

UNIVERSIDAD DE VALLADOLID
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN



GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2020-2021

***ROSALÍA. LA CREACIÓN DE UNA MARCA A TRAVÉS DE LA
NARRATIVA MUSICAL.***

TFG tipo disertación

ALEJANDRO HIDALGO FERNÁNDEZ

Tutora académica: Luisa Moreno Cardenal

SEGOVIA, julio de 2021

RESUMEN.

El objetivo de este trabajo es estudiar y analizar el concepto de marca creado para la cantante Rosalía desde el año 2018 hasta la actualidad. Concretamente, nos centraremos en la manera en la que ha utilizado el formato del videoclip para dar visibilidad a sus propuestas de *El Mal Querer*, su segundo disco, y lo ha enfocado a la vez hacia el mundo de la publicidad y las ventas. Para llegar a una conclusión, realizaremos una investigación en profundidad sobre los procesos de creación de marca de la cantante, tanto personal como musical; además, explicaremos cómo ha conseguido dejar huella en el efímero panorama musical actual, en el cual cada vez es más complicado permanecer debido a la explotación del propio formato publicitario creado en la cultura del consumo rápido.

PALABRAS CLAVE.

Rosalía, música, publicidad, marca, videoclip.

ABSTRACT.

The objective of this paper is to study and analyse the brand concept created for the Spanish singer Rosalía from 2018 to the present day. In particular, we will focus on the way in which she has used the video clip format to give visibility to her projects of *El Mal Querer*, her second album, and how she has focused on advertising and sales at the same time. In order to reach a conclusion, we will carry out in-depth research into the singer's branding processes, both personal and musical. Moreover, we will explain how she has managed to make her mark in today's ephemeral music scene, in which it is increasingly difficult to remain due to the exploitation of the advertising format itself, created in the culture of fast consumerism.

KEY WORDS.

Rosalía, music, advertising, brand, videoclip.

Índice

CAPÍTULO I.....	5
1. Introducción.....	6
1.1. Justificación del tema.....	6
1.2. Objeto de estudio.....	7
CAPÍTULO II.....	8
2. Marco teórico.....	9
2.1. El videoclip: concepto y evolución.....	10
2.1.1. Definición general de videoclip.....	10
2.1.2. Historia y evolución del videoclip.....	10
2.1.3. Concepción publicitaria del videoclip como nuevo formato.....	12
2.2. Construcción de marca personal.....	14
2.2.1. Marca personal.....	17
2.2.2. Marca musical.....	18
2.3. <i>El Mal Querer</i> y <i>Rosalía</i>	19
2.3.1. ¿Quién es <i>Rosalía</i> ?.....	19
2.3.2. <i>El Mal Querer</i>	20
2.3.3. Género musical.....	21
2.3.4. Estilo de <i>Rosalía</i>	21
CAPÍTULO III.....	24
3. Estudio y análisis de la era de <i>El Mal Querer</i>	25
3.1. Análisis del <i>artwork</i>	25
3.1.1. Portada.....	26
3.1.2. <i>MALAMENTE (Cap.1: Augurio)</i>	27
3.1.3. <i>QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)</i>	28
3.1.4. <i>PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)</i>	29
3.1.5. <i>DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)</i>	30
3.1.6. <i>RENIEGO (Cap.5: Lamento)</i>	31
3.1.7. <i>PRESO (Cap.6: Clausura)</i>	32
3.1.8. <i>BAGDAD (Cap.7: Liturgia)</i>	33
3.1.9. <i>DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)</i>	34

3.1.10.	<i>NANA (Cap.9: Concepción)</i>	35
3.1.11.	<i>MALDICIÓN (Cap.10: Cordura) y A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder)</i>	36
3.2.	Análisis de los videoclips de <i>El Mal Querer</i>	37
3.2.1.	<i>MALAMENTE – (Cap.1: Augurio)</i>	37
3.2.2.	<i>PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)</i>	38
3.2.3.	<i>DI MI NOMBRE. (Cap. 8: Éxtasis)</i>	41
3.2.4.	<i>BAGDAD (Cap.7: Liturgia)</i>	43
3.2.5.	<i>DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)</i>	44
3.2.6.	Observaciones generales sobre los videoclips	46
3.3.	Análisis de las performances	48
3.3.1.	Análisis	48
3.3.2.	Observaciones	49
CAPÍTULO IV		50
4.	Conclusiones	51
CAPÍTULO V		56
5.	Líneas futuras de investigación	57
CAPÍTULO VI		59
6.	Referencias bibliográficas	60
ANEXO 1		66
	Letras de las canciones del disco de <i>El Mal Querer</i>	67

CAPÍTULO I.

1. Introducción.

1.1. Justificación del tema.

La motivación principal para realizar este trabajo viene dada por nuestra pasión hacia la disciplina artística en general y a la música en particular. Hemos decidido centrarnos en el mundo de la composición sin dejar de lado el tema que aquí nos concierne, la publicidad. Por ello hemos estudiado el caso concreto de la artista *Rosalía*, una cantante catalana de veintisiete años con un fuerte potencial en la música. *Rosalía* ha conseguido crear un fuerte posicionamiento en la cultura musical en un tiempo récord gracias a su disco *El Mal Querer*. Es por ello por lo que se focaliza el estudio en el periodo que comprende el nacimiento y fin de la era de *El Mal Querer*, la cual abarca desde el lanzamiento de la canción *MALAMENTE* (*Cap.1: augurio*) el 30 de mayo de 2018 hasta el lanzamiento del videoclip del tema *DE AQUÍ NO SALES* (*Cap.4: Disputa*) el 22 de enero de 2019. Esporádicamente se repasarán fechas posteriores donde *Rosalía* rememora su obra a través de performances en entregas de premios televisadas.

Hemos focalizado la atención en esta artista en puntos tales como su éxito y su conexión con la Generación Z¹ y Generación Y². La narrativa musical de la artista será el punto en el que centrar una mayor atención, pues estudiaremos las posibilidades que ofrece este formato a la hora de crear una marca personal y musical. A la vez acompañaremos este estudio con el análisis de sus *singles*, sus performances más reseñables e incluso el proyecto artístico del propio disco, observando la identidad visual que conecta todas sus ramas con la esencia de la artista y que ayudará a basar

¹ Cohorte demográfica que sigue a la generación milénica. Los demógrafos e investigadores los señalan desde la mitad de la década de 1990 a mediados de la década de 2000. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Z

² Cohorte demográfica que sigue a la generación X y precede a la generación Z. Los demógrafos e investigadores suelen utilizar los primeros años de la década de 1980 como años de inicio del nacimiento y de finales de la década de 1990. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Generaci%C3%B3n_Y

los pilares del trabajo: "*Rosalía*. La creación de una marca a través de la narrativa musical.

1.2. Objeto de estudio.

El concepto principal sobre el que se va a desarrollar la investigación de este trabajo parte del análisis de la historia del videoclip y de cómo la explotación de este formato ayuda al artista a crear una imagen y marca debido a la variedad de formas de discurso que ofrece.

