la mujer: Una mirada clavada, que la vigila y la va matando, una bala en el pecho que no le permite hacer nada.

5.1.4 *De aquí no sales – Cap.4: Disputa*

El episodio de celos, culmina con “*De aquí no sales -Cap. 4: Disputa*”(disponible en [este enlace](#)), la consecuencia de éstos, una pelea. En esta canción, ya no solo resulta importante la propia letra sino también los coros, la voz *sampleada* y también distorsionada, y la introducción de sonidos de motor o de acelerones

⁸ “Sample”, en términos musicales, significa coger una muestra de cualquier sonido y en la producción musical reutilizarla como efecto de sonido o instrumento musical.

de una moto. Si nos ceñimos a la letra, parece un monólogo del hombre, pero cuando se escucha la canción, nos podemos dar cuenta de que, si bien es él el que habla, ella llora y se lamenta. Guiándonos por el título, sabemos de antemano que representa una discusión, sin embargo, una vez escuchada, podemos intuir que esa disputa incluye violencia física.

La canción comienza con la voz de Rosalía entonando un “*au ah*”, casi hipnótico, sin ningún instrumento acompañándola; podríamos atribuir este comienzo a la voz de la mujer: un llanto, un sollozo en el comienzo de la disputa. Acto seguido, mientras ella sigue “llorando”, comienza el discurso del hombre, que le dice, que cómo es posible que si él la cuida y la quiere tanto, ella se la juegue (“*yo que tanto te camelo⁹, y tú me la vienes haciendo*”). Además, prácticamente también al principio de la canción, comenzamos a escuchar el sonido de una moto, acelerando, dando fuerza y acentuando las palabras del hombre; algo que se repetirá a lo largo del tema.

Él continúa diciendo que ella no se va a ir a ningún lado, (“que tú de aquí no sales”): esos celos tan enfermizos le llevan a querer controlarla, a decirle que no va a separarse nunca de él y se justifica diciéndole que le duele más a él que a ella haber llegado a esa situación (“*mucho más a mi me duele de lo que a ti te está doliendo*”) y comienza la violencia física, la imposición del hombre mediante la violencia (“*con el revés de la mano, yo te lo dejo bien claro*”). Siguiendo la disputa, él explica sus “dos caras” o las dos opciones que le da a la mujer: o comportarse como ella quiera, y acabar discutiendo, o por el contrario hacerle caso a él y complacerle y que su relación vaya bien y él muestre su cara dulce (“*Amargas penas te vendo, caramelos también tengo*”); algo que contrasta y resulta llamativo es que, en la que puede ser la letra más “violenta” del disco, el hombre hable dulzura. Además, a partir de aquí, el ritmo de la moto se intensifica y se introduce un nuevo recurso sonoro: una sirena de coche de policía.

⁹ Según la RAE, camelar significa cortejar; sin embargo, en lengua caló se entiende por consentir, querer, enamorar.

Hasta este punto de la canción, no había una base de fondo, solo voces y los sonidos mencionados; pero a continuación comienza un palmeo rápido y una repetición rápida también ella diciendo “au ah”; unos “eh, eh, eh” y una entonación musical del “au, ah” creando una atmósfera violenta, en la que podríamos intuir que ella está sufriendo.

5.1.5 Reniego – Cap.5: Lamento

Si bien en el tema anterior, la palabra la tiene el hombre, en el quinto, “Reniego – Cap. 5: Lamento” (disponible en [este enlace](#)), Rosalía se la da a la mujer, que se lamenta de la situación en la que se encuentra, quizá después de una pelea que le ha hecho abrir los ojos.

La mujer explica que está sufriendo sola, que delante del mundo actúa como si nada pasara, pero la realidad es que está sufriendo (“*Ay, yo río por fuera y lloro por dentro*”); y que ese dolor se debe a la violencia del hombre y a las penas que le hace pasar (“*y es por matuca, por matusquera¹⁰ de esta pena mía*”).

Podríamos decir que en este momento ella se da cuenta de la realidad que está viviendo, y reniega de ella, se opone a seguir viviendo así ahora que ha visto cómo es realmente el hombre con el que está (“*como él, reniego, reniego de mi sino. Ahorita que te he conocido*”).

5.1.6 Preso – Cap.6: Clausura

La siguiente canción es “Preso – Cap. 6: Clausura”(disponible en [este enlace](#)): En ella, es Rossy del Palma quien tiene la palabra, mientras de fondo escuchamos la voz de Rosalía repitiendo “duele” de manera muy sutil. Podríamos interpretar este tema como una conversación cuando la mujer protagonista de la historia se decide por fin a hablar de lo que está sucediendo, a pedir ayuda o consejo. Podríamos decir que comienza la voluntad de cambio, de clausura de esa relación tóxica.

¹⁰ “Matuca y matusquera” quiere decir a palos y a penas.

Rossy de Palma da voz a una mujer que ha pasado por lo mismo que está pasando la protagonista, y le explica que, aunque estuviera viviendo un infierno y le costara darse cuenta y tomar la decisión de salir, lo consiguió.

5.1.7 Bagdad – Cap.7: Liturgia

“Bagdad – Cap. 7: Liturgia”(disponible en [este enlace](#)), es el título de la séptima canción del álbum, un canto desesperado a Dios, como la propia cantante ha explicado. El nombre, hace referencia a un club barcelonés de striptease. La catalana explica el porqué de hacer referencia al local: “buscar la tensión entre la localización y el sonido de la canción, que es un rezo a Dios”

En el inicio de la canción, parece se ponga voz a personas externas a la pareja, que explican que la mujer va a terminar mal si continúa en esa relación, y explican que lo único que hace ella es rezar por salir de esa situación. Se relata que está sola, desesperada. (*“Y se va a quemar, si sigue ahí. Las llamas van al cielo a morir. Ya no hay nadie más por ahí. No hay nadie más, sentaíta dando palmas”*).

La mujer protagonista de la historia se ahoga en su propia pena, sin ayuda de nadie, sin que nadie, más que el Dios al que le reza, sepa la situación en la que está atrapada. Se sigue describiendo cómo actúa la mujer que, pese a estar desesperada, intenta actuar de manera normal a ojos del resto, aunque sin éxito total pues: la letra dice que “al compás por bulerías, parecía que rezaba”. Las bulerías suelen ser vivas, animadas, frenéticas, y, sin embargo, ella parece estar rezando en lugar de disfrutando.

Se intenta explicar también cómo llegó a esa situación: ella no se dio cuenta de cómo era en realidad su pareja, “un ángel que se cayó”, expresión normalmente utilizada para definir a un ángel expulsado del cielo por desobedecer a Dios o pecar: Ella no se dio cuenta de que realmente el hombre no era bueno.

En esta canción, apreciamos la desesperación de la mujer que, pese a haber mostrado en los capítulos anteriores su voluntad de escapar de esa relación, todavía no lo ha logrado, y sigue sufriendo.

5.1.8 Di mi nombre – Cap.8: Éxtasis

A continuación llega “Di mi nombre – Cap. 8: Éxtasis” (disponible en [este enlace](#)), canción que representa las relaciones sexuales entre los protagonistas de la historia. La canción comienza con un “Ali y Ali y Ali”, como ha comentado la propia Rosalía¹¹, aunque al escuchar la canción, suena muy parecido al Yeli de las bodas gitanas, un baile/cante que tiene lugar en las bodas con la novia a hombros: si tras la prueba del pañuelo, la mujer resulta ser virgen, todos cantan y bailan el Yeli.

En la canción se relata el éxtasis de la relación consumada, la intimidad de ambos y cómo ella le muestra al hombre su sumisión. Ella le pide que le haga saber que es la única, y que ese momento quede entre los dos (“*que las cosas, que las cosas que me dices, que las cosas que hoy me dices no salgan por esa puerta*”).

La protagonista le dice al hombre lo mucho que lo desea, relata un momento de pasión en el dormitorio, quizá el único lugar y el único momento en el que esa relación no resulta tormentosa.

5.1.9 Nana – Cap. 9: Concepción

Tras el éxtasis, llega la antepenúltima canción del disco: “Nana – Cap. 9: Concepción” (disponible en [este enlace](#)); una nana es una canción que se canta a los niños pequeños, para que se duerman o se tranquilicen; por ello, podríamos decir que Rosalía vuelve a dar voz a la mujer protagonista de la historia, que le canta a su hijo, fruto de la relación tormentosa. En esta canción, Rosalía incluye una frase de una nana de Ferrán Caballero, “*en la puerta del cielo venden zapatos pa' los angelitos que están descalzos*”.

¹¹ Tuit de Rosalía:

https://twitter.com/rosaliavt/status/1057314644849815553?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1057314644849815553&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.huffingtonpost.es%2F2018%2F10%2F31%2Frosalia-aclara-la-letra-de-di-mi-nombre-para-evitar-polemicas-con-la-comunidad-gitana_a_23576641%2F

En esta nana, la mujer le canta a su hijo, y pareciera que trata de darle un mensaje esperanzador, de que a pesar de la situación vivida, saldrán de ahí y ella le cuidará siempre y, sino es ella, se encargará de que alguien lo haga (“*y cae la lluvia triste para mirarte, detrás de cada gota te mira un ángel*”).

5.1.10 Maldición – Cap.10: Cordura

Los temas, “Maldición – Cap. 10: Cordura” y “A ningún hombre – Cap 11: Poder” (disponible en [este enlace](#)) ponen el broche final al disco y rompen ese sometimiento a la violencia en el que se encuentra la mujer.

En Maldición, ella relata que por fin se decide a ser libre, le cueste lo que le cueste (“me han dicho que no hay salida por esta calle que voy, Me han dicho que no hay salida. Yo la tengo que encontrar, aunque me cueste la vida o aunque tenga que matar”). Explica que la relación le ha costado pena, tristeza y malos momentos, y que ha aguantado ese dolor por estar enamorada. Y, pese a seguir queriendo al hombre, está decidida a no mirar atrás, y si lo llegara a hacer, recordaría siempre el sufrimiento que ha vivido, reafirmando en su decisión de dejar a su pareja (“he dejado un reguero de sangre por el suelo, he dejado un reguero que me lleva al primer día que te dije que te quiero, para saber lo que decías”). Además, en esta canción escuchamos sonidos de catanas, antes de que hable del “reguero de sangre”, evidenciando una lucha que, finalmente se confirma y nos hace saber que la mujer “ha matado ese amor”.

5.1.11A ningún hombre – Cap. 11: Poder

Por último, en “A ningún hombre – Cap 11: Poder” (disponible en [este enlace](#)) la protagonista de la historia se torna una mujer empoderada, decidida y dispuesta a ser libre, una mujer que no va a someterse más ni a el hombre de esta historia, ni a ningún otro (“*a ningún hombre consiento que dicte mi sentencia. Solo Dios puede juzgarme, solo a él debo obediencia*”); y cierra la historia dedicándole un último mensaje: tú fuiste mi verdugo y siempre recordaré lo que me has hecho pasar. Parece que se desprende por fin de la culpa que ha llegado a sentir, y se da cuenta de que toda la culpa es del hombre (“*hasta que fuiste carcelero yo era tuya compañero, hasta que fuiste carcelero. Voy a tatuarme en la piel tu inicial*”).

porque es la mía, pa' acordarme para siempre de lo que me hiciste un día y recordarlo toda la vida”).

5.1.12 Observaciones

Una vez analizadas las temáticas dentro de cada canción, que giran, como ya hemos dicho, en torno a una relación abusiva, violenta y tóxica, cabe hacer mención también al orden en que se presentan determinadas canciones. A priori, podría resultar extraño que “Bagdad”, ese lamento y llanto de la protagonista preceda al éxtasis de “Di mi nombre”, sin embargo, si nos detenemos en el nombre del capítulo asociado a la séptima canción, esto parece cobrar algo más de sentido: La liturgia es el orden con el que se llevan a cabo las ceremonias religiosas, según la RAE. Se trata de una canción que simula un rezo, una conexión con Dios, colocada en séptimo lugar en el disco: El número 7, en diferentes culturas se asocia con la divinidad; en la Biblia, por ejemplo, se trata de un número muy repetido, por lo que no parece que haya sido colocada en ese lugar de manera aleatoria. Por otra parte, si bien esta canción es un grito de lamento, una manera de pedir auxilio, la siguiente, “Di mi nombre”, podría representar un momento de “calma”: Aunque en el análisis de los videos musicales nos detendremos también en esto, cabe avanzar que en el video, tan frenético, no se nos presenta ningún exterior, todo sucede dentro de una casa y, sobre todo, en la cama: quizá el único sitio en el que la protagonista obtiene un momento de “paz”.

Otra canción que podría sorprender por su posición, es “Preso”, en sexto lugar: pese a que tras ella se sigan narrando episodios de dolor y violencia, marca un punto de inflexión en la historia: el momento en el que la protagonista decide que quiere ser libre.

Con los capítulos de Disputa, Lamento, Liturgia, Cordura y Poder (cuarto, quinto, séptimo, décimo y onceavo), podemos ver la progresión del maltrato y de la actitud de la protagonista; aunque se intercalen entre ellos otros episodios de la relación, se aprecia como, poco a poco, conforme se intensifica la violencia, la protagonista va cogiendo fuerza para decidirse al fin a dejar la relación.

Otro aspecto remarcable de las canciones es la gran cantidad de voces diferentes que encarna Rosalía como enunciativa de estas. La propia cantante aseguraba que el disco está concebido como “vozcentrista”, es decir, que la voz es el centro de todo (Navarro para El País, 2018). Así, en las canciones se puede apreciar una multiplicidad de voces enunciativas, que no solo encarna ella, sino también coros; además, estas voces están editadas mediante “*sampleos*”, *autotune* y sintetizadores entre otras técnicas, aportando dramatismo y creando atmósferas diferentes para cada canción. Por ejemplo, en *De aquí no sales*, asistimos a una “conversación”: Rosalía pone voz al hombre, ligeramente distorsionada, mostrando ese enfado de la pelea, y a su vez a la mujer: *sampleando* su propia voz hasta tal punto que parece un llanto, un lamento.

Este juego con la voz podemos apreciarlo también en *Nana*, canción en la que acompaña su voz con su propia voz en lugar de con instrumentos haciendo uso del *vocoder*¹². Esto es algo que se repite también en la última canción del disco, *A ningún hombre*, en ella Rosalía se acompaña de nuevo de su propia voz encarnando la voz de la mujer de la historia, que en ambos casos está sola: en uno llorándole a su hijo y en otro tomando el poder de su vida, respectivamente. Así, podríamos decir que en los momentos en los que saca fuerzas de sí misma, utiliza su propia voz, remarcando este empoderamiento femenino.

Además, se juega con el volumen de la voz con respecto a los instrumentos, por ejemplo en *Que no salga la luna*, la base de la canción parece estar alejada, mientras la voz de Rosalía se sitúa en un primer plano, creando un contraste que podríamos decir, produce una sensación de intimidad.

Por último, como ejemplo del juego de voces fuera del disco de estudio, resulta necesario hablar de la actuación de Rosalía en los Premios Goya 2019, donde interpretó la canción “Me quedo contigo”: en esta actuación los únicos instrumentos son su voz y un coro: encarna una voz masculina y canta la canción

¹² El *vocoder* es un codificador de voz que permite sintetizarla y modificar su frecuencia.

a *capella*¹³, poniendo en el centro de todo su voz y generando una experiencia casi religiosa al combinarla con las voces del coro.

5.2 *Análisis de los artworks*

Cada tema del disco está acompañado de un trabajo visual creado por el artista Filip Custic, artista multidisciplinar croata; los diseños tienen dos versiones: una estática y otra en movimiento.

Si bien él mismo ha explicado mediante su Instagram muchos de los detalles de su obra para El Mal Querer, resulta igualmente interesante explicarlo en este trabajo para poder tener una visión completa de la obra de Rosalía.

5.2.1 *Análisis*



Artwork 1: MALAMENTE Fuente:
<https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

En el primer artwork (Artwork 1), que corresponde a “Malamente”, nos encontramos a una Rosalía de mirada fija, bajo un péndulo dorado, con el torso desnudo y unos hilos dorados entre sus manos: Según indica el propio artista en su cuenta de Instagram: se presenta a la mujer como una diosa que observa los hilos de la vida desde una posición alejada. Está situada en el centro de una sucesión de círculos, representando el equilibrio, el mantenerse centrado.

¹³ “A capella”: sin acompañamiento musical

Para “Que no salga la luna” (Artwork 2), se presenta una imagen que parece tener inspiración en “Las dos Fridas” (Frida Kahlo, 1939). Podemos ver, por una parte, a una Rosalía vestida de Blanco, y a otra vestida de negro, que bien podría representar al hombre y a la mujer, dándose la mano y unidas por unas esposas de oro con unas llaves suspendidas bajo ellas. Situado sobre sus manos, encontramos un reloj de arena, que como explica el artista, representa el tiempo de condena, la duración de ese matrimonio y, los puntos de luz en la imagen serían una representación de la esperanza.



Artwork 2: QUE NO SALGA LA LUNA.
Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Por otra parte, cabe destacar que la Rosalía que representa a la mujer viste con un abrigo blanco y está cubierta por un velo, quizá representando la pureza y mira hacia el frente; con la mano que tiene libre, cierra la prenda y se cubre el torso. Sobre su regazo, unos cristales rotos (pudiendo ser esta una referencia al augurio que se presentaba en “Malamente”). La otra Rosalía, que pudiera representar al novio, viste un traje de luces, negro y con detalles dorados, quizá referenciando la oscuridad que encierra el hombre. Cabe destacar también, que los ojos de esta figura están cerrados, pudiendo representar que el hombre no ve el daño que está causando. Otra lectura posible, sería la unión de las “dos personalidades” de la protagonista: por una parte la más dócil, la que se somete al hombre, y por otra, la luchadora, la que, pese al dolor, acaba saliendo de esa relación; un enlace entre ambas partes.

Para el tercer capítulo del disco (Artwork 3), se nos presenta a una Rosalía representada como una escultura “encerrada” en una vitrina, como la mujer de la historia está encerrada a causa de los celos del hombre; colocada sobre agua, con unas manos en el aire colocadas de una manera exageradamente virada,



Artwork 3: PIENSO EN TU MIRÁ. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

teniendo en una de ellas, de nuevo, cristales rotos, con diferentes símbolos sobre su cabeza: una espiral, una gota, un punto de luz y una rosa; y con puntos de luz y gotas sobre su torso.

Como apunta Cusic, los cristales negros situados alrededor de su mano, representarían los celos, la falta de transparencia. Los colores del fondo (rojo y amarillo), que serán muy utilizados también en los videos musicales, de cierta manera simbolizan a España, la bandera:

en todo el trabajo están muy presentes elementos representativos de la cultura española más arraigada.

Los elementos situados sobre la cabeza de Rosalía, según el autor, en la lógica egipcia los elementos que se presentaran sobre la cabeza de alguien, representaban aspectos de su vida; por otra parte, las cuatro figuras representarían la naturaleza del ser (cuerpo/tierra, luz, agua y viento).

La posición de las manos de Rosalía llama también la atención: una posición exagerada y agresiva, que bien podría recordar a los cuernos de un toro (otro elemento presente, no de manera totalmente explícita, en los videoclips) y a los gestos que se realizan al bailar flamenco. Así, el artista explica que representan una mujer que le baila a los celos.

El cuarto artwork (Artwork 4) corresponde a la “Disputa”; en él podemos ver a Rosalía de costado, sobre un fondo negro del que aparece una mano enguantada que agarra su brazo; e. cabello está compuesto por perlas blancas y a su mirada baja llega una varilla color dorado; además, vemos varios puntos de luz en su espalda. Podríamos interpretar esta imagen como una muestra de sumisión, pero con un halo de esperanza: Cuando vemos la pieza con movimiento una luz pasa por la varilla hasta iluminar su párpado, y su “pelo” se llena de luz, mientras esa mano negra parece estar apretando su brazo. Quizá podríamos decir que, pese a esa oscuridad a la que la mujer está sometida, aún queda fuerza en algún lugar, un rayo de esperanza, que la llevará a salir de ahí.



Artwork 4: DE AQUÍ NO SALES.
Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

El artista indica también en su cuenta de Instagram que en gran parte de los trabajos realizados para el disco, el cuerpo de Rosalía irradia luz, por lo que podríamos interpretarlo como una fuerza interior.



Artwork 5: RENIEGO Fuente:
<https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Por primera (y última vez), vemos solamente una porción del cuerpo de Rosalía, (Artwork 5) parte de su cara, reflejada o enmarcada en un cristal o espejo triangular, con semblante serio y desafiante; a su alrededor unas manos con un rosario dorado entre ellas, una mano que sostiene un papel quemado, otra una rosa con, de nuevo, un reloj de arena, y otra con un plato sobre el que reposa un recipiente del que brota agua. Destaca también que parece que alguien le haya dado un puñetazo a la imagen, que se sitúa detrás de un cristal.

En la imagen en movimiento, los elementos se acercan y se alejan de la imagen de la mujer, a quien le brota una gran lágrima por la mejilla. La imagen se vuelve a situar en la oscuridad, aunque el fondo sobre el que se encuentra Rosalía es de color rojo. Dado que se incluyen aspectos religiosos, podríamos decir que la manera en la que se representa a Rosalía podría estar ligada a una Virgen Dolorosa, que no deja de llorar; pudiera ser que sus lágrimas hagan referencia al llanto que se explica en la canción a la que representa este trabajo, “Reniego”. Además el hecho de que se presente a la mujer reflejada en un espejo, podría representar que ese es su lado interior, cómo está sufriendo, tal y como se relata en la canción, ríe por fuera, pero llora por dentro.

Podríamos decir también que el fuego y el “cristal roto” representan la violencia a la que es sometida la mujer; el rosario sobre las manos que parecen estar rezando, podrían ser sus plegarias para lograr salir de la relación.

Para “Preso” se representa a una Rosalía (Artwork 6), de nuevo sobre un fondo oscuro, pero que esta vez no es totalmente negro: está iluminado por las diferentes lunas (en sus diferentes ciclos) que la rodean, y de su cuerpo vuelven a brotar puntos de luz. Con respecto a la representación de ella, su cabeza está metida dentro de una caja de madera y sus manos, con uñas largas, sostienen varias naranjas que parecen desbordarse. Además, una de ellas está rasgada por su dedo.



Artwork 6: PRESO. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Según el artista, las naranjas, fruto maduro, representan el estado de madurez en el que se encuentra la mujer en ese punto de la historia, además de simbolizar los deseos terrestres.

Las fases lunares que rodean la figura de la cantante podrían significar el paso del tiempo y, a su vez, como indica el creador, que de noche es cuando la

protagonista es consciente de ese tiempo que ha pasado. Además, si atribuimos a esta canción la función de punto de inflexión, podríamos decir que por fin brilla la luna, por más que el hombre no quisiera que saliera en el capítulo de la boda.

Otro elemento que llama la atención, es la caja sobre la cabeza de la mujer, que representaría una prisión, un encierro, pero de manera romantizada, por la belleza de la caja, como explica también el artista en su cuenta de Instagram. Por otra parte, explica que el triángulo invertido significa desequilibrio; además, está formado por 7 triángulos sucedidos que, si continuamos con la identificación de la mujer con una Virgen Dolorosa, podrían representar los siete dolores que esta sufre; además, el triángulo invertido también suele representar a la mujer, por lo que podríamos decir que la mujer, desestabilizada por lo que está viviendo, se encuentra presa y sufriendo, algo que tiene también con el título de la canción, “Preso”.



Artwork 7: BAGDAD. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Para “Bagdad” (Artwork 7), se presenta a una Rosalía recostada tocando el Sol con su dedo, vestida de nuevo con el abrigo blanco, que deja al descubierto sus piernas. Sobre sus pies aparecen unos puntos de luz y su cuello está rodeado por una cuerda de oro. Además, una hilera de hormigas doradas caminan hacia ella.

Podríamos decir que el color naranja del fondo representa las llamas en las que va a arder si continúa ahí como dice la letra de la canción. Quizá el hecho de que vista el mismo abrigo que en la imagen de la boda quiere decir que, si sigue en ese matrimonio, acabará mal.

Por otra parte, como ya hemos mencionado anteriormente, esta canción representaría un canto a Dios y, siguiendo con la iconografía religiosa presente en los trabajos visuales, los puntos de luz en sus pies podrían identificarse con

las llagas que Jesús tenía al ser clavado en la cruz, quien a los tres días resucita, algo que hará, de manera metafórica, la mujer protagonista de la narración después de tres canciones.

Además, el color dorado podría hacer referencia a la abundancia, al poder, relacionando esto también con la iconografía religiosa de nuevo, aunque de manera más sutil, identificando el dorado con la Capilla Sixtina, dedicada a la Virgen María; así, la correa de oro atada a su cuello podría representar el poder que ejerce el hombre sobre ella.

Para “Di mi nombre” (Artwork 8), vemos a Rosalía sobre una esfera que desprende luz, con el cuerpo recubierto de rosas rojas y blancas, bailando. De nuevo, encontramos luz rodeándola: esta vez son puntos de luz como los colocados en imágenes anteriores sobre su cuerpo. Además, se sitúa en el centro de un grupo de cuerpos que parecen estar dando palmas.



Artwork 8: DÍ MI NOMBRE. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Si volvemos al canto del *Yeli* explicado anteriormente, tendría sentido suponer que podría representar ese baile que tiene lugar al confirmar la virginidad de la novia en las bodas gitanas.

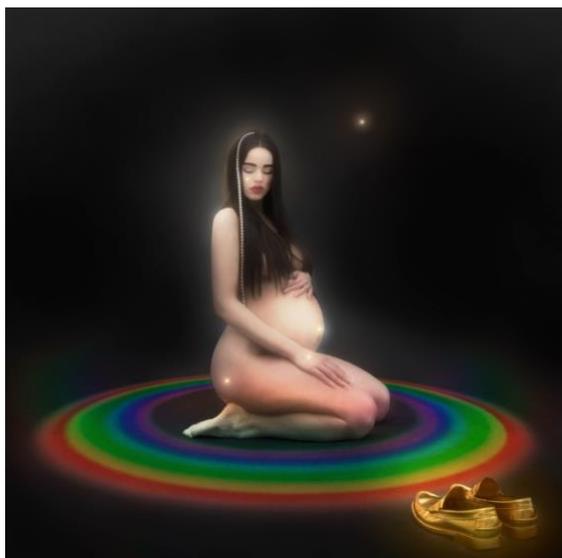
Las rosas situadas sobre su cuerpo podrían hacer referencia, por una parte al nombre de la cantante y, por otra al flamenco: representando los trajes que suelen llevar las mujeres. En este caso, el vestido de Rosalía está representado por las flores. Además, estas, entre otros lugares, cubren los puntos en los que anteriormente se podían intuir las heridas de los clavos de la cruz.

Rosalía es presentada bailando flamenco sobre, como explica el autor, el sol, que representa la luz, el universo: así, la mujer baila sobre el universo, representando el éxtasis. Por otra parte, llama la atención que a su alrededor

intuimos cuerpos masculinos, pero no vemos sus caras, pudiendo ser una representación de que no necesita a ningún hombre. Podríamos decir también que, en esta representación, se mezcla la adoración representada en muchos cuadros de temática religiosa con un tablao flamenco.

Cabe destacar por otra parte la posición desde la que se representa la imagen: un contrapicado en el que la mujer mira como con superioridad al espectador. Podríamos decir que la imagen representa el momento del “renacer” de la mujer. Además, el título de la canción es un imperativo, así pues, ella comienza a ser quien da las órdenes.

Introduciendo de nuevo la simbología religiosa, a su alrededor encontramos 7 puntos de luz: número divino.



Artwork 9 NANA. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Para “Nana” (Artwork 9), se nos ofrece una imagen de Rosalía de nuevo sobre un fondo negro, embarazada y rodeada por un arcoíris. En su pelo, un mechón hecho de perlas. De nuevo, encontramos puntos de luz, y su cuerpo irradia también luz. Además, frente a ella, unos zapatos dorados. En la imagen en movimiento, la luz blanca, se convierte en luces con los colores del arcoíris, y una lágrima brota de su mejilla.

En la imagen, Rosalía se presenta desnuda, con la mirada baja, desprendiendo cierta tranquilidad o calma, quizá la que la mujer quiere transmitirle a su hijo pese a las circunstancias.

Por otra parte, los zapatos que venden a las puertas del cielo, como dice la canción, aparecen también representados en la imagen: Quizá, esa tranquilidad que siente la mujer cuando está con su hijo, podría simbolizar “su cielo”.

Por último, la mujer embarazada brilla: Esa luz que se representa a lo largo de los diferentes trabajos visuales, se intensifica e incluso cambia de color: si decíamos que la luz representa la fuerza interior de la mujer, quizá esta explosión de luz representaría que su hijo le da aún más fuerza para sobre ponerse a la situación en la que está atrapada.



Artwork 10: MALDICIÓN.
Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Para la penúltima canción, “Maldición”, Rosalía parece caminar sobre una cuerda dorada, en equilibrio y sostiene dos piezas de una balanza con sus manos (Artwork 10). Su cuerpo está semi cubierto con dos telas, una negra con una espada sobre ella, y otra roja. Sobre su cuerpo, un gran punto de luz: de nuevo el sol. Esta vez el fondo no es oscuro, sino que parece encontrarse en un entorno con niebla, en el que brilla el sol.

En la imagen con movimiento, la mujer se balancea sobre la cuerda dorada, y también lo hacen los platos de la balanza. Este artwork podría representar la justicia, el equilibrio entre el bien y el mal, y la cuerda por la que anda Rosalía, la cordura.

Podríamos decir que el color rojo de una de las telas significaría el amor, mientras que la negra, con una espada sobre ella el dolor que ha padecido. Por otra parte, esa espada podría hacer referencia al “reguero de sangre” del que habla en la canción. Por otra parte, el sol que la alumbra, podría representar una fuerza superior, un Dios que ilumina su camino.

Para “A ningún hombre”, canción que cierra el disco, se presenta a Rosalía (Artwork 11) sobre un fondo azul, cubierta por una camisa blanca que parece agitada por el viento, con flores doradas sobre su pelo y sosteniendo un arco, dorado también, que en lugar de una flecha, tiene una rosa. Sobre la escena se plasman gotas de agua. Y, de nuevo, su cuerpo está rodeado por un halo luminoso y, pequeño aparece también un destello de luz en el fondo de la imagen.



Artwork 11: A NINGÚN HOMBRE. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

En primer lugar, con respecto a las gotas de agua de la imagen, Filip Cusic explica que representan todas las lágrimas lloradas por la protagonista, manifestadas a través del clima.

Por otra parte, con respecto al arco, cabe destacar que en lugar de una flecha, lleva una rosa: Si bien la flor antes cubría su cuerpo, esta vez es su arma. Hemos comentado previamente que las rosas podrían hacer referencia a su nombre: continuando con esa lectura, ahora su arma es ella misma. Por otra parte, podríamos leer también que el arco hace referencia a cupido, sin embargo esta vez es la mujer quien decide de quién se enamora, así, finalmente, es ella quien tiene el poder, una mujer con mirada desafiante y sin miedo.

Cabe destacar el contraste entre las flores que adornan el pelo y la camisa blanca, que podrían asignarse a la feminidad y a la masculinidad respectivamente: ella viste ambas, no necesita a ningún hombre, ella tiene poder, libertad e independencia.



Artwork 12: EL MAL QUERER. Fuente: <https://abcdefghijklmn-pqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

En la imagen en movimiento, cuando Rosalía tensa el arco, el destello de luz se identifica, pudiendo representar, de nuevo, que después de todo lo vivido ha recuperado su fuerza.

Por último, no podemos obviar la portada del disco (Artwork 12): Rosalía representada como una Diosa, desnuda y con los brazos en cruz, sobre una nube con siete destellos de luz rodeando su cabeza y una paloma blanca sobre ella.

En esta imagen podríamos decir que vemos a una mujer pura, con una capa blanca; pero a su vez poderosa, en el cielo, de nuevo representada en un contrapicado, mirando

hacia abajo.

Como explica el artista en una entrevista concedida a Verne, Rosalía "emerge desnuda desde los cielos, como si fuera una diosa más que una virgen, diciendo esta soy yo y este ha sido mi proceso de aprendizaje". Una diosa con una aureola de puntos de luz, pudiendo representar su poder e importancia.

5.2.2 Observaciones

Dentro de todo el universo de *El Mal Querer* se evidencia el uso de la iconografía religiosa, concretamente en los artworks podríamos decir que consigue iconizar a Rosalía de manera arquetípica, como una mujer que ha sufrido, identificándola con imágenes marianas, pero haciendo uso de la alegoría: equiparando o relacionando en este caso el sufrimiento de la Virgen por su hijo con el sufrimiento de una mujer atrapada en una relación tóxica. Es por esto que tanto el análisis de los artworks, así como de los demás elementos que conforman el universo visual de *El Mal Querer*, se ha optado por llevar a cabo una interpretación alegórica, identificando esos símbolos católicos con un sentimiento más allá de la religión.

La gran cantidad de alegorías, identificaciones y referencias religiosas que podemos encontrar dentro de *El Mal Querer*, podríamos decir, recuerda al universo simbólico medieval:

“El hombre medieval vivía efectivamente en un mundo poblado de significados, remisiones, sobresentidos, manifestaciones de Dios en las cosas, en una naturaleza que hablaba sin cesar un lenguaje heráldico, en la que un león no era solo un león, una nuez no era solo una nuez, un hipogrifo era tan real como un león porque al igual que este era signo, existencialmente prescindible, de una verdad superior” (Eco, 1999: 69)

Esta relación entre símbolos y alegorías, “transforma el fenómeno en idea, y la idea en una imagen” (Eco, 1999: 73). Así, utilizando iconografía religiosa se logra que el receptor descodifique el significado de las imágenes y se produce también una anfibología entre lo pagano y lo cristiano, pues identifica con imágenes católicas sentimientos alejados de la religión. En la portada del disco (Artwork 12), vemos a Rosalía en el cielo, algo que podría recordar a la Encarnación: Dios toma la forma humana, alejándose de su poder como tal, con el objetivo de reconciliar a la humanidad pecadora; podríamos identificar esto, en este caso como una mujer que se reconcilia consigo misma, y consigue la paz.

Los elementos propios del flamenco también son reconocibles en estos trabajos y se extienden a lo largo de todo el disco: El traje de luces negro en *Que no salga la luna*, la expresión de las manos en *Pienso en tu mirá*, las flores alrededor del cuerpo de Rosalía y la representación de un tablao flamenco en *Di mi nombre*,...

5.3 Análisis de los videoclips

Dado que el objetivo de este trabajo es descubrir cómo contribuye el discurso audiovisual en el proceso de construcción de marca, a continuación realizaremos un análisis de los cinco videoclips presentados para el último trabajo de estudio de Rosalía: Malamente, Pienso en tu mira, De aquí no sales, Bagdad y Di mi nombre.

Cabe apuntar antes de comenzar con el análisis de los videoclips del universo de *El Mal Querer*, en todos los videoclips se incluyen elementos, movimientos, gestos que, si bien integrados con la historia, más allá de la narratividad sirven para ayudar a mantener el ritmo del montaje:

“El ritmo audiovisual tiene que ver con la posibilidad de mover las imágenes siguiendo el ritmo (beat) de la música y establecer conexiones y congruencias temporales entre la duración de cada plano y lo estipulado en la partitura de la canción.” (Roncallo y Uribe-Jongbloed, 2017).

Para llevar a cabo el análisis de los videos musicales del trabajo “El Mal Querer”, seguiremos principalmente la metodología propuesta por Jennifer Rodríguez-López e Ignacio Aguaded en “Propuesta metodológica para el análisis del video musical”, que cuenta con tres etapas: La segmentación, el análisis videográfico y la interpretación. Aunque, como el objetivo perseguido con este estudio de los videoclips es ahondar en la construcción de marca mediante los mismos, no nos detendremos excesivamente en el análisis de todos los planos que se suceden formando el videoclip. Lo que más interesante resultará en este análisis serán los colores utilizados, la armonía y coherencia que existe entre todos ellos, la utilización de los recursos de iluminación, de escenarios interiores y exteriores, los decorados, los estilismos, los códigos gráficos que puedan incluirse, así como determinados aspectos de la colocación del sonido y la naturaleza de este y, por último, con respecto a la narración, que personajes aparecen en ella y qué rol adoptan.

Otro aspecto que tendrá interés dentro de este análisis serán los códigos sintácticos: el montaje y la composición dialéctica. Existen diferentes tipos de montaje, utilizados de acuerdo a unos intereses o una expresión deseada. Eisenstein recoge cinco tipos de montaje diferentes: el métrico, que se construye siguiendo una estructura de “compases”, obteniendo tensión mediante la aceleración mecánica; el rítmico, en el que la longitud de los trozos se determina según el contenido de estos y que, generalmente, puede generar confusión en el espectador; el tonal, que constituiría el siguiente paso del montaje rítmico y que se basa en el “sonido emocional del fragmento”; el montaje sobretonal,

desarrollo del previo, que tiene en cuenta y calcula todos los activos del trozo; y, por último, el montaje intelectual, caracterizado por confrontar y yuxtaponer emociones intelectuales (Eisenstein, 1999).

Por último, gracias a la base que supondrá este análisis, procederemos también a hacer una interpretación del sentido del video y de la historia narrada.

Una vez estudiados los cinco videos musicales propuestos para *El Mal Querer*, parece interesante detenernos también en la relación entre ellos, en los elementos comunes y en la continuidad de la historia que presentan.

5.3.1 Malamente

5.3.1.1 Segmentación y análisis videográfico

Durante los primeros 11 segundos del video, se nos presentan los personajes, y se nos muestran diferentes planos de ellos. Este fragmento (00.00-00.11), en el que solo se escucha la instrumental de la canción se caracterizaría por las tomas cortas, sin movimiento prácticamente, desafiantes, de frente. Los colores predominantes son el azul, el rojo y el amarillo. Cuando aparecen los hombres, la iluminación es más natural, de día; cuando lo hacen las mujeres: artificial, de noche.

En los siguientes segundos, se presenta el tema de la canción, el augurio: la cámara deja de estar inmóvil para acercarse levemente a la cantante. A partir del segundo 14, empieza el movimiento de cámara: ya no hay unos personajes estáticos, sino que comienza la acción. Hasta el segundo 16, un escena exterior, de día, de la cantante: se muestra un PM y se va alejando hasta mostrarla entera. Tras esto, vemos a la cantante limpiando el sudor de uno de los toreros, mientras la cámara sigue su movimiento.

A continuación, se nos presenta un nuevo personaje, “el cazador”, según leemos en la ficha técnica del videoclip: aparece corriendo hasta llegar a la cámara y mostrársenos un primer plano. Un segundo, acompañando al “uh” de la música:

un plano rápido de la cantante y su ejército (las bailarinas) que se convierte en un plano medio largo en el que la cantante mira desafiante a la cámara.

Se nos muestran detalles de un interior: un ramo de flores, y detalles de la decoración de la pared. A continuación, se continua mostrando ese espacio: Un lugar oscuro en el que podemos ver como alguien suelda la moto, la cámara se acerca un poco pero en seguida cambia de toma.

La narración sigue mostrándonos de nuevo al cazador, mientras la cámara sigue su andar. Tras ello, vemos a Rosalía mientras la cámara se aleja brevemente y después la vemos junto a sus bailarinas. Acto seguido, vemos como el cazador mira al frente, echa a correr y desaparece del plano, y la imagen nos muestra a Rosalía: mira a cámara, y echa a correr también, la cámara se desplaza hacia atrás levemente y vemos aparecer un coche por la derecha. Cambiamos de nuevo a Rosalía y tres de las bailarinas en un espacio que todavía no se nos había mostrado: colocadas sobre un coche tapado por una sábana de flores, un PC general que dura 1 segundo. En el siguiente segundo un nuevo torero, PA, moviendo el capote hacia dentro mientras la cámara lo sigue como si fuera un toro. En el siguiente segundo la cámara está situada dentro del coche que se nos mostraba anteriormente y vemos como Rosalía aterriza en la luna delantera.

En esta parte del video (00.12-00.31) siguen predominando las tomas cortas, pero encontramos algunas más largas. Los colores utilizados siguen siendo el rojo, el amarillo y el azul. Pero se incluye el negro de la vestimenta del Cazador (y de las escenas de noche), un naranja bastante parecido al rojo, y el blanco de las luces y las flores.

Comienza el estribillo (00.32-00.51): Durante los primeros segundos, aparecen Rosalía y las bailarinas aparecen se acercan bailando con movimientos secos a la cámara. Tras ello, aparece un nuevo lugar: un camión, y dentro de él Rosalía y dos bailarinas, la primera mirando a cámara y dando palmas. La cámara, que se encuentra un poco alejada y en un lateral, se acerca hasta ponerse en frente y descubrimos la escena. En el siguiente segundo, volvemos a ver a Rosalía y

sus bailarinas, que con sus movimientos parecen marcar el ritmo de la canción (“*trá trá*”).

A continuación, se retoma el momento en el que la cantante limpia al torero, para después mostrarnos con un plano detalle un tatuaje en el costado del chico. Posterior a esto, durante los siguientes segundos, podemos ver algo más de ese escenario y de ese momento: Vemos como Rosalía continúa limpiando al chico mientras este torea, la cámara está mostrándonos la escena en un principio desde una posición de contrapicado y va ascendiendo y acercándose hasta situarse a la altura de los protagonistas.

La cámara nos ofrece un plano de los dos y sigue el movimiento de toreo del chico, para pasar de nuevo a ver a Rosalía y las bailarinas, primero un plano en el que ellas bailan a su alrededor mientras ella baila flamenco y la cámara permanece estática y posteriormente otro en el que la cámara la sigue mientras ella gira. A continuación, volvemos al gimnasio en el que están los toreros y durante cuatro segundos se nos ofrece un plano en el que el niño gira sobre sí mismo, toreando y la cámara realiza ese mismo giro en sentido contrario. Por último, volvemos a lo que parece el parking de camiones, pero esta vez en otro punto: la cámara se sitúa en el suelo mostrándonos un primer plano de Rosalía, permanece estática y nos muestra como la elevan con una máquina.

Podríamos decir que a partir de aquí, cuando comienza el estribillo “comienza la acción”, los planos son más largos, los personajes tienen más movimiento, la cámara también. Todo es más dinámico. Se intercalan planos largos, y estancias temporales más largas en algunas escenas, como tomas de apenas un segundo, siguiendo el ritmo de la canción, sobre todo con las partes de baile en el parking de camiones. Predominan los mismos colores que en las partes anteriores. Rojo, amarillo, azul. El negro y el blanco aunque en menor medida, y se incluye el rosa de algunos capotes y el naranja en los hilos de la bayeta y en la chaqueta de la última escena.

Tras el estribillo, se nos muestra a Rosalía y a sus bailarinas, formando un triángulo dentro de un camión, la cámara las sigue, como si estuviera en el coche

de detrás. A continuación, volvemos al camión en el que daban palmas anteriormente y, si bien antes la cámara nos mostraba a Rosalía y a las dos bailarinas desde fuera del camión, ahora parece estar dentro: está fija y se sitúa a su altura.

A continuación, se nos presenta una escena más larga: comienza con un plano cenital de la Rosalía a la que estaban transportando. La cámara nos muestra como la elevan, y sube con ella, tras esto se mueve y se endereza hasta situarse en frente de los personajes para mostrarnos la acción por completo, varios hombres accionan la “máquina” y miran hasta casi meterla dentro del camión. Tras esto, volvemos a la carretera, y se nos muestra a Rosalía y sus bailarinas bailando dentro del camión y justo cuando llega un “pá” en la letra de la canción, la cámara parece acercarse mientras ellas paran de bailar en seco. Por último, para cerrar la estrofa, la cámara se sitúa en el interior del camión en el que parecía anteriormente que iban a meter a la cantante, y mientras los hombres la comienzan a bajar con la máquina para dejarla dentro, la cámara sigue ese movimiento.

En esta parte (00.51 – 01.10) predominan las escenas nocturnas, de hecho solo encontramos una que suceda de día. El motivo principal de esta parte sería “la muerte” del personaje de Rosalía, que se alterna con planos de ésta con sus bailarinas, de menos duración que los anteriores. Los primeros se caracterizan por tener un ritmo más lento.

Llega de nuevo el estribillo, marcado por unos primeros segundos en los que se suceden planos rápidos: de lo que parece el taller anterior: un plano detalle de otras flores; de una mujer sentada en el interior de un coche dando palmas mientras mira fijamente a una cámara que se sitúa a su altura; de nuevo el taller: vemos de nuevo al soldador que aparecía en el anterior estribillo de espaldas mientras la cámara se acerca ligeramente a él y pasa a mostrarnos de nuevo el jarrón con las flores.

Se nos muestra después a Rosalía y sus bailarinas, apoyadas en el coche dando palmas mientras la cámara se aleja de ellas, para después volver a acercarse a

la cantante que con su movimiento de manos parece alejar a la cámara, que se aleja rápidamente y deja ver de nuevo a las bailarinas.

Durante los dos segundos siguientes, se nos ofrece otra visión del taller, esta vez vemos de frente al soldador. A continuación, se nos lleva de nuevo al exterior, a la zona del coche tapado y vemos a Rosalía con sus bailarinas de nuevo. Tras esto, la cámara vuelve al taller, pero esta vez descubrimos que Rosalía está también allí, sentada en una silla: pasamos de verla por completo a ver un primer plano de esta; en la siguiente toma vemos de nuevo al soldador, y la cámara se acerca a él para después volver a ver en primer plano a Rosalía.

A continuación, se alternan planos del taller y de un parking en el que están los toreros: primero un plano de un torero en el que la cámara se va acercando a él, para después volver al taller y mostrarnos de perfil al soldador y parte del taller, mientras la cámara inicia un movimiento que parece tener la intención de rodearle.

Lo siguiente que vemos es que se suceden primero, un plano de otro torero subido encima de un coche mientras la cámara se acerca rápidamente a él, seguido de un rápido plano más cercano de un tercer torero apoyado en un coche mientras la cámara le rodea para pasar a otra toma en la que la cámara nos muestra el coche por completo y cómo está él apoyado mientras se acerca rápidamente.

Por último, tres tomas muy rápidas que parecen seguir los destellos de luz del taller: un primer plano de Rosalía, un plano del jarrón de flores y por último un detalle de la pared: la cabeza de un animal colgado que se ilumina. Así, justo antes de que termine el estribillo, parece comenzar otra acción y es que vemos a Rosalía subida a una moto que va siendo iluminada, como si se abriera una puerta.

En este segmento del videoclip (01:11 – 01:28) predominan las escenas en lugares oscuros, en concreto en el taller, espacio caracterizado por destellos de luz a causa del trabajo del soldador. Aquí los colores predominantes son un

negro azulado y el blanco de luz artificial, con algunos detalles rojos, rosas y naranjas. En las partes en que aparece Rosalía con / y las bailarinas los colores por excelencia son el rojo, negro, blanco, amarillo y azul y verde en los fondos. Con respecto a los momentos en los que se nos muestran a los toreros en el parking, decir que predominan las poses estáticas mientras la cámara es la que se mueve, al contrario que cuando aparece Rosalía; y se trata de un exterior en el que está anocheciendo. Los colores de estas últimas, siguen siendo el amarillo, el azul, el rosa, el rojo, el verde, el blanco y el negro aunque menos saturados.

Tras el estribillo, se nos presenta un “nuevo escenario” (al principio del estribillo anterior, en la segunda toma ya están ahí, pero no se muestra esta parte, sino que se intuye a través de las ventanillas del coche), en el que están Rosalía y sus bailarinas. La cámara, que comienza mostrando a Rosalía desde un lado, se mueve para presentárnosla de frente mientras ella se mueve y se acerca.

Seguidamente, se viaja a la imagen final del estribillo: Rosalía en moto. En este caso se nos sitúa tras ella, a su espalda y cuando comienza a alejarse, la cámara comienza a seguirla lentamente. A continuación se nos lleva al aparcamiento en el que estaban los toreros (podemos ver los coches de fondo) y aparece uno nuevo, se nos ofrece un plano medio en el que podemos ver como agita un capote mientras mira al frente, para después pasar a una escena en la que la cámara se sitúa como acompañante de Rosalía, desde una perspectiva un poco más alta que ella, que avanza rápida hacia el torero. Después la cámara se sitúa a un lado del torero, pero más baja que él, y vemos como Rosalía llega con la moto siendo “toreada” mientras seguimos su movimiento.

Aparecemos en un entorno nuevo, en el que pareciera que el tiempo está casi detenido: Rosalía en moto (de la que sale un humo rojo) y el torero. Mientras ellos están quietos la cámara avanza rauda trazando un movimiento circular hasta situarse en frente de ellos, desde un lateral, y nos muestra más de cerca su expresión. Después de esto, volvemos al parking de camiones, de noche, y vemos a Rosalía bailando y tras ella sus bailarinas, en el que la cámara comienza a rodearla, para cambiar rápidamente al lugar del “camping” en el que vemos a

Rosalía rodeada de las bailarinas mientras todas se mueven y la cámara se aleja ligeramente.

Se nos transporta a continuación a un lugar nuevo, un exterior en el que vemos como un hombre vestido con un traje de Nazareno morado montado en monopatín, la cámara le sigue realizando una panorámica. Se nos devuelve al parking de camiones en el que están Rosalía y sus bailarinas: todas bailan alrededor de la cantante y la cámara se mantiene fija, hasta que de repente cambian sus posiciones formando fila de uno y una bailarina se coloca delante de la cámara. Tras esto, un plano detalle del monopatín del Nazareno, vemos sus pies descalzos sobre los clavos que hay en la tabla, y pasamos a verle en un skatepark: la cámara nos sitúa por debajo de él, dentro del quarter/half pipe.

En esta parte (01:30 – 01:47), los colores predominantes siguen siendo los mismos que anteriormente, pero se incluye el púrpura de la vestimenta del Nazareno. Destaca frente al ritmo rápido del videoclip, el momento en el que parece que el tiempo se detenga, algo que se hace más notable dado el ritmo más o menos frenético al que, hasta el momento, estábamos habituados.

A continuación, entre el minuto 01.47 y el 02.00 se nos muestra una coreografía, se alternan tomas en diferentes escenarios y con diferentes movimientos de cámara en el que vemos la continuidad de la coreografía. En primer lugar, en un nuevo entorno, la cámara se aleja mientras las mujeres bailan y justo cuando parece que las bailarinas van a rodear a Rosalía, cambiamos al exterior del aparcamiento de camiones, y vemos como efectivamente las bailarinas la rodean mientras la cámara vuelve a acercarse a ellas mientras estas se vuelven a colocar.

Se nos vuelve a llevar al escenario anterior en el que vemos la formación de Rosalía y sus bailarinas, que la cámara nos muestra estática y tras esto de nuevo estamos en el parking, la coreografía sigue mientras la cámara se acerca a la vez que ellas retroceden. Volvemos a saltar al escenario anterior, pero esta vez se nos ofrece una visión más cercana de Rosalía, y podemos ver a algunas bailarinas de fondo, para volver rápidamente al aparcamiento en el que, bailando, ellas se alejan y la cámara también lo hace.

Tras esta alternancia entre los dos escenarios, se nos ofrece una visión de la carretera: la cámara parece estar en el coche de detrás de un camión, en el que vemos a Rosalía y bailarinas moviéndose. La coreografía continúa en el primer escenario de esta parte y, esta vez, se nos muestra un plano más largo: la cámara comienza mostrándonos a Rosalía y a todas las bailarinas, y se mueve hasta colocarse, en posición de contrapicado, delante de Rosalía. En la siguiente escena vemos a Rosalía y bailarinas en el parking de camiones, la cámara se aleja de ellas y nos permite ver mejor cómo están colocadas, para después cambiar de nuevo al camping y volveré al aparcamiento, en el que la cámara vuelve a alejarse mientras ellas se acercan. Para terminar con la coreografía, volvemos al interior del camión y mientras ellas se acercan, la cámara se aleja.

A continuación, en los casi treinta segundos antes de que aparezcan los títulos de crédito, sigue la continuidad de la coreografía, pero se alternan con partes del Nazareno y del anterior momento de la moto y el toreo.

Volvemos a estar en el parking donde el hombre torea a una Rosalía en moto, parece que nos muestren lo mismo que anteriormente desde detrás del torero, para después volver a ver cómo Rosalía se acerca desde su espalda, y después desde el lateral pero más alejados que antes. Se nos lleva de nuevo a ese espacio blanco en el que el tiempo parece estar detenido, y da la sensación de que la cámara nos muestra también la misma escena que previamente, pero desde otra perspectiva, esta vez a la espalda del hombre: la cámara se acerca de nuevo y les rodea por el lateral (el contrario que antes) para mostrar la expresión facial de Rosalía.

Volvemos al parking en el que vemos a Rosalía bailando y moviendo sus manos, mientras la cámara parece bailar con ella y pasamos a ver cómo el Nazareno monta en el *skate*, retomando la misma posición que la última vez y la cámara sigue su movimiento. Después volvemos a esa calle en la que Rosalía y sus bailarinas estaban bailando, pero esta vez las vemos desde abajo, mientras ellas caminan y la cámara retrocede y sigue sus pasos.

Parece que el camión en el que estaban las mujeres haya parado y la cámara esta a ras de él: podemos ver más de cerca a Rosalía y bailarinas y la cámara ya no se mueve. Tras esto, se sucede otro plano del parking en el que Rosalía es toreada mientras la cámara sigue siendo su copiloto, el siguiente en la calle donde bailan, mientras que al ritmo de “*trá trá*” las mujeres mueven sus manos y parecen echar para atrás a la cámara para después pasar al “espacio blanco de nuevo”, solo que esta vez parece que Rosalía a avanzado y está situada un poco más adelante del torero, y la cámara se mueve desde detrás del hombre hasta situarse de nuevo en frente de Rosalía. Después de esto, volvemos al parking del toreo, y vemos como Rosalía rodea al hombre con la moto, mientras la cámara hace lo mismo desde enfrente y sigue su movimiento que continúa en el “espacio blanco”, donde aparece Rosalía haciendo un caballito y la cámara rodea la escena mientras se acerca a ellos y se sitúa detrás del hombre para volvernos a ofrecer la cara de Rosalía, mirando ligeramente desde arriba y sonriente al torero. A continuación, volvemos al parque de skate, y seguimos el movimiento del Nazareno como si estuviera pasando por nuestro lado. Para terminar, se nos presenta de nuevo la visión de la coreografía en diferentes escenarios: Primero en el aparcamiento, donde vemos a Rosalía y sus bailarinas inclinándose hacia la izquierda, mientras la cámara hace lo mismo, luego la calle, en la que vemos a Rosalía situados desde abajo, para retomar el movimiento del parking de camiones en el que las chicas vuelven a erguirse y, por último, volvemos a la calle, en la que la cámara se sitúa debajo de Rosalía, quien mira a cámara.

Por último, (02.28 – 02.36) para terminar la historia se nos lleva de nuevo al skatepark seguimos dentro de éste pero se nos muestra una parte que todavía no habíamos visto: seguimos el movimiento del Nazareno y cuando aparece la cruz nos quedamos parados mirándola desde abajo, mientras el Nazareno sale de la escena. A continuación, (02.36-02.48) sobre ese escenario, aparece escrito el título de la canción, “Malamente”, el nombre de la artista, la productora, la producción musical y la mezcla, para pasar a un fundido a negro y mostrarse el logo de la productora.

En esta última parte, el video cambia ligeramente: De alternar diferentes escenarios y diferentes situaciones a durante más de diez segundos, mostrarnos una continuidad de acción pese al cambio de entornos y planos en la parte en la que se muestra la coreografía. Tras esto, pese a que aún se mezclan tomas más largas con otras más cortas, podríamos destacar que la mayoría tienen una duración más extensa.

Los colores se mantienen también en esta parte, no hay ningún cambio en la gama utilizada.

Una vez realizado el análisis videográfico del clip, cabe mencionar algunos otros aspectos relevantes que sirven de herramienta para la construcción de sentido; uno de ellos es la utilización de los códigos sonoros: pese a tratarse de un videoclip, en el que sabemos que la música ha sido colocada a posteriori y es extra diegética, al verlo parece que las palmas y la voz sucedan durante la acción; ya no solo porque las mujeres que aparecen en el video actúan como tal, sino porque cuando Rosalía sentencia “malamente” en el minuto 2.28 y la canción termina, tenemos otros veinte segundos de silencio, en los que el Nazareno termina su truco y se oye un leve sonido de fondo.

Parece que cada “parte” de la canción corresponda a un escenario en el que se sitúan las mujeres, por ejemplo: Pese que en el momento coreografía cuando se encuentran en el aparcamiento no “canten”, cuando pasamos a verlas en la calle sí lo hacen.

Por otra parte, se incorporan sonidos diegéticos a la narración: Entre los segundos 27 y 32, momento en el que tiene lugar el atropello, oímos un frenazo y el sonido del impacto contra la luna y el cristal rompiéndose y cayendo. Entre los minutos 1,10 y 1:24, escuchamos el ruido que hace el soldador mientras arregla la moto. Después, a partir del minuto 1.33 comenzamos a oír el ruido de la moto: los acelerones, el cortar con el viento, el ruido de las ruedas,...

Otro aspecto que resulta fundamental en los videos musicales son los códigos sintácticos, que contribuyen a generar un montaje poético. En este caso, el video

se caracteriza principalmente por la sucesión de escenas muy cortas, dotándolo de un ritmo rápido y frenético y mezclando diferentes escenarios y momentos. De esta manera, llama la atención y resultan mucho más llamativos, las secuencias más largas o con un ritmo más lento, por ejemplo en el “espacio blanco” o hacia el final del videoclip cuando Rosalía camina o cuando el Nazareno monta en monopatín: Podríamos decir que estos contrastes resultan en una metáfora, se expresa la realidad que cuenta la canción mediante el ritmo de las imágenes, mientras que la relación se presenta frenética, los momentos que llevan a la protagonista a alcanzar el empoderamiento se presentan más largos, más lentos.

La mayoría de cambios o transiciones, suelen ser directas, con un corte limpio y generalmente siguiendo los ritmos de la canción, las palmas, los gritos o la base. Además, cuando se pasa de una escena de baile a otra, se percibe una continuación. La forma en la que se construye el montaje es el génesis del sentido, partiendo de lo cotidiano para llegar a lo poético (Palao, 2018).

Un aspecto fundamental para la construcción o modulación del sentido es la puesta en escena, el vestuario y los espacios videográficos. Durante el videoclip nos encontramos con gran cantidad de escenarios, alternando en algunos el día y la noche y otros solo en uno de esos momentos del día. Además, en cada uno de ellos cada personaje tiene un estilismo distinto, por ejemplo, en el aparcamiento cuando es de noche Rosalía viste de rojo, pero cuando está atardeciendo y está subida a la moto, viste de negro, como cuando está sentada en el taller. Esa misma ropa se repite en el “lugar blanco”.

Así el vestuario juega un papel importante en los videoclips: las mujeres visten de manera urbana, con un estilo muy *athleisure* que contrasta con la iconografía o referencias a lo tradicionalmente español (los toros, la religión, la semana santa,...). Cabe destacar que la cantante siempre luce joyas de oro, bastante abundantes (anillos grandes, pendientes grandes) y unas uñas acrílicas muy largas. Sin embargo, el vestuario de los hombres tiende a ser muy sencillo, que contrasta con la llamativa vestimenta de los personajes femeninos. Así, los

hombres que visten camisetas de tirantes y chándales por lo general, representan a varones de clases humildes.

Los espacios en los que se desarrolla el videoclip no se muestran en detalle, sino que la mirada se centra más en los personajes, sin embargo, la elección de estos nos da unas claves sobre cómo es el entorno en el que sucede la historia. Por lo general, nos encontramos en exteriores, en párquines, en calles poco atractivas o en “descampados”. Lugares normalmente sin ningún atractivo, y por los detalles que encontramos en ellos (coches llamativos, camiones, mesas de camping, alcohol,...) podríamos decir que se asocia el lugar de los acontecimientos a uno joven o de ambiente de “fiesta”, nada lujoso ni elevado, sino de unas características más bajas. Por otra parte, con respecto a los interiores, nos encontramos con un gimnasio y un taller mecánico, lugares comúnmente asociados al hombre y, en ellos, a excepción de en un par de veces a Rosalía, solamente vemos a hombres.

Por lo tanto podríamos decir que se trata de escenarios expresivos, que nos desvelan claves para entender el entorno o las circunstancias de la historia narrada: estos escenarios contribuyen a fortalecer la presentación de los personajes como pertenecientes a clases sociales bajas, en un entorno periférico.

Por último, cabría mencionar a los personajes del video y la función que representan: en primer lugar, Rosalía, como protagonista de este; sus bailarinas, los diferentes toreros, entre los que distinguimos a aquellos jóvenes que están en el gimnasio y luego apoyados en los coches y aquél que “torea” a Rosalía; el soldador, el “cazador” (como lo llaman en los créditos) y el skater.

Rosalía se nos presenta como indiscutible protagonista del video. Protagonista que asume diferentes roles a lo largo de la narración, por una parte como cantante-narradora, en las escenas de baile, rodeada de las bailarinas, en las que canta, pero dada la letra de la canción y la concepción del disco como concepto y las canciones como capítulos, parece más una narradora de la historia que la cantante del tema; y por otra como actriz: ella representa una parte

primordial de la historia, asume un papel en la narración. Las bailarinas la acompañan, forman parte de la narración, acentúan sus palabras con sus movimientos y sus bailes.

Los hombres forman parte de la historia y asumen un rol: Podríamos decir que son roles distintos, pero aún así el mismo, el rol de hombre machista, de clase humilde, anclados en un pensamiento anticuado. Se dejan limpiar, miran fijamente, “entierran” a la cantante, la persiguen y la tolean. Podríamos decir que los hombres son los villanos de la historia.

5.3.1.2 Interpretación

La interpretación del video musical, guarda relación con letra de la canción, así como de su título, para llegar a comprender mejor qué se quiere representar y qué historia se cuenta.

Hemos de tener en cuenta que este proyecto musical está concebido como un todo en el que se suceden diferentes capítulos, diferentes partes de una historia más grande que la que pueda contar una sola canción, por lo tanto, parece necesario tener muy en cuenta también el título, en este caso, “Malamente (CAP. 1: Augurio)”.

Partiremos de la base de que consideramos que Rosalía en una parte asume el rol de narradora de la historia, y pareciera que nos pone en situación de todo lo que está por suceder a medida que vayamos escuchando el disco. El título ya nos anticipa que se trata de un presagio o una predicción de lo que pasará en un futuro.

El augurio se hace presente desde el principio del tema, que relata la situación de violencia machista que vive la protagonista de la historia, “*Ese cristalito roto, yo sentí cómo crujía. Antes de caerse al suelo, ya sabía que se rompía*”. Tras esto, parece explicar un momento concreto o una situación: una pelea, un acontecimiento malo o violento para ella, “*Está parpadeando la luz del descansillo. Una voz en la escalera, alguien cruzando el pasillo*”. Para después

explicar cómo va a salir o ha salido todo: Malamente. Tras esto, continúa explicando que ya le avisaron de que mejor no bajara la guardia o no se la jugara, “*Se ha puesto la noche rara: Han salío luna y estrellas. Me lo dijo esa gitana, mejor no salir a verla*”.

Teniendo en cuenta que, en palabras de la artista la historia contada en el disco trata sobre “un amor oscuro, un amor con aristas”¹⁴, la siguiente estrofa de la canción podría querer contarnos que ya sospechó que algo iba a ir mal y que trató de salir de ello, pero no pudo o que estaba intentando “arreglar” esa relación o ese amor pero que no lo lograba, “*sueño que estoy andando por un puente y que la acera. Cuanto más quiero cruzarlo, más se mueve y tambalea*”.

A continuación, llega de nuevo el estribillo, el augurio de cómo van a salir las cosas: siempre va a terminar mal la historia con el hombre.

Por último, podríamos hablar de la liberación o resurrección de Rosalía como personaje de la historia, que decide escapar de ese “amor oscuro”, de esa relación tóxica, una Rosalía que se vestirá llamativa y lucirá sus joyas a pesar de todo. “*Aunque no esté bonita la noche, ¡Undivé,! voy a salir pa' la calle: En la manita, los aros brillando, en mi piel los corales. Me proteja y me salve, me ilumine y me guarde. Y por delante: No voy a perder ni un minuto en volver a pensarte*”.

Por último, sentencia el augurio de nuevo, la historia, el amor, va a ir mal.

Una vez concretado el tema de la canción, la historia que nos cuenta con la letra, procederemos a la relación de ésta con el video. Para ello, dividiremos el videoclip en dos partes, por una parte en la que presenta el augurio, en la que se nos presenta a la Rosalía narradora y por otra la historia visual que acompaña a esta narración.

¹⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=OYicLwTMs8>

Con respecto a la Rosalía narradora, en primer lugar, al comienzo del videoclip y antes de que empiece la letra de la canción, se suceden planos de los toreros mirando al frente fijamente o provocando “al toro” con el capote y de una Rosalía que también mira fijamente al frente, como si se estuvieran desafiando mutuamente, como si fuera una presentación de los roles que asumirá cada quien. Además, se nos presenta a Rosalía y a las bailarinas inmóviles y perfectamente ordenadas, como si fueran un ejército. A continuación, se comienza a contar la historia, mientras se nos presenta a una Rosalía – actriz que está dentro de la narración y huye para finalmente ser atropellada.