La teoría se ilustrará con el trabajo de *Rosalía* y su trabajo *El Mal Querer*, donde se podrá observar cómo este, a través de las canciones, las letras, la narrativa audiovisual, las performances y el *artwork*³ de la era, ayudan a formar un todo que sirve de unión para crear la marca personal y la identidad de la cantante catalana.

³ Dibujos y fotografías que se preparan para ser incluidos en algo como un libro o un anuncio. Fuente: <https://www.collinsdictionary.com/es/diccionario/ingles/artwork>

CAPÍTULO II

2. Marco teórico.

Este trabajo va a estar dividido en dos unidades de estudio, teniendo en cuenta por una parte el marco teórico y por otra la parte que se sustentará con el ejemplo de *Rosalía*.

En el apartado teórico de la investigación se va a desarrollar la profundización sobre los conceptos de videoclip y marca que estudiaré a partir de autores, revistas especializadas o trabajos que hayan indagado en el tema. Cada uno de los análisis terminará por juntarse con el punto centrado en el análisis de *Rosalía*. Esto servirá para focalizar la atención en conocer quién es y cómo es su concepto en el disco *El Mal Querer*.

Se va a estudiar actuaciones o performances que permiten acercar la estética del videoclip a la realidad. Eligiendo y seleccionando así aquellas presentaciones que hayan recibido por parte de la crítica del país una mayor repercusión en medios.

También se analizará la cultura de la que *Rosalía* se nutre, pues es una cantante catalana, que se sirve de simbología perteneciente a la cultura española. Se incluirá un análisis de los géneros musicales y modas urbanas de las que se ha nutrido la cantante para crear su posterior marca personal.

Los videoclips, como ya he mencionado, tendrán su correspondiente análisis, al igual que las *performances*⁴ o el arte creado para el concepto de *El Mal Querer*. El estudio de estos servirá para conectar a cada apartado con la teoría y crear una conclusión, donde se podrá demostrar el correcto, o incorrecto proceso de creación de marca a través de la gestión del marco narrativo audiovisual junto con su utilización como formato publicitario. Sin

⁴ Término procedente de la expresión inglesa *performance art*, con el significado de muestra artística creada a través de acciones realizadas por el artista u otros participantes, pudiendo ser en vivo, documentadas, espontáneas o escritas, presentada a un público dentro de un contexto de artes escénicas.

dejar de lado el proceso de creación de marca personal con *Rosalía* y de marca musical con *El Mal Querer*.

2.1. El videoclip: concepto y evolución.

2.1.1. Definición general de videoclip.

El videoclip tiene muchas acepciones, todas ellas llenas de puntos y matices en los que no convergen por completo, pero en las que sí queda clara la función publicitaria de este. David Selva (2009) describe al videoclip como aquel formato cuyo punto más importante está en la propia promoción del trabado realizado por un artista musical, siendo una dimensión utilizada como herramienta más de la comunicación comercial.

Es muy complicado marcar unos límites en los que poder ubicar los elementos del videoclip, pues ni la duración, ni el propio desarrollo narrativo de este puede ser acotado, ya que el formato narrativo ha evolucionado a lo largo del tiempo rompiendo barreras que lo limitasen y marcarlas ahora estaría siendo perjudicial para la renovación y crecimiento del propio artista, haciendo que este se encasille y caiga rápidamente en el olvido.

2.1.2. Historia y evolución del videoclip.

El videoclip nace en la década de los cincuenta con el auge de la televisión, tal como encontramos reflejado en el análisis de Arnau Gifreu (2009). La industria musical se da cuenta del potencial del medio y lo ve como un trampolín para los artistas. Es por ello que nacen programas como *The Ed Sullivan Show* donde se da visibilidad a los artistas para promocionar sus discos. La radio seguía siendo igual de importante para la difusión de contenido musical, pero las discográficas se dan cuenta de que con la televisión consiguen lograr sus objetivos de difusión en un menor tiempo y con una mayor fuerza. Es entonces en estos años cuando artistas como Elvis Presley empiezan a desligarse del resto de intérpretes, pues ahora el cantante debe también de actuar y jugar con un rol en la pantalla. (Sánchez, 2019, p. 6).

Con el paso del tiempo y el nacimiento de nuevos artistas y grupos musicales, en los años sesenta *Los Beatles* realizan lo considerado como uno de los primeros antecedentes del video musical para su canción *A Hard Days Night*. (Arnau Gigreu, 2009, p.2)

La contribución de *A Hard Days Night* a la evolución del formato de videoclip fue tan importante que como Leguizamón menciona (1998): "Se utilizan en este filme recursos que lo transforman en un antecedente del videoclip, entre ellos: Efecto cortina, cuadro dentro de cuadro, filmación fotograma por fotograma, collage, inversión de valores tonales, mezcla materia ficcional y documental, fragmentación y dinamismo".

En los años setenta aparece el *film performance*, donde *Mick Jagger*, dirigido por *Donal Camel*, realiza una presentación en video compuesta por diferentes ángulos con el fin de narrar una historia.

Según relata Luís Guadalupe, (2020) No fue hasta mediados de esta década cuando se da paso al primer videoclip oficial, el cual pertenece al grupo *Queen* y su tema "*Bohemian Rhapsody*", cuyo fin era el de promocionar el lanzamiento del álbum. Es tal el éxito para el grupo y su consecuente crecimiento en ventas que se crea el programa de televisión "*The Kenny Everett video show*", el cual basaba su formato en la retransmisión de vídeos que se iban realizando posteriormente al de la banda liderada por *Freddie Mercury*.

Es en 1981 cuando el videoclip cambia de manera radical su camino debido al nacimiento de la *Music Television (MTV)*, siendo el 1 de agosto de ese mismo año cuando comienza el primer canal televisivo del mundo que basaba exclusivamente su parrilla en la retransmisión de vídeos musicales durante las 24 horas. (Ana María Caro Oca, 2014, p. 133). Según la enciclopedia *Wikipedia*, en su última edición del 1 de junio de 2021, *MTV* comienza su historia con el video "*Video Killed the Radio Stars*" del grupo *The Bangles*.

Si hay una persona que revoluciona el mundo de la narrativa audiovisual es *Michael Jackson*, quien cambiaría el rumbo de los videoclips para siempre, el cual aliándose con el

director de la película *Un hombre lobo americano en Londres (An American Werewolf in London)*, John Landis, 1981) realizó el videoclip de *Thriller*. Este videoclip rompería el concepto narrativo y estético utilizado hasta el momento, creando el video concepto dividido en tres diégesis. Dentro de la segunda diégesis está insertada la única secuencia de performance, mientras que la primera y tercera están situadas fuera de las fronteras de la musicalidad. (Ana María Caro Oca, 2011, p. 139). Se rompió con el marco temporal establecido hasta el momento en cuanto a la duración del videoclip se refiere, pues éste rebasaba los tres minutos, llegando a alcanzar un total de veinte minutos.

En la actualidad los videoclips ya no son emitidos por televisión, pues no tienen la necesidad de aparecer en ella gracias al auge del internet y las redes sociales. Estos tienen libertad de aparición y emisión, siendo tal su éxito que compañías como *Sony* han creado sus propios canales como *Vevo* para la emisión y beneficio económico por las visualizaciones de este.

Por lo tanto, podemos establecer que el videoclip no es algo estático, sino que va evolucionando. Lo que comenzó siendo una simple emisión de un artista tocando su tema, se convirtió en una suma y mezcla de elementos fusionando características típicas del cine, la televisión, el arte y la publicidad para ofrecer un marco narrativo y un discurso argumentativo.

Se puede afirmar la capacidad claramente publicitaria del videoclip, pero sin olvidar que sus funciones también son las de aportar visuales a la narrativa, haciendo que música e imagen formen un todo.

2.1.3. Concepción publicitaria del videoclip como nuevo formato.

Uno de los pilares de esta investigación reside en estudiar la construcción de la *marca personal*, donde se utiliza la narrativa audiovisual como herramienta principal. Para tratar este tema es necesario definir y acotar los conceptos de *marca general* y *marca personal*, aproximándose también a una definición de lo que sería la marca de un artista musical.

Philip Kotler se refiere a las marcas desde el concepto brindado por la *American Marketing Association*, que las define como: “nombre, término, signo, símbolo o diseño o combinación de ellos, cuyo objeto es identificar los bienes o servicios de un vendedor o grupo de vendedores con objeto de diferenciarlo de sus competidores” (2000, p. 487).

El producto se puede definir desde distintos ámbitos. En lo económico, un producto es cualquier cosa externa al hombre, material o inmaterial que satisfaga un deseo del hombre. En lo comercial, es lo que el consumidor recibe cuando se realiza una compra y en marketing es todo bien o servicio encargado de satisfacer una necesidad (Kotler, 2001).

Partimos de la definición de producto que da Stanton (2007): un producto “un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan: empaque, color, precio, calidad y marca, además del servicio y la reputación del vendedor”. Por lo que cualquier cambio de características, por ejemplo, en el diseño o en el empaque, crea otro producto.

Por lo tanto, podemos afirmar que la marca se subdivide en dos conceptos, lo tangible, lo cual hace referencia a la realidad del producto o servicio y lo intangible, que hace alusión a la experiencia. En el párrafo anterior, con las palabras de Stanton, esclarecemos que la marca es aquello que más que un nombre y un símbolo, es un conjunto de percepciones.

Los videoclips no tienen barreras creativas en el momento narrativo y/o musical, pero sí la marca que aparece en ellos, pues esta trabaja bajo una estrategia definida para conseguir el posicionamiento deseado. La estrategia en cuestión tiene puntos marcados tales como tener clara la historia que aporta y que cuenta, controlar todos los diseños de la marca en cualquiera de sus variaciones y el lugar que desea ocupar en la mente del consumidor; todos estos elementos, y más, forman parte de un todo que deben de construirse para crear la estrategia de comunicación pertinente para la marca en cuestión.

2.2. Construcción de marca personal.

Según Lamb, Hair y McDaniel, una *marca* "es un nombre, término, símbolo, diseño o combinación de estos elementos que identifica los productos de un vendedor y los distingue de los productos de la competencia", definición que coincide con el pensamiento tradicional sobre marca, pero que a la vez deja fuera muchas pinceladas que hacen que esté incompleta. Esto ocurre cuando se deja de lado en la definición el componente intangible de la marca, que es la propia relación entre marca y consumidor (2002. p. 301).

Tanto los elementos tangibles como los intangibles de una marca ayudan a la empresa u organización a crear en la mente del consumidor o público objetivo, una percepción sobre los productos que esta vende. Definir el concepto de marca es algo complicado, pues se tiende a dejar fuera connotaciones o detalles que hacen enorme al concepto de creación de una marca, pero es posible destacar la propia definición dada por Kevin Roberts, director mundial de la agencia de publicidad *Saatchi & Saatchi* desde 1997 a 2016. Este publicista utiliza el nombre de *lovemark* frente al del propio concepto de marca, pues narra que la *lovemark* no pertenece a la empresa ni al propio anunciante, pertenece al seguidor de esta marca, producto o servicio.

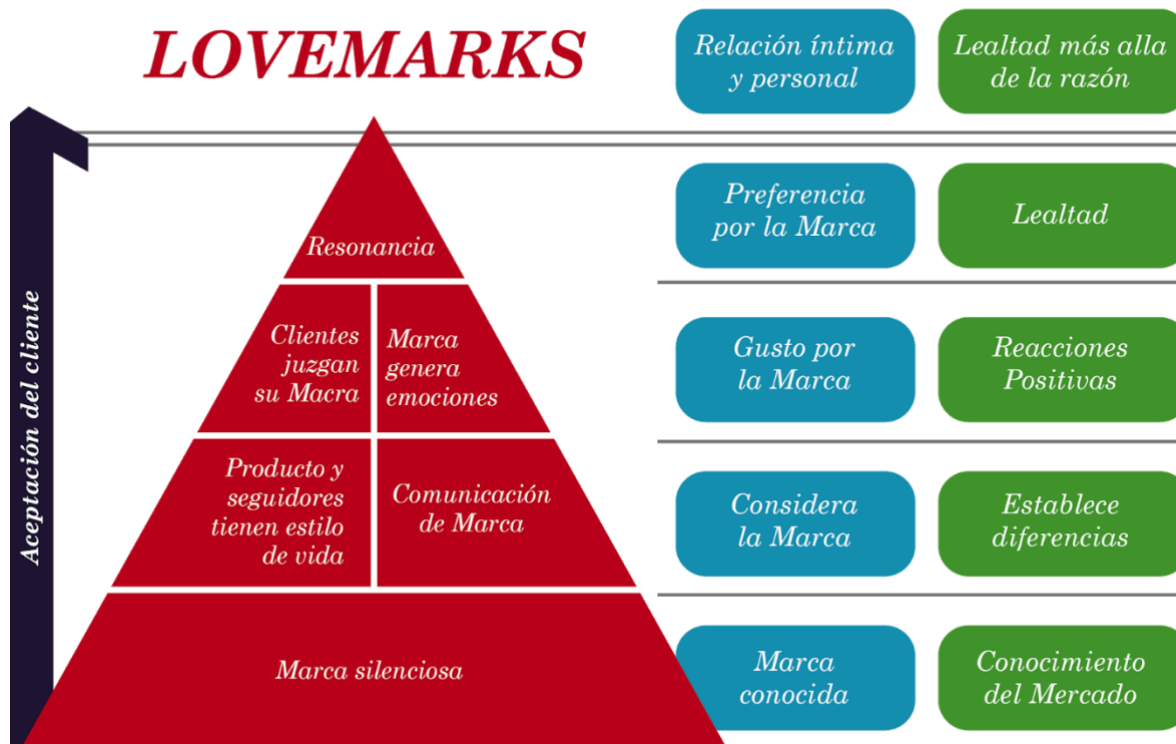


Imagen 1. Cuadro de las *lovemarks*.

Como se puede ver en la Imagen 1, las *lovemarks* son un encuentro que usa lo emocional entre las marcas y los posibles consumidores. Este punto de vista verifica la capacidad de conectar emocionalmente con el consumidor y así lograr que este se apasione por ella.