Mientras oímos el estribillo, vemos a la Rosalía-actriz limpiando a uno de los toreros, cantando también el estribillo, en una posición sumisa. En ese momento, vemos el detalle de un tatuaje en el costado del torero: una Virgen que llora.

Tras esto, con una especie de grúa, un grupo de hombres eleva a Rosalía del suelo, de noche, y la mete en un camión, como si fuera mercancía. Mientras tanto, vemos a la Rosalía narradora con sus bailarinas bailando dentro de un camión, como liberada. Así como también las vemos bailar en el aparcamiento, como si en todos los lugares en los que la Rosalía de la historia ha sido o será sumisa y sufrirá, finalmente “bailará”. Además, cabe destacar que, pese a ser “enterrada” en el camión como mercancía o ganado, también podemos ver como después aparece cantando sentada en la parte de delante, como si hubiera tomado el control

A continuación, vemos a Rosalía en el taller, mientras un hombre suelda una moto, que finalmente montará ella para ser toreada por otro hombre. No parece arriesgado decir que exista una similitud entre ese amor tóxico del que trata el disco con el toreo: El torero provoca al toro, lo marea, le hace sufrir y le acaba matando, pero le infunde respeto y lo ama, en una relación tóxica también existe una persona que dice amar, pero aún así maltrata.

El aspecto taurino resulta de vital importancia a la hora de interpretar este video y los demás que se integran en el disco, pues se identifica la relación del torero

y el toro con una relación entre personas, una relación tóxica y, además, se juega con esta para mostrar la evolución del personaje principal de la historia: de “toro” a “torero”, de sumisa o sometida a empoderada.

En los momentos de “toreo”, vemos a una Rosalía que sigue asumiendo el rol sumiso, va a donde el hombre pone el capote. Sin embargo, cuando comienza este momento, es cuando oímos la parte de la letra en la que, como hemos dicho antes, parece que se cuente el momento en el que la mujer decide salir de esa relación, y así, después de varios momentos en los que el tiempo parece estar detenido, terminamos por ver a una Rosalía alzada en la moto, sonriente y por encima de ese hombre que la toreaba. Mientras tanto, se nos ofrece también la visión de la coreografía, y se dedica gran tiempo a ella, como si llegara el momento de esas mujeres poderosas, vestidas de colores vivos, que llaman la atención. Podríamos decir que la relación con el toro se podría identificar como una metáfora de la violencia machista: ella asume el papel de toro, que es maltratado por el torero, en este caso el hombre; una relación tóxica en el que pese a “amar al animal” se le maltrata hasta matarlo.

Cabe destacar también los colores de la vestimenta de Rosalía: cuando está subida a la moto que es negra, viste de negro, como si fuera el toro, pero cuando baila empoderada viste de rojo, como el capote.

Por otra parte, parece conveniente comentar que los momentos en los que aparece la Rosalía narradora, cantándole a la cámara y gesticulando de forma potente, parece que advierta o que se dirija a esos hombres que la miran fijamente, con los que aguanta la mirada al principio del video o que la observan en los momentos del aparcamiento.

Con respecto al nazareno, siguiendo nuestra hipótesis sobre el tema de la canción y del video y cómo se desarrolla, vemos que hace su primera aparición hacia el final del video; viste de color púrpura, asociado a la penitencia, por lo que podríamos identificar a este personaje misterioso como el hombre que la ha tratado mal, que finalmente cumple con su “condena”. Además, podríamos relacionar los clavos del monopatín con la corona de espinas que lleva Jesucristo

en su camino a la cruz pues, al final del videoclip, podemos ver una, quizá podríamos reafirmar que el hombre finalmente, llega a su cruz.

Otra cosa que destaca en el videoclip son diferentes detalles que parecen mostrarnos la personalidad de los personajes masculinos: en el taller podemos ver diferentes posters de mujeres desnudas, mujeres objeto; la cabeza de un animal como trofeo; un ramo de flores,... Podríamos asumir que describen a un hombre que caza, que ve al ser más débil como un trofeo y que objetiviza a la mujer.

También encontramos muchas referencias religiosas: el tatuaje de la virgen, una Rosalía que se santigua, el nazareno, los clavos del monopatín que podrían referirse a la penitencia o quizá a la corona de espinas que lleva cristo en la cruz y finalmente la gran cruz.

5.3.2 Pienso en tu mirá

5.3.2.1 Segmentación y análisis videográfico

El videoclip comienza situándonos dentro de un vehículo y en el centro de la imagen se observa una muñeca de flamenca, balanceándose al ritmo del movimiento del camión, que va en línea recta hasta chocarse con un edificio. Además, aparece el nombre de la cantante, del tema junto a los créditos de la dirección de la canción y de la producción musical y la mezcla; a continuación, también el nombre capítulo.

En este fragmento (00.00 – 00.25), la cámara se mantiene estática, dentro de, lo que suponemos es un camión, mientras este avanza en línea recta siguiendo la carretera y el espectador observa a una muñeca de una flamenca colocada en el retrovisor que se va balanceando. Los colores predominantes en esta escena son el rojo y el negro, ambos en el traje de la muñeca.

Se produce un cambio de escena cuando el camión choca con el edificio, y nos encontramos a Rosalía, vestida de negro sin apenas maquillaje, rodeada de varias mujeres vestidas también de negro, con la cara cubierta, enjoyándola con

oros. De repente, una mujer con colmillos muerde el cuello de Rosalía y esta comienza a sangrar. En este fragmento (00.26-00.44), destaca el primer plano de Rosalía, que canta mirando a cámara mientras las mujeres le cubren con joyas, los planos detalle de estas, ostentosas y de oro, y el viaje que hace la cámara, rodeando a la protagonista hasta ofrecer un plano detalle de su cuello y el mordisco de la “vampira”.

Se trata de una escena que sucede en un interior, en la que predominan los colores negros, de las vestimentas, y dorados de las joyas y los colmillos de la mujer.

Tras el mordisco, comienza el estribillo y vemos a un hombre apoyado en el exterior de un camión, mientras la cámara hace un zoom-in hacia el centro de su pecho, del que brota una mancha de sangre. Esta escena (00.44-00.47), se produce en un exterior, y de nuevo está presente el color negro, en la carrocería del camión, el blanco en la camiseta y el rojo en la mancha de sangre; el verde aparece también, en detalles pintados en el camión.

Un corte limpio nos lleva al interior de la casa, y vemos al grupo de mujeres que previamente llenaban de joyas a Rosalía, saltando en grupo y de manera agitada, para después pasar de nuevo al exterior, en el que se nos presentan a un niño y a un hombre dentro de un camión, en el que se puede leer “Merche” a los que también les brota una mancha de sangre en el centro del pecho. En este fragmento (00.48-00.56) contrasta el ambiente lúgubre o poco iluminado del interior, con luces cálidas en armonía con los colores de las paredes y la luz que reina en la escena exterior. Por otra parte, con respecto a los colores: de nuevo el negro de la vestimenta de las mujeres, el blanco en el camión y en la camiseta del niño y el azul de los asientos del camión son los predominantes.

El video continúa con una sucesión de diferentes planos en el interior de la casa (00.57-01.09), esta vez en un dormitorio de paredes pintadas de colores claros: tonos rosas, decorado con flores y velas, vemos a Rosalía vestida de blanco y beige sentada sobre la cama. A continuación, termina el estribillo y la

encontramos, de nuevo de negro, saltando en el centro del grupo de mujeres mencionado anteriormente.

Cuando comienza la estrofa, se vuelve al dormitorio, ella se levanta, y la cámara la sigue, parece intentar salir de la habitación, en la que estaba sola, pero aparece en una idéntica en el que la esperan un grupo de mujeres vestidas de negro, sentadas también en la cama y parece que ella vuelve a la habitación previa. Tras esto, se nos ofrece un primer plano de Rosalía, de negro, con una capucha que le cubre los ojos.

En este fragmento, cabría destacar el viaje que hace la cámara, dando la sensación de que persigue a Rosalía, mientras ella trata de evitarla, y el primer plano de su cara cubierta. Con respecto a los colores, destacaríamos de nuevo los tonos cálidos y ocres, y el negro.

Tras esto, se nos ofrecen una serie de planos de Rosalía(01.10-01.14), vestida de manera diferente, en un interior que sigue la misma gama de colores que el dormitorio. Se encuentra cargando una escopeta mirando de frente a una ventana. La cámara se acerca a ella, hasta ofrecernos un plano detalle de su boca: en lugar de cargar la escopeta, se introduce en la boca la carga y, tras esto, volvemos a ver a Rosalía cubierta con la capucha negra.

Si bien todas las escenas habían sucedido durante el día, a continuación se nos traslada a un exterior de noche, durante a penas dos segundos (01.15-01.17) en el que vemos a un hombre bailando sobre fuego o cenizas encendidas: primero se nos ofrece un plano medio y después, situando la cámara en el suelo, vemos detalladamente las cenizas encendidas sobre las que baila y cómo mueve las piernas. El color negro y los tonos cálidos del naranja del fuego siguen reinando.

En el siguiente fragmento (1.18-1.30) la cámara se encuentra de nuevo en un interior y viaja por la casa, pareciendo que busca a Rosalía.; la cámara se desplaza por la casi oscuridad, hasta quedarse de frente a la puerta del dormitorio en el que ya habíamos visto a Rosalía, ella sigue ahí, sentada en el borde de la cama. La cámara comienza a acercarse a ella, y podemos advertir

que está situada sobre la cabeza de un toro que avanza hacia la protagonista, a quien le brota sangre de la espalda. Justo cuando ella se gira a mirar, la cámara se detiene.

De nuevo el viaje de la cámara hasta encontrarla resulta llamativo, así como la presencia de nuevo del negro, el rojo y los tonos claros cálidos.

Al dar con ella, la cámara se detiene en algunos detalles del interior y nos presenta un plano de una cabeza de toro, a modo de trofeo, situada en la pared, que ya aparecía en el videoclip de Malamente, un plano detalle del ojo del animal y otro del plano detalle previo de la boca de Rosalía con la carga en la boca que es muy similar al ojo del animal. Tras esto, volvemos a ver al hombre que baila sobre el fuego y, rápidamente, se nos devuelve al plano detalle de la boca de la mujer, que muerde la carga.

Durante este fragmento (1.31- 1.35) llaman especialmente la atención de los planos detalle, que nos llevan a relacionar instintivamente el ojo del animal con la carga que muerde la cantante. De nuevo, los colores utilizados son el negro, el rojo de las paredes y los tonos cálidos del entorno y las llamas.

En los veinte segundos siguientes (1.35-1.53), se intercalan diferentes escenas: Rosalía, vestida de amarillo y rojo, que baila en un exterior junto al grupo de mujeres vestidas de negro delante de un grupo de camiones, tras ello volvemos a ver a Rosalía cargando la escopeta, mientras mastica la carga anterior y también a Rosalía, rodeada de las mujeres cubiertas por capas negras, vestida de color amarillo – dorado, mientras estas rodean su cara haciendo gestos con las manos. Al final de este fragmento, la Rosalía con la escopeta mira a cámara y le escupe la carga. Llama también la atención, en el momento que le están colocando las joyas, un plano detalle muy rápido a una pulsera que le abrochan a la muñeca, una esclava en la que se lee Varon Dandy.

En esta sección se intercalan planos en el interior y en el exterior y llama la atención, sobre todo, la utilización de las manos como recurso, situándose alrededor de la cara de Rosalía. Con respecto a los colores, de nuevo destacan

el negro y los tonos ocres. Pero también el rojo y el amarillo vivos de la vestimenta de Rosalía en el exterior, el blanco y el verde de los camiones.

Cuando comienza de nuevo el estribillo (1.53-2.00), y vemos a un hombre subido en el parachoques de un camión al que, siguiendo la misma dinámica, le brota sangre del pecho, y la cámara hace un zoom-in hacia ella. A continuación, volvemos a ver al hombre que baila sobre el fuego.

Ambas escenas suceden en el exterior, la primera durante el día y la segunda durante la noche, generando un contraste luz-oscuridad. En la primera, los colores más presentes son el rojo de la sangre, el verde azulado del camión, el azul y el blanco en los camiones y el coche de fondo y el amarillo en la camisa del hombre. En la escena nocturna, de nuevo el negro y el naranja.

Continuando con el estribillo, se suceden diferentes escenas en la que aparece de nuevo la cantante (2.01-2.09). En este momento, se nos presenta a Rosalía, vestida con un chándal de colores rojo, rosa, blanco y azul y joyas de oro, agachada en el suelo, mientras la cámara la mira desde arriba, rodeada de hombres que sostienen armas apuntando hacia ella, incluso uno de ellos sostiene un gran cuchillo pegado al cuello de la mujer. Ella comienza a levantarse y tanto la cámara como los hombres con sus armas siguen su recorrido. A continuación, volvemos a ver a la Rosalía que vestía de color amarillo-dorado, rodeada de las mujeres cubiertas, pero esta vez ella se ha levantado. Pasamos de nuevo a un intercalado de estos dos momentos/escenas, en el que Rosalía mueve sus manos, enfatizando el beat de la música.

Así, nos encontramos en dos interiores diferentes: lo que parece un parking, en el que reinan los tonos más fríos y el interior ya descrito de la casa, de tonalidades cálidas.

De nuevo, otro hombre distinto sentado en el interior de un camión al que le surge una mancha de sangre en el pecho mientras la cámara se acerca a ella. A continuación, en una habitación, las mujeres de negro saltan y la cámara las sigue desde fuera de la habitación.

Tras esto, un plano detalle en movimiento de una lámpara que finalmente nos muestra una parte del techo de la que comienza a surgir una grieta. A continuación, se nos muestra una mesa con frutas, tabaco, colonia y alcohol, que presenta en su centro una muñequita de Lladró, sobre la que comienzan a caer escombros. Tras esto, se suceden escenas de la Rosalía vestida de amarillodorado, de las mujeres vestidas de negro saltando por la casa, y de la Rosalía rodeada de hombres armados.

Durante este fragmento del video (02.09-2.25) se alternan de nuevo interiores y exteriores, en los que reinan de nuevo el rojo, el blanco, el negro y el azul.

Desde el minuto 02.26 al 02.41 volvemos al exterior en el que Rosalía, vestida de amarillo y rojo baila con mujeres vestidas de negro. Estas salen corriendo, mientras ella se queda quieta. Los camiones que había en el fondo pasan a ser dos, que también avanzan, hasta adelantar a Rosalía, que se sitúa en medio de ellos y mientras la cámara se acerca. A continuación, vemos de nuevo el "bodegón" y la cámara se acerca hasta presentarnos un primer plano de la cara de la muñeca, que mueve la boca cantando. Tras esto, volvemos a ver todo el bodegón.

En este intervalo, resultan interesantes los viajes que hace la cámara hasta acercarse a las figuras femeninas, primero a la muñeca y luego a Rosalía, ambas situadas en el centro de la imagen, prácticamente inmóviles, solo cantando.

Este momento de calma se rompe cuando vemos de nuevo el bodegón al completo, aparece un bate de béisbol que golpea a la muñeca, haciéndola añicos y a continuación se nos ofrece un plano de un hombre destrozando una pequeña habitación, vestido de negro, con el bate de béisbol, mientras la cámara se va alejando de la escena.

De repente, una escena muy corta de Rosalía rodeada de los hombres armados, para después volver a la habitación que el hombre destroza y encontrarnos a Rosalía, de blanco y azul, levantándose y caminando hacia el frente y, tras esto,

volvemos a la Rosalía rodeada de hombres armados, que también avanza hacia delante mientras los hombres continúan amenazándola con las armas. Después se nos desvela que lo que nos parecía una habitación resulta ser un camión, del que Rosalía sale.

En este periodo (02.41-02.56) los golpes de la base marcan los cambios de plano, que suceden bastante rápido, y nos van ofreciendo una mejor visión del entorno: descubrimos que la habitación es un camión y que, lo que intuíamos un aparcamiento cerrado, lo es.

A continuación, vemos a Rosalía vistiendo una sudadera corta roja, en un exterior con el cielo encapotado, cantándole al cielo mientras la cámara la rodea para seguir con un primer plano de la cara de la muñequita anteriormente mencionada sobre la que caen escombros. Tras esto, se nos devuelve a la Rosalía que baja del camión, quien camina hacia delante con los ojos cerrados, haciendo con sus brazos una expresión de no comprender algo y un camión parece tener la intención de rodearla. En este fragmento (02.56-3.08) el color predominante, o que más llama la atención es el rojo de la ropa de la cantante. Sería destacable también que, en las escenas exteriores previas, la luz parecía más brillante y el cielo más despejado, pero ahora el ambiente es más grisáceo.

Llegando ya al final del video y la canción, en el último fragmento (3.09-3.33 la cámara va viajando por un escenario exterior, de manera rápida mostrándonos una situación caótica: primero el suelo lleno de naranjas, cajas y ruedas prendidas en llamas y humo hasta llegar a un camión de color rojo volcado, que tiene en el morro escrito Rosalía, del que sale rápidamente un hombre. La cámara sigue su viaje alrededor del camión, acaba la música y oímos el ruido de una sirena, y comenzamos a ver a Rosalía vestida con la sudadera roja y unos pantalones con volantes en la parte abajo, situada sobre el camión, tranquila, utilizando su teléfono móvil, mientras el viento mueve su pelo. La cámara se detiene ofreciéndonos un plano medio de la cantante.

Lo más llamativo de este último segmento, sería la sensación de calma dentro del caos que se transmite. Además, es remarcable que, en un video que destaca

por la alternación de escenas y planos breves, durante más de veinte segundos no se cambie de entorno.

Por último, hasta el final del video (3.34-4.04) Vemos a Rosalía escribir con su móvil, y comienzan a aparecer en un lateral, imitando a los bocadillos de los whatsapp o mensajes de texto, los créditos del video. Tras esto, la imagen es un fondo negro, y solo vemos los créditos. Cuando terminan, aparece el logo de la productora Canada.

Tras el análisis videográfico, cabe destacar otros aspectos que resultan interesantes en el conjunto del clip: En primer lugar deberíamos mencionar los códigos gráficos. En los camiones podemos ver nombres propios escritos, o bien de personas importantes para los dueños o bien que pudieran indicar de quien es ese camión; llama especialmente la atención el último camión: en el que ha sucedido el desastre, que está volcado, aparece el nombre de Rosalía; podríamos identificar esto con la inversión de su situación: es ella la que *torea* al machismo y lo vence. Por otra parte, en el minuto 01.41, como ya hemos mencionado, se coloca en la muñeca de la mujer una esclava de oro en la que se lee Varon Dandy.

Otro aspecto importante en este video es, al igual que en *Malamente*, la colocación del sonido, los sonidos diegéticos incorporados en él al principio y al final del video: Durante los primeros segundos antes de que comience la canción se puede escuchar el ruido de dentro del coche, posiblemente el aire acondicionado o el ruido que genera llevar las ventanillas abiertas. Destacaríamos que, también al principio cuando se produce el impacto del camión con el edificio donde deberíamos escuchar el estruendo, oímos un golpe en la base de la canción, que podríamos decir, marca el inicio de la acción en la narración presentada. Por último, cuando la canción termina, el video todavía continúa, dejándonos escuchar el sonido ambiente del fuego, humo y del viento y sirenas, posiblemente, de coches de policía. Además, cuando comienzan a aparecer los títulos de crédito en forma de mensaje, se escucha la notificación del móvil al mandarlos o recibirlos.

Como mencionamos en el análisis de *Malamente*, los aspectos relacionados con la representación juegan un papel fundamental en la construcción de sentido. En este video de nuevo se juega con un gran número de escenarios y se mantiene la norma de un vestuario por escenario salvo en dos ocasiones: en el exterior en el que se encuentran los camiones, Rosalía cambia tres veces de ropa y, en el interior, cuando está rodeada de las mujeres de negro, o bien viste como ellas, con una capa negra o bien viste con una camisa amarillo claro.

En este video el vestuario de los hombres continúa siendo sencillo, camisetas de tirantes o de manga corta básicas o chándales, presentándoles de manera vulgar o descuidada, haciendo entender al espectador de nuevo que se trataría de gente de una clase humilde.

La estética de la ropa de Rosalía varía según su circunstancia: cuando se encuentra en el interior de la casa, viste de una manera más sobria, con colores poco llamativos y bastante cubierta; sin embargo, cuando está en el exterior su ropa es más llamativa, de colores más vivos y quizá un poco más atrevida: pantalones ajustados, chándal de colores brillantes y crop tops que dejan al descubierto su abdomen.

En esta canción se relata un episodio de celos y, como comentábamos en el análisis de la canción, Rosalía por lo general utiliza su voz para cederle la enunciación al hombre, sin embargo, en la narración del videoclip, Rosalía se presenta como protagonista del video, y los hombres están relegados a un papel secundario aunque importante igualmente, pues sufren esa “bala en el pecho”. Mientras la canción relata la visión del hombre, cómo son los celos, se muestra a Rosalía con una actitud impasible, resignada ante lo que sucede, representando quizá como lo vive la protagonista de la historia. En relación a esto, destacaríamos que en los únicos momentos en que vemos a una Rosalía o protagonista más agitada, es en los momentos del estribillo en los que salta con las mujeres vestidas de negro.

Al igual que en el video de “Malamente”, en “Pienso en tu mirá” se intercalan diferentes momentos, pero da la sensación de que todo suceda siguiendo una

línea continua: el ritmo del montaje hace entender al espectador que todo lo que ve está relacionado. Por otra parte, también podría dar la sensación de que sea un “resumen” de lo que vive la protagonista de la historia diariamente y que, por eso, se intercalen diferentes momentos.

5.3.2.2 Interpretación

A continuación, llevaremos a cabo una interpretación de la narrativa del videoclip, de la historia contada. Como ya desarrollamos previamente, este capítulo trata sobre los celos irracionales del hombre sobre su mujer.

En la canción, Rosalía da voz principalmente al hombre y en el video parece mostrarnos la perspectiva de la mujer ante esos celos.

Lo primero que llama la atención del videoclip es que tras el choque del camión, se nos ofrece la visión de Rosalía siendo “liberada” de la capucha, como si la hubieran secuestrado y le destaparan por primera vez los ojos al llegar a una nueva ubicación. Algo que tiene sentido, teniendo en cuenta que el hombre de la historia quiere tenerla controlada a toda costa. Además, siguiendo esa línea, podríamos decir que la continuidad se manifiesta en ese escenario del camión: primero intuimos que Rosalía viaja en él y, cuando termina el video, la vemos sobre un camión volcado que lleva su nombre.

Mientras se relatan los celos que sufre el hombre, a Rosalía la llenan de oros unas mujeres vestidas de negro, la adornan de una manera exagerada con joyas que, si nos detenemos a pensar en el capítulo anterior, “Que no salga la luna”, bien podrían representar las joyas que el novio le regala. Por otra parte, si bien en ese capítulo la protagonista muestra emoción por recibirlas, en este se muestra apática ante ellas, quizá porque se la representa como una pertenencia más, una muñeca inmóvil que ni decide que accesorios llevar ni puede ponérselos ella misma y, además, queda relegada al hogar. Además, la primera vez que asistimos a cómo le colocan las joyas, llama especialmente la atención cómo le muerden el cuello: ese mordisco la debilita, le roba la vida.

Por otra parte, llama la atención que, pese a estar encerrada, no pueda dejar de dar vueltas a la casa, está presa y parece que trate de escapar por ejemplo, cuando sale de la habitación, pero se encuentra otra totalmente igual, en la que más tarde aparecerá la figura del toro.

En relación a esto, se nos lleva a la escena en la que ella aparece con la escopeta, como si desafiara a ese animal que la persigue y la vigila.

Durante el estribillo, se evidencia esa "bala en el pecho" que son los celos: todos los hombres sangran en el centro del pecho. Cabe destacar en relación a esta parte que, si bien en "Malamente" los personajes masculinos se encontraban en el aparcamiento aquí son sustituidos por hombres en camiones, también en un aparcamiento. Pudiendo evidenciar que esos jóvenes ahora son hombres cuya conducta ha derivado en una celosa. Además, aparece un niño al que también le sangra el pecho, pudiendo significar que, viviendo esos celos, lo más probable es que los experimente también cuando crezca. En contraposición a esta sangre en el pecho, se nos ofrece también un plano en el que a Rosalía le brota la sangre de la espalda, pudiendo entender esto como la traición que suponen los celos: los celos irracionales del hombre le hacen sufrir y le causan dolor, pero repercuten también en ella.

Cabe destacar también la presencia de dos grupos que la rodean, uno de hombres y otro de mujeres. El primero la amenaza con armas, aunque la protagonista adopta una actitud desafiante levantándose y caminando hacia delante. El segundo, un grupo de mujeres vestidas de negro, que la acompañan prácticamente en todas las estancias de la casa: le colocan las joyas, enmarcan su cara, vigilan su habitación... Así se muestra cómo la protagonista ya no pertenece a sí misma, sino que es una propiedad vigilada por el hombre.

Con respecto al grupo de mujeres que la rodean, cabe destacar que después bailan con ella, liberadas de las túnicas y terminan por salir corriendo, cuando están en el exterior, lo que se podría interpretar como que, una vez la mujer está en la calle, tiene cierta libertad o no se siente tan enclaustrada y controlada.

Igual que en el video de “Malamente”, en este aparecen también elementos religiosos, aunque quizá de una manera más sutil: Las manos de las mujeres colocadas alrededor de la cabeza de Rosalía podrían recordar a los adornos de la Virgen del Rocío. Algo que guarda relación también con los artworks en el que se podría identificar a la protagonista con una Virgen.

Por último cabe destacar que se incluyen también elementos relacionados con la cultura española, por ejemplo el flamenco: por una parte la muñeca situada en el retrovisor del coche y por otra un bailar sobre las cenizas. También vemos el flamenco representado en la figurita de Lladró, que pese a no bailar, canta. Todos estos elementos presencian la destrucción: la muñeca se encuentra en el camión que se precipita contra el edificio, el bailar podría estar bailando sobre las llamas que vemos al final del video, una vez se ha recogido el desastre y la muñeca de porcelana es golpeada con el bate de béisbol junto con todo el demás decorado de la estancia. El escenario en este video se vuelve más antiguo, incluso hortera, anclado al pasado.

5.3.3 De aquí no sales

5.3.3.1 Segmentación y análisis videográfico

El videoclip de “De aquí no sales” comienza con un primer plano de Rosalía de ojos azules con su cabeza cubierta de joyas doradas. sobre un fondo negro con una luz roja anaranjada que la ilumina, a la que ella parece mirar fijamente. Enmarcada por el nombre de la canción, su nombre y el de los directores en color rojo aguanta la mirada mientras parpadean chispas de fuego durante los primeros cinco segundos del video.

Durante los siguientes segundos (00.05-00.11) se corta la imagen y el sonido y aparece la imagen totalmente en negro. Tras dos segundos de oscuridad, comienza la música y se ofrece un paisaje manchego: cuatro molinos sobre una colina hacia los que la cámara se va acercando. De repente, aparece en un flash muy rápido, un molino en la noche que parece estar incendiado por dentro y tras ello, de manera casi imperceptible a la vista, la misma Rosalía del principio del video vestida de rojo caminando a través de la humareda.

Cuando comienza la letra de la canción, se nos presenta a Rosalía en un lugar oscuro, vestida de nuevo de rojo, sumergida en gasolina hasta la cadera, en un lago negro en el que hay flores y una moto. En este fragmento (00.11-00.15) el negro y el rojo reinan en la imagen.

Se ofrece a continuación un plano medio de Rosalía, en un lugar oscuro en cuyo fondo se ve una luz, que parece de unos focos. La protagonista mueve sus manos y brazos mientras canta y frena en seco de la misma manera que lo hace la voz de la canción. A su alrededor, encontramos varias mujeres agachadas.

En este plano (00.15-00.18) la figura de Rosalía destaca gracias a los colores amarillos y rojos de su ropa.

Tras esto, volvemos a ver durante unos segundos a Rosalía dentro del lago de gasolina y se nos devuelve a la escena previa: esta vez vemos un poco más del cuerpo de la cantante que, cuando aparece el sonido de una moto que acelera, gira su cuerpo al ritmo de este.

A partir del segundo 24 (00.24-00.30), se ofrece otra vista del paisaje, esta vez un molino y un cuerpo que anda hacia él. Esta vez, no hay oscuridad total, sino que parece que está amaneciendo. Vemos de nuevo a Rosalía en gasolina, moviendo y retorciendo sus manos de manera exagerada (00,30-00.34), para devolvernos de nuevo al momento del amanecer, pero esta vez en lugar de un plano del paisaje, vemos de cerca a un hombre que se rocía gasolina mientras camina (00.34-00.38). A continuación, vemos de nuevo a Rosalía sumergida en gasolina, durante los dos segundos siguientes, pero esta vez, el líquido el cubre hasta el pecho.

La letra “*que tú de aquí no sales*” podría marcar el comienzo de la discusión, que en el video se inicia con un plano muy breve de una llama para pasar a ver a Rosalía, vestida de amarillo y negro, en una sucesión de planos muy rápidos, que cambian conforme se oye el ruido de una moto. En este fragmento (00.40-

00.42), lo que más destaca frente a la oscuridad del ambiente son los dos “flashes” de fuego.

Durante los siguientes segundos vemos de al hombre que andaba hacia el molino, más cerca de él, ardiendo. De nuevo, es el color naranja del fuego lo que destaca en la imagen. Y, a continuación, volvemos a ver a Rosalía vestida de amarillo, blanco y rojo, en el campo de noche rodeada de mujeres que se mueve al ritmo de los golpes de voz y del sonido de la moto, inquieta y violenta; tras ello, la imagen de Rosalía sumergida en gasolina vuelve, pero esta vez le cubre ya hasta el cuello (00.42-00.54).

El hombre envuelto en llamas casi ha llegado al molino, la cámara se sitúa tras él y sigue su recorrido (00.54-00.59). A continuación, un nuevo plano rápido del fuego y vemos con nitidez, aunque en un plano igualmente muy breve, a la Rosalía del principio, envuelta en humo y con la cabeza llena de joyas mirando a la cámara de manera agresiva y haciendo un movimiento con su mano, que nos empuja de nuevo al hombre en llamas que sigue caminando hacia el molino.

En este fragmento (00.59-01.03), destaca el tan rápido plano del fuego y de Rosalía, y el color naranja del fuego entre el azul del cielo y del fondo con humo en el que se encuentra ella.

Después de esto, vemos de nuevo a Rosalía cubierta en gasolina, que le llega ya a la altura de la boca, mientras la cámara se va acercando a ella. En este momento podemos ver que hay flores rojas flotando a su alrededor y que su cara está decorada con lágrimas de cristal y con su propio pelo.

En este plano (01.03-1.15), el color negro y el rojo son los más remarcables, así como el contraste de los ojos azules claro de la cantante sobre ese entorno oscuro. Además, la duración del mismo es más larga que la de todos los anteriores.

En menos de un segundo, aparecen dos flashes de luz que rompen con la oscuridad previa, con dos imágenes diferentes: por una parte la Rosalía del

campo rodeada por mujeres que están de pie esta vez, y la Rosalía sumergida en gasolina, que ahora se encuentra de pie en el mismo espacio pero iluminado. Tras ello, intuimos que el hombre ha entrado ya en el molino, pues vemos como este está prendido, sale fuego por las ventanas y las aspas están también ardiendo (01.15-1-18).

De nuevo la imagen se convierte en oscuridad total para después mostrarnos a la Rosalía de las joyas en pelo, subiéndose a una moto situada al lado del molino en llamas. La cámara nos ofrece un primer plano de la mujer, que mira hacia el fuego y esboza una sonrisa. A continuación, se muestra su mano llena de joyas, acelerando y un plano detalle de una de las ruedas, envuelta en llamas.

En este fragmento del video (01.18-1.26), destacan de nuevo la luz que emite el fuego en la oscuridad de la noche, el color rojo de los labios y la ropa de Rosalía y el azul de los ojos.

Se muestra a Rosalía (01.26-01.25) alejarse con la moto, mientras la cámara la sigue. Atraviesan una humareda y vemos a Rosalía sentada presidiendo una mesa sobre la que camina un lobo, olisqueando los objetos que hay sobre ella. Llama la atención como, tras atravesar la humareda, la cámara se acerca cada vez más a Rosalía y el humo parece desaparecer. Además, de nuevo, el rojo y el blanco contrastan en el entorno oscuro en el que sucede la acción.

Cuando esta imagen termina, se nos ofrece un plano de la carretera desde lejos, atravesada por una gran nube de humo e iluminada por una luz blanca, por la que circulan varias motos. A continuación, la cámara se sitúa en el suelo, detrás de una de las motos y va subiendo hasta mostrar el cuerpo de espaldas de Rosalía. Después se pasa a un primer plano de su cara: tiene la mirada fija en la carretera, el viento mueve su pelo, e intuimos que más vehículos la siguen, pues ilumina su espalda la luz de unos focos. Justo después, de nuevo una imagen muy rápida, que pareciera de película antigua, en la que vemos de frente a Rosalía en un entorno mucho más oscuro.

En este fragmento (01.25-1.41), sigue reinando la oscuridad de la noche, haciendo destacar así los puntos de luz que ofrecen las motos y la luz blanca que ilumina la carretera.

Seguido de este brevísimo plano de Rosalía, un flash de luz naranja actúa como transición para llevarnos de nuevo al campo en el que Rosalía, vestida de amarillo, rojo y blanco, rodeada de otras mujeres de forma también llamativa, palmea y se mueve bruscamente mientras la cámara la sigue de abajo a arriba. De repente, Rosalía se agacha y reaparece en el mismo lugar, pero la cámara está más alejada y nos ofrece una visión completa de su cuerpo y de las otras mujeres: todas bailan a la vez y en este caso, la escena está iluminada por una luz blanca. La cámara sigue sus movimientos y los cambios de plano los marcan los movimientos de las mujeres. Así, se pasa de nuevo a un plano medio de Rosalía en el mismo lugar, pero en la oscuridad inicial, levantándose y ladeándose mirando amenazante a la cámara que se aleja.

En este fragmento del video (01.41-01-51), llama la atención, por una parte la introducción de colores brillantes como el verde o el lila en los vestuarios de las bailarinas y, por otra, los cambios de luz que suceden en el mismo escenario.

En los siguientes 30 segundos de la canción, asistimos a una sucesión frenética de imágenes y escenas en las que Rosalía y sus compañeras parecen amenazar a la cámara: Primero vemos una carretera oscura iluminada por diversos focos en el andén y las luces de varios coches y una moto, todo el ambiente está impregnado por el humo. La cámara se mantiene estática mientras los vehículos avanzan hacia ella. La moto da un acelerón y cuando está a punto de llegar a la cámara un flashazo nos ofrece una imagen, de nuevo muy rápida de Rosalía rodeada de mujeres que llevan pasamontañas de colores iluminadas por una luz blanca muy potente. A continuación, la cámara se sitúa detrás de los coches en los que vemos a varias mujeres sentadas en la parte trasera agitando sus brazos al ritmo de la música (“*eh, eh, eh*”). A continuación, la cámara se sitúa a un lado de la carretera y, mientras los coches pasan por delante de ella, la cámara sigue su marcha.

Tras esto, vemos con más claridad la imagen ofrecida antes de manera tan fugaz: Rosalía rodeada de mujeres con pasamontañas y gafas de sol, sentadas en la parte trasera de un coche moviéndose de manera brusca y violenta al ritmo de los “*eh*” de la música. En mitad de esta escena, se intercalan dos planos de Rosalía sola: un plano medio de corta duración de Rosalía envuelta en humo mirando a cámara y otro plano medio de ella en el mismo ambiente, pero esta vez haciendo un movimiento rápido con sus brazos hacia la cámara. Tras este último plano, aparece de nuevo Rosalía en el campo, rodeada de mujeres moviéndose de manera caótica también al ritmo de la música y, de nuevo, se intercalan imágenes de la Rosalía solitaria. En el minuto 02.03, vemos de nuevo a Rosalía sola, esta vez vestida con una sudadera azul, con joyas en su pelo, mirando a cámara y, de fondo, el anochecer. De nuevo, una sucesión de planos y perspectivas de Rosalía en el campo bailando bruscamente a la vez que el grupo de mujeres.

En el minuto 2.07, Rosalía deja de bailar y se acerca a la cámara, se nos ofrece otro flashazo de lo que parece la misma Rosalía que viste de amarillo con una luz muy potente sobre ella, para después situarnos de nuevo en la carretera, siguiendo a los coches: la cámara se mueve de un lado a otro tras ellos dejándonos ver primero un coche, luego la moto adelantada y luego el otro coche. A continuación, se suceden diferentes escenas en las que volvemos a ver a la Rosalía rodeada de mujeres con pasamontañas y a la Rosalía que baila en el campo: siguen moviéndose al ritmo de los “*eh*” de la música con actitud agresiva.

De repente, en el minuto 2.14 vemos de nuevo el campo iluminado y a Rosalía con sus bailarinas agacharse y moverse mientras la cámara se aleja de ellas. Y, de nuevo, un flashazo que nos lleva a otra imagen.

Lo que llama la atención de este fragmento sería la sucesión rápida y el ritmo frenético: se suceden planos de manera muy rápida, diferentes escenas al ritmo de la música. Y se produce un gran contraste en los cambios de luz: se pasa constantemente de una oscuridad prácticamente total a una oscuridad iluminada con una luz blanca muy potente.

Por último, nos encontramos de nuevo en la carretera, que esta vez tiene como único punto de iluminación, un par de luces rojas de la moto que la cámara sigue. Tras esto, se nos ofrece un primer plano de Rosalía que conduce la moto, esta vez está de nuevo iluminada y la cámara se mueve a la vez que ella, mostrándonos cómo sonríe mientras mira al frente. A continuación, volvemos al campo iluminado, en el que Rosalía y las bailarinas siguen agachadas haciendo movimientos circulares con su cuerpo y pataleando, pero esta vez la cámara se va acercando a ellas. De repente, frenan en seco, levantándose y vuelve a aparecer un flashazo: esta vez Rosalía en la moto, pero se nos ofrece un plano medio de ella: esta completamente iluminada y su figura destaca en la oscuridad del ambiente, ya no solo por el foco que la ilumina sino por el rojo de su ropa y los destellos que emiten las joyas que lleva. Esta imagen es seguida de otro flashazo de luz, que nos muestra a Rosalía en el campo de nuevo con sus bailarinas. En este momento termina la canción, sin embargo el video continúa: Vemos un plano entero de Rosalía, vestida de rojo, de espaldas, sobre un campo: el cielo es completamente negro, pero el césped y su figura están iluminados, la cámara se mantiene estática y ella se gira a mirarla.

Para terminar, la cámara se sitúa dentro de un coche, en el asiento del copiloto mostrando el retrovisor en el que vemos como se queda atrás el hombre envuelto en llamas mientras aparecen, en rojo, los títulos de crédito. Cuando terminan, justo antes del final del video, un último flashazo: la Rosalía que hemos visto al final del video, esta vez iluminada por una luz blanca muy fuerte.

Si bien hablábamos de un montaje que alterna planos cortos de manera rápida en los anteriores análisis, este método se incrementa en *De aquí no sales*, generando un ritmo mucho frenético que en ocasiones hace que determinadas imágenes sean prácticamente imperceptibles si no se pausa el video en el segundo justo para poder apreciarlas. Así, en medio de todo este caos destacan mucho más las escenas de mayor duración. Las transiciones de toma a toma, son directas y limpias, sin embargo, en ocasiones, esos flashazos que hemos ido mencionando, sirven como transición de una escena a otra de una manera

menos radical. De nuevo se hace latente la intención poética tras el montaje, intensificando la fuerza de las imágenes mostradas.

Este videoclip está completamente rodado en exteriores, algo que llama la atención teniendo en cuenta el nombre de la canción: *De aquí no sales*. De nuevo, lo poético se apodera del videoclip: se rompen las expectativas y se genera extrañeza en el espectador y le obliga a interpretar lo que ve. En relación a los espacios cabe decir que en este video encontramos una reducción en número y, prácticamente todos ellos, son exteriores. Además, es destacable también, que los vestuarios o estilismos se repiten en algunos de los diferentes ambientes: En la mayoría de ellos, Rosalía viste con un traje rojo y gran cantidad de joyas adornan su cabeza, que genera un gran contraste con la oscuridad que caracteriza a este videoclip. Igualmente llamativa es su ropa en las escenas en el campo: de colores amarillos, negros, blancos y rojos, así como la de las bailarinas que la acompañan que visten de colores vivos, incorporando mascarillas para la boca, gafas de sol y pasamontañas.

Un elemento destacable de este trabajo es la iluminación y el juego que se hace con ella: Reina la oscuridad, toda la narración sucede en la noche más profunda o al anochecer y las escenas son iluminadas por luces blancas muy potentes o por el propio fuego. Creando así un ambiente mucho más violento y feroz. Por otra parte, la se juega con la luz y se utiliza a modo de transición: entre algunas escenas aparece un plano muy corto demasiado iluminado o un plano del fuego.

Pese a que, como en los videoclips anteriores, el espacio videográfico no se muestra al detalle, pero se nos sitúa en medio de, posiblemente, una colina, en La Mancha, al lado de un molino. Por otra parte, antes comentábamos que la mayoría de escenas tienen lugar en el exterior, salvo tres: Rosalía sumergida en gasolina y sentada presidiendo una mesa que, podríamos suponer ambas se encuentran dentro del molino y, por último, la escena final dentro del coche.

En este videoclip cambia de nuevo el registro iconográfico: se pasa a una estética más oscura y demoniaca, y se percibe todo el video como un aquelarre,

una reunión de mujeres-brujas. Toda la estética oscura del clip podría recordar también a Las Pinturas Negras de Goya.

Por último, a propósito de analizar la narración: se nos presenta a Rosalía como protagonista del video, adoptando el papel de la mujer protagonista mientras cede la voz al hombre: al principio, cuando viste de rojo, vemos como sufre, sin embargo termina siendo esta esta Rosalía la que huye en moto y sonríe dejando el fuego tras ella. La Rosalía vestida de amarillo, como una motorista, siempre acompañada de las bailarinas se presenta furiosa, mucho más agresiva y desafiante ante el hombre. Por otra parte, encontramos a las bailarinas, que enfatizan las acciones de Rosalía y le sirven de apoyo para vencer al maltratador.

Si bien en los análisis previos, pese a la alternancia de imágenes y escenarios sosteníamos que se podrían representar diferentes narraciones, en esta da la sensación de que se trate de una sola: Una pelea concreta, la última.

5.3.3.2 Interpretación

Nos encontramos con la canción más violenta de *El Mal Querer* que, como analizábamos anteriormente, se trataría de una pelea entre hombre y mujer incluyendo violencia física.

Esta canción utiliza de nuevo sonidos de motores, igual que “Malamente” y “Pienso en tu mirá” sin embargo, debido a la brevedad de la letra en este caso se evidencian mucho más y enfatizan esa discusión: tanto a nivel musical como visual, puesto que la protagonista se mueve al ritmo de los acelerones de la moto que se escuchan, dotando a la narración del dramatismo que encarna una discusión de ese calibre.

Podríamos decir que hasta el minuto 1.16 no comienza la violencia física, que se desata con el incendio del molino y el palmeo en la canción. Hasta ese momento, vemos como el nivel de la gasolina que cubre a Rosalía comienza a subir conforme las palabras del hombre, representadas por la letra de la canción, van sucediendo, y mientras que el hombre, primero rociándose en gasolina y después ardiendo, se acerca al molino. Cabría destacar aquí el componente

quijotesco de este video y la metáfora presente en él: el hombre se acerca al molino para prenderle fuego, para defender su "honor", manchado por las actitudes de ella que hacen que surjan los celos en él. Sin embargo, al igual que Don Quijote, él acaba siendo el vencido pues tiene una visión distorsionada de la realidad: Si bien los gigantes no existen y son fruto de la ensoñación del Quijote, los celos que ocasionan las peleas son también irracionales. Así al igual que en los dos anteriores se la mezcla de la cultura española más castiza, representada esencialmente por los molinos, con la cultura urbana: la ropa, los chándales, la actitud de las bailarinas, las motos, la gasolina.

Podríamos interpretar que ese lago de gasolina en el que se encuentra ella está situado dentro del molino pues, cuando entra el hombre, estalla. Podríamos relacionar también el molino con la torre en la que es aprisionada Flamenca, en la novela en la que se inspira la catalana: el molino sería su prisión, pero finalmente la destruye y se libera.

Podríamos interpretar ese lago de gasolina como el dolor y el miedo de la protagonista de la historia, que se intensifica y la ahoga conforme aumenta la viveza de la discusión. Sin embargo, cuando comienza violencia física, podríamos interpretar que la protagonista tiene un cambio de actitud, de decisión de salir de ahí, aunque el hombre le diga "*que tú de aquí no sales*". Además, si bien los sonidos de motor intensifican o acentúan la discusión, sirven de vehículo para la protagonista que escapa en una moto.

Tras el incendio del molino, vemos como Rosalía preside una mesa mientras un lobo avanza hacia ella: podríamos interpretarlo de nuevo como el hombre, como una bestia a la que la protagonista tendría que tener miedo sin embargo, se muestra impasible ante él o bien como que el animal se come lo que queda de su relación, que ya no le importa.

Otro aspecto a destacar es la sororidad que se respira en el video: Un ejército de mujeres que se mueven de forma agresiva e intimidan a cualquiera, algo que podría relacionarse con el apoyo brindado a la protagonista para escapar de esa relación.

La fuerza y frialdad necesarias para escapar de la relación, se podrían ver representadas también en el azul de los ojos de Rosalía: un color frío y penetrante, que parece reflejar su cambio de actitud.

Por último, cabe resaltar la utilización de los sonidos de motor, intensificando la percepción de pelea o disputa, representando el rugir de un animal.

Así, podríamos concluir con que en este video, se narra la pelea que marca el punto de inflexión para que la protagonista de la historia comience su lucha hacia el empoderamiento.

5.3.4 Bagdad

5.3.4.1 Segmentación y análisis videográfico

A continuación, procederemos al análisis de “Bagdad”. Este nombre hace referencia a un club de striptease de Barcelona.

Durante esta primera parte, sin canción pero no sin música, se nos presenta el espacio y al personaje: Rosalía, con una peluca rubia y enfundada en un mono de látex rojo, baila en una barra mientras diferentes hombres la miran. Tras esto, vemos como la protagonista está al lado de la barra, hablando por teléfono o mandando una nota de voz muy enfadada. A continuación, caminando rápido y enfadada va al baño, y cierra la puerta de un portazo, tira el móvil al suelo, se sienta en el wáter y una lágrima, que vemos en un plano detalle, comienza a resbalar por su mejilla. En el momento que esta cae al suelo, comienza la canción.

En este fragmento, se nos presenta un espacio que, pese a estar iluminado por luces artificiales rojas, amarillas y azules que parpadean, es bastante oscuro. El color por excelencia es el rojo, aunque también encontramos detalles negros y amarillos en la estancia principal. Una vez entra al baño, la escena está más iluminada y los colores principales son el negro de la puerta, el blanco y gris y el rojo de su ropa.

Desde el segundo 0.50 hasta el minuto 1.14, comienza la canción con los coros: durante este periodo, vemos a Rosalía de cerca, y cómo sus lágrimas precipitan contra el suelo de manera muy rápida, casi como si fueran lluvia. Además, durante este tiempo, no solo escuchamos la música, sino que oímos como llora y suspira.

A continuación, Rosalía comienza a cantar, se levanta y se mueve por el cubículo con la mirada gacha. De repente, la cámara se sitúa en el suelo, fuera de donde está Rosalía y vemos como por debajo de la puerta comienza a salir agua. A continuación, volvemos de nuevo al interior y la cámara nos muestra el suelo, lleno de agua llegando a los tobillos de la protagonista.

Tras esto, la cámara, que nos muestra a Rosalía en un plano medio, se aleja ligeramente y comienza a subir hasta colocarse justo encima de ella. Después, la cámara vuelve a ponerse a su altura y la vemos apoyada en una de las paredes mientras llora. Tras ello, volvemos a ver en un plano detalle cómo brotan las lágrimas de sus ojos pasando así de la hipérbole a la metáfora.

A continuación, en el minuto 2.03 suena el *beat* que marca el comienzo del estribillo, y vemos como Rosalía pierde el equilibrio, cubierta de agua hasta la cadera. La cámara, vuelve a elevarse, esta vez hasta salir del baño y mostrarnos una visión cenital del espacio. Tras ello vuelve al baño, y parece que esté flotando en el agua, pues la protagonista la golpea y las gotas de agua manchan el objetivo.

Cuando termina el estribillo o los coros (02.27), se retoma la estrofa con un plano de la mejilla de Rosalía, sobre la que resbala una lágrima y se nos muestra como el agua le llega ya hasta la barbilla. A continuación, se nos muestra mejor el espacio, prácticamente lleno de agua. Las luces del interior parpadean y parece que vayan a apagarse. Tras esto, la cámara vuelve a salir del baño y, esta vez, nos muestra la parte superior de la puerta, y vemos como el agua comienza a salir también por ella.

En el momento que comienzan de nuevo los coros, en el minuto 2.53, la cámara vuelve dentro del baño: ya no hay prácticamente luz y el agua llega prácticamente hasta el techo. Vemos como Rosalía, casi a oscuras, flota en el agua y su cabeza golpea contra el techo. La cámara se sumerge y vemos como la protagonista trata de mantenerse a flote, mientras una luz blanca parpadea en la oscuridad.

Tras esto, comienza el estribillo (3.14), y en el beat que marca la entrada, la imagen se vuelve completamente negra, para después dar paso a un escenario nuevo: vemos a Rosalía sumergida en agua, pero esta vez una luz naranja muy potente que surge desde arriba ilumina toda la escena. Debido a la luz, no podemos ver bien a Rosalía, pero si podemos percibir que su ropa ha cambiado: ahora viste de blanco y no lleva la peluca. La cámara la va rodeando mientras ella mueve sus manos, como bailando y junta sus manos.

En el minuto 3.38, la cámara se pone frente a la protagonista, y nos ofrece un primer plano: mira al frente con las palmas de las manos juntas y luego baja la mirada. Además, podemos ver que tiene lágrimas blancas colocadas en sus mejillas.

En las canciones anteriores hablábamos de la incorporación de sonido diegético en los videos, algo que en esta canción se explota a un mayor nivel: durante casi un minuto, oímos el sonido diegético del lugar en el que sucede la narración, música de fondo del club. Lo que resulta curioso es que la canción que suena es cantada por Rosalía. Además, la escuchamos levemente cuando habla por teléfono y, por otra parte, su llanto se escucha también mientras suena la canción.

Otro aspecto destacable en este videoclip es el montaje: En los demás encontramos una sucesión rápida de tomas (en mayor o menor medida) y un ritmo rápido, en este no sucede igual. Si bien se alternan planos, más cercanos o lejanos a la cantante, el ritmo que sigue la narración es mucho más tranquilo, no hay movimientos bruscos ni cambios radicales entre escenas. La narración, gracias a las imágenes que nos ofrece la cámara se centra en mostrarnos, de

manera poética, el dolor y angustia de la protagonista que se ahoga en sus propias lágrimas.

Otro contraste que existe entre este video y los anteriores tiene relación con los espacios: Si bien en los dos primeros existe una multiplicidad de espacios que combinan tanto interior como exterior y en el tercero el número se reduce todo el video de *Bagdad* se desarrolla en el interior, en el club: antes de que comience la música en la sala principal y después en el cuarto de baño. Es solo al final, donde no podríamos determinar donde se encuentra pues solo apreciamos que está cubierta de agua en algún lugar de luz naranja: un espacio etéreo.

El uso de un solo espacio contribuye a potenciar la narración: parece retratarse la soledad y pena de la protagonista, que durante todo el video se encuentra en un lugar pequeño, sola. El dolor que le lleva a un llanto desconsolado que la lleva a ahogarse en sus propias lágrimas. Sin embargo, cuando parece que *todo está perdido*, reaparece vestida de blanco, casi como una aparición, rezando.

5.3.4.2 Interpretación

Para interpretar este video, parece interesante hacer mención a dos aspectos, por una parte a la base de la canción y, por otra, al nombre de su capítulo: la base de este tema, aunque modificada, pertenece a la canción “*Cry me a river*” (llora todo lo que quieras), de Justin Timberlake, que básicamente habla de una relación en la que quien la canta estaba enamorado, pero la otra persona le hizo daño y terminaron. El cantante le dice a la otra persona que puede llorar todo lo que quiera, que no van a volver.

En este video se nos presenta a un personaje encarnado por Rosalía, una mujer rubia que podríamos pensar es una stripper, por su vestimenta y el lugar en que se encuentra, que se encuentra desesperada, triste y completamente sola, encerrada en un baño que acaba desbordándose por sus lágrimas. Pero, en lugar de ahogarse en ella, la llevan a la salvación: Al final del video reaparece con lágrimas pegadas a los ojos y las manos juntas como si estuviera rezando, en una aparición que parece la ascensión de una virgen. De nuevo, los elementos religiosos se manifiestan en sus videos: Esta escena final, podría

recordar a la Inmaculada concepción y a la Virgen de los Dolores o de la Amargura, por las lágrimas pegadas a su cara. Así, después de bajar al infierno y tocar fondo, como explica Rossy de Palma en Preso, sube al cielo.

Por otra parte, el capítulo lleva el nombre de “Liturgia”, el orden en el que se llevan a cabo las ceremonias religiosas: en este caso, podríamos definir lo que sucede con *su* experiencia religiosa, que termina con ella rezando.

Si en “De aquí no sales”, Rosalía prácticamente llega a ahogarse con la gasolina, que representaría la furia de las discusiones, y huye en una moto con una rueda en llamas, en “Bagdad” se ahoga en sus propias lágrimas de angustia, mientras la canción indica que “*se va a quemar si sigue ahí, las llamas van al cielo a morir*”. Sin embargo, la protagonista llega al “cielo” para renacer.

Por último, podríamos decir que el machismo y la sumisión al hombre se mantienen presentes en el video, aunque de manera más sutil: La protagonista baila en un club de striptease, bajo la mirada de los hombres que la cosifican. Por otra parte, en las paredes de fuera del baño, encontramos varias fotografías de mujeres desnudas, evidenciando de nuevo esa objetivación de la mujer.

5.3.5 Di mi nombre

5.3.5.1 Segmentación y análisis videográfico

El último capítulo del disco que tiene videoclip es “Di mi nombre”. Este comienza con un fondo negro sobre el que aparece el nombre de la canción y la productora, en letras góticas de color amarillento, a continuación, cuando comenzamos a ver la imagen propia del videoclip escuchamos ruido ambiente durante tres segundos y comienza la canción; el código gráfico se mantiene durante los primeros cinco segundos del video, y luego es reemplazado por “éxtasis”, durante un segundo indicando también el capítulo y nombre de la cantante. Antes de comenzar con la segmentación y el análisis cabe destacar que el primer minuto y treinta y nueve segundos del video están formados por un plano secuencia, es decir, una sola toma sin cortes; a continuación otra toma de casi un minuto sin cortes, para después pasar, del 02.18 al 02.36 a una rápida

sucesión de tomas. Desde entonces, hasta que termina el video no vuelve a haber cortes.

Tras esta división inicial, vamos a comenzar analizando la primera secuencia que dividiremos también para poder explicar mejor lo que va sucediendo.

Cuando la imagen comienza, la cámara está situada en un interior, pareciera que desde el suelo se eleva y comienza a viajar durante unos segundos por la casa, hasta situarse en frente de una puerta abierta: Dentro de la estancia, Rosalía está recostada sobre una cama en una posición que recuerda a “La Maja vestida” (Goya). La cámara se acerca a ella hasta situarse a la altura de la cama y mostrarnos a Rosalía más de cerca, luciendo un vestido largo blanco, con encajes y un gran cinturón de color rosa, con joyas de oro y un tatuaje en su pie.

Rosalía comienza a cantar mirando a la cámara, que se mantiene inmóvil hasta pasados unos segundos, que comienza a rodear la cama, mientras la cantante la sigue con su cuerpo y sus movimientos, cantando para ella. Hasta el 00.41, Rosalía se mantiene subida a la cama, utilizando sus brazos para reforzar partes de la canción, agarrarse al cabecero de la cama, cubrirse la cara o enfatizar su personaje.

A partir de ese momento, poco después de decir “*que las cosas que me dices no salgan por esa puerta*” la protagonista se sienta en el borde de la cama, y se inclina hacia el suelo, mientras la cámara copia su movimiento. Ambas se incorporan y la cantante se levanta, se acerca hacia la puerta y vuelve a caminar hacia atrás hasta tirarse en la cama, quedarse tumbada y sonreír, mientras la cámara sigue todos sus movimientos.

Cuando comienza el “*Yeli / Y Ali*”, la protagonista se levanta y la cámara se coloca en frente de ella. Sale de la habitación y se queda parada en el pasillo, mientras la cámara la rodea una y otra vez. A continuación, se sienta en un tocador y a través del espejo de este, vemos su cara y unas bailarinas, vestidas con un mono ajustado de color rosa empolvado y largo pelo negro, bailan detrás de ella. Cuando dejan de moverse, ella se levanta y corre hacia otra estancia de

la casa, mientras la cámara la sigue. En la siguiente habitación, se sube a un sofá semicircular y camina sobre él.

Al comenzar de nuevo la letra de la canción, baja de un salto y mientras la cámara la mira desde el marco de la puerta, comienza a bailar, descubriéndose el tobillo, moviendo el hombro y dando vueltas. La cámara se acerca a ella y se coloca en frente, mientras ella baila arremangándose el vestido y dando palmas. De repente, comienza a bailar de manera brusca, formando con sus manos los cuernos de un toro, moviéndose rápidamente y lanzándose al suelo. En este momento se termina la primera secuencia.

En este fragmento llama la atención el contraste de luz y tonos de color que encontramos entre la habitación y el resto de la casa: En el centro de una de las paredes de la habitación, encontramos una luz circular de neón rosa, parece que entra luz por las ventanas y hay varias luces de color cálido encendidas. En esta estancia, reinan el verde pastel, el amarillo, el dorado, el blanco, el rosa y algunos detalles rojos.

Cuando sale de la habitación, está alumbrada por una luz azul, y el entorno es mucho más sombrío. En la siguiente habitación a la que entra, la del sofá, esa luz azul ya no está, pero el ambiente continúa más apagado que en la habitación. En ambos lugares, los tonos rosas, rojos verde pastel, blanco y rosa siguen reinando. Cabe destacar también, que mientras nos encontramos en esa estancia, vemos de fondo una habitación que, por sus vidrieras de colores y los bancos de madera, recuerdan a una capilla.

En el minuto 01.39, cuando da comienzo la siguiente escena, la cámara hace un giro en el suelo, y cuando sube de nuevo, nos muestra a Rosalía en el mismo lugar, en la misma posición pero en un ambiente todavía más oscurecido, como si fuera de noche. De fondo vemos el pasillo, en el que hay cuatro mujeres, con una luz azul que parpadea y la puerta abierta de la habitación, que se mantiene iluminada. Rosalía se arrastra hacia detrás, se levanta y corre de nuevo hasta la habitación. La cámara la sigue muy lentamente, y se detiene antes de llegar a la puerta de la habitación, delante de las cuatro mujeres: vemos como Rosalía se

sube a la cama y comienza a saltar. Entonces la cámara se acerca hasta ella y las luces que parpadeaban en el pasillo lo hacen también en la habitación.

La cámara semi rodea la cama y se coloca a los pies, Rosalía se tumba de manera transversal y no podemos verla. La cámara se acerca lentamente mientras ella se comienza a incorporar y se agarra al somier. Comienza a mover su mano y sus dedos, y la cámara los sigue, hasta dejar de ver a Rosalía, que eleva el brazo mientras continúa retorciendo su mano y la cámara la sigue. De repente, baja de una manera brusca su mano y la cámara la sigue con la misma brusquedad. En ese momento, la protagonista comienza a girar de un lado a otro en la cama y termina esta secuencia.

A partir del minuto 02.18, Rosalía comienza a moverse de un lado a otro de la cama, de manera frenética, levantándose, saltando, agitándose y retorciéndose, hasta el 02.36. Durante este periodo, la cámara se mueve alrededor de la cama, se acerca, se aleja, nos muestra diferentes perspectivas de los movimientos de la cantante pero en diferentes tomas rápidas.

Tras esto, la cantante se sienta en la cama, con la respiración agitada, y coloca sus brazos en el cabecero de la cama, volviendo a la posición en la que estaba al comenzar el video. Mira a la cámara, termina la música y volvemos a escuchar sonido ambiente, mientras que la cámara se va alejando hasta salir de la habitación y comienzan a aparecer los créditos en pantalla.

Una de las particularidades más llamativas del videoclip, y que más contraste genera con los anteriores es el montaje: Frente a la sucesión de tomas cortas de los videoclips previos, en este encontramos tres secuencias largas y, durante un intervalo muy corto una sucesión rápida de tomas y perspectivas. Así, ese periodo destaca mucho más y se presenta de una manera muy intensa. Por otra parte, la cámara está en constante movimiento, en pocas ocasiones se mantiene estática y, si lo hace, es de manera muy breve. Toda la narración se desarrolla en un interior y vamos recorriendo sus estancias: destaca el cambio de iluminación entre la habitación, estancia principal del video y el resto de lugares de la casa: en ella, la luz es clara y nos permite ver perfectamente el espacio, la

luz parece entrar por la ventana y se intensifica por las luces naranjas y el neón rosa; cuando salimos de ella, los espacios son más lúgubres, la iluminación es escasa y, cuando la hay, artificial. Al salir por primera vez de la habitación, una luz azul cubre a Rosalía, y cuando vuelve a ese lugar, parece que la bombilla se hubiera roto y la luz parpadea, algo que, en el momento más frenético del video, sucede también dentro de la habitación.

Dentro de las estancias, la gama de colores sigue una continuidad: si bien en la habitación destaca el rosa, el resto de colores (rojo, beige, verde, amarillo) aparecen en el resto de las estancias aunque de manera menos saturada; dando la sensación de que si estuvieran debidamente iluminadas, toda la casa, que recuerda por sus colores y decoración a *Imitación de la Vida* (Sirk, 1959) estaría decorada con los mismos colores.

El montaje influye también en la narración: Rosalía parece protagonista única del video pero, debido a los movimientos de la cámara y a como interactúa la cantante con ella, parece que detrás de ella se esconda otro personaje, con el que se identifica el espectador. Además, encontramos bailarinas también en este video, aunque en este caso en un segundo plano: si bien en el resto de videos interactúan con la cantante o parecen formar un ejército o hermanarse con ella, en este son sombras. Por último, cabe destacar que en este caso parece que se narre un único acontecimiento, un momento concreto de esa relación que cuenta el disco.

5.3.5.2 Interpretación

Podríamos decir que la clave de este video reside en la intertextualidad, la relación de este con referencias a otros artistas: Goya, con *La Maja Vestida*, Zulawski y *La Posesión*: que recordamos al ver a Rosalía perdiendo el control, lanzándose al suelo y moviéndose frenéticamente por la cama; los tonos pastel de Sirk.

Podría interpretarse este vídeo, con ayuda del título del capítulo: Éxtasis, como una representación de las relaciones sexuales entre la mujer y el hombre de la historia; concretamente o especialmente en el intervalo final en el que se

sucedan las imágenes de manera rápida y la cantante, pese a realizar movimientos locos y bruscos a lo largo de todo el video, se comporta de una manera mucho más alocada.

Sin embargo, parece que no es solo eso lo que trata de representar: Más allá de la intimidad de la pareja, este video parece desvelarnos que el único lugar en el que la protagonista de la historia es el dormitorio, la cama. Un espacio seguro, tranquilo, ordenado y lleno de luz. Una vez la mujer decide salir de él, algo que le cuesta, y retrocede antes de decidirse, todo es mucho más oscuro, corre por las estancias y las cuatro mujeres parecen fantasmas que la vigilan y no la pueden ayudar: la última vez que aparecen se presentan quietas, como estatuas. Tras darse una vuelta por la casa, se coloca como si fuera un toro y “amenaza” a la cámara, acto seguido se tira al suelo y, cuando la volvemos a ver corre aterrada, mirando hacia la cámara con cara asustada varias veces, hasta llegar a la cama; creando un clima o toque sado-masoquista. Si bien la cámara la sigue de cerca todo el tiempo, en ese momento la cámara se toma su tiempo para llegar hasta ella, la deja huir aterrada.

Por otra parte, ese “éxtasis” que se representa, parece un exorcismo, un momento tormentoso más que placentero; pudiendo representar que, pese a ser un “lugar seguro”, sigue sin sentirse cómoda.

Además, el hecho de que todo suceda en el interior de la casa, lleva a pensar, igual que en “Pienso en tu mirá”, que ese lugar es su jaula, donde el hombre la encierra.

Se nos presenta a Rosalía vestida de blanco, con un aspecto virginal y puro, recordando al principio y al final del video, como ya hemos mencionado, a “La Maja Vestida”, pintura de Goya: ambas visten un vestido blanco con un cinturón rosa claro y recostadas con los brazos apoyados en el cabecero, miran directamente al espectador. Por otra parte, cabe destacar el cuadro que aparece en la pared de la habitación, un retrato de Santo Domingo de Guzmán, que sostiene azucenas en la mano, representando la virginidad.