Por lo tanto, una marca no es solo un nombre, sino que es una herramienta milimétricamente planificada de la empresa a la que se le atribuye una serie de percepciones más allá de un símbolo, un contenido intangible que tiene que ver con la relación de esa marca con el público.

En este punto ya está definido el concepto de marca, ahora se desarrollará lo que es la propia construcción de esta, apoyándonos en términos tales como imagen e identidad visual corporativa.

Según lo trata Capriotti: “La Imagen Corporativa es la imagen que tienen los públicos de una organización en cuanto entidad. Es la idea global que tienen sobre sus productos, sus actividades y su conducta” (2013, p. 15).

La Identidad Corporativa es la enumeración de todo aquello que permite distinguir a la organización como singular y diferente de las demás, todo aquello que si desaparece afecta decisivamente a la organización, pues es la herramienta que permite generar la confianza y consecuente reputación de las empresas, tangibilizando los atributos y valores que la conforman, para así establecer en las diferentes audiencias que la rodean una personalidad única e inimitable. Por ello se cree que es un activo, el cual se encuentra estrechamente ligado al plan de negocios y al mercado que se desea atender (Pizzolante, 2004, p. 32).

Una vez definidos ambos conceptos, se podría condensar la información en afirmaciones tales como que la imagen es la relación emocional que tiene el público con respecto a la marca, mientras que la identidad es la suma de todos los elementos que la representan.

Kotler y Keller, definieron al *branding* como aquel proceso mediante el cual dotar a productos y servicios con el poder que alberga una marca. Según estos mismos autores, el branding supone: “crear estructuras mentales y ayudar a los consumidores a organizar sus conocimientos sobre productos y servicios de tal modo que se facilite su toma de decisiones, y en el proceso, se genere valor para la empresa (...) La clave del branding es que los consumidores no crean que todas las marcas de la misma categoría son iguales”. (Kotler y Keller, 2006, p.275 – 276). El *branding* sería entonces aquella estrategia de las empresas que tiene como objetivo crear una relación de conexión para guiar a las personas a identificar sus productos y darle razones para que la elijan a ella y no a sus competidores, transmitiendo aquellos valores que consigan generar fidelidad.

El *branding* o creación de marca debe de trabajar bajo un plan estratégico con puntos concretos, tales como la posición que se desea ocupar en la mente del consumidor, el diseño, las extensiones de la propia marca, el valor añadido y la filosofía mediante la cual se encamina. Se trata de esclarecer una serie de elementos clave que ayuden a la transmisión de información más allá de la del propio producto, llegando a crear deseo o necesidad por ello.

2.2.1. Marca personal.

Una marca se debe construir creando un universo estable y fuerte, que se mantenga en cualquiera de sus extensiones sin olvidarse de seguir un camino para crear coherencia.

“Marca personal es el crédito de una confianza que tiene una persona en el mercado, a través de la generación de valor para una comunidad de manera consistente a lo largo del tiempo. Cuanto mejor es tu marca personal, menos vendes y más te compran” (Alcaide, 2015).

Según Ortega (2015) “la Marca Personal es ante todo una actitud, una actitud que se pone de manifiesto a través de un inquebrantable compromiso con nosotros mismos; un compromiso que nos permite potenciar, desarrollar, comunicar y demostrar aquello en lo que somos excelentes. La marca personal es la quintaesencia de cualquier profesional, aquello que nos hace únicos profesionales, pero también personalmente, y que nos permite ser identificados por nuestro entorno como personas referentes capaces de aportar un valor único en la disciplina en la que hemos decidido ser excepcionales”.

Definiciones de autores como Alcaide y Ortega nos ayudan a definir el concepto de marca personal, lo cual queda claro que es la potenciación que nos aporta un valor diferencial frente al resto de opciones, pretendiendo ser la mejor opción de un mercado competitivo lleno de productos con públicos iguales o similares al tuyo. Este concepto es muy similar al utilizado para definir al concepto de marca comercial.

Autores como Pérez (citado por Beltrán-Bustos, 2018), marcan pautas donde establecen 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 esta.” (p.138)

2.2.2. Marca musical.

Llegados a este punto, tras la definición de marca general y marca personal, y según un estudio realizado por Arias Cortés, Hernández Guerrero y Ortegón Cortázar (2014), “los elementos como la propuesta lírica, composición, sonoridad (musicalidad), propuesta visual y puesta en escena inciden directamente en la construcción de marca en el artista” Se vuelve un factor primordial la creación de una marca musical cuando se trata de representar una figura pública, la cual no debe pasar desapercibida.

Por tanto, la marca musical la podríamos definir como aquel elemento o serie de elementos diferenciadores que sirven para caracterizar las creaciones del artista. La marca musical no reside únicamente en la figura del propio intérprete, sino que abarca todo en lo que este refleja o a lo que haga referencia. El fin del artista va más allá de la simple venta de la pieza musical.

Sobre esto, Simon Frith afirma que el objetivo principal de las discográficas no es la venta del mayor número de copias de un mismo ejemplar, entiendo al álbum como el producto estrella, sino la creación de estrellas capaces de fidelizar un público consumidor (Mora, y Viñuela, 2012. p. 214). Esta argumentación sirve para identificar que la música es simplemente uno de los tantos productos que ofrece un artista musical.

Aquí introducimos el concepto de identidad visual, el cual se relaciona a su vez con la creación de marca, pues este no es más que la construcción de elementos que permiten comunicar el concepto y los valores de la marca, entre los que se incluyen el nombre, el logo o el diseño del disco entre muchos otros.

Aquellos elementos clave que construyen y facilitan el desarrollo de la marca son: una personalidad distintiva y fácilmente reconocible, un todo formado por lo tangible y lo intangible, creando una propuesta con conexión entre sus partes, englobando lo visual, lo narrativo y lo auditivo. Aquí la identidad visual desempeña un papel clave, pues a través de los colores, la tipografía o incluso la manera de vestir ayuda a crear una imagen asociable a un artista, alcanzando así una coherencia que le ayude a autodefinirse.

2.3. *El Mal Querer y Rosalía.*

2.3.1. ¿Quién es *Rosalía*?

Tras la lectura de varios artículos en revistas especializadas en moda y música, como *Vogue*⁵ o *Rolling Stones*⁶, podemos hacernos una pequeña idea de la evolución de *Rosalía*, quien es una cantante y compositora española, conocida por su personal estilo musical basado en la mezcla de sonidos nacionales como el flamenco, junto a melodías más internacionales como el hip-hop, el trap o el pop. La artista en cuestión nació en 1993 en San Esteban de Sasroviras, España. Allí comenzó sus estudios en la escuela del Raval, Barcelona, y posteriormente, debido a sus buenas calificaciones, se trasladó a la Escuela Superior de Música de Cataluña.

⁵ Revista estadounidense de moda que nació en 1892. Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue_\(revista\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Vogue_(revista))

⁶ Revista estadounidense dedicada a la música y la cultura popular. además de su edición estadounidense quincenal, posee ediciones extranjeras mensuales, repartidas en distintos países. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Rolling_Stone#:~:text=Rolling%20Stone%20es%20una%20revista,m%C3%A1s%20local%20a%20la%20m%C3%BAsica.

En el año 2008, cuando *Rosalía* tenía 15 años, se presentó al programa de talentos televisivos *Tú sí que vales*, donde fue rechazada. Esto no hizo minar el ánimo de la artista, sino que hizo que se enfocase en su camino hacia el éxito. Entre la audiencia de este programa se encontraba Raül Refree, quien, cautivado por la voz de la cantante, se convirtió en el productor del primer disco de *Rosalía*, titulado *Los Ángeles*.

Rosalía forma parte de la generación de cantantes y compositoras que invocan al poder femenino en sus composiciones y que trata de representarlo a través de metáforas y actuaciones. *Rosalía* patentiza un nuevo movimiento pop, siendo una de las protagonistas de la música urbana. El rechazo en el comienzo de su carrera fue una forma de impulso y aprendizaje; dos álbumes, una recién explorada vena dramática en las películas de Almodóvar y seis premios Grammy después, no hay país que no haya oído hablar de *La Rosalía*.

2.3.2. *El Mal Querer*.

La obra musical *El Mal querer*, tal como ha confirmado su propia autora en numerosas entrevistas, procede de su Trabajo de Fin de Grado de la *Escola Superior de Música de Catalunya*. El álbum de *Rosalía* relata la historia de una mujer que lucha por su libertad tras haber estado encerrada en la falsa idea del amor romántico. No es ningún secreto que la cantante se ha nutrido de la novela anónima del siglo XIII, *Flamenca*⁷. La misma *Rosalía* define el disco como una historia de amor con aristas, oscura, una exploración de las pasiones (Gallardo, 2018) donde se ha inspirado para interpretar la historia de un

⁷ Novela la cual se desarrolla en torno al triángulo marido, mujer y amante. El marido es Archambaut, señor de la ciudad de Bourbon-l'Archambault, la esposa es Flamenca (Flamboyante), y el amante, un joven caballero llamado Guillaume. La acción, al menos en lo que nos queda de ella, comienza con el suntuoso matrimonio de Archambaut y Flamenca. Una boda que tenía todo lo necesario para tener éxito. Sin embargo, Archambaut es conquistado por los celos y hará todo lo posible para mantener a su esposa alejada de las miradas y los deseos. Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Flamenca>

personaje femenino que va consiguiendo fuerza y poder para desprenderse del concepto del amor cortés⁸.

El Mal Querer es un disco-concepto ilustrado en paralelo a las letras de las canciones a través de las imágenes del interior del álbum que hacen referencia al proceso de transformación del personaje.

2.3.3. Género musical.

Tras la lectura de artículos en portales tales como *Buena Música* o *Wikipedia*, podemos analizar y calificar al estilo musical de *Rosalía* como el género de la remezcla, es decir, crear un propio estilo a partir de la suma de varios géneros y subgéneros, como el flamenco, el pop, la copla, el hip-hop, el trap o la música electrónica. Joan Luna, jefe de redacción de la revista *Mondosonoro*, lo describe como «un pop *mainstream*⁹ de influencia urbana».

Dentro de las influencias musicales, *Rosalía* menciona a *La Niña de los Peines*, *Camarón de la Isla*, *Niña Pastori*, *Estopa*, *Manolo García*, *el canto gregoriano*, *Björk*, *Kanye West*, *Beyoncé*, *Madonna*, *Justin Timberlake*, *Rihanna*...

2.3.4. Estilo de *Rosalía*.

El estilo de *Rosalía* se basa en el encuentro de la cultura tradicional flamenca con la estética más urbana. Al igual que realiza esta mezcla en sus canciones, su estilo se basa en el riesgo de la suma de prendas. Su inspiración parte de la elegancia del tradicional vestido

⁸ El amor cortés se manifestaba como una violenta emoción que embargaba al caballero, resultado de su adoración por una dama. Inspirado por esta emoción, el cobarde se volvía repentinamente valeroso y el valiente aún más osado y decidido. Fuente: https://nuestropsicologoennmadrid.com/el-amor-cortes/#El_amor_cortes

⁹ Anglicismo que significa tendencia o moda dominante. La traducción literaria del término es “corriente popular”. Fuente: <https://www.significados.com/mainstream/>

de flamenca convertido en un básico de estrella pop adolescente. El látex, las pieles, los crop-tops¹⁰... son tendencias básicas en la juventud actual y *Rosalía* no se queda fuera de esto, demostrando la importancia de la moda en la música urbana contemporánea.

El "ratchet", término con definiciones contrapuestas, es el estilo más adecuado en el que calificar a *Rosalía*. Mientras un colectivo lo usa para describir aquello que resulta sucio, otros lo usan para referirse a la nueva tendencia que acapara las portadas y desfiles más importantes del sector de la moda. El "ratchet", es un estilo básico en el género de música trap, donde se recupera un concepto de moda que demuestra que los excesos, en ocasiones, son acertados. Lo comúnmente llamado "choni"¹¹ u hortera en un pasado, es ahora tendencia. Tanto es así que triunfa entre las *celebrities* más internacionales, un estilo que se popularizó a finales de 2009 con personajes como *Rihanna* o posteriormente con *Iggy Azalea*.

Uno de los elementos clave que resalta los estilismos de *Rosalía* son sus distintivas uñas, las cuales, a través del *nail art*, se han convertido en marca personal de la artista por sus estrambóticos diseños.

Rosalía canaliza la inspiración hispánica a través de sus atuendos, donde el rojo juega un importante papel. Encontramos claros ejemplos en diseños portados por la artista como el de los *Grammy 2020* de *Alexander Wang*, un total look rojo en piel con flecos de *Balmain*. Todos los estilismos de la cantante son siempre analizados, en este caso la descripción corresponde a *El País Moda*, donde Beatriz García en 2020 analiza uno de los estilos más representativos de la estrella en potencia.

¹⁰ Del inglés top (parte superior), es una prenda de vestir generalmente femenina sin mangas ni tirantes en los hombros que cubre la parte superior quedando esta de forma ajustada sobre el pecho. Fuente: <https://olidishop.com/blog/que-son-los-tops-cual-es-su-origen-y-como-usarlos-n2>

¹¹ Persona que habla, se comporta y viste de forma vulgar, y que no ha disfrutado de una buena situación socioeconómica. Fuente: <https://languages.oup.com/google-dictionary-es/>

La cantante catalana ha marcado un nuevo estilo en la música, tanto en composición como en lo ornamental, una nueva variación del estilo tradicional. *Rosalía* es la imagen de una nueva tanda de estrellas musicales que han utilizado su estética sobre una generación que juega y arriesga en la moda diaria.

CAPÍTULO III

3. Estudio y análisis de la era de *El Mal Querer*.

3.1. Análisis del *artwork*.

Cada canción perteneciente a la atmósfera creada para el disco de *El Mal Querer* cuenta un capítulo diferente dentro de la historia basada en la novela de *La Flamenca* ya mencionada anteriormente. Cada aria dentro del título, a su vez es acompañada de un sentimiento que ayuda a centrar más las sensaciones que trata de transmitir con cada composición; y junto a esos sentimientos enfocados a evocar al sentido del oído, se prepara el arte del disco para cautivar en esta ocasión al sentido de la vista. *Filip Custic* es el artista encargado de dar forma a la narrativa de *Rosalía*, este artífice canario-croata fue el encargado de la creación de las imágenes insertadas en el disco, quien ha compuesto once instantáneas correspondientes a cada una de las pistas donde a partir de la mezcla de la cara, cuerpo, objetos, magia y referencias varias crea una mezcla óptima en la que *Rosalía* y *Custic* forman la dupla perfecta donde cada uno deja clara su marca sin dejar de lado la del otro.