En este video, pese a romperse un poco la estética de los anteriores, se mantienen los símbolos religiosos y los guiños a “lo español”: como ya hemos comentado, con el retrato de un santo en la pared, pero también cabe destacar que, en un momento del video, de fondo podemos ver lo que parece una iglesia dentro de la casa. Por otra parte, las alusiones a los toros siguen presentes en este video, con la diferencia que, aunque durante pocos segundos, esta vez ella es el toro; el flamenco también se representa en el video, no solo por la música, sino por el palmeo, los movimientos de sus manos y sus bailes.

5.3.6 Observaciones

Tras el análisis de los cinco videoclips que forman parte de el universo de *El Mal Querer* parece interesante resaltar el uso de diferentes recursos y herramientas que ayudan a mantener la coherencia tanto entre ellos como en relación al resto de elementos que giran en torno al álbum.

Si bien los videoclips presentan diferencias, encontramos también muchos elementos comunes y similitudes entre ellos, que permiten establecer relación entre ellos y construir una fuerte identidad a nivel visual y de estilo.

Uno de estos elementos son los códigos sonoros: Comentábamos en el análisis de las canciones el uso de recursos sonoros ajenos a la música como sonidos de motores, de cristales o de espadas, esto es algo que también se utiliza en los videoclips: se incluyen en ellos sonidos diegéticos que ayudan a generar un ambiente concreto y que usan en diferentes videos, por ejemplo el sonido de vehículos, motores, acelerones, sirenas, etcétera tanto en *Malamente* como en *De aquí no sales*, que intensifican lo tenso del ambiente.

En *De aquí no sales* también se incluyen elementos sonoros ajenos a la canción al principio y al final del video: sonido de fuego, que al incluirse al inicio y al término del video da la sensación de que haya estado ahí durante todo el video pero, debido a la música, no pudiéramos apreciarlo. En *Pienso en tu mirá* también se incluye el sonido del fuego y del viento, dándole intensidad a la tragedia y, además, cuando aparecen los créditos al terminar el video, que se

ven en pantalla como si la cantante los estuviera mandando por *WhastApp*, se escucha también el sonido de la aplicación de mensajería instantánea.

Esta incorporación de sonidos diegéticos se explota a un nivel mayor aún en *Bagdad*, pues durante casi un minuto, escuchamos el sonido diegético del lugar en el que sucede la narración, música de fondo del club. Lo que resulta curioso es que la canción que suena es cantada por Rosalía. Además, la escuchamos levemente cuando habla por teléfono y, por otra parte, su llanto se escucha también mientras suena la canción.

Un elemento que juega un papel fundamental en los videoclips y en la construcción de sentido dentro de los mismos es el montaje: un montaje poético, que se sirve, en muchos casos, de la ironía y los contrastes.

En *Malamente* y *Pienso en tu mirá* se aprecia un ritmo rápido, imágenes y planos cortos que se suceden de manera muy ágil y, consiguen que en el visionado de los clips no pesen los tres y cuatro minutos de duración, respectivamente. Este ritmo ligero permite que, cuando se incorporan secuencias de mayor duración, destaquen mucho más.

En ambos es destacable también la composición dialéctica y la manera en la que están ordenadas las tomas: si juntáramos lo que sucede en los diferentes escenarios, se sigue una continuidad, pero las tomas están divididas e intercaladas dando la sensación de que todo sucediera a la vez.

La ironía del montaje se ejemplifica, por ejemplo, en el video de *De aquí no sales*: se trata del único video rodado prácticamente en su totalidad en exteriores y sin embargo el título evocaría una prisión, un encierro. También podríamos hablar de ironía en el componente *quijotesco* que desprende este video: la lucha contra los molinos/gigantes, como una alegoría a la defensa por parte del hombre a su propio honor, que se ve manchado por sus celos (o las características de su pareja que los provocan), sin embargo termina por ser él el vencido, al igual que el Quijote: pues esos celos, o esos gigantes, son fruto de su ensoñación.

En este video, a quienes pertenece el exterior es a las mujeres: A Rosalía y su banda, lo cual contrasta sobre todo con los videoclips de *Pienso en tu mirá* y *Di mi nombre*, en los que la mujer aparece fundamentalmente relegada al hogar, y es al hombre al que se sitúa en el exterior.

Por otra parte, la iluminación y el color resultan también aspectos fundamentales en los videoclips: Se suele combinar en ellos la luz natural de los espacios abiertos con la luz artificial de interiores o espacios iluminados de noche, y se juega con los destellos de luz a modo de transición: en *Malamente* por ejemplo, las chispas de luz del soldador y los faros de los coches sirven para pasar de un plano a otro; en *De aquí no sales* se utilizan imágenes muy rápidas de fuego o de imágenes quemadas a modo de transición y en *Bagdad* el parpadeo de las luces fundidas sirve como herramienta para conducir de una imagen a otra.

Los colores constituyen también una herramienta sutil para establecer una relación entre los videoclips y para la creación o modulación del sentido y: por una parte, se hace uso del rojo, negro, amarillo del blanco y del azul en gran medida en todos los videos, y los colores pastel también, sobre todo en los interiores: en *Pienso en tu mirá* y *Di mi nombre*, en los que, por una parte nos muestran episodios de la protagonista en su hogar y por otra todo el video tiene lugar en una casa; se juega con la saturación de los colores para reflejar el sentir o la situación de la protagonista. Tanto es así que, cuando la protagonista se encuentra con sus bailarinas, los colores son mucho más vivos y llamativos que cuando aparecen hombres, que resultan más apagados.

Este juego entre iluminación y colores es latente también en el videoclip de *Bagdad*, los colores que más se utilizan en este video son el rojo, el negro y el gris, y sin embargo el espacio durante prácticamente todo el video es muy apagado. Este ambiente oscuro, en el que la protagonista se encuentra sola y desesperada a causa del hombre, aunque no esté presente, contrasta con el naranja final del video y la luz cegadora, cuando por fin consigue liberarse. Es interesante comentar también la transición de un extremo a otro, cómo después de que la luz del baño comience a parpadear hasta fundirse y dejar la imagen a

oscuras se cambia radicalmente al foco de luz naranja que deslumbra y prácticamente no deja ver bien a la cantante.

Por último, cabe destacar la caracterización de los personajes. Los hombres se definen mediante su vestuario y presentación, son camioneros o mecánicos, hombres de clase baja que visten de una manera simple y descuidada, con chándales y camisetas básicas, de manga corta o incluso de tirantes. En las mujeres encontramos dualidad: en ocasiones su vestuario se podría relacionar también con mujeres anticuadas y de clase humilde: vestimentas más clásicas o chándales. Sin embargo, en otras ocasiones su vestuario, aunque sigue teniendo como base *sport* o *casual*, se torna agresivo y resulta imponente: ropa rompedora, estilo de moteras, gran cantidad de joyas, uñas larguísimas,... Este contraste, además, se da (igual que sucede con la iluminación y los colores) en base a la aparición del hombre o de su influencia en la protagonista

5.4 *Análisis de las performances*

Otro aspecto importante e igual de cuidado que los anteriores son las performances, espectáculos en vivos o conciertos que ofrece Rosalía. En este apartado analizaremos su actuación en los MTV EMA's de 2018, en la que canta un *Medley*¹⁵ de De Aquí No Sales y Malamente; el concierto que ofreció en la Plaza de Colón de Madrid para la presentación de su disco, su actuación en el Festival Coachella Chile y revisaremos también su performance en los últimos MTV VMA's.

¹⁵ Medley: “Popurrí” de canciones o de parte de ellas mezcladas en una sola interpretación

5.4.1 Análisis

En su actuación en los EMA's, (disponible en [este enlace](#)) comienza cantando “De aquí no sales”, de pie dentro de la parte trasera de un camión que en uno de los laterales tiene escrito “Rosalía”. Se encuentra rodeada de un grupo de bailarinas, vestidas de negro y con los ojos cubiertos con gafas que bien podrían



Captura 1: MTV EMA's. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

simular las protecciones que se llevan en los ojos al soldar (como aparece también en el videoclip de “Malamente”). Ella, vestida de rojo oscuro, con unas protecciones negras que le cubren los pies, está solamente iluminada por las luces de un Quad situado dentro del camión y por un foco rojo que arroja la luz frente a ella (Captura 1).

Conforme comienza a cantar, las luces rojas van variando, moviéndose, apareciendo también en el suelo y en el fondo del camión. Mientras Rosalía canta, como comentábamos anteriormente, dándole voz al hombre, se mueve de manera violenta, como representando la actitud del hombre en la discusión, moviendo sus manos al ritmo de los sonidos de motor, e incluso agitándose al son de estos. Sus bailarinas permanecen inmóviles mientras ella canta una parte de “De aquí no sales”: la protagonista de la historia está sola durante las peleas con su pareja; sin embargo, cuando comienza la melodía de “Malamente” y Rosalía comienza a andar hacia fuera del camión, las bailarinas, igual que en



Captura 2: MTV EMA's. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

el videoclip la acompañan, comienzan a salir y a caminar a la vez que ella, posicionándose prácticamente como una formación de ejército.

Durante esta parte de la actuación, reproducen los bailes que se ven en el videoclip, haciendo diferentes movimientos a la vez, perfectamente coordinadas.

En este momento, pese a que siguen iluminándolas luces rojas, las del suelo y el interior del camión han cambiado a color blanco (Captura 2).

Previamente al comienzo del estribillo, empiezan a bailar con fuerza y avanzan hacia el frente caminando todas a una, cruzando una pasarela hasta situarse en el centro de un círculo que forma el escenario. Allí se encuentran con más bailarinas, vestidas igual, que se unen al “ejército”. Igual que en el videoclip de la canción, con escenas situadas en lo que parece un polígono, en el escenario se sitúan farolas que emiten luces intermitentes, del mismo modo que iluminan las llamas del soldador el taller en el que se prepara la moto para la mujer.



Captura 3: MTV EMA's. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

Continúan apareciendo bailarinas, que se sitúan alrededor de la cantante, formando un ejército de mujeres cada vez más grande, que protegen a la cantante y se mueven coordinadas con ella (Captura 3).

Tras esto, se nos ofrece un plano cenital en el que vemos como se han colocado: varios círculos formados por las bailarinas y en su centro, la cantante: Igual que en el artwork diseñado para este tema (Artwork 1), en el que vemos a Rosalía situada en el centro de una sucesión de círculos (Captura 4).



Captura 4: MTV EMA's Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

Tras esto, las bailarinas y Rosalía, repiten la coreografía que se presenta en el videoclip, aunque en la actuación el número de mujeres que la acompañan es mayor y, mientras bailan, las luces del suelo parpadean y varían.

A continuación, mientras un grupo permanece bailando en el círculo del escenario, Rosalía, acompañada de otras cuantas, protegida por ellas, camina con paso firme hacia el frente y termina su actuación sonriente.

En el concierto gratuito a cargo de Red Bull, ofrecido en la Plaza Colón de Madrid, la cantante ofreció un espectáculo en el que cantó tanto canciones de “El Mal Querer” como de “Los Ángeles”. En este caso, analizaremos tres de las actuaciones: “De Aquí no sales”, “Bagdad” y “A ningún hombre”.

Cuando comienza la actuación de “De Aquí no sales” (disponible en [este enlace](#)), las luces del escenario están apagadas, y solo iluminan la escena unos destellos blancos que aparecen sobre una pantalla y las luces de un Quad que llevan las bailarinas vestidas de blanco. Cuando pasan unos segundos, el escenario se ilumina con unas fuertes luces rojas; mientras comienza la canción, las bailarinas colocan en la pasarela del escenario el Quad y se colocan a su alrededor.

Tras esto, Rosalía, que estaba al final de la pasarela, se acerca a ellas y se pone de pie sobre una de las ruedas del Quad. En este momento, unos focos blancos comienzan a parpadear. Mientras Rosalía canta, una de las bailarinas acciona el motor y hace rugir el vehículo en los momentos que se escucha en la canción (Captura 5).



Captura 5: De aquí no sales. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=4Jf6xEE_0yU

Tras esto, cuando comienza a cantar “mucho más a mi me duele”, salta del quad y comienza a avanzar por la pasarela, agitándose del mismo modo que lo hace en el videoclip. Cuando comienza el palmeo en la canción, las bailarinas y ella “*forman*” y comienzan a dar palmas mientras se mueven. Después, en los “*eh*” de la canción, se mueven de manera desafiante para continuar bailando igual que en el videoclip. Al terminar la canción, todas paran a la vez y las luces se apagan.

Lo curioso de esta actuación llega una vez termina la canción: en una gran pantalla aparece un video de Anime, en el que aparece, lo que se intuye es, una mujer maltratada. Los subtítulos dicen: “siento tu dolor”, pudiendo atribuirse al hombre y “morí el día en que te conocí”, pudiendo darle esas palabras a la mujer.

A continuación, el le pregunta si tiene miedo, a lo que ella responde que ya no siente nada pero necesita que se quede para después decirle que no puede quererle. Tras esto, en el video vemos una chica, con aros de oro, a la que le resbala una lágrima por la mejilla, que cae al vacío, hasta que la pantalla se funde a negro (Captura 6).



Captura 6: De Aquí no sales. Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=4Jf6xEF_0yU



Captura 7: Bagdad. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=HBHXgtLCSME>

Esta última imagen, recuerda mucho al videoclip de “Bagdad” (disponible [aquí](#)), actuación que comentaremos a continuación. La canción comienza con las bailarinas vestidas de blanco formando un círculo, en su centro encontramos a Rosalía agachada. Tras esto, las bailarinas abren el círculo y se sitúan de rodillas a los lados del escenario y de pie detrás de la cantante, que viste de rojo y lleva la cabeza tapada con un velo también rojo (Captura 7).

A continuación, cuando comienza a cantar “*la miraban sin ver ná*”, se quita el velo, descubriéndose la cara. En el momento que empieza el estribillo, las bailarinas que estaban en el suelo comienzan a retorcerse, para luego situarse a los pies y a los lados de la cantante y bailar a su alrededor, dando una imagen de la Ascensión de la virgen, rodeada de ángeles (Captura 8).



Captura 8 : Bagdad. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=HBHXgtLCSME>

Tras esto, continúa cantando sentada, para después levantarse y alzar el brazo, a la vez que lo hacen las bailarinas a su alrededor. Cuando comienzan de nuevo

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

los coros, se sienta, y las bailarinas vuelven a rodearla, esta vez jugando con una cuerda roja que todas rodean con sus manos y van moviendo de un lado a otro, enmarcando a Rosalía. Justo cuando termina la canción, el escenario se apaga por completo.

Por último, vamos a analizar la actuación de “A Ningún Hombre”(disponible en [este enlace](#)), canción que cierra el disco y la historia: resultando en el empoderamiento de la protagonista.



Captura 9: A ningún hombre. Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=aoyoH3ZPqSs>

En esta actuación, Rosalía aparece sola, sin la compañía de sus bailarinas. Comienza a cantar con lágrimas en los ojos, en medio de la oscuridad, mientras varios focos la alumbran solo a ella, situados a su alrededor. (Captura 9)

Mientras canta, y habla de que solo dios puede juzgarla, mueve sus manos como bendiciendo al público.

Con esta canción cierra el concierto y, mientras agradece al público su apoyo, baja del escenario para abrazar a los asistentes.

A continuación analizaremos su actuación en el Festival Lollapalooza Chile (video disponible en [este enlace](#)), ya que es el primer espectáculo en el que se ensaya una puesta en escena estandarizada que se repetirá en sucesivas actuaciones. Además, en el incluye canciones tanto de *El Mal Querer* como de *Los Angeles*, intercalando otras que no están adscritas a ningún disco, que son colaboraciones o que ni siquiera ha sacado al mercado.

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

La actuación comienza con *Pienso en tu mirá*, y Rosalía aparece vestida de púrpura y amarillo, colores presentes en el capote de los toreros. Comienza cantando sola, subida a una tarima. Cuando llega el estribillo, aparece su equipo de bailarinas, vestidas de blanco, saltando a su alrededor igual que lo hacen en el videoclip de la canción, aunque en él aparecen vestidas de negro (Captura 10).



Captura 10. Lollapalooza Chile. Pienso en tu mirá
FUENTE: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

A partir de ese momento, las bailarinas se mueven a su alrededor, bajo la tarima imitando algunos de los movimientos de la cantante para después, a mitad de la canción, subir con ella a la tarima y formar a su alrededor, haciendo una coreografía conjunta que recuerda a un “ejército”, al igual que en los videoclips (Captura 11).



Captura 11. Lollapalooza Chile. Pienso en tu mirá. FUENTE: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

En el siguiente estribillo, repiten de nuevo la “coreografía” saltos que aparece también en el videoclip, las bailarinas y la cantante saltan, mientras las primeras rodean a la segunda. Tras esto, las bailarinas comienzan a separarse de Rosalía, y bajan poco a poco de la tarima, acercándose y alejándose, hasta desaparecer del escenario y dejar a Rosalía terminar la canción sola.



Captura 12. Lollapalooza Chile. Como Ali.
FUENTE: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

La siguiente canción, es *Como Ali*, que solo ha podido ser escuchada en sus conciertos. En esta actuación, las bailarinas suben al escenario y junto a Rosalía llevan a cabo una coreografía también muy estructurada, con movimientos muy marcados (Captura 12). Además, podemos ver que hay un

coro situado a un lado del escenario formado por dos mujeres y dos hombres vestidos de negro.



Captura 13 Lollapalooza Chile. Barefoot in the park.

FUENTE:

<https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

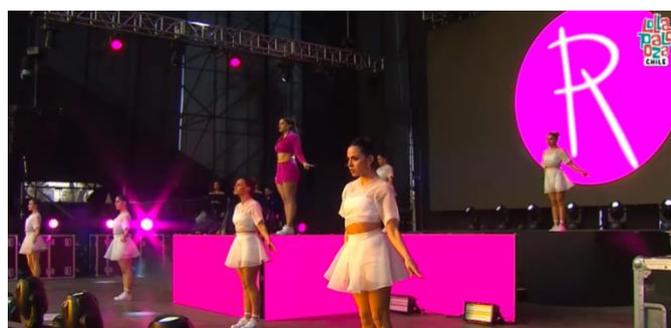
Tras esta canción pasa a *Barefoot in the park*, colaboración con James Blake, y cuando comienza a sonar, las bailarinas bajan del escenario y se esconden, dejando a la cantante sola sobre la tarima, que permanece quieta hasta que llega su parte de la letra y comienza a cantar. Mientras tanto, en la pantalla situada tras ella y sobre la tarima se

proyectan destellos de luz (Captura 13). Cuando está terminando la canción, la catalana comienza a moverse siguiendo movimientos del flamenco y baila sola sobre el escenario.

Para la siguiente canción, *De Madrugá*, que de momento solo puede ser escuchada en sus conciertos, sus bailarinas suben también al escenario e igual que en las anteriores, forman a su alrededor y bailan con ella, enfatizando con sus movimientos los *beats* de la canción y aportando dramatismo agarrando y rodeando a Rosalía.

Tras un pequeño discurso, Rosalía canta *Catalina a capella*, sola sobre el escenario aunque esta vez se baja de la tarima. A continuación, sube de nuevo a esta y comienza *Que no salga la luna*, actuación que lleva a cabo también sin bailarinas, pero con baile, pues Rosalía baila flamenco sobre la tarima.

A continuación, pasa a *Maldición*, y sus bailarinas aparecen de nuevo sobre el escenario. Sobre la pantalla del escenario aparece un círculo fucsia, color que también ilumina la tarima. En el momento de la canción en el que se incluyen los efectos sonoros de una catana, el círculo



Captura 14 Lollapalooza Chile. Maldición. FUENTE:

<https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

de la pantalla va cambiando de color mientras Rosalía y las bailarinas imitan una lucha con espada, hasta que el círculo vuelve a su color y parece que hayan rasgado con sus movimientos una “R” sobre él (Captura 14). Tras esto, el fondo negro se torna rosa, mientras se canta el *reguero de sangre*, y las bailarinas suben al escenario y se posicionan a los lados de Rosalía, incluso dos de ellas rodean sus piernas con los brazos.

La siguiente canción es una versión de la canción de Las Grecas: *Te estoy amando locamente*. En esta son las bailarinas las que toman el escenario y ofrecen un espectáculo de baile sin Rosalía, hasta que termina la canción, ellas salen y Rosalía vuelve al escenario.

Tras esto, Rosalía canta *A ningún hombre*, sola y sin ningún tipo de baile, más que movimientos que desprenden pasión y fuerza mientras canta. La siguiente canción es *De aquí no sales*, que Rosalía comienza cantando sola mientras la pantalla y la tarima se tiñen de rojo con destellos amarillos, naranjas y blancos (al igual que en el videoclip) que enfatizan los códigos sonoros de las motos y las sirenas.



Captura 15 Lollapalooza Chile. De aquí no sales.
FUENTE:
<https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

Cuando comienzan las palmas, es cuando las bailarinas suben al escenario y, de nuevo, forman junto a Rosalía, mostrándose como una defensa para ella. En esta actuación se repiten también las coreografías del videoclip (Captura 15). Cuando termina la canción, todas abandonan el escenario y en la pantalla aparece un video “casero” de Rosalía.

A continuación llega el turno de *Di mi nombre*, en la que de nuevo Rosalía se queda sola en el escenario, cantando y bailando flamenco, exagerando sus movimientos. Como en el videoclip de la canción, está sola y sus movimientos son más bruscos.



Captura 16 Lollapalooza Chile. Bagdad. FUENTE: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

Cuando termina esta canción, las bailarinas suben al escenario de nuevo y comienza *Bagdad*: las bailarinas se arrodillan alrededor de Rosalía mientras esta canta y se proyecta tras ella, en la pantalla, un triángulo invertido rojo sobre un fondo negro. Las bailarinas se mantienen inmóviles

a su alrededor hasta que comienza el estribillo: comienzan a moverse a sus lados con movimientos sutiles, como en su actuación en la Plaza Colón anteriormente comentada, en el segundo estribillo la rodean con trozos de tela rojos (Captura 16).

Las siguientes canciones, no están incluidas en *El Mal Querer*; estas son *Brillo*, colaboración con J Balvin; un remix de El Guincho de una balada gitana, para la que Rosalía y sus bailarinas efectúan una coreografía en la que incluyen pasos urbanos mientras en la pantalla del escenario se alternan luces negras y blancas, tras esto “juega” con los espectadores, animándoles a gritar “olé”, y presenta al equipo.

A continuación llega *Lo presiento*, canción que pese a no estar incluida en los temas del disco, si aparece en su universo: es el tema que suena en el principio del videoclip de *Bagdad*, pero que no ha salido al mercado: Para su puesta en escena, la pantalla tras Rosalía y sus bailarinas se ilumina de color blanco y azul hasta prácticamente resultar cegadora: tanto como al final del propio videoclip, cuando la cantante aparece flotando sobre una luz naranja, mientras Rosalía y sus bailarinas bailan juntas.

Tras esto llegan *Con Altura*, colaboración también con J Balvin, actuación en la que incluyen también la coreografía del videoclip y tras esto, *Aute Cuture*, canción también ajena al disco. Durante estas



Captura 17 Lollapalooza Chile. Aute Cuture. FUENTE: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

actuaciones se sigue jugando con la iluminación y los colores: azules, blancos, amarillos, rojos y negros (Captura 17).



Captura 18 Lollapalooza Chile. Malamente.

FUENTE:

<https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4>

El concierto se cierra con *Malamente*, pero antes de que comience, Rosalía se va del escenario y las bailarinas se mueven por el al ritmo de la batería, mientras aparece escrito “El mal querer” en la pantalla. A continuación entra de nuevo Rosalía, seguida por sus bailarinas, de nuevo dando sensación de ser un ejército organizado, y comienza la canción mientras en la pantalla y la tarima aparecen diamantes (Captura 18).

Durante la canción se alterna este fondo con negro y se juega con la iluminación, lanzando destellos de luz que cambian a negro. En esta canción de nuevo se incluyen las coreografías del videoclip.

Su espectáculo finaliza con esta actuación, algo que llama la atención pues es el primer capítulo de su disco, el augurio de lo que va a pasar.

Por último, analizaremos su performance en los últimos premios MTV VMA's (video disponible [aquí](#)), en ella interpreta las canciones *A ningún hombre*, de su disco *El Mal Querer*, *Yo x ti, tu x mi*, su más reciente colaboración con Ozuna y, por último, *Aute Cuture*.

La actuación comienza con ella situada en el centro del escenario iluminada por un potente foco que la enmarca (Captura 19) y delimita el espacio, generando un ambiente más íntimo. Cuando termina esta canción se ilumina el escenario, el suelo de éste se llena de flores y aparecen sus bailarinas.



Captura 19 Rosalía VMA's 2019

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=aoyoH3ZPqSs>

Comienza la canción *Yo x ti, tú x mi*, y rápidamente sus bailarinas se colocan a su

alrededor, en círculo sustituyendo al foco. Conforme avanza su parte de la canción ella y las bailarinas hacen una coreografía hasta que aparece Ozuna, cantante con quien colabora en esta canción.



Captura 20 Rosalía VMA's 2019 Fuente:Rosalía VMA's 2019 Fuente:<https://www.youtube.com/watch?v=3EDbDtVcmYA>

En el momento que entra el artista invitado, Rosalía se mantiene en el centro del escenario y mientras él canta, ella mueve las manos como en el flamenco (Captura 20). Cabe destacar aquí que uno de los premios a los que Rosalía optaba, y con el que finalmente fue galardonada, era el de “Mejor Coreografía” y hasta este punto de su performance no efectúa ningún baile demasiado destacable. De nuevo, hace uso de la ironía, en este caso en su actuación: Las luces, su vestuario y las imágenes del escenario son imponentes y, sin embargo, su baile y su actuación hasta este punto no lo es tanto.

Al terminar su canción con Ozuna, Rosalía de nuevo se mantiene en el centro del escenario, incluso cuando éste se va a marchar. Tras esto, comienza la canción *Aute Cuture*, en el que la coreografía y los movimientos coordinados de Rosalía con sus bailarinas se convierten en lo más llamativo. Como en las actuaciones analizadas anteriormente, la posición de la cantante es central y, junto al equipo de baile, dan la sensación de formar como un ejército (Captura 21).



Captura 21 Rosalía VMA's 2019 Fuente:<https://www.youtube.com/watch?v=3EDbDtVcmYA>

Durante esta parte de la actuación prácticamente Rosalía no canta, sino que baila: Efectúan una coreografía similar a la llevada a cabo en el videoclip de la

canción (disponible en [este enlace](#)). Su espectáculo termina con esta canción y con Rosalía sonriente mientras escucha los aplausos del público.

5.4.2 Observaciones

Como podemos observar, sus actuaciones están muy ligadas tanto a los videoclips como a los artworks dispuestos para los temas. Siguen presentes los colores negros, rojos y blancos; los contrastes entre luz y oscuridad, y las luces que parpadean, repitiéndose en todas las representaciones visuales que tienen que ver con el disco.

Incluso las coreografías y movimientos más característicos de los videos musicales, se incluyen en las actuaciones.

La inclusión de símbolos tanto religiosos como de “lo español” es algo que se extiende también a sus espectáculos: desde gestos santiguándose o “bendiciendo”, hasta la representación de la ascensión de una virgen. Incluso sus lágrimas, aunque de emoción, concuerdan con cómo se la representa en los artworks, así como los colores que se identifican con España o “lo español”, que se incluyen sobre todo en los vestuarios.

Por último, es destacable la simetría que presenta en todas sus actuaciones: normalmente Rosalía siempre está situada en el centro y sus bailarinas se suelen colocar a su alrededor de una forma ordenada pese a estar bailando, potenciando la sensación de que de ella parte todo.

6 Conclusiones

Una vez analizados todos los elementos que conforman el universo de “El Mal Querer” parece interesante concluir con la relación que existe entre ellos y los puntos comunes que los convierten en un todo artístico. Rosalía logra, con este trabajo, crear un universo de marca perfectamente cohesionado y coherente, ya no solo teniendo en cuenta los detalles visuales, sino que hasta su producto más básico, la música, encaja perfectamente en él. Explota al máximo la, como apunta Pedrosa González, “capacidad de collage” característica del videoclip a niveles estéticos y narrativos y la extiende a todos los niveles creativos de su disco. Podríamos decir que esta explotación del *pastiche*, logra presentar a Rosalía como artista culta, que mezcla referencias artísticas cinematográficas, pictóricas, musicales, religiosas y hasta literarias de todas las épocas y clases: desde pintores como Goya hasta imaginarios de polígonos industriales o clases sociales bajas; re-elabora lo característico “de la calle”, lo popular, aportándole un nuevo sentido y convirtiéndolo en un Arte mayor; es decir, pese a inspirarse en el folclore y adoptar sonidos, temáticas y referencias populares, logra sortear la etiqueta de artista popular y convertirse en una artista que se apoya en referentes muy distintos y que se extienden a todo tipo de artes.

La artista, como ya hemos mencionado anteriormente, explica que el motivo de su trabajo es explorar la evolución de las formas de amar y de las relaciones, si es que han cambiado y evidencia que un problema que existía siglos atrás, se mantiene vigente. Además, utiliza su música para lanzar un mensaje que parece bastante evidente: la mujer no debe estar supeditada al mandato o la opresión del hombre, sino que puede ser libre e independiente. Por otra, parece llamar a la sororidad, rodeándose tanto en videos como en espectáculos, de mujeres bailarinas que la apoyan. Podríamos decir también que historia que cuentan sus canciones da voz a las mujeres que sufren o han sufrido situaciones similares. Para ello, mezcla especialmente dos géneros, Flamenco y Trap, ambos son músicas que nacen con la protesta, denuncia o explicación de una situación concreta que viven aquellos que hacen esa música: La historia que cuenta el disco es de un amor tóxico, una relación abusiva llena de celos, opresión de la

mujer y maltrato, un problema que hoy en día sigue vigente. Así, la cantante con el desarrollo de la historia reivindica el empoderamiento femenino, la fuerza de la mujer y la capacidad de independencia. El disco está basado en “El Román de Flamenca”, pero la catalana adapta la historia y cambia su final haciendo que la protagonista logre escapar de la tragedia.

Parece especialmente interesante hablar de cómo lleva a su máximo exponente las características de la estética posmoderna, extendiéndolas a toda su obra haciendo uso, como apunta Calabrese (citado por Pérez-Yarza), del “desplazamiento”, es decir, “dotar el hallazgo del pasado de un significado a partir del presente de un significado a partir del hallazgo del pasado” (1996). Juega con referencias culturales comunes a los destinatarios logrando, como apunta Pérez-Yarza, generar una experiencia de identidad colectiva (1996). Rosalía mezcla la estética urbana, la flamenca, la religiosa y la *kinky*, mediante el uso de mantillas, rosas que recuerdan a trajes de flamenca, bailaoras, chándales, joyas de oro, zapatillas de deporte, uñas de gel, protecciones para montar en moto,... Incluso, si su música incluye particularidades del pop, ella incluye guiños a la cultura más pop: la canción “Bagdad” tiene como base un éxito del pop como es “Cry me a River” y, en el videoclip de esa canción, la cantante hace un guiño a la “princesa del pop”, la cantante Britney Spears vistiendo un mono de latex rojo, que recuerda al mismo que luce Britney Spears en el videoclip de “Oops... I did it again”. Estas referencias al pop podemos encontrarlas también en canciones fuera del disco *El Mal Querer*, por ejemplo en uno de sus últimos lanzamientos: *Aute Cuture*: El vestuario con hombreras recuerda al de Lady Gaga y Beyoncé en *Telephone*, por ejemplo.

Sus videoclips (y todo el trabajo visual que envuelve al disco) se nutren de una narrativa polisémica, icónica: reinterpreta y se sirve de aquella cultura a la que hemos estado expuestos, el uso de elementos religiosos, representativos de la cultura española, y de la moda o el ambiente urbano. Todos ellos se incluyen en cada una de las expresiones artísticas y se reinterpretan. La cantante toma el imaginario español, la cultura y la religión, las imágenes con las que la sociedad ha convivido, y las dota de un nuevo significado, la reinventa y la adapta

añadiéndoles nuevas capas de significado para hacer más fuerte y comprensible su mensaje.

Incluye elementos tan castizos de la cultura española como podrían ser los molinos en el video de “De aquí no sales”: Bien podríamos identificar el molino que aparece en el video y el hombre que, en llamas, entra a él, con el pasaje de “Don Quijote” en el que el protagonista identifica a los molinos con gigantes. La cantante toma ese gigante, ese enemigo que podría ser la relación en que está envuelta, y lo hace explotar. Por otra parte, toma y reinterpreta la cultura torera, dándole la vuelta a su significado: utiliza la relación entre torero y toro para representar una relación tóxica entre hombre y mujer.