“La gente está como loca por tener experiencias nuevas que no haya tenido antes. La experiencia y la sensación son muy importantes para mí.” – Filip Custic.

3.1.1. Portada.



Imagen 2. Portada de *El Mal Querer* junto a la autora mostrando su formado físico.

La portada del álbum tiene a *Rosalía* como figura principal, la cual aparece rodeada de elementos clásicos de la tradición mariana¹², tales como, los colores, la sábana, la postura escogida, la corona... y todos ellos mezclados con otra serie de elementos que representan lo sagrado, como el color blanco, símbolo de pureza o la paloma, como símbolo del espíritu santo.

El color blanco, junto a las tonalidades pastel del cielo, predomina en casi toda la escena debido a que estos colores, sobretudo el blanco, son utilizados con relación a la pureza de María. En el centro de la imagen se ven sus propios brazos levantados en forma de cruz, siendo esto una aguda referencia a Cristo, mientras que por su pierna izquierda le sube una serpiente, en clara referencia al pecado y la tentación. Su cabeza es coronada por una aureola de estrellas y, a su vez, sobre la propia corona de astros, aparece una paloma blanca que en la religión cristiana simboliza al Espíritu Santo. El espacio presentado anteriormente aparece enmarcado en una corona, que, en vez de ser de espinas, este compuesta por un gran cordón de oro.

¹² Las devociones marianas son costumbres y prácticas de veneración hacia la virgen María, incentivadas con el Concilio de Trento, que se desarrolló entre 1545 y el 1563, cuando se generó un renacimiento de la vida religiosa en la Iglesia católica. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Devociones_marianas

3.1.2. *MALAMENTE (Cap.1: Augurio).*



Imagen 3. Litografía de *MALAMENTE (Cap.1: Augurio)*.

MALAMENTE (Cap.1: Augurio) es el tema introductorio del disco, este tiene una litografía de presentación en la cual aparece la cantante con el torso desnudo en un plano contrapicado mientras remarca su condición de divinidad. Las circunferencias que la rodean, tanto por la espalda como por la cara, juegan con el significado del tiempo y los ciclos de este; el busto forma parte de una escultura de Esmay Wagemans y simula agua, representando el fluir de la vida; el péndulo que oscila encima de su cabeza se suma a la idea del paso del tiempo; mientras que sus manos vestidas con cuerdas simbolizan los hilos de la vida.

3.1.3. *QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda).*



Imagen 4. Litografía de *QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)*.

En *QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)*, se alude claramente a la obra de Frida Kahlo, *Las dos Fridas* de 1939. Rosalía aparece desplegada encarnando al género femenino y al género masculino, ambas entrelazadas mediante un gesto de unión a través de sus manos, gesto que es iluminado, al igual que la escena en general, por una estrella que enmarca la composición y los objetos que sobrevuelan las manos de la protagonista. Estos objetos forman parte de un pictograma que hay que entender y entrever a partir de los elementos facilitados como el reloj de arena y las llaves.

3.1.4. PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos).



Imagen 5. Litografía de *PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)*.

PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos) es el capítulo en referencia al matrimonio. En esta ocasión vemos el fin de la escena creada para la presentación de la figura de *Rosalía*, pues mientras otras litografías estaban escenificadas en fondos un tanto ambiguos e infinitos, esta escena tiene un fondo finito, delimitado por una caja simulando una prisión sin espacio para nada más que la soledad que rodea a la artista. La imagen juega con el desnudo y el renacer de las aguas, en clara referencia al *Nacimiento de Venus* de Botticelli (1486). El gesto representado no es casual, si no que juega con las manos al más puro estilo flamenco, emanando de ella diferentes objetos y puntos de luz que emulan sus chacras y sirven para crear un pictograma en cuanto a sus intenciones divinas.

3.1.5. *DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa).*

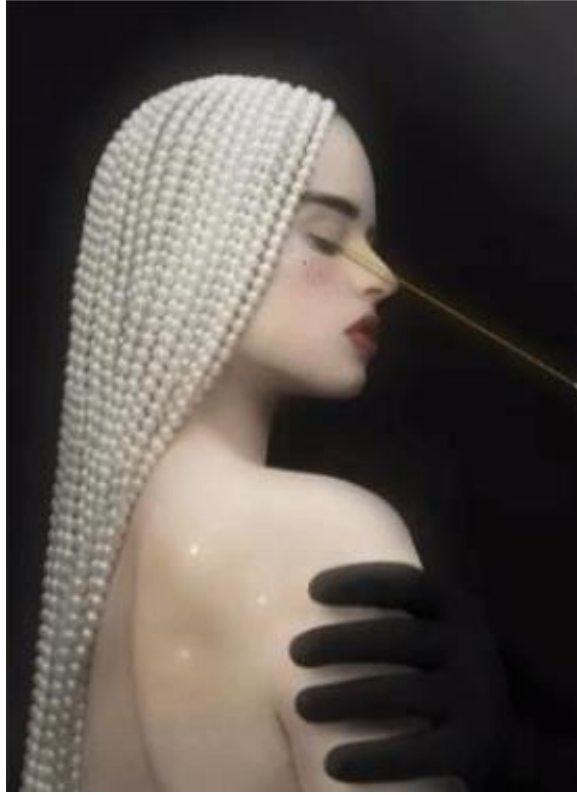


Imagen 6. Litografía de *DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)*.

En *DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)* es la primera vez que la cantante y protagonista de las imágenes mira fuera de plano mientras se ve una mano que la atrapa haciendo referencia a la disputa y al propio agarre que narra la canción.

3.1.6. RENIEGO (Cap.5: Lamento).



Imagen 7. Litografía de *RENIEGO (Cap.5: Lamento)* acompañada de su explicación en cuanto al ciclo de violencia de género.

En *RENIEGO (Cap.5: Lamento)* vemos una imagen de su cara fraccionada en pedazos a partir de un juego de espejos. Que el espejo central sea triangular, no es casual, pues al igual que el resto de los componentes de la escena forman parte del ciclo de la pirámide de la violencia de género.

3.1.7. *PRESO (Cap.6: Clausura)*.



Imagen 8. Litografía de *PRESO (Cap.6: Clausura)*.

PRESO (Cap.6: Clausura) es una estampa compuesta por detalles tales como: el ciclo lunar rodeando la figura del personaje, símbolo asociado a lo femenino, una caja enmarcando su cara, desde cuyo centro se proyectan una serie de líneas en forma de V siendo los puntos concéntricos de esta figura los que se encargan de ocultar tímidamente el rostro de *Rosalía*, alegoría de la proyección interior de la cantante, y unas naranjas que le tapan el torso, utilizando esta fruta como anagrama de adoración y alabanza según lo que en la Biblia se asocia a este color.

3.1.8. BAGDAD (Cap.7: Liturgia).



Imagen 9. Litografía de *BAGDAD (Cap.7: Liturgia)*.

En *BAGDAD (Cap.7: Liturgia)*, la postura cogida por *Rosalía* no es al azar, pues imita a *La creación de Adán* de Miguel Ángel (1511), otorgándose de nuevo una capacidad divina al igual que lo que reflejaba en las primeras imágenes del *artwork*. La serpiente de la portada ahora está convertida en collar, símbolo de dominación, y las luces de sus pies, símbolo del último resto de dolor, imitan el espacio ocupado por los clavos de Cristo.

3.1.9. *DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis).*



Imagen 10. Litografía de *DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)*.

En *DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)*, el título del capítulo estaría asociado al baile y cante flamenco, llevando a la cantante a un estado superior gracias al poder que emana del tablado flamenco, de ahí las luces y pétalos que la acompañan.

3.1.10. NANA (*Cap.9: Concepción*).



Imagen 11. Litografía de *NANA (Cap.9: Concepción)*.

NANA (Cap.9: Concepción) es la litografía donde se nos muestra a *Rosalía* embarazada, acomodada en la posición clásica que interpretaban las antiguas diosas de la fertilidad y, fuera del círculo, unos zapatos masculinos, significante de un padre excluido y ausente en el proceso.

3.1.11. MALDICIÓN (Cap.10: Cordura) y A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder).



Imagen 12 y 13. Litografías de *MALDICIÓN (Cap.10: Cordura)* y *A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder)*.

En *MALDICIÓN (Cap.10: Cordura)* y *A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder)*, la vemos en un primer momento caminando sobre una cuerda a la vez que sostiene una balanza, símbolo de justicia, para posteriormente en la última litografía aparecer mirando al espectador mientras maneja un arco con una flor, símbolo de liberación del martirio que la ha estado acompañando, mientras a su vez comienzan a emanar flores de su pelo como metáfora del renacimiento.

Los dibujos ilustrados utilizados para narrar las diferentes escenas y caminos abiertos por la protagonista sirven para crear el marco de todo el disco, complementado por el mundo creado por las melodías, los videoclips, las letras y las actuaciones.

3.2. Análisis de los videoclips de *El Mal Querer*.¹³

Los videoclips han sido lanzados en un orden no relacionado con la posición numérica que ocupan en el disco, es por ello por lo que avanzamos del capítulo uno, al tres para posteriormente seguir hacia el nueve y finalmente retroceder del siete al cuatro. La elección del lanzamiento de un videoclip en un orden no marcado por su distribución en el CD se debe a que estos se crean a partir de la popularidad que reciban, pues si un tema pasa desapercibido para el público, prefieren dejar de lado la promoción de ese tema para centrar toda su atención en apoyar los sencillos que mayor rendimiento puedan llegar a dar.

3.2.1. MALAMENTE – (Cap.1: Augurio).

MALAMENTE – (Cap.1: Augurio), (disponible en [este enlace](#)) es el capítulo introductorio a la historia presentada por *Rosalía* en *El Mal Querer*, la cual sirve de augurio, tal como puntualiza el propio título de la canción, a lo que se nos narrará posteriormente en todo el disco, sirviendo de primer contacto para el público con el relato presentado por la cantante.

El videoclip fue estrenado el 30 de mayo de 2018, con una duración de 2:48 minutos, siendo producido por *CANADA*. En el mes de junio del año 2021 el videoclip cuenta con más de 149 millones de reproducciones y 1,3 millones de *likes* en la plataforma de *YouTube*.

En el videoclip podemos entrever el comienzo de un camino tupido por la maleza, el cual se irá abriendo paso con el transcurso de las letras del relato de *Rosalía*. Debe tenerse en cuenta que este es el primer avance del álbum de la artista catalana, por lo cual, el concepto del álbum aún no había sido presentado al mundo. Este videoclip no es solamente una presentación del disco, sino que es el sumario de la estética y la referencias que formaron parte del rápido éxito de *Rosalía* fuera de nuestras fronteras,

¹³ Para consultar la letra de cada canción con videoclip de *El Mal Querer* véase anexo a partir de página 66.

pues en cuanto a lo estético, es una clara y constante referencia a conceptos de fácil reconocimiento nacionales como los toros, el flamenco, la religión, acompañada de cruces y nazarenos, mezclados con iconos urbanos tales como el skate, motos, coches y camiones tuneados, que tiene que ver con la cultura urbana y “choni”

El amarillo y el rojo, en clara referencia a la bandera española, dominan la escena en general. El videoclip comienza mostrando personajes masculinos dentro de una escuela de toreo, lugar fácilmente relacionable con la valentía, debido a la tradición patria, mientras que, a las mujeres, se las presenta en grupo como símbolo de sororidad. La primera aparición en solitario de *Rosalía* la hace huyendo de un hombre y secando el sudor de otro, quien lleva tatuada la cara de la virgen de la Dolorosa¹⁴. Este es un punto clave relacionado con las muestras iconográficas cristianas, pues a partir de aquí la simbología a lo largo del video irá *in crescendo*, con referencias tales como las cruces o la figura del nazareno sobre un patinete con pinchos con una clara referencia a la penitencia. El videoclip fue tan popular que, en referencia a lo citado por Maldonado en 2018, aparecieron ciertas voces en contra por la utilización de atributos, léxicos y símbolos, asumidos como propios por la cultura calé y andaluza; esto hizo que sobre *Rosalía* llovieran numerosas críticas al considerar sus visuales era una clara apropiación cultural de los símbolos mencionados anteriormente.

3.2.2. PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos).

Con la ayuda del análisis propuesto por Carmen Villaescusa (2019. p.95) he podido llegar a sacar conclusiones más concretas sobre el análisis de la tercera parte de la historia de *El Mal Querer*, donde tras el segundo capítulo que lleva como nombre *QUE NO SALGA LA*

¹⁴ Es una de las numerosas advocaciones a través de las cuales la Iglesia Católica venera a la Virgen María. Destaca el sentimiento de dolor de la madre ante el sufrimiento de su hijo. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Nuestra_Se%C3%B1ora_de_los_Dolores

LUNA (Cap. II: Boda), centrado en la recreación matrimonial de los protagonistas, llega *PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)*, (disponible en [este enlace](#)) la tercera parte de una historia narrada por *Rosalía*, siendo este tercer apartado un punto de no retorno en la historia de los amantes. Tras analizar y visualizar el videoclip, podemos establecer una interpretación de la historia desde dos perspectivas: en la canción, *Rosalía* da voz principalmente al hombre y en el video aparece mostrada la perspectiva de la mujer ante esos celos.

El videoclip fue estrenado el 24 de julio de 2018, con una duración de 4:04 minutos, siendo producido por *CANADA*. En junio del año 2021 el videoclip cuenta con más de 77 millones de reproducciones y más de 677 mil *likes* en la plataforma de *YouTube*.