La estética de su trabajo transforma lo más profundo de España en algo contemporáneo y que atrae a los más jóvenes. Traslada una historia del S.XIII a la actualidad, mezclando el imaginario de la cultura más urbana y/o “*kinki*”, con la más pura y tradicional, introduciendo incluso elementos tan cotidianos a día de hoy como son los móviles: en “Pienso en tu mirá” vemos a la protagonista mandar whatsapps y en “Bagdad” notas de voz, por ejemplo.

Con todo esto, la cantante mezcla estilos e imaginarios hasta lograr una señal de identidad personal, algo que encaja con la definición de artista que explica del Val, “alguien innovador, que no se quede anclado en el pasado”. La artista juega con diferentes músicas, sonidos, recursos y estéticas. Combina el lenguaje actual y sus expresiones con un lenguaje mucho más tradicional e incluso con el caló.

Las canciones o capítulos cuentan una historia que se explica o materializa en los trabajos visuales y, esa continuidad de la historia se manifiesta en ellos también: En “De aquí no sales”, la protagonista se hunde en gasolina, que bien podría representar el dolor de las discusiones con su pareja y la toxicidad de ese amor termina por estallar y llenar todo de fuego y, en “Bagdad” la protagonista se ahoga en su pena, hasta “resucitar” o encontrar su salvación presentada con una luz naranja, que bien recuerda al fuego.

Todos estos elementos se entrelazan en cada una de las partes. Por ejemplo, en lo relacionado con “Bagdad”: En el artwork vemos a Rosalía recostada, vestida de blanco delante de un fondo naranja y, al final del videoclip la vemos ascender vestida de blanco también deslumbrando con una luz naranja. Además, esa experiencia "religiosa" que pretende representar la canción se hace obvia en los espectáculos: Rosalía cubre su rostro con una mantilla, y sus bailarinas la rodean prácticamente representando la ascensión de la Virgen.

Esta continuidad y juego de elementos representativos se hace presente también con las motos y motores: En el videoclip de “Malamente”, le preparan una moto a la protagonista, que primero es “toreada”, para después mostrarse por encima del hombre y, lograr escapar en una moto también en “De aquí no sales”. El elemento de la moto no está presente solo en los videos, sino que su sonido se incluye en la propia música y se traslada al espectáculo, como vemos en su actuación en los MTV EMA’s y en el concierto ofrecido en la Plaza Colón de Madrid.

También se juega con la estética de la mujer, o bien presentándola como una mujer “pura” con ropa mucho más holgada, sencilla o de colores claros cuando la opresión del hombre se percibe o bien adoptando una más llamativa, cuando la mujer adquiere poder. Este machismo u opresión patriarcal no solo se refleja en la historia contada, en las letras, sino también en detalles de los videos: En ningún momento vemos a la mujer mostrar de una manera exagerada su cuerpo, ni si quiera en el momento, por ejemplo, de éxtasis y, sin embargo, en “Malamente” y “Bagdad”, apreciamos fotografías de mujeres desnudas en las paredes.

Otro aspecto que contribuye a la continuidad entre todos los elementos es el uso que hace de la iluminación y de unos colores concretos: Los juegos de luces están presentes en los espectáculos, los artworks y los videoclips: luces que parpadean, fognazos, oscuridad y luz cegadora. Por otra parte, los colores rojo, negro, blanco, naranja y los tonos pastel, se repiten a lo largo de todas las creaciones sujetas al disco y dotan al trabajo de coherencia, creando una unidad

artística que podría recordad, por ejemplo a lo que sucede en *El Lazarillo de Tormes*, que como apunta Wolfenzon se trata de una obra

“que se construye a través de imágenes circulares que ocasionan una impresión de cierre y coherencia totales. El efecto de circularidad se produce no solo porque toda confesión o relación es, en si misma, un discurso cerrado, sino porque la recurrencia y reaparición de ciertos elementos establecen una serie de conexiones internas fuertemente imbricadas” (Wolfenzon 2007: 16)

Es decir, se seleccionan unos elementos concretos que formarán parte del universo de la obra, que se repetirán dentro de esta y serán los causantes de esta coherencia y circularidad, como sucede en el disco: se explotan y relacionan al extremo logrando una unidad visual y artística. De esta manera, no resultaría equivocado decir que a nivel ejecutivo se podría tomar el trabajo de la cantante como ejemplo de creación de marca: se generan diferentes productos que desprenden la misma esencia y transmiten un valor determinado: el empoderamiento; además, todos siguen unas pautas de diseño y son coherentes entre ellos.

Así, se podría decir que se confirma la primera hipótesis planteada en este trabajo; sus creaciones no pueden entenderse plenamente sin tener en cuenta su trabajo entero. En el “El Mal Querer” se pone la narrativa audiovisual al servicio de la historia contada: se utiliza el videoclip como soporte para explicar y situar las canciones en el contexto actual, haciendo que el público identifique a Rosalía con esa mujer luchadora que se representa en la historia. Es decir, la narración traspasa la frontera de la ficción y el discurso audiovisual sirve como refuerzo para su imagen, para su marca personal.

El trabajo y el cuidado detrás de estos videos han hecho que medios de comunicación, artistas y público acojan y aclamen estas creaciones, traten de descifrarlos y generar un debate sobre sus significados y claves, llevando así la particularidad publicitaria intrínseca del videoclip a un nivel superior.

Por este motivo, podríamos confirmar que se cumple con la segunda hipótesis planteada: la cantante toma la narrativa audiovisual como herramienta para construir la marca “El Mal Querer” y potenciar la marca personal-musical “Rosalía”, además, se sirve del videoclip como formato publicitario principal para ambas y logra dar credibilidad a su mensaje

Por último, cabe decir que gracias a “El Mal Querer”, Rosalía consigue establecer su marca personal: atendiendo a las cuestiones líricas y sonoras, experimentando y proponiendo un sonido nuevo o, al menos, diferente a lo que estamos acostumbrados, cuidando la propuesta visual que ofrece y mostrando relación entre la imagen que representa en el disco y en los videos con la suya propia como artista.

Para llegar a su sonido característico y su imagen actual, ha ido evolucionando y experimentando, hasta dar con una propuesta autentica, entendiendo la autenticidad como una “identidad reconocible en la variedad, en la diferencia, en la semejanza”, como apunta Yepes Stork (1997) más bien hasta construir y edificar la autenticidad que le ha hecho llegar al gran público: seleccionar una estética concreta, un mensaje, una manera de hacer, un sonido, unos códigos visuales que llamen la atención del público y a su vez que se puedan identificar con ellos. Algo que, podemos intuir no nace de manera espontánea, sino que es fruto de un trabajo previo: basta con ver comparar la estética, sonido y, sobre todo, repercusión entre “Los Angeles” y “El Mal Querer” para poder dar cuenta de ese cambio o evolución que ha dado la cantante hasta llegar a su “personaje actual”. Por este motivo, podríamos decir que se confirma la tercera hipótesis planteada en el trabajo: el éxito de la artista es fruto de la construcción de una fuerte marca personal que se percibe auténtica ante los ojos del público.

7 Líneas futuras de investigación

Cualquier trabajo de investigación ayuda a despejar incógnitas sobre un tema concreto, sin embargo de igual manera contribuye a generar nuevas incógnitas o más amplios planteamientos que, en ocasiones, no se pueden abarcar en su totalidad en un solo trabajo. Así, en este último apartado se presentan algunas líneas de investigación que pueden resultar interesantes en base al tema tratado.

En relación a la construcción de marca personal de un artista, podría resultar interesante ahondar aún más en la importancia que tienen las redes sociales y el contenido generado para estas a la hora de definir el personaje musical o al artista y cómo se relaciona el uso de redes sociales de una manera más “personal” con la profesional.

Otro aspecto que pudiera resultar sugestivo es el análisis de la construcción de sentido en los videoclips de música urbana: la iconografía religiosa, la estética kitsch, la cotidianidad, etc. Y cómo la generación de artistas actual hace uso de ella para perfilar o modular el sentido de su música.

También con respecto al videoclip, sería interesante también profundizar en la creciente importancia y expectación que generan entre el público y como, cada vez más, parece dársele un mayor reconocimiento e interés a los directores y productores de estos.

Por otra parte, relación al análisis de este trabajo, la cantante Rosalía y sus proyectos, resultaría sugestivo profundizar aún más en su estética y la construcción de su personaje; así como la coherencia existente entre su trabajo *El Mal Querer*, y sus últimos lanzamientos que, pese a constituir proyectos diferentes, comparten herramientas y referencias.

Por último, podría ser interesante estudiar la construcción de marca de otros artistas que han sabido adaptarse al momento actual y a sus constantes cambios

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

y entender cómo cambia la industria de la música, como por ejemplo el músico C. Tangana.

8 Bibliografía

ABC (2017, 30 diciembre). *Los diez mejores discos nacionales de 2017*, según ABC. Recuperado de https://www.abc.es/cultura/musica/abci-diez-mejores-discos-nacionales-2017-segun-abc-201712300206_noticia.html

Agencia EFE (2018, 18 enero). "*Los Ángeles*" de Rosalía, Premio Ruido de la prensa al mejor disco de 2017. Recuperado de <https://www.efe.com/efe/espana/cultura/los-angeles-de-rosalia-premio-ruido-la-prensa-al-mejor-disco-2017/10005-3495687>

Aguaded, I y Rodríguez-López, J. (2013) *Propuesta metodológica para el análisis del vídeo musical*. Quaderns del CAC 39, vol 16, pp. 63-70. Disponible en: https://www.academia.edu/26443815/Propuesta_metodol%C3%B3gica_para_el_an%C3%A1lisis_del_v%C3%ADdeo_musical

Alonso, Sebas E. (2018, 31 mayo). *Rosalía, número 1 en Youtube España con 'Malamente' y en los virales de Spotify con 'Brillo'*. Jenesaispop. Recuperado de <https://jenesaispop.com/2018/05/31/331917/rosalianumero-1youtube-espana-virales-spotify-espana/>

Altozano, J, (2018, 9 noviembre) *ROSALÍA, lo que nadie está diciendo sobre "El mal querer"* . Youtube . [archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=NgHXFTgaVT0>

Aute Cuture (2019, 17 enero) *ROSALÍA - A NINGÚN HOMBRE | Plaza de Colón (Madrid) Live HD*. Youtube [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=aoyoH3ZPqSs>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Aute Cuture (2019, 14 enero) *ROSALÍA - BAGDAD | Plaza de Colón (Madrid) Live HD*. Youtube [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=HBHXgtLCsME>

Aute Cuture (2019, 15 enero) *ROSALÍA - DE AQUÍ NO SALES | Plaza de Colón (Madrid) Live HD*. Youtube [archivo de video] Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=4Jf6xEF_0yU

Barcelona metrópolis (2019, abril). *Chiqui de la Línea: maestro de ‘cantaores’*. Recuperado de <https://www.barcelona.cat/metropolis/es/contenidos/chiqui-de-la-linea-maestro-de-cantaores>

Bardají, J. (2018, 29 mayo) *Rosalía avanza el vídeo de ‘Malamente’, su nuevo single, que llega esta noche*. Jenesaispop. Recuperado de <https://n.com/2018/05/29/331585/rosalia-avanza-video-malamente-nuevo-single-llega-esta-noche/>

Bardají, J. (2018, 2 noviembre) . *Rosalía publica al fin ‘El mal querer’: curiosidades y detalles en los créditos del álbum*. Jenesaispop. Recuperado de <https://jenesaispop.com/2018/11/02/345310/rosalia-publica-al-fin-el-mal-querer/>

Barrio, M.(2002) *Música y narración en los medios Audiovisuales*, Madrid, Laberinto S.L.

Beneviste, E. (1977) *Problemas de lingüística general (vol. 2)*. Mexico D.F, México. Siglo XXI

Bermudez Rojas, V. (27 de Febrero de 2018). Libre Pensador. Recuperado el 3 Julio de 2019, de *El trap: Machismo y sexismo auditivo*:

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

<https://librepensador.uexternado.edu.co/el-trap-machismo-y-sexismo-auditivo/>

Blum, D (2018, 3 Julio) *Rosalía “Malamente”*. Pitchfork. Recuperado de: <https://pitchfork.com/reviews/tracks/rosalia-malamente/>

Collazo, M (2007) *El videoclip como formato de la publicidad audiovisual*. Recuperado de https://www.academia.edu/4630756/El_videoclip_como_publicidad_audiovisual/

Custic, F. Rosalía by Filip Custic. Recuperado de <https://abcdefghijklmnpqrstuvwxyz.com/rosalia-mal-querer/>

Custic F (Fotos). Instagram. Recuperado de <https://www.instagram.com/filipcustic1/>

Charm La'Donna. Recuperado de <https://www.charmladonna.com/>

Del Villar Muñoz, R. (1998) La ruptura epistémica del video-clip y de la pantalla digital: la necesidad de redefinición del concepto de guión técnico televisivo. *Revista Chilena de Semiótica*: No 3, junio 1998. Recuperado de <http://www.facso.uchile.cl/publicaciones/biblioteca/docs/semiotica/semiotica3.pdf>

Domenech, E. (2018, 13 septiembre) . *Rosalía anuncia su nuevo álbum con una megapantalla en Times Square*. Vanity Fair. <https://www.revistavanityfair.es/poder/articulos/fecha-lanzamiento-nuevo-album-rosalia-el-mal-querer-times-square/33490>

E. Alonso, S (2018, 4 Julio). *Pitchfork se imagina unas castañuelas inexistentes en 'Malamente', que ya es disco de oro*. Jenesaispop. Recuperado de: <https://jenesaispop.com/2018/07/04/335427/pitchfork-se-imaginaunascastanuelas-inexistentes-malamente-ya-disco-oro/>

Eco, U. (1999) *Arte y belleza en la estética medieval*. Barcelona, España. Lumen S.A.

Eisenstein, S.M (1986) *La forma del cine*. México D.F., México. Siglo XXI.

Eisenstein, S.M. (1962). *Teoría y técnica cinematográfica*, Madrid, Rialp.

El arte de vivir el Flamenco (2003) Chiqui de la Línea . Recuperado de <https://elartedevivirelflamenco.com/cantaores835.html>

El Español (2019, 19 marzo). *Así es la sorprendente participación de Rosalía en 'Dolor y Gloria', lo nuevo de Pedro Almodóvar*. Recuperado de https://www.elespanol.com/cultura/cine/20190319/sorprendente-participacion-rosalia-dolor-gloria-pedro-almodovar/384462015_0.html

El mundo (2018, 24 julio) *Rosalía lo vuelve a hacer: todos hablan de 'Pienso en tu mirá', su nuevo videoclip*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/cultura/musica/2018/07/24/5b56f01e46163ffe3b8b4594.html>

El mundo. (2018, 24 julio) *Rosalía y sus celos revolucionan la red: lo que no sabe de la cantante del momento*. Recuperado de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2018/07/24/5b5701fae5fdea156f8b4609.html>

El Mundo (2019, 10 abril). *Rosalía, elegida por HBO para su próximo proyecto de 'Juego de Tronos'*. Recuperado

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

de <https://www.elmundo.es/loc/famosos/2019/04/10/5cadddf921efa0f618b45c2.html>

El País (2019, 15 febrero) *Rosalía, una de las jóvenes más influyentes a sus 25 años.* Recuperado de https://elpais.com/elpais/2019/02/15/gente/1550222988_438435.html

El País (2019, 6 junio).la popularidad de Rosalía se dispara un 300%.

Recuperado

de https://elpais.com/elpais/2019/06/06/gente/1559808405_625667.html

El Román de la Flamenca. (2018). Zapopan: Arlequín.

Espinosa, M (2018, 1 noviembre) . *Rosalía, el fenómeno musical del momento, tuvo a Chiqui de La Línea como su maestro.* La calle real. Recuperado de <http://callereal.8directo.com/2018/11/01/rosalia-fenomeno-musical-del-momento-tuvo-chiqui-la-linea-maestro/>

Etimología de UNDEBEL . (2001-2019) www.dechile.net. Recuperado de <http://etimologias.dechile.net/?Undebel>

Erre, A (2017, 23 marzo) *Rosalía – Los Ángeles.* El quinto Beatle. Recuperado de <https://www.elquintobeatle.com/2017/03/23/rosalia-los-angeles/>

Europa Press (2018, 30 octubre)*Rosalía confiesa que “El mal querer va sobre un amor oscuro”.* Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=OYicLwTMs8>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Europa Press (2018, 4 diciembre) *Rosalía se ahoga en sus propias lágrimas en su nuevo videoclip: Bagdad*. Recuperado de: <https://www.europapress.es/cultura/musica-00129/noticia-rosalia-ahoga-propias-lagrimas-nuevo-videoclip-bagdad-20181204183743.html>

Fariña, N (2018, 7 noviembre) *16 frases de ‘El mal querer’ de Rosalía, que, tras escuchar el disco entero, se convierten en un alegato contra el machismo*. El País. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/11/04/icon/1541333222_142553.html

Filinich, M.I (2012). *Enunciación*. Buenos Aires, Argentina. Eudeba.

Flamenco one. (s.f.) *La fusión flamenca, el nuevo flamenco, y el flamenco hoy*. Recuperado de: <https://flamenco.one/es/el-flamenco/historia-del-flamenco/la-fusion-flamenca-nuevo-flamenco/>

Freiré, J.M. (2018, 16 noviembre) *Rosalía, antes de la gran explosión: así se hizo artista*. El Periódico. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/ocio-y-cultura/20181116/rosalia-origenes-refree-el-guincho-el-chiqui-7149387>

Freud, S (1923). *El Yo y el Ello*. Amortorru, Buenos Aires (2016)

Freud, S (1940) *Esquema del psicoanálisis y otros escritos de doctrina psicoanalítica*. Alianza Editorial, Madrid, España (2016)

Galliacci, S. (2019, 21 febrero). *Filip Custic, la mente creativa del universo de “El Mal Querer” de Rosalía*. El Observador. Recuperado de <https://www.elobservador.com.uy/nota/filip-custic-la-mente-creativa-del-universo-de-el-mal-querer-de-rosalia-201922154717>

García Jiménez, J. (1993), *Narrativa Audiovisual*, Madrid, Cátedra.

García Soto, Lara (2017). *El videoclip como paradigma de la música contemporánea, de 1970 a 2015* (Tesis doctoral). Universidad Complutense. Madrid. Recuperado de: <https://eprints.ucm.es/42162/1/T38657.pdf>

Gifreu, A (2009-2010) La casa del cine. *Seminario Historia del videoclip*. Recuperado de http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf

Gil, Samuel (2018) *Marcas y publicidad como nuevas formas de espiritualidad: una industria trascendente* (Tesis doctoral). Universidad Jaume I, Castellón. Recuperado de <https://www.tdx.cat/handle/10803/463088>

Guillén, R (2016, 25 octubre). *Rosalía: “Yo soy la misma haga lo que haga, sea el género que sea”*. Jenesaispop. Recuperado de <https://jenesaispop.com/2016/10/25/278744/rosalia-yo-soy-la-misma-hagalo-que-haga-sea-el-genero-que-sea/>

Guillén, R (2017, 3 marzo). *Rosalía / Los Ángeles*. Jenesaispop. Recuperado de <https://jenesaispop.com/2017/03/01/290631/rosalia-los-angeles/>

Hutchinson, K. (2018, 14 noviembre). *Rosalía: The Pop Star Bringing Flamenco to a New Generation*. The New York Times. Recuperado de <https://www.nytimes.com/2018/11/14/arts/music/rosalia-flamenco-el-mal-querer.html>

Iborra, Yeray S. (2017, 10 febrero). *Los Ángeles*. Mondo sonoro. Recuperado de <https://www.mondosonoro.com/criticas/discos-musica/rosalia-los-angeles/>

I-D Magazine. (2015, 21 julio). *Los videoclips más impresionantes de michel gondry*. Recuperado de <https://i-d.vice.com/es/article/593zva/michel-gondry-videoclips>

Jackson, M. (2009, 3 octubre). Thriller-Oficial Music Video [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=sOnqjkJTMAA>

Jamesblakeproduction (2019, 4 abril). James Blake - Barefoot In The Park (feat. ROSALÍA) [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Lnvobi3ctsE>

Jamie (2019, 16 febrero) *The History Of MTV & Birth Of The First Music Videos. Everything 80s podcast*. Recuperado de <https://www.everything80spodcast.com/the-history-of-mtv/>

JNSP (2018, mayo). *ROSALÍA, mira que me vía morí...*[Foro] Recuperado de <https://jenesaispop.com/foros/discussion/3262/rosalia-mira-que-me-viamori/p18>

JNSP (Jenesaispop) (2018, 17 diciembre). *Las mejores canciones de 2018*. Recuperado de <https://jenesaispop.com/2018/12/17/349137/las-mejores-canciones-de-2018/>

Lamonomagazine. *La evolución del videoclip artístico hasta hoy*. Recuperado de <https://www.lamonomagazine.com/la-evolucion-del-videoclip-artistico-hastahoy/>

El buen hacer de "El Mal Querer". Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

La Vanguardia (2018, 2 noviembre). *'El mal querer', el nuevo y esperado disco de Rosalía, ya está en la calle.* Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/musica/20181102/452685973119/el-malquerer-disco-rosalia.html>

La Vanguardia (2018, 20 noviembre). *Rosalía logra un histórico triple número 1 en listas con "El mal querer".* Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/20181120/453072560843/rosalia-lograun-historico-triple-numero-1-en-listas-con-el-mal-querer.html>

La Vanguardia (2019, 25 marzo). *Rosalía cuelga el cartel de entradas agotadas en EE.UU. en menos de 24 horas.* Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/cultura/20190323/461176910304/rosalia-agota-entradas-gira-eeuu.html>

La Vanguardia (2019, 16 junio) *Rosalía arrasa en la Noche Blanca del Flamenco de Córdoba.* Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/musica/20190616/462903001862/rosalia-concierto-cordoba-noche-blanca-flamenco-10000-personas-video-seo-ext.html>

Leguizamón.J.A. (1998, junio). *Videoclips. Una exploración en torno a su estructuración formal y funcionamiento socio-cultural.* Archivo virtual de Semiótica. Recuperado de <http://www.archivosemiotica.com.ar/IndiceLegui.html>

Llanos, H (2018, 2 Noviembre) *El universo visual de Filip Cusic, autor de las imágenes del disco de Rosalía.* Verne. Recuperado de: https://verne.elpais.com/verne/2018/10/31/articulo/1541004530_244530.html

Manuel, J. (2018, 16 Noviembre) *Rosalía, antes de la gran explosión: así se hizo artista*. El Periódico. Recuperado de: <https://www.elperiodico.com/es/ocio-ycultura/20181116/rosalia-origenes-refree-el-guincho-el-chiqui-7149387>

Marín, V. (2018, 30 mayo) . *Rosalía lo vuelve a hacer: todo el mundo habla de su nuevo videoclip 'Malamente'*. Vogue. Recuperado de <https://www.vogue.es/living/articulos/malamente-rosalia-nuevo-single/35081>

Martín Román, A (2018, 30 mayo) *Rosalía lanza su nuevo single "Malamente"*. *Malafackismo Undreground*. Recuperado de <http://madafackismounderground.com/2018/05/30/rosalia-lanza-su-nuevosingle-malamente/>

Martínez, A (2019, 2 junio) *El significado detrás de las uñas de Rosalía que se convirtieron en meme*. Cultura Colectiva [en línea] Recuperado de: <https://culturacolectiva.com/entretenimiento/el-significado-de-las-unas-derosalia-que-se-convirtieron-en-meme>

Martínez Corona, G. (2018, Febrero) *Álbumes conceptuales*. *Revista de la Universidad de México. Éxodos/Crítica*. Recuperado de <https://www.revistadelauniversidad.mx/articles-files/d5cf67a7-546c-445b9ea4-1be300c901e4>

Mondosonoro (2018, 30 mayo) *Rosalía lanza "Malamente", primer single y videoclip de "El mal querer"*. Recuperado de <https://www.mondosonoro.com/noticias-actualidad-musical/rosaliamalamente-primer-adelanto-el-mal-querer/>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Morbo (2019, 27 febrero). *Todo lo que sabemos de la colaboración entre Rosalía y Billie Eilish*. Recuperado de <https://www.ismorbo.com/todo-lo-quesabemos-de-la-colaboracion-entre-rosalia-y-billie-eilish/>

MTV (2019, 26 agosto) *Rosalía ft. Ozuna Perform 'A Ningun Hombre', 'Yo x Ti, Tu x Mi', & 'Aute Cuture' | 2019 VMAs*. Youtube. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=3EDbDfVcmYA>

MTV International (2018, 5 noviembre) *Rosalía - "De Aquí No Sales / Malamente" (Medley) Live | MTV EMAs 2018*. Youtube [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

MTV International (2018, 5 noviembre). *Rosalía performs 'De aquí no sales' and 'Malamente' at the MTV European Music Awards 2018 in Bilbao*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=rZTaZRLv3GE>

Navarro, F. (2018, 13 noviembre). *Por qué 'El mal querer' de Rosalía es una obra maestra*. El País. Recuperado de https://elpais.com/cultura/2018/11/11/ruta_norteamericana/1541964281_79670.html

Noain, I (2018, 11 noviembre). *Rosalía conquereix els seus dos primers Grammy llatins*. El Periódico. Recuperado de <https://www.elperiodico.cat/ca/oci-cultura/20181116/rosalia-conquereix-els-seus-dos-primers-grammy-llatins7150535>

Ösp Ögmundsdóttir, Eva (2010). *Flamenco: una introducción desde su origen hasta nuestros días (Tesis)*. Háskóli Íslands Hugvísindasvið. Islandia. Recuperado de:

https://www.academia.edu/25288061/Flamenco_una_introducci%C3%B3n_dede_su_origen_hasta_nuestros_d%C3%ADas_El_grito_del_pueblo

Palao, J.A (2018). Lo poético, Instrucciones de uso. En Colaizzi, M., de la Fuente, S., Renard, S., Zununzunegui (1) *De la Escritura como resistencia*. (pp 709-714). Valencia, España, Universitat de València.

Pedrosa González, C. (2016) *La estética y narrativa del vídeo musical como representante del discurso audiovisual hipermoderno*. [Tesis doctoral] Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II, leída el 26-11-2015

Pérez-Yarza, M. (1996). Videoclip e imágenes de descredito. Black Hole Sun, de Soundgarden. *Eutopías 2ª época. Documentos de trabajo*, 129, 24.

Piñero, A (2016, 14 julio). *C. tangana nos cuenta los secretos de su último videoclip*. *I-D Vice*. Recuperado de <https://i-d.vice.com/es/article/wjn5yy/ctangana-antes-de-morirme-entrevista>

Primo, C. (2018, 7 diciembre) *Qué significan las tres palabras más misteriosas del disco de Rosalía*. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2018/11/30/icon/1543578563_157175.html

PXXR TRVP (2015, 14 abril). *PXXR GVNG cantando en Alaska y Segura #8*. Youtube [archivo de vídeo] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=koXV0Rktezw>

El buen hacer de "El Mal Querer". Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Rac1 (2018, 16 noviembre). *Rosalía, la revolució flamenca, triomfa als Grammy Llatins*. Recuperado de <https://www.rac1.cat/info-rac1/20181116/452967550060/grammy-llatins-rosalia-malamente.html>

Ramírez, L (2018, 5 diciembre) *Qué se esconde detrás de 'Bagdad', lo último de Rosalía*. *Metrópoli Abierta*. BMagazine. Recuperado de https://www.metropoliabierta.com/b-magazine/play/esconde-bagdadrosalia_12391_102.html

Refree, R. Productions. Recuperado de <https://www.raulrefree.com/productions/>

Renedo, I. (2018, 6 noviembre). *Los récords de 'El Mal Querer': Rosalía se escucha un 665% más que antes*. Cadena Ser. Recuperado de https://cadenaser.com/ser/2018/11/05/cultura/1541437769_761870.html

Rodríguez Durán, E. (2014) *Más allá de la música: análisis de la narrativa transmedia en el álbum conceptual Mylo Xyloto de Coldplay* (Trabajo de Final de Grado). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.

Rodríguez-López, J. (2015, 28 septiembre) *El vídeo musical como formato postmoderno: La ruptura de los códigos audiovisuales a través del clip*. *Do a comunicación* | no 21, pp. 13-30 | Recuperado de http://dspace.ceu.es/bitstream/10637/8107/1/Video_JRodriguezLopez_Dox_2016.pdf

Rodríguez -Lopez, J & Pérez-Rufí, J.P. (2017) *El videoclip como spot: Presencia y evolución del Product Placement en el vídeo musical*. *Pensar La Publicidad. Revista Internacional De Investigaciones Publicitarias*, 11, 69-82. Recuperado de <https://doi.org/10.5209/PEPU.56394>

Rodríguez, Raúl (2011) De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural. *Revista Científica de Educomunicació*, V.18 (nº36), 149-156).

Rollingstone. (2018, 20 agosto). *Eagles’ ‘Greatest Hits’ Overtakes Michael Jackson’s ‘Thriller’ as Best-Selling Album*. Recuperado de <https://www.rollingstone.com/music/music-news/eagles-greatest-hitsovertakes-michael-jacksons-thriller-as-best-selling-album-713224/>

Romero González, M. (2014) El concepto de la industria cultural de Theodor Adorno. *Revista electrónica Interiorgrafico*, 2, pp 7-10. Recuperado de: <https://www.interiorgrafico.com/media/2daimpresa.pdf>

Rosado Moreno, A (2018, 24 julio) *Rosalía lanza su segundo “single”, “Pienso en tu mirá”*. *Timejust*. Recuperado de <https://www.timejust.es/cultura/rosalialanza-su-segundo-single-pienso-en-tu-mira/>

Rosalía (2018, 30 abril) *Rosalía’18 # 001 Nuevo proyecto (parte 1)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=5juaAzOR59s&t=10s>

Rosalía (2018, 09 mayo) *Rosalía’18 # 001 Nuevo proyecto (parte 2)*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=7njoaUqWitM&t=10s>

Rosalía (2018, 15 mayo) *Rosalía’18 # 001 Nuevo proyecto (parte 3)* [archivo de video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=YQm6RuoKkk4&t=2s>

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder [Audio]) Youtube. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=phrkADxA2ul>

Rosalía (2018, 4 diciembre) ROSALÍA - BAGDAD (Cap.7: Liturgia). Youtube. [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Q2WOIGyGzUQ>

Rosalía (2019, 22 enero) ROSALÍA - DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa). Youtube. [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=vy4lZs8fVRQ>

Rosalía (2018, 30 octubre) ROSALÍA - DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis). Youtube. [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mUBMPaj0L3o>

Rosalía (2018, 29 mayo) ROSALÍA - MALAMENTE (Cap.1: Augurio). Youtube. [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Rht7rBHUXW8>

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - MALDICIÓN (Cap.10: Cordura [Audio]) Youtube. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=B8kDxi2eeMs>

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - NANA (Cap.9: Concepción [Audio]) Youtube. [archivo de video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=ZQ2e2tBQ9js>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Rosalía (2018, 23 julio) ROSALÍA - PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos).
Youtube. [archivo de video] Recuperado de:
https://www.youtube.com/watch?v=p_4coiRG_BI

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - PRESO (Cap.6: Clausura [Audio])
Youtube. [archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=-L3YxriHa-Y>

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2:
Boda [Audio]) Youtube. [archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=cENIOFk160c>

Rosalía (2018, 2 noviembre) ROSALÍA - RENIEGO (Cap.5: Lamento [Audio])
Youtube. [archivo de video]. Recuperado de:
<https://www.youtube.com/watch?v=EEskedtVklw>

Rosalía.vt (2018, 25 julio) Instagram. Recuperado
de <https://www.instagram.com/p/BIprGT7HYDB/>

Rosalía.vt (2018, 2 agosto) Instagram. Recuperado
de <https://www.instagram.com/p/BI-YRX6hhsG/>

Rosalía.vt (2018, 13 septiembre) Instagram. Recuperado
de https://www.instagram.com/p/Bnra_ahBjyW/

RTVE (2019) Rosalía canta 'Me quedo contigo' | Goya 2019 [Archivo de vídeo]
Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=32d1bq-kG5c>

Ruiz Anderson, R & De la Fuente, J (2019, 4 junio) Rosalía y el empoderamiento femenino del Primavera Sound. Público. Recuperado de <https://www.publico.es/culturas/festivales-verano-rosalia-empoderamiento-femenino-primavera-sound.html>

Sebastián, V. (2019, 10 enero). Rosalía también colabora con James Blake porque ni la electrónica se le resiste. WATmag. Recuperado de <https://www.thewatmag.com/asi-fue/rosalia-tambien-colabora-james-blakeporque-electronica-se-le-resiste>

Sebastián, V. (2019, 27 marzo) Lo que sabemos de la gira de Rosalía: 18 conciertos internacionales vs 5 en España. Thewatmag. Recuperado de <https://www.thewatmag.com/negocio/que-sabemos-gira-rosalia-18conciertos-internacionales-vs-5-espana>

Sedeño Valdellós, A.M. (2006) La creatividad en otros formatos audiovisuales: el videoclip musical. III Symposium de profesores universitarios de creatividad publicitaria, llevado a cabo los días 24-25 de marzo 2006 Universidad Ramón Llull. Recuperado de http://www.agifreu.com/docencia/lectures_obligatories/videoclip_musical.pdf

Sedeño Valdellós, A.M. (2007) El videoclip como mercanarrativa. UNED. Revista Signa 16, págs. 493-504. Recuperado de <http://biblioteca.org.ar/libros/200377.pdf>

SEDEÑO, A.M. (2008). El videoclip musical como formato audiovisual publicitario. Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, 750-759. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/228732792_El_videoclip_musical_cmo_formato_audiovisual_publicitario

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Selva, David (2014) El videoclip. Comunicación comercial en la industria musical. Sevilla: Ediciones Alfar.

Serrano, R (2018, 30 mayo) La cantaora catalana demuestra con "Malamente" que sabe lo que quiere y que está lista para su desembarco internacional. Play Ground. Recuperado de https://www.playgroundmag.net/cultura/Rosalaprometa-un-cambio-de-sonido-que-ha-llegado-con-Malamente_29714650.html

Serrano, R. (2018, 14 septiembre). Rosalía anuncia a lo grande la salida de su nuevo álbum. Recuperado de https://www.playgroundmag.net/cultura/rosaliaanuncia-a-lo-grande-la-salida-de-su-nuevo-album_30607003.html

Shangay (2018, 18 enero). Rosalía gana el Premio Ruido al mejor disco del año por ‘Los Ángeles’. Recuperado de <https://shangay.com/2018/01/18/rosaliagana-el-premio-ruido-al-mejor-disco-del-ano-por-los-angeles/>

Sierra, I. (1 de Marzo de 2019). Wat Mag. Obtenido de La Zowi es un referente del empoderamiento femenino lo mires por donde lo mires : <https://www.thewatmag.com/video/zowi-referente-empoderamiento-femeninomires-donde-mires>

Sonymusic (2018, 13 septiembre). Rosalía anuncia la salida de su nuevo álbum “El mal querer”. Recuperado de <https://www.sonymusic.com.mx/rosalia-anunciala-salida-de-su-nuevo-album-el-mal-querer/>

Sonymusic (2019, junio) . Recuperado de: <https://www.sonymusic.es/artista/rosalia/>

El buen hacer de “El Mal Querer”. Construcción de marca a través del discurso audiovisual.

Spanish charts (2019) Rosalía ni spanish charts. Recuperado de <https://spanishcharts.com/showitem.asp?interpret=Rosal%EDa&titel=Los+C1ngeles&cat=a>

Tejero Robledo, E (2002) La canción de cuna y su función de catarsis en la mujer. UCM.Didáctica (Lengua y Literatura) Vol. 14 pp 211-232. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/DIDA/article/download/.../19508>

Time Out Barcelona (2017, 13 diciembre) Premios Time Out Barcelona 2017. Recuperado de: <https://www.timeout.es/barcelona/es/que-hacer/premios-time-out-barcelona-2017>

Torres, J.I (2012). Evolución del discurso audiovisual musical. El videoclip. (Trabajo de final de grado). Universidad de Palermo. Buenos Aires. Recuperado de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/151.pdf

TVscl (2019) ROSALIA en Lollapalooza Chile 2019 (FULL) [archivo de video] Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=9gLadrQbp4I>

del Val Ripollés, F. (s.f.). La centralidad del concepto de autenticidad en la consolidación del rock como campocultural. GRUPO DE TRABAJO Nº 18 SOCIOLOGÍA DE LA CULTURA Y DE LAS ARTES. Sevilla. Rescatado: <http://www.fes-sociologia.com/files/congress/10/grupostrabajo/ponencias/195.pdf>

Vegas Molina, F. (2015). “Cine, videoclip americano y videoclip japonés: la dirección de arte como hilo conductor. El caso de *Not Another Teen*

Movie”. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 11, pp. 235-260. Disponible: <http://www.revistafotocinema.com/>

Vinilo Negro (2016, octubre) Rosalía alcanza el doble disco de platino, con ‘Malamente’. Recuperado de: <https://www.vinilonegro.com/2018/10/rosalia-alcanza-el-doble-disco-de-platino-con-malamente/>

Vinilo Negro (2019, 3 enero). ‘El mal querer’ Se Rosalía, certificado como disco de Platino en España. Recuperado de <https://www.vinilonegro.com/2019/01/elmal-querer-de-rosalia-certificado-como-disco-de-platino-en-espana/>

Virno, P. (2003). Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas. Madrid: Traficantes de sueños.

Virno, P. (2003). Virtuosismo y revolución. La acción política en la era del desencanto. Madrid: Traficantes de sueños.

Vogue (2019, 18 junio) , La voz de Rosalía en # Vogue Julio. Recuperado de <https://www.vogue.es/actualidad/videos/rosalia-portada-vogue-julio>

Wolfenzon, C. (2007). Unidad y fragmentación en “Lazarillo de Tormes”. *Hispanófila*. 149. pp 1 -16

Yepes Stork, R. (1997). La persona como fuente de autenticidad. *ACTAPHILOSOPHICA*, 883-100. Recuperado de: http://www.actaphilosophica.it/sites/default/files/pdf/yepes_stork-19971.pdf

Youtube. Miwi (2018, 27 noviembre) Rosalía responde a JAIME Altozano a través de sus intrastories. YouTube. [archivo de video] Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=tAsYEVa4T2M>

Zabala, C. (2019, 18 junio). Rosalía sigue haciendo historia, en esta ocasión en Vogue. Los 40. Recuperado de https://los40.com/los40/2019/06/18/moda/1560839852_498622.html

English version

9 Introduction

This work's aim is the analysis of the Catalan singer Rosalia's newest album, "El Mal querer", specifically the music videos produced for its songs and in a more secondary way some of her performances, the artwork that surrounds the album and its music; with the purpose of discovering the reason for its triumph, understand how the audiovisual narrative can influence the creation of a brand and present the music video as a new advertising format. On the other hand, the aim is also to analyse the evolution of the singer, her character and her proposals and to clarify the reason why she has managed to transform aspects or symbols of Spanish culture that seemed obsolete into "cult objects" and, mixing them with elements more typical of the *millennial* culture, to generate a whole acclaimed by the audience and thus building a strong personal brand.

In conclusion, the purpose of the work is to carry out an analysis of everything related to the album "El Mal Querer" to understand its success, taking into account the evolution of the singer and her previous work and appearances to affirm the hypothesis that her work has become an artistic whole, which includes her character, and that can not be understood, neither the work nor its success, fully without taking into account everything that surrounds it; and to be able to affirm that this success is due not only to his "virtuous execution" (Virno, 2003), but to all the previous work of brand construction and to the influence of the

audiovisual narrative to achieve it; thus serving as an example, on the one hand of brand construction and on the other hand, of personal brand construction.

10 Theoretical Framework

10.1 Music videos: History and evolution

In this first section, we will talk about the video clip: we will try to arrive at a definition of the term; to look a little deeper into its origins and its evolution, to examine it from the point of view of advertising, and to review its current state, the point in which it is found.

10.1.1 Rough definition

There are many definitions we can find about music video, all full of differences and points of discord, but what seems clear is its advertising intention: the music video has its genesis in the promotion of the work of a musical artist, as David Selva (2009) indicates when he explains that it is a format used "as a commercial communication tool".

It is difficult to specify the characteristics of a videoclip in terms of duration, form, elements, genre to which to assign ... but what seems undeniable is that this audiovisual product is a "staging of music", in the words of Andrew Goodwin (quoted by Selva, 2009).

It would therefore be convenient to define the videoclip as a format in which music, the narration of a story, promotion, and evocation coexist. In addition, the videoclip is born as an advertising tool at the hands of the record industry, and in its origin the channel of transmission of the music video was television; a medium that promoted, popularized and consolidated it. However, we could say that, after the technological revolution, the boom of internet and social networks and the transformation of the way of consuming content and entertainment, the music video broadcast via TV has become something anecdotic, although there are still channels that retransmit these videos, has given way to the video clip broadcast on the web, especially on Social Networks and more specifically YouTube, medium par excellence, Vimeo, and DailyMotion. In addition, within these, record companies and producers have created their own channels where they share directly and for free the content they generate; in fact "some companies like Sony have even created their own platform, Vevo, in which they monopolize and manage their musical video creations as well as providing new youth content such as aesthetic advice or live concerts in the style of programming that we can find on MTV" (Pedrosa González, 2016: 219). On the other hand, videoclips are no longer only reaching the public through social networks, but magazines and newspapers have taken note of the new releases and dedicate articles to them, making them reach a wider audience.

On the other hand, we could say that this format is essentially postmodern, being characteristic of this period that form wins content, ideals are exchanged for consumption and the body becomes a tool of freedom; this postmodern discourse or production has specific aesthetic characteristics: the Pastiche, a combination of different elements and styles that already exist, resulting in a innovative and original product that, moreover, "allows the re-signification of audiovisual discourses" (Rodríguez-López, 2015: 17), is evidenced in the videoclip, which gathers and mixes elements and characteristics of television, cinema, art and advertising offering, however, a different result to those offered by this type of discourses. Other particularities of postmodernity, which are reflected in the music videos are the repetition of patterns, the frenetic rhythm, the recharging and the fragmentation which could be interpreted as "a strategy of simplification

of the messages arranged in the video clip attending to an internal need of the format" (Rodríguez-López, 2015: 19).

"A semiotics of excess based on the proliferation and endless distribution of signs; (...) irony and intertextuality, the ironic articulation of the "already said" is the distinctive figure of postmodern communication, as Umberto Eco says, a kind of infinite cultural recycling (...) that appropriates and welcomes elements from all eras and styles of the different artistic and expressive manifestations of human history; the fragmentarity of this intertextuality; the multiplicity of stylistic norms, a kind of synchronic and diachronic eclecticism and, finally, the disappearance of the traditional story forms and the sense (if for Lyotard, the story form is the means of legitimizing a culture or collectivity, for Baudrillard, while postmodernism rejects common sense as an agent of society that destroys the individual, denies the social machine)" (Sedeño Valdellós, 2008).

When it comes to defining what a videoclip is, we must also deal with the characteristics of the creations themselves and, as far as this aspect is concerned, we cannot not mention its adaptation to different styles or its "collage capacity", both aesthetically, mixing techniques, styles and forms, and narratively, since, although we normally present a description of the lyrics of the song to which it corresponds, sometimes we find different characters in the story told or different changes in them. Therefore, we could consider the video clip not only as an advertising product but also as an artistic creation.

Describing the different characteristics that need to be taken into account when defining music video, we could conclude that it is "an audiovisual artistic creation, intertextual and permeable, which seeks the promotional distinction through morphologies and narrative structures usually subordinated to a pre-existing song" (Pedrosa González, 2016: 67).

Once the concept of video clip and the definitions provided by different authors have been revised, it seems convenient to continue reviewing the history of this genre and the stages that have taken place until now.

10.1.2 Evolution of the music video

Before beginning to talk about the evolution of the videoclip itself, it is convenient to make a brief mention of the musical audiovisual discourse, which we could determine as a precedent to the videoclip: It could be said that the musical audiovisual discourse or musical cinema was born in 1927 with "The Jazz Singer", the first film that included dialogues and musical pieces. From this moment on, film productions began to explore the different possibilities offered by the incorporation of sound and to include performances or musical numbers, the main function that the inclusion of songs had at the time. Thus, the basic narrative structure is modified to be able to introduce large numbers of dance. From this event, adaptations of Broadway musical shows to cinema proliferated. With the passage of time, starting in the eighties, this type of production began to bore the public, but thanks to television, the videoclip began to take shape.

On the other hand, when speaking of the antecedents to the video clip itself, we must mention the films of O. Fischinger, who as J.I. Torres explains, in 1920 "begins to make avant-garde films, where he achieves the accompaniment of abstract figures accompanied by music", who twenty years later made the opening of the film "Fantasy". Years later, music became an important part of television programs, and different artists began to be promoted, reaching more and more different audiences (2012).

Later on, in 1964, we could situate the first approach to the videoclip: the film "A hard day's night", because as Leguizamón reflects "many resources are used that transform it into a firm antecedent of the videoclip", and it marks new ways of doing and provides tools that will later be used in the musical video (1998). Another important milestone that will mark the genesis of the videoclip is "Performance", a film in which Mick Jagger will be the protagonist. Already in 1975 the videoclip arises with the creation of the video for "Bohemian Rhapsody", song of the group Queen; in him we can see the components of the band acting, doing a performance. It is from that moment, when we can consider that the videoclip itself is born, which also proliferates and gains success thanks to the creation of channels dedicated to its retransmission on television as MTV

(acronym for Music Television), which would be presented as "the first cable channel completely musical, transmitted in stereo via satellite, 24 hours a day" and would define the videoclips as "visual interpretations highly stylized music. Using the most advanced video techniques" (García Soto, 2017). This channel was born in August 1981, playing the videoclip "Video Killed the Radio Star" of the group The Buggles, which that same year won a Grammy for best videoclip and, as we can read in "The History Of MTV & Birth Of The First Music Videos". An article in Everything 80's podcast "would change the way we consume music. We could say that, from that moment, the explosion of the videoclip began, and with it the musical bands began to innovate and to look for their way to express themselves and to describe their songs visually.

It is worth mentioning an important event in the history of music video: the audiovisual production of "Thriller", a song by Michael Jackson (1982), which would present a new way of narrating music, would introduce storytelling into the genre of video clips (in this video the music does not begin until the 4th minute) and would set, in the words of Grifeu (2010), the "guideline to follow in the coming years, as it also moved away from the concept of three minutes of the video clip, lasting just over twenty minutes, taking the song to other levels and not subjecting the duration of the clip to the duration of the theme, so this moment is important to bear in mind". The videoclip was released a year after the song was first heard, and managed to boost sales of the album of the same name, making it the best-selling album in history, until a few years ago that was surpassed by a compilation of great hits of the band The Eagles.

Little by little, due to various factors such as the diversification of the MTV channel into different channels according to regions of the world (MTV Europe, MTV Latino,...), the creation of the videoclips changed and were nourished by different audiovisual styles and points of view; as Arnau Grifeu says, "from its advertising function, through narration and the function of the artist, the video-clip has gone from being a mere promotional accompaniment of a disc to becoming a new audiovisual language with its own characteristics that has managed to survive and consolidate thanks to the innovations that the passage of time has offered"(2009). Starting in the nineties, artists present personal brands in their

videos, "unique" and that make the artist identifiable in them. Focusing on the current situation, as Arnau Grifeu says, "From its advertising function, through narration and the function of the artist, the video-clip has gone from being a mere promotional accompaniment of a disc to becoming a new audiovisual language with its own characteristics that has managed to survive and consolidate thanks to the innovations that the passage of time has offered"(2009). Starting in the nineties, artists present personal brands in their videos, "unique" and that make the artist identifiable in them.

Focusing on the current era, and innovations in the creation and conception of video clips, we must mention Michel Grondy, French director who brings a different point of view in their productions and highlights, as we can read in the magazine MOR.BO for "the use of stages and a pictorial treatment of the image" (Hardy, 2016). Thus, his videos propose an aesthetic and a different way of narrating, as we can see in creations such as "Let Forever Be" by The Chemical Brothers, "Fire On Babylon" by Sinéad O'Connor or the various video clips for the artist Björk.

From its appearance as a genre until today, the video clip has evolved and changed in many aspects, allowing the birth or introduction of genres, ways of doing and conceiving it, which have allowed artists and groups to make themselves known, positioning themselves as "a vital tool in the economic aspect and, above all, in the artistic" (Torres, 2012).

10.1.3 Advertising concept

As we mentioned before when we tried to define the videoclip, the advertising objective is an intrinsic characteristic: Its existence is to promote groups or artists, to make them reach a larger audience and make them buy their music. It is also worth mentioning that at the time this genre was born, in the seventies, the record industry was in a period of decadence, so the main intention of this was to get out of this stagnation. It is for this reason that different definitions include this advertising feature: "they are audiovisual productions developed by the music market, an industry that generates not a few benefits, and aimed primarily at young people" (Sedeño-Valdellós, 2008). We could therefore say that videoclips

are advertising or the advertising format of the record industry; as Rodríguez-López points out:

"Music video is essentially an advertising product that tries to launch the sale of records, singles downloads through licensed websites and concert and festival tickets, as well as create a close-up image of the music idol to fans through its seductive exposure on the screen. It is evident the relation of the videoclip with the advertising industry, of which it gathers diverse mechanisms for the attainment of this end, becoming a marketing strategy" (2017).

In spite of this, we cannot deny that this initial objective with which the music videos were conceived, that of selling records, has evolved with the passage of time and, at the present time, we could say that this goes beyond the simple sale of music and includes the sale of image, the construction of the artist's personal brand, of his image, and tries to get the viewer to identify with the group or singer: "The video clip does not sell music, it sells image and, as has happened to television advertising, it sells sensations" (Pedrosa González, 2016: 246).

Thus, from the point of view of the video clip as an audiovisual advertising format we cannot deny that "in relation to the image it provides to artists, it offers an unbeatable opportunity to reach the audience and connect it with the history of art and the media universe and with an entire attractive tradition of resistance and confusion between high and low culture" (Sedeño-Valdellós, 2006).

There are similarities between the advertising spot and the videoclip, which would lead us to affirm that the videoclip could be considered as an advertising format: Both would be the key piece of a campaign, which aim to satisfy the consumer and generate positive sensations, which lead him to have a good memory of that brand / artist and consume the product / music that is presented, not only that but both also seek to build a brand image and generate a link between that brand / artist and the viewer, which will also be influenced by the quality of the final audiovisual product. Thus, it seems necessary to emphasize, in this regard that:

"Nowadays, the videoclip is not a product that is based on the sale of records and moves, as we say, in the concept of "star creation". It is articulated to generate an image and stand out in the audiovisual framework, but it still maintains its promotional predisposition regarding the concept of relevance and thus sell all the mechanisms underlying the musical video work such as live performance, streaming services, YouTube advertising, merchandising, product placement, and so on. It is not that it has disassociated itself from its configuration as an advertising tool, its advertising objectives have simply changed" (Pedrosa González, 2016).

On the other hand, in spite of the fact that we can affirm the utility of the videoclip as an advertising format, it is worth highlighting the possibility of this one to fulfil other functions such as, for example, modulating the musical sense of the songs.

10.1.4 Music video as a modulator of meaning.

Although the music video clip has been considered as a mere staging of music, different investigations have focused on proving its value as an articulator of musical meaning both through elements of the staging, as well as through the costumes or staging.

"It is immediately necessary to banish the idea that making a music video is to illustrate a song, because what really happens is that, in the narrative process of the music videos, the music becomes one more element of that narration and, therefore, it begins to perform a series of functions that contribute to the construction of the story, as the basis of inspiration for the story and the discourse. (Martín, 2006).

As Barrio (2003) points out, "music only acquires its narrative meaning when it is contextualised in its iconic referent, as it is linked to the image both to strengthen it and to create a counterpoint to it".

In the audiovisual narrative, rhetorical figures can be incorporated, as García (1993) points out, that allow the receiver to associate and combine ideas beyond the lyrics of the song. Thus, the image is capable of setting the rhythm of the world, while the soundtrack follows the cadence of human perceptions" (Einsenstein, 1962).

We could therefore say that music and image complement each other, and that thanks to the videoclip the sensations transmitted to the viewer and listener are amplified: as Martín points out, quoting Einsenstein, visual perception and auditory perception, when they form a harmony, are of the same kind and constitute a physiological sensation, and lead to their perfection; thus, when speaking of sound and visual harmonies one should not say I hear or I see, but I feel (2006).

10.2 Brand building

Given that one of the objectives of this work is to delve into brand construction using audiovisual narrative as a tool, it seems necessary first to revise the concept of brand and personal brand; thus, in this second section we will deal with the concepts of brand and brand creation, also focusing on the optics of personal brand and musical artist brand.

10.2.1 Brand and brand building

A mark, from the traditional point of view is "a name, term, sign, symbol or design, or a combination of any of them that identify the manufacturer or seller of a product or service" (Kolter and Armstrong, 2013: 203); however, this definition is incomplete, as it obviates the intangible component of the relationship between mark and consumer. The brand constitutes a communicative asset for the company, which goes beyond letting the consumer know of a good or service who distributes it, "it is a set of objects, images, messages and facts, which produce as an effect a more or less synthetic combination of meanings and valuations in their audiences", as we can read in *Revista Oficial del Dircom*.

We could therefore say that the brand is divided into two parts, one tangible and the other intangible, one part referring to reality and symbols and the other to perceptions and experiences; thus being a representation of the company, which conditions the relationship between it and consumers (Davis, 2010).

So a brand is not just a name, but a strategic tool of the company, and attributes perceptions beyond a symbol, an intangible content that has to do with the relationship of that brand with the market.

Once we have determined what a brand is, we can approach the construction process, for which we must have two other concepts that come into play: identity and image. As Villafañe points out in *La gestión profesional de la imagen corporativa* (1999), and Bassat (2006) respectively:

"The corporate identity is the "being" of the company, its essence. [...]. The study of a company's identity, like that of a person, can be approached in different ways. One of them, the simplest apparently, is to identify it with those attributes that confer on it the character of uniqueness and permanence; in this way, the identity of a human being would be irreducibly given by its genetic code [...] Companies do not have genes, but they do have other equally identifying and differentiating attributes. From the most reliable, such as their various registration codes (commercial, fiscal...), to the most perishable, such as their trademarks or the company names that give them a commercial and legal personality" (p.17).

"The corporate image is the perception of companies that have their audiences. While identity is a concept that belongs to the company, image belongs to the public. The corporate image is formed as a cumulative result of all the messages emitted by the company" (p.74).

Thus, we could say that identity is the set of elements that represent a brand, and the image is the emotional and perceptual relationship that audiences have with that brand.

Branding could be defined as "the process of creating a unique name and image for a product in the mind of the consumer [...] to achieve a real differentiation of the brand based on the attributes, values, personality and identity that make it up" (Delgado, 2012: 58). The objective of branding is to create a relationship, a connection with the market, transmitting the values of the brand, which manages to generate affinity and loyalty.

To establish a branding strategy requires taking into account different key elements: the desired position to occupy in the minds of consumers, the history from which it arises and that counts, the design in all areas and extensions of the brand, the added value it offers, the philosophy under which it is governed, ... In other words, to build a brand that works and attracts the consumer, it is necessary to cover all aspects related to it and that there is cohesion between all of them.

In addition, it is about transmitting something beyond the product, in the words of Joan Costa "to create a brand is not to create a product. Rather, it is to create a desire for that product".

Once the concept of the brand has been determined and the general aspects to be taken into account when building one, it seems appropriate to go deeper into the creation of a personal brand, specifically that of an artist.

10.2.2 Building a personal Brand.

While we could say that a brand is a promise and a well-founded brand will reap greater success, a personal brand is also, as Gomez (2014) explains, "the personal brand is our greatest asset if we want to achieve success. Thus, the personal brand is a strategy to position a person; as Beteta (2015) points out, "the personal brand or personal branding is a concept that refers to considering oneself as a seal, with the aim of differentiating oneself and achieving greater success in both social and professional relationships"; furthermore, it is important to differentiate the concepts of brand and identity: everyone has an inherent identity, but "In competitive environments, where starting situations are very similar for everyone, or in circumstances where differentiation is essential to achieve our goals, identity may not be enough and the need to create a personal brand arises" (Malumbres, 2015). Thus, we could define the personal brand as the empowerment of that which gives us value over the rest, and aims to present us as the best option, like a trademark.

Once the concept of personal brand has been defined, we can continue to explain what steps must be followed to build it. According to Pérez Ortega (2015) "creating a personal brand consists of taking control of the processes that influence the way others perceive you and managing them strategically to help you achieve your goals"; thus, the brand development specialist proposes ten steps to follow when building a personal brand: First, it is necessary to define the environment in which to position yourself and what place you want to occupy in the minds of others, in those who will be considered customers, define the market niche; on the other hand, delimit the role or role, select it based on strengths, define the market niche; on the other hand, delimit the role or role, select it based

on the strengths of the market. It will also be necessary to select the values to be transmitted, the *raison d'être* of that personal brand and establish objectives to be achieved through that brand. On the other hand, it is necessary to delimit what will be offered, what will achieve the distinction. Finally, it is necessary to study the perceptions that the rest have and adjust the personal brand to achieve the objectives, generate trust, differentiate and achieve visibility (Pérez Ortega, 2015).

In addition to these steps to follow in the process of creating a personal brand, we must work towards the goal that the final result is and is consistent, predictable, understanding this adjective as reliable: if at the end of the day a brand is a promise, as we previously reflected, that promise must be fulfilled and the public must know it; and authentic. (Malumbres, 2015).

Authors such as Pérez (quoted by Beltrán-Bustos, 2018), point out that what is necessary is:

"Defining the scope of positioning (one for what). Then create an identity (a who), a motivation and some values (a why). The next step is to establish some objectives, and from ahí define what one can offer. After this, it is time to plant a flag on the head of those you want to reach, discover and manage perceptions and generate trust, as well as differentiation and visibility. Finally, it is time to develop a strategy and carry out the control and maintenance of it". (p.138)

In a nutshell, we could say that in order to build a personal brand, one must take the same path as in order to build a conventional brand: establish the target audience, work on identity from the point of view of coherence and authenticity in order to project a positive or attractive image, extend certain values and promises to all areas of communication, and set and maintain a strategy.

10.2.3 Brand, Personal brand and Music brand

Although the concept of personal brand and the creation of this one is extensible and useful for any professional environment, it could be said that it is a

determining factor when we speak of a public person, an artist who has the objective of becoming relevant for the masses at a national and international level. Thus, as Schner points out (quoted by Beltrán-Bustos, 2018), a strategy is necessary to "build one's own brand as a professional, an element where the person is unique and distinctive and where what he knows best, he cuts it with a different profile from the rest of the professionals in his specialty" (p. 136). With respect to the artist's proposal, according to a study carried out by Arias Cortés, Hernández Guerrero and Ortegón Cortázar (2014), "elements such as the lyrical proposal, composition, sonority (musicality), visual proposal and staging have a direct impact on the construction of the artist's brand" (p. 85); thus, in this case the product will not only be the music itself, but everything that surrounds it, the visual proposal offered: music videos, performances, media appearances, etcetera.

The growth in the incidence of visual assets offered by artists in the creation of personal brands and engagement with the public, could be explained by the proliferation of online platforms, not only those media that allow the viewing of videos or listening online music, but social networks, which allow the presentation and mobilization of these and conversation by thousands of individuals, thus, the rise of the Internet has enabled the development of new techniques of promotion, marketing and branding, thus adapting to the new way of consuming that marks the digital era: "The music industry has turned part of its strategies for promoting artists towards digital media, but it is important to offer innovation and functionality to these tools so that it can be massified and at the same time feedback by the same users, you want to constantly be contributing and enriching with information that can favor the perception of a particular artist" (Cortés, Hernández Guerrero and Ortegón Cortázar, 2014: 86).

On the other hand, it is worth mentioning the variety of positions regarding the art-marketing relationship that have evolved over time; roughly speaking, we could distinguish between two points of view, which are debated between "whether marketing should be applied during the creative process (thus maintaining coherence with the general theory of marketing) or whether, on the

contrary, it should be kept at the margin of said process and applied only once the product is designed" (Azuela, Sanzo and Fernández, 2010: 23 - 24).

As Azuela, Sanzo and Fernández (2010) point out, the strict application of marketing in the cultural sector would result in the loss of many artistic expressions, as production would be limited to the needs of consumers and to what the market demanded, but limiting the application of marketing in the finished product would be distancing oneself from the needs of the consumer and assuming that this sector requires adapted marketing. On the other hand, there are those who point out that the application of marketing during the process of creation of the cultural product would be to condition said creation, however, if the postmodern line of thought is followed, this process is nourished by marketing: "we are all creators and, as such we can feed back to the author"; furthermore, in term, art is oriented to the market either towards other artists, towards criticism or towards a specific public, the artist does not manifest for himself, but for a group (pp. 34-35). If we identify an artist, with a "virtuso", as Paolo Virno points out, his activity is one that "demands the presence of others, that exists only in the presence of an audience" (Virno, 2002). Continuing with the analysis of Azuela, Sanzo and Fernández, if marketing is applied in the process of artistic creation focusing on the achievement of organizational objectives that coincide with the orientation of the product, this will help to determine the market segment that will demand that product and, later, there will be feedback between the artist and the public; furthermore, the product produced will satisfy the needs of the given segment without putting the artistic product at risk or attacking it (pp. 34 - 35).

On the other hand, as we have been pointing out, marketing and branding have spread to practically all aspects and areas, and no longer only apply to products or services considered as traditional; furthermore, as Stratton (quoted by Motta) points out: "popular [urban] music, having been created in a capitalist system, cannot be separated ontologically from the capitalist context, even though critics often try to do so". In addition, we must take into account the term cultural industry, "a concept that integrates that of culture, insofar as it deals with symbolic and intellectual creations, such as that of industry" (Gámir, 2004: 2); thus, as

Mitchell points out (quoted by Gámir, 2004), one of the objectives of cultural industries is "to blur the line that separates the concepts of "image" - in the cultural sense of the term - and "product" - under its industrial component -, provoking the consumption of the product in function of the image it includes".

Thus, as Motta points out, we could say that the cultural product of an artist, for example musical, would be his music, protected by copyright; and the registration of the name of the same or of the band, as well as the designs related to them, would belong to the part of industrial property (Motta, 2014. pp 18-19).

On the other hand, cultural industries can be considered to produce goods that "define the style and status of a social group by providing it with a set of cultural identification codes" (Gámir, 2004: 3). As Romero González points out, explaining the position of cultural industry according to the thought of T. Adorno:

"The products of the cultural industry are not also products, but they are in themselves integral, which means that we are no longer obligated to look for an immediate benefit, but rather, that it goes beyond those limits, let's say that we no longer sell a telephone for example, we now connect people (Nokia), now that, according to Adorno, each product is wanted individually (in marketing we would call it the work of differentiated positioning, a technique in which we seek to present the different product to the others of the same category, in order to differentiate it, to make it noticeable from the whole pile) and individuality itself serves to reinforce ideology to the extent that it causes the illusion that what is reified and mediatized is a refuge of immediacy and life, that is, that the object is capable of endowing with certain attributes to whoever possesses it, for example, a car does not only serve me to move, this problem has already been overcome, what it provides me now is of status, that car that is shown as a mere system of displacement is outside the scheme." (2014: 7-10)

Since the concept of Cultural Industry was distinguished from entertainment and mass entertainment, it is also necessary to speak of Creative / Entertainment / Leisure Industries, which would constitute the logical evolution of this concept.

This evolution, as Rodríguez points out, is due to digitalisation: although a main feature of Cultural Industries is the need for industrialisation for the reproduction of the support of culture, we are currently presented with the "hyper-reprotectability" of cultural products, which on the one hand stimulate demand and, on the other, make them free (Rodríguez, 2011: 150).

The Creative Industries are characterized by taking the cultural product as susceptible of being a collaborative experience and by going from textuality to hypertextuality: cultural products are connected or appeal to others, which, as Rodriguez points out:

"It is precisely the way to operate on the net: that hypertextuality that mines - or contaminates or sows - each text with "links" that refer to other texts of any nature, that invites us to jump from one to another, without perhaps having finished rushing the present text that we have before our eyes, and that already flies from our eyes (although it is always recoverable) in pursuit of another that attracts our attention, and invites us to follow in turn beyond it, by lines of connection endowed with a logic, even if it is blurred. (...) Faced with the cultural experience of yesteryear, which was circumscribed, intense, intimate, erudite, pro-founda, today's experience is disperse, superficial, fast; that is, if we wish, amusing -or distracted-, in its full etymological sense" (Rodríguez, 2011: 153).

Therefore, we could talk about, in this particular case, the musical brand in the same way as we do a traditional brand, without being necessary distinctions in terms of terminology or applications because it is related to a cultural product. Thus, in Motta's words, one could say that the musical mark would correspond to "a name, term, sign, symbol or design, or a combination of them, which identifies the goods and services of an artist and differentiates them from the rest" (Motta, 2014: 20). However, it should be considered that music is not the only product of the artist or artists, but is a way or tool to allow the brand to grow and consumers become loyal to it.

Thus, the creation of a music brand, has the same objectives as a traditional one, and seeks to find a loyal public that trusts it and considers it authentic. The term authenticity takes on special importance when we talk about music: although, as the Keightley (quoted by del Val, 2001) points out, "authenticity has been, strictly speaking, a main value in Western society for centuries", authenticity, as far as musical genres are concerned, manages to create and highlight "a feeling of community", because since its origins, each musical genre has been linked or has been associated with a specific group or segment of the population. On the other hand, when we deal with authenticity (in music) from a postmodern point of view, it seems interesting to take into account Moore's proposal regarding the term, as del Val explains:

"Allan Moore proposed a new perspective of analysis for the study of authenticity in popular music. In the text Moore points out that authenticity is not something that is inscribed in a musical genre, or an interpretation, but is a value that is attributed to music in the act of listening: "authenticity is not a property of, but something that we attribute to an interpretation" (Rudbige, quoted in Moore, 2001: 210).

Therefore, "what the researcher must ask himself is not which piece of music is being authenticated, but who (or who). (del Val, n.d.)

Thus, as Motta points out, and as we commented previously, artists, thanks to their musical brand, obtain credibility from the public, perhaps being able to link this to the concept of authenticity; as he explains, also quoting Moore, the concept of "first person authenticity" arises, when an artist manages to transmit that his expression "represents an attempt to communicate in a way that is not mediated with the public". (Motta, 2014 p. 20).

Thus, we could say that the difference that exists between a "traditional" brand and a musical (or artistic) brand lies in the fact that the former constantly pursues the objective of being seen as "authentic" or perceived as humanized as possible, trying to hide or blur the mediation that exists between the creators or developers of that brand with the public; and, the latter, achieves this in a practically

involuntary way: the public or the consumers of that artist brand, do not perceive the concept of brand or the will of loyalty that hides behind it.

Once the concept of the musical brand and its main characteristics have been determined, we can go on to explain what elements build it and allow its development. The brand constitutes a personality that has to be distinctive and recognisable, it is something more than a logo or a name: it is made up of tangible and/or intangible elements that make up a proposal and it is usually presented through a cohesion of visual and auditory proposals. There must thus be a specific pattern, an imaginary brand that generates a specific style that the public is able to recognize without the need to explicitly see the name or logo: in the different contacts that the receiver has with the product of the brand, a unified and coherent proposal must be perceptible.

As Arias, Hernández and Ortegón (2014) note, in a study that tries to identify the factors that influence the construction of the artist's brand, one of the elements that must be taken into account when building a musical brand is the musical product itself: "the lyrical proposal, composition, sonority (musicality)". The composition of the songs, their lyrics and titles, could be considered key elements as long as they can sometimes act as slogans, which are retained in the collective memory and become part of the "popular culture". In relation to musicality, as Motta points out, "certain artists and groups are capable of converting a particular sound into another element of the brand" (Motta, 2014: 22). Thus, we could classify these elements in a first group of elements to take into account when building a musical brand: Sound and verbal identity.

On the other hand, as we mentioned before, the visual identity plays a great role in the construction of the artist's brand: the graphic representations, the visual proposals, the colours used, and even the artist's own personal image and way of dressing, the image they give off, the values associated with each choice and the cohesion and coherence between them, serves to delimit and define the artist's brand. In this way, the proposal of the shows and the staging also contributes to the construction of the musical brand, the appearances in the media and even the social networks, as Curtich points out, quoted by Beltrán-

Bustos: "the shadow that each one of us casts in the digital space is the sum of multiple impacts that affect both our personal and professional activity. It is a unique and complex image that must be managed with broad criteria that cover each and every one of the aspects that make up our reality on the Net" (2018, p. 140): the way in which the product is exhibited, which also contributes to the "humanization" of the brand we mentioned earlier. In addition, the visual identity also extends to products related to the artists, such as physical discs and their design or merchandising.

10.3 Rosalía and "El Mal Querer"

One of the goals of this research is to present the possibilities covered by audiovisual narrative and the music video in brand construction, how the work of an artist, in this case, can be presented as an example of, on the one hand, personal brand construction and, on the other, brand construction; how we can get to use storytelling in a deeper way to reach the public. To this end, as we mentioned earlier, we have chosen as an example to study and analyse the latest work by the Catalan artist Rosalía, "El Mal Querer": A conceptual album perfectly conceived to form an aesthetic whole, a universe in which everything is related.

Before beginning with the analysis of the album, we believe it is necessary to introduce the career of this artist, contextualize the conception of the album, explain it from a general and musical point of view and discuss the evolution and success of both Rosalía and her work, in order to understand the precedents and then delve into the history that has images, videos and shows and music.

10.3.1 Who is Rosalía?

Before entering into the deep analysis of "El Mal Querer" it seems necessary to make a small introduction of who is hiding behind the authorship and how it got to where it is. Rosalía Vila is a 25-year-old Catalan woman who always had a clear objective: to become a singer. She studied at the *Escola Superior de Música de Catalunya*, being the pupil of Chiqui de la Línea, a well-known flamenco singer, who only admitted one pupil per year. From an early age she was participating in the world of music and trying to make her way. He attended the *Panama International Film Festival*, the *Grec Festival* in Barcelona and was part of *La Fura dels Baus*.

To get to where she is today, the singer tried different versions of herself, until she found that space in which to stand out. In 2008 she presented herself to the talent show "Tú si que vales" and, despite not being selected, she anticipated what was to come: "I'm sure I'm going to be an artist" she said.

With regard to her most current trajectory, we could say that in a relatively short period of time she has grown exponentially and has evolved into the character

we recognize today. It would not be too risky to say that his first step towards fame took place thanks to his collaborations with the Madrid singer C. Tangana in the songs "Antes de morirme" and "Llámame más tarde", released in 2016, which meant a small launch towards a new audience and made her future work, "Los Ángeles" welcomed by a young audience, as we can read in the I-D magazine: "Rosalía's enigmatic charm has been a great discovery for Puchito's fans".

In 2017 the artist released her debut album entitled "Los Angeles", for which she had the participation of the well-known Raül Refree, who has worked with artists of the caliber of Kiko Veneno or Silvia Pérez Cruz, both for the creation process and for the production. In this work, the singer focused on showing her capacity for singing, her possibilities; although one could already appreciate that characteristic eagerness of her latest work for experimentation and rupture with established musical norms; something that the critics echoed: the publication *Mundo Sonoro* said, as a result of the release of the album, that singing was positioned as "the contemporary cantaora who has best understood the times that run".

In this album, Rosalía showed her passion and admiration for flamenco, and presented her vision and way of understanding this musical style. A work that contrasts sharply with "El Mal Querer", despite the fact that she already had an interest in exploring specific themes: although the album "El mal querer" revolves around toxic loves, "Los Ángeles" focuses on death, focused from different angles but without resulting in a conceptual album, and explores it from different ways of singing, as she explained herself in an interview given to *Je ne sais pop*(2016) magazine. Thanks to him, the Catalan woman began to carve out the history of her triumph: she won the Ruido award for best album in 2017, the Time Out award for best album in 2017, she remained on the Top 100 album list for 79 weeks, and she was even nominated for a Latin Grammy thanks to this work.

In the period between the release of her debut album and her latest album, "El Mal Querer", the artist's popularity grew rapidly, and that recognition has undoubtedly increased significantly following the release of her singles

"Malamente" and "Pienso en tu mirá" and, later, the work in which they are integrated.

In addition, this artist has not hesitated to collaborate with different international urban music artists such as J. Balvin or Ozuna, works that have helped to continue expanding his fame: the video clip of his song with Balvin, "Con altura", has been awarded in the MTV VMA's 2019, in the categories of "Best choreography" and "Best Latin video", making Rosalía the first Spanish female artist to win an MTV Music Video Award. She has also collaborated with producer and singer James Blake, presenting the song "Barefoot in the park".

The "Rosalía phenomenon" extends not only in the musical field: the artist has also collaborated with the fashion industry, launching a capsule collaboration with the brand Pull & Bear; she has participated in the latest film by Almodóvar, *Dolor y Gloria*, she has been part of the soundtrack of the last season of the series *Juego de tronos* and she has even been the first Spanish artist to be featured on the cover of *Vogue* magazine.

When talking about this phenomenon, about the construction of her personal brand, it seems important to also consider the way in which the artist has programmed her career through social networks, mainly YouTube and Instagram, and the importance of her performances. With respect to her most recent work, *El Mal Querer*, it is worth noting the way in which the artist has generated constant expectation: firstly, through YouTube she launched a series of three videos months before the release of the album in which she talked about a new project and briefly explained the process of it. On the other hand, by means of the same platform he also linked this expectation at the "project" level with one of its parts, the show, launching a trailer of the tour or the show of the record. On the other hand, through her Instagram profile, she shared more "personal" images in which she transmitted to his followers that something new was about to arrive and she was sharing videos and images of his shows, as well as some of the artworks proposed for the project. Finally, she offered a free show of presentation of her new album by the hand of Red Bull in the Plaza Colón of Madrid, managing to

present to a multitudinous public a part of her project: the songs, the choreographies and the show.

In this way, the artist manages to transmit all the aspects related to her work, to make the masses know and value them, and positions herself as a multifaceted artist who takes care of all the details of her work.

Another outstanding aspect of her career is the evolution of her image, although from her first musical works a certain aesthetic is perceived, it is shaped and "exaggerated" as she grows as an artist.

In spite of constituting a work, musically speaking, much more centred on flamenco, at the time of "Los Angeles", the singer moves away from the traditional image or wardrobe of a *cantaora*: a sporty look, a less loaded make-up and the gel nails that characterise her. However, we still don't fully appreciate that extravagance or those more charged styles that characterise her today. Although at this moment we already appreciate her taste for urban / trap aesthetics.

With the launch of the singles of "El Mal Querer" and their corresponding videoclips, the aesthetics shown in them and outside them begins to manifest a unity: golden jewels, less loaded make-ups, urban styles, mixed with athleisure style tracksuits, crop tops and long and decorated gel nails; thus consolidating a very concrete way of presenting oneself to the public and which, on the other hand, is a reflection of fashion or the current trend for dressing among young people.

Although his style is essentially characterised by following an urban aesthetic, it should also be noted that he is also influenced by flamenco in events and, above all, in her performances.

In short, Rosalía is becoming an artist without boundaries, perhaps because she is "the artist who is breaking down the barriers between flamenco and the 21st

century", as we can read in "Rosalía, en boca de todos", an article published in *Metal Magazine*.

10.3.2 "El Mal Querer"

Although in her debut album Rosalía presented her skills, her mastery of the voice, her vision of flamenco and she made herself known, with "El Mal Querer" she demonstrates that her passion for music covers many and very different styles, and shows the world her thesis that lasted more than two years, as she herself indicated at the press conference to present the album.

Her work is inspired by an Occitan novel by an anonymous author dating from the 16th century, called "Flamenca", which is about a woman who marries a man who, maddened by jealousy, locks her up in a tower. This novel deals with Courtly Love, forbidden and out of wedlock, putting the woman in the center of it, claiming his role. Although the novel has a different development from the album, served as inspiration and starting point to explore the "dark love".

Thus, in this "research", the record is split not only in songs, but in chapters: eleven songs/chapters that accompany the audience to discover the stages of a toxic relationship, from the wedding, the initial love to jealousy, violence and pain to end with liberation and empowerment of the protagonist.

Everything that has to do with this work is taken care of in detail, from the composition of the songs and the visual part of them to their performances, creating a concrete universe that impregnates each part of it and turns it into a whole. It is also worth mentioning that in order to carry out this project, the singer has surrounded herself with renowned professionals as well as people she can trust.

To talk about her work, we cannot limit ourselves to mentioning Rosalía only, but it is necessary to stop to name the rest of the team that has conceived this album. As we can read in the album credits, it is produced by Rosalía and Pablo Díaz Reixa, "El Guincho", who also participates in the composition of some of the songs. With respect to the composition, all the songs are signed by the singer,

although with the collaboration, in most of them (eight), of the also singer C. Tangana, whom we can also distinguish in the choirs of some songs. On the other hand, with regard to the participation in the cante, we must highlight Las Negris, Nani and Lin Cortés, Los Mellis, Rosi de Palma and the orchestra conductor Jesús Bola, among many others.

El Mal Querer not only stands out for its theme, for the novelty and innovation that come from the songs or for the mixture of sounds and musical styles, but for the whole universe built around it that ends up forming a whole, a unity. Five of the songs are accompanied by a videoclip, and all of them have a certain relationship with each other, something that we will delve into later, two of them have been produced by Canada (Malamente and Pienso en tu mirá), one by O Creative Studio (De aquí no sales), Pienso en tu mirá by Caviar, and directed by Henry Scholfield and the last one, Bagdad, was produced by Division and directed by Helmi; each of the songs has a different artwork, all designed by artist Filip Cusic, who helped create a concrete universe for the album's aesthetics: all the visual works of the songs mix surrealism, geometry and everyday objects and aim to materialize the sound and the stage narrated in each song.

Another strong point of the Catalan woman's work is the show and the performances she prepares. As with everything that surrounds the album, this part is also taken care of in detail: in her team she has Charm La'Donna as choreographer, who has worked with artists such as Madonna, Kendrick Lamar, Selena Gómez or Pharrel Williams and with a dance group made up of eight women, Las ocho rosas. In her performances, she doesn't just sing, but prepares real shows full of dance, palmas luces and colors, creating the perfect environment to express the meaning of her album. Her performance is intimately related to the theme and aesthetics of her latest work, as we can see for example in her performance in the MTV EMA's , where we can see on stage a truck with her name, lampposts placed in it and a wardrobe that reminds us well of the equipment for riding a motorcycle.

On the other hand, we cannot not mention the music, the composition, the mixture of styles and resources of different genres that are used in it. Although flamenco

is present in all the work, the most outstanding characteristic of this album is the fearless mix of this genre with tools and melodies typical of trap, pop or R&B among others. We can find a lot of articles, videos and reviews of the album in which this component that makes the album special is explained, for example an article from the blog "La Ruta norteamericana" of *El País*, in which Rosalía's creation of her own language is emphasized, and her work is catalogued as "brave" and "breakaway" and the particular way of the Catalan to understand pop in a way that is typical of this century is explained. It is also worth mentioning the incorporation of sound effects such as swords or catanas in *Maldición* (Cap. 10 Cordura), motor sounds in *Malamente* (Cap. 1 Malamente) or in *De Aquí No Sales* (Cap. 4 Disputa), or the use of pop bases such as that of Justin Timberlake's well-known "Cry me a river" in the song *Bagdad*.

In summary, it is a concept, a breaking, coherent and innovative universe that has managed to captivate audiences of all ages and from all over the world, something that we will now deal with in more detail. And his aesthetics or way of doing in this album, extends to her later works as well: the references, the poetic montage, the metaphors, ... something that is reflected for example in Barefoot in the park, his collaboration with James Blake: in the music video of the song (available in [this link](#)) there is a raccord failure in the last seconds, pointing out the irony of the video. Not a few media have praised Rosalía's latest work; the newspaper *El Mundo*, for example, qualifies it as the best album of the year, since "it has captured the spirit of its time without being subordinated to it". But he has not been the only one, from newspapers such as *La Vanguardia* or *El País*, to specialized publications such as *Vinilo Negro*, *Mondo Sonoro* or *Je ne sais pop* have filled the singer with compliments.

10.3.3 Trap and Flamenco

At this point of the paper, it seems convenient to make an excerpt to talk about the musical styles that are mixed in this paper. Music, beyond pure entertainment, is a representation of cultures, thoughts, concerns and even ways of life.

10.3.3.1 Trap

As Valentín Ladrero explains, rock is seen as a groundbreaking genre, as it is heard by all social classes, unites different parts of society and thus served as a propellant for the birth of other genres. Jazz, offering awareness of popular music will be key to the birth of Hip-Hop or rap that, later, will be parents of Trap. "Music has been one of the most important historical milestones in creating identity" (2019). It is a way of expressing oneself, of strengthening social movements and feelings.

As Kaluža points out, Trap music was born as a sub-genre of Hip Hop during the 1990s in the southern United States, specifically in areas of poverty and delinquency; without going any further, its name comes from the "Trap House", where drugs were sold illegally (2018).

The main topics that impregnate the letters of the trap are intimately related to the street: delinquency, drugs and poverty and their sound is characterized mainly by the use of autotune and electronic bases.

Little by little, trap music began to gain international recognition and to leave the most "underground" environment: in 2009 artists like Gucci Mane or Future sneak into Billboard charts, as Kaluža(2018) explains.

In Spain the Trap begins to emerge from the hand of artists like Jackobo Hernández, Cecilio G, PXXR GVNG, la Zowi or Somadamantina, from 2013 in big cities like Granada, Madrid, Valencia and Barcelona. However, the group PXXR GVNG, who performed in 2015 on the Spanish TV show "Alaska y Segura", made the Trap a leap into the music scene and more people began to take an interest in it.

From that moment on, the Trap scene begins to proliferate in Spain and, over the years, has given rise to an urban scene that mixes sounds and musical styles beyond what is strictly considered Trap.

The lyrics of Trap's songs have been and are often considered sexist, as Bermúdez Rojas points out in an article for *Libre Pensador*: "Most of the time, it alludes to the feminine gender with denigrating and humiliating expressions; in many songs they refer to women as sexual objects, as well as reflecting them as worthless, replaceable, interchangeable objects that men use and discard at will. However, at the entrance of women like Bad Gyal, Ms Nina or La Zowi to this musical scene, she has made the lyrics of the trap include arguments and demands about the empowerment of women: Ms Nina, for example, defines her music as feminist and claims that women are neither delicate nor submissive; Bad Gyal defends her independence as a woman and Zowi claims the place that women deserve in the scene of the trap, as we can read in *The Wat Mag*.

Thus, we see how the Trap, besides being characterized by "street" themes, is also a tool for vindication.

10.3.3.2 Flamenco

The most exploited and explored genre by Rosalía on her album is Flamenco: a musical genre with a longer history than Trap, as Ösp points out, "to enter the world of flamenco is to enter a chaotic world" (2010). To begin with, it is necessary to talk about its origin: this genre was born in Andalusia, approximately in the 18th century thanks to the mixture of cultures and peoples that lived there: gypsies, Andalusians and Moors. Thus, Flamenco is born thanks to the mixture of cultures that existed in the Andalusian regions; as Ösp explains, music is born as a link between these peoples, from their way of relating: a mixture between gypsy rhythms, Andalusian music and the melismas of the Moriscos.

Although there was good understanding and acceptance among these peoples, the clash of cultures also had a negative impact on them, resulting in their music trying to express their suffering: poverty, hunger, social position, ... How Thiel-Cramér explains: The Andalusian proletarian and the persecuted gypsy had to understand each other perfectly through something vaguely similar to an instinctive and common class consciousness. From the anthropological point of view, as a fundamentally human fact and as an artistic expression of a collectivity,

flamenco singing is the complaint of a people who have been subjugated for centuries. (Quoted by Ösp, 2010).

In this way we could affirm that Flamenco constitutes in its origin a form of protest and denunciation of the situation of these people.

Flamenco, like most musical genres, has in its history evolution, changes and different stages. However, simplifying this, we could say that there are two fundamental stages: the Prehistory and the History of Flamenco, being the bridge from one to the other the appearance of the first recordings.

On the other hand, within the evolution of Flamenco, it is worth mentioning the appearance of *El Café Flamenco*: concert venues all over Europe where the bourgeoisie came to listen to flamenco songs. Thanks to the popularization of these, the *Opera Flamenca* was born and the themes treated in the songs evolve and include amorous narratives and disappointments, without leaving aside the misfortunes.

With respect to the evolution of Flamenco in its closest period, it is worth mentioning personalities such as Rocío Jurado who managed to expand the genre internationally, such as Paco de Lucía and Camarón de la Isla who, with their creative proposals, widened the limits of flamenco and separated themselves from the conservatism that enveloped the genre, thus opening the door to a wave of "New Flamenco", which experiments with metrics, fusion between genres or rhythms.

10.3.4 The success of “El Mal Querer”

As mentioned before, El Mal Querer has been, and still is, a work that has broken patterns and that has been reflected in the great success it has been reaping since the release of the first single "Malamente".

A month before the release of this song, the singer uploaded to the YouTube platform a series of videos announcing the arrival of a new project, in which she explained who are part of her team, the importance for her to experiment with

music and look for new proposals, where she rehearses and how she does it, her vision of creativity and work to finally tell the name of the project and explain its theme briefly.

After this, the song "Malamente" was released on May 30, 2018, produced by Rosalía and El Guincho, in which the singer C Tangana collaborated in voice, and with the video clip by the hand of Canada. The song entered directly to the number 28 of the list of Spotify Spain and was positioned a day after its release in the number 1 Youtube trends with 800,000 reproductions in less than two days. The song currently has 104.689.972 hits on Youtube and 109.629.595 plays on Spotify. In addition, the song entered the top three of the best songs of the year in Pitchfork and different media echoed it and filled the singer with compliments. On the other hand, "Malamente" was nominated for five Latin Grammys, where it finally won two awards: "best urban fusion/interpretation" and "best alternative song"; in addition, the videoclip of this first chapter was awarded at the UK Video Music Awards with Best Pop Video and Best Direction. This song ended up being a double platinum album in October 2018.

The release, on July 24, 2018, of the second single of the album and corresponding videoclip "Pienso en tu mirá (Cap. 3: Celos)" caused a big excitement: A few minutes after the song was released, its name was trending topic on Twitter and, as we can read in the newspaper "El Mundo", twelve hours after the release it surpassed 313,000 views on Youtube, and in one day it reached a million views on Youtube. The song, in addition, has obtained the certification of double platinum with more than 80.000 units. In addition, as Rosalía herself showed in her Instagram profile, she made the United States the second place in the world where her music was listened to the most, thus consecrating her international success.

The announcement of the release of the album was equal to the success it would reap: on an advertising screen in Times Square (New York), as she herself showed in her Instagram profile. On November 2, 2018, "El Mal Querer", an album produced by El Guincho (Pablo Díaz-Reixa) and Rosalía herself, saw the light, and as we can read on the web page of the channel, the reproductions of

Rosalía's music grew by 665%, making her break records and positioning herself "as the most listened to artist in the day"; in addition, the album became the most "listened to in Spain in 24 hours". On the other hand, as we can read in the newspaper "El Mundo", Rosalía became "the most listened to Spanish artist in the world, surpassing the 4 million listeners per month". She also managed to introduce during the first week of her release all the songs of the album within the Spotify Spain list... A few months later, in January 2019, the album was recognized as a platinum album. The success of the album was also reflected in the sales numbers: as we can read in Je ne sais pop, a publication that was already approaching its success the same day the album was released, "Rosalía's popularity has not stopped climbing since the launch of that work, and 'El mal querer' is destined to consolidate her as one of the biggest stars that Spain has produced in years", remained for 8 weeks after its release in the list of 10 best sellers.

All this adds up and has made the Catalan singer internationally known and her fame spreads quickly to practically all parts of the world: Forbes magazine includes her in the list of the most influential Europeans under 30; a study by Personality Media indicated that the singer, in terms of recognition has experienced the greatest growth in 2018: in 2016 few people knew who this singer was, and today two out of every three Spaniards know her.

In addition, Rosalía's participation in different internationally recognized festivals is noteworthy, as well as performances at awards ceremonies in different parts of the world. The Catalan performed at the Coachella festival, at Sonar, at Primavera Sound, at Lollapalooza, at Noche Blanca del Flamenco de Córdoba, among others; a demonstration of her success would be the achievement of soldering out in the United States in less than 24 hours. On the other hand, we could also see her in the MTV EMAS a few days after the release of her album; in the Goya of 2019 and in different national and international Late shows.

11 Overall Results

Once we have analyzed all the elements that make up the universe of "El Mal Querer", it seems interesting to conclude with the relationship that exists between them and the common points that turn them into an artistic whole. Rosalía manages, with this work, to create a perfectly cohesive and coherent brand universe, not only taking into account the visual details, but even her most basic product, music, fits perfectly into it. Shee exploits to the maximum, as Pedrosa González points out, the "collage capacity" characteristic of the video clip at aesthetic and narrative levels and extends it to all the creative levels of his album. We could say that this use of the pastiche manages to present Rosalía as an educated artist, who mixes artistic, cinematographic, pictorial, musical, religious and even literary references from all periods and classes: from painters like Goya to imaginaries of industrial estates or low social classes; she re-elaborates the characteristic "of the street", the popular, giving it a new meaning and turning it into a greater Art; that is to say, in spite of being inspired by folklore and adopting sounds, themes and popular references, she manages to avoid the label of popular artist and become an artist that relies on very different referents and that extend to all kinds of arts.

The artist, as we have already mentioned, explains that the reason for her work is to explore the evolution of forms of love and relationships, if they have changed and evidence that a problem that existed centuries ago, remains valid. In addition, she uses her music to launch a message that seems quite obvious: women should not be subject to the oppression of men, but can be free and independent. On the other hand, it seems to call sorority, surrounding herself both in videos and in shows, with women dancers who support it. We could also say that the story told by their songs gives voice to women who suffer or have suffered similar situations. In order to do so, she mixes especially two genres, Flamenco and Trap, both are musics that are born with the protest, complaint or explanation of a specific situation lived by those who make that music: The story told by the album is about a toxic love, an abusive relationship full of jealousy, oppression of women and mistreatment, a problem that is still valid today. Thus, the singer with

the development of history claims the empowerment of women, their strength and their capacity for independence. The album is based on "El Román de Flamenca", but the Catalan adapts the story and changes its ending so that the protagonist manages to escape the tragedy.

It seems especially interesting to talk about how she takes the characteristics of postmodern aesthetics to their maximum exponent, extending them to all her work making use, as Calabrese (quoted by Pérez-Yarza) points out, of "displacement", that is to say, "giving the discovery of the past a meaning from the present with a meaning from the discovery of the past" (1996). She plays with common cultural references to the addressees achieving, as Pérez-Yarza points out, to generate an experience of collective identity (1996). Rosalía mixes urban, flamenco, religious and kinky aesthetics through the use of mantillas, roses reminiscent of flamenco costumes, dancers, tracksuits, gold jewellery, sport shoes, gel nails, protections for riding a motorbike... If her music includes pop particularities, she also includes references to the most pop culture: the song "Bagdad" is based on a pop hit like "Cry me a River" and, in the videoclip of that song, the singer makes a wink to the "pop princess", the singer Britney Spears wearing a red latex costume, which reminds the same Britney Spears wears in the video clips of "Oops... I did it again". These references to pop can also be found in songs outside the album *El Mal Querer*, for example in one of their latest releases: *Aute Cuture*: The costumes with shoulder pads are similar to Lady Gaga and Beyoncé's in *Telephone*, for example.

Her videoclips (and all the visual work that surrounds the album) are nourished by a polysemic, iconic narrative: she reinterprets and makes use of that culture to which we have been exposed, the use of religious elements, representative of Spanish culture, and of fashion or the urban environment. All of them are included in each of the artistic expressions and are reinterpreted. The singer takes the Spanish imaginary, culture and religion, the images with which society has coexisted, and gives them a new meaning, reinvents it and adapts it adding new layers of meaning to make its message stronger and more understandable.

She includes such genuine elements of Spanish culture as the mills in the video "De aquí no sales": We could well identify the mill that appears in the video and the man who, in flames, enters it, with the passage of "Don Quixote" in which the protagonist identifies the mills with giants. The singer takes that giant, that enemy that could be the relationship in which she is involved, and makes it explode. On the other hand, she takes and reinterprets the bullfighting culture, turning its meaning upside down: she uses the relationship between the bullfighter and the bull to represent a toxic relationship between man and woman.

The aesthetics of her work transforms the deepest part of Spain into something contemporary that attracts the youngest people. She transposes a history from the 13th century to the present day, mixing the imaginary of the most urban culture with the purest and most traditional, even introducing such everyday elements as mobile ones: in "Pienso en tu mirá" we see the main character sending whatsapps and in "Bagdad" voice messages, for example.

With all this, the singer mixes styles and imaginaries to achieve a sign of personal identity, something that fits with the definition of artist that explains del Val, "someone innovative, who is not anchored in the past. The artist plays with different music, sounds, resources and aesthetics. She combines current language and its expressions with a much more traditional language and even with *caló*.

The songs or chapters tell a story that is explained or materialized in the visual works and that continuity of the story is also manifested in them: In "De aquí no sales", the main character sinks into gasoline, which could well represent the pain of the discussions with her partner and the toxicity of that love ends up exploding and filling everything with fire and, in "Bagdad" the main character drowns in her grief, until she "resurrects" or finds her salvation presented with an orange light, which reminds us well of fire.

All these elements are intertwined in each of the parts. For example, in relation to "Bagdad": In the artwork we see Rosalia lying down, dressed in white in front of an orange background and, at the end of the video clip we see her ascending

dressed in white also dazzling with an orange light. In addition, the "religious" experience that the song intends to represent becomes obvious in the shows: Rosalía covers her face with a shawl, and her dancers surround her practically representing the Ascension of the Virgin.

This continuity and play of representative elements is also present with the motorcycles and motors: In the video clip of "Malamente", they prepare a motorbike for the protagonist, who is first "toreada", to later show herself above the man and to escape on a motorbike also in "De aquí no sales". The element of the motorbike is not only present in the videos, but its sound is included in the music itself and is transferred to the show, as we see in his performance in the MTV EMA's and in the concert offered in Madrid's Plaza Colón.

It also plays with the aesthetics of the woman, either presenting her as a "pure" woman with much looser clothes, simple or lighter colors when the oppression of the man is perceived or adopting a more striking, when the woman acquires power. This sexism or patriarchal oppression is not only reflected in the story told, in the lyrics, but also in the details of the videos: At any point we see the woman showing her body in an exaggerated way, not even in the moment, for example, of ecstasy and yet, in "Malamente" and "Bagdad", we see nude pictures of women on the walls.

Another aspect that contributes to the continuity between all the elements is the use she makes of lighting and specific colours: plays of light are present in shows, artworks and video clips: flickering lights, flashes, darkness and blinding light. On the other hand, the colours red, black, white, orange and pastel tones are repeated throughout all the creations subject to the disc and endow the work with coherence, creating an artistic unit that could be reminiscent, for example, of what happens in *El Lazarillo de Tormes*, which, as Wolfenzon points out, is a work of art.

"Which is constructed through circular images that produce an impression of total closure and coherence. The effect of circularity is produced not only because every confession or relationship is, in itself, a closed

discourse, but because the recurrence and reappearance of certain elements establish a series of strongly intertwined internal connections" (Wolfenzon 2007: 16).

This means that specific elements are selected and will form part of the universe of the work, which will be repeated within it and will be the cause of this coherence and circularity, as happens in the record: they are exploited and related to the extreme achieving a visual and artistic unity. In this way, it would not be wrong to say that at the executive level the work of the singer could be taken as an example of brand creation: different products are generated that give off the same essence and transmit a certain value: empowerment; moreover, all follow design guidelines and are coherent among themselves.

Thus, it could be said that the first hypothesis put forward in this work is confirmed; her creations cannot be fully understood without taking her entire work into account. In "El Mal Querer" the audiovisual narrative is placed at the service of the story told: the music video is used as a support to explain and situate the songs in the current context, making the public identify Rosalía with that fighting woman who is represented in the story. That is to say, the narration crosses the border of fiction and the audiovisual discourse serves as a reinforcement for her image, for her personal brand.

The work and care behind these videos have led media, artists and the public to welcome and acclaim these creations, try to decode them and generate a debate about their meanings and keys, thus taking the intrinsic advertising particularity of the music video to a higher level.

For this reason, we could confirm that the second hypothesis is fulfilled: the singer takes the audiovisual narrative as a tool to build the brand "El Mal Querer" and strengthen the personal-musical brand "Rosalía", also uses the video clip as the main advertising format for both and manages to give credibility to her message.

Finally, it can be said that thanks to "El Mal Querer", Rosalía manages to establish her personal brand: attending to lyrical and sonorous questions,

experimenting and proposing a new sound or, at least, different from what we are accustomed to, taking care of the visual proposal that she offers and showing the relationship between the image she represents in the album and in the videos with her own as an artist.

In order to reach her characteristic sound and her current image, she has evolved and experimented, until she came up with an authentic proposal, understanding authenticity as a "recognisable identity in variety, in difference, in similarity", as Yepes Stork (1997) points out, rather until building and constructing the authenticity that has made her reach the general public: selecting a specific aesthetic, a message, a way of making, a sound, some visual codes that attract the public's attention and at the same time can be identified with them. Something that we can guess is not born spontaneously, but is the result of previous work: it is enough to see the comparison of aesthetics, sound and, above all, repercussion between "Los Angeles" and "El Mal Querer" in order to be able to notice the change or evolution that the singer has given until reaching her "current character". For this reason, we could say that the third hypothesis raised in the work is confirmed: the success of the artist is the result of the construction of a strong personal brand that is perceived authentic before the eyes of the public.