La primera escena del video musical viene acompañada de un primer plano a la figura de una flamenca colgada en el cristal de un camión en marcha que termina por chocar. Tras este choque aparece *Rosalía* siendo descapuchada de una túnica negra, dando a entender que puede estar secuestrada y acaba de llegar a su nueva prisión; algo que tiene correlación a lo anterior, donde es el hombre quien narra la historia y dice querer tenerla controlada pese a quien le pese.

Rosalía, protagonista del relato, comienza a ser enojada de manera un tanto obsesiva, lo cual hace referencia a *QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)*, anterior capítulo del álbum, donde se explica que es el novio, ahora convertido en marido, quien se las regala. Respecto a las joyas, encontramos una rivalidad de sentimientos, pues en el capítulo anterior las recibe con alegría y alardeando de su brillo, mientras que ahora las recibe de manera desidiosa y sin mostrar sentimientos, pues entendemos que para ella estas joyas forman parte del falso concepto de amor romántico. Tras la impuesta de joyas, donde *Rosalía* no decide ni participa en ello, llama la atención la acción que realiza una de las mujeres de la escena, mordiendo a *Rosalía* en su cuello con unos colmillos de oro, mordisco que le hace sangrar, haciendo un símil con los vampiros y el robo de la vida.

Por otra, llama la atención que a pesar de estar encerrada y ser consciente de ello desde un primer momento, mostrado esto a partir de su dejadez, no deja de dar vueltas a la casa en busca de un lugar por el que escapar, pero cuando consigue salir de una habitación, termina entrando en otra totalmente igual. En esta habitación aparecerá más tarde la figura del toro, lo que servirá para interrelacionar esta escena con la siguiente, donde será *Rosalía* quien aparezca con una escopeta desafiando al animal que la acecha

Durante el estribillo se evidencia esa *“bala en el pecho”* a la que hace referencia la letra y que habla de los celos, pues todos los hombres que salen en escena sangran en el centro del pecho. Hay que destacar en relación con esta parte que, si bien en *MALAMENTE (Cap.1: Augurio)* los personajes masculinos que se encontraban en el aparcamiento eran casi todos jóvenes, aquí son sustituidos por hombre más maduros, evidenciando que aquellos jóvenes ahora son hombres con una conducta derivada en celos. Además, aparece un niño al que también le sangra el pecho, pudiendo llegar a significar que, viviendo esos celos a lo largo de su infancia, lo más probable es que los experimente cuando crezca. En contraposición a la sangre en el pecho, se nos ofrece un plano en el que *Rosalía* sangra por la espalda, pudiendo entenderse esto como la traición que suponen los celos en una relación.

Cabe destacar la presencia de dos grupos que la rodean, uno de hombres y otro de mujeres. El primero, el grupo de hombres, la amenaza con armas, aunque la protagonista adopta una actitud desafiante levantándose, y el segundo, un grupo de mujeres con túnicas negras, la acompañan por la casa, muestra de que la protagonista está constantemente vigilada.

Igual que sucede con en el video de *MALAMENTE (Cap.1: Augurio)* en este también aparecen elementos de la simbología cristiana, pero de una manera más sutil, como las manos de las mujeres colocadas alrededor de la cabeza de *Rosalía* representando los adornos de las vírgenes, aspecto que también guarda relación con los *artworks* del disco.

Por último, aparte de símbolos católicos, también se incluyen elementos de la cultura española como es el flamenco, quien muestra una serie de detalles tales como la muñeca situada en el retrovisor del coche, el bailar sobre las cenizas o la figurita de Lladró¹⁵, partes básicas del más puro estilo andaluz. Todos estos ingredientes guardan relación con la estética que *Rosalía* nos muestra en el videoclip del primer sencillo del álbum y por los cuales fue también criticada. En este punto, principio y final se unen, pues la continuación surge a partir del escenario del camión, donde primero podemos intuir que Rosalía viaja en él, debido a la referencia de la figura de la flamenca y, cuando termina el video, la vemos sobre el propio camión que lleva rotulado su nombre, quizá simbolizando libertad.

3.2.3. DI MI NOMBRE. (Cap. 8: Éxtasis).

DI MI NOMBRE. (Cap. 8: Éxtasis), (disponible en [este enlace](#)) ha sido estudiado a partir de los textos analizados de Raquel Baixauli y Esther González. (2019. p. 37) quienes han ayudado a interpretar el tercer videoclip del álbum que lanzó la cantante catalana, el cual estaba dirigido por Henry Scholfield de la productora *CAVIAR*, donde se abandona el ambiente urbano con el que relacionábamos a *Rosalía* para localizar la acción en un espacio mucho más reservado.

El videoclip fue estrenado el 30 de octubre de 2018, con una duración de 3:01 minutos. En el mes de junio del año 2021 el videoclip cuenta con más de 73 millones de reproducciones y más de 573 mil *likes* en la plataforma de *YouTube*.

El eje sobre el que gira toda la narración es la cama, lugar entendido como espacio de descanso y pasión. Los puntos clave de este video residen en la referencia a otros artistas

¹⁵ Lladró es una empresa de figuras y productos de porcelana española con sede en la localidad de Tabernes Blanques, Valencia, España. Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Lladr%C3%B3>

como Goya y su obra *La Maja Vestida*¹⁶, en los momentos de reposo y a *La Posesión*, de Zulawski¹⁷ en los momentos de pérdida del control, lanzándose y moviéndose furiosamente por la cama. Esta parte del video puede interpretarse como una representación de los encuentros más íntimos entre la mujer y el hombre de la historia que *Rosalía* versiona. Pero no es solamente eso lo que se trata de representar en la escena, pues más allá de la intimidad de la pareja, este video nos desvela que el dormitorio es el único lugar en el que la protagonista encuentra un espacio ordenado y lleno de luz, pues cuando sale del cuarto, todo se vuelve más oscuro y lúgubre, mientras cada movimiento que realiza es vigilado por la figura de unas mujeres que la observan, simulando ser fantasmas que la atormentan.

Se nos presenta a *Rosalía* vestida de blanco, con una simbología que se interrelaciona con el aspecto más virginal y puro del color. Destaca el cuadro de la pared de la habitación, un retrato de Santo Domingo de Guzmán, que sostiene azucenas en la mano, representando la virginidad.

En este video, la estética cambia en comparación a los video anteriores, pero siguen habiendo ciertos símbolos religiosos y guiños a lo más “español”, como el ya comentado retrato de un santo en la pared y las alusiones a los toros personificados durante unos pocos segundos sobre la compositora. El flamenco también figura en el video, no por la música, sino por el palmeo, los movimientos de sus manos y los bailes a lo largo de la evolución del video.

¹⁶ *La maja vestida* es una de las obras más conocidas del pintor español Francisco de Goya. En origen, esta pintura y su “hermana”, *La maja desnuda*, recibían el nombre de “gitanas” y no de “majas”. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/La_maja_vestida

¹⁷ *Possession* (titulada *La posesión* en España) es una película francesa de terror de 1981 dirigida por Andrzej Zulawski. Uno de los puntos fuertes de la película es la denominada “danza del horror”, así acuñado por Isabelle Adjani, intérprete de la película original. Fuente: [https://es.wikipedia.org/wiki/Possession_\(pel%C3%ADcula_de_1981\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Possession_(pel%C3%ADcula_de_1981))

El videoclip trata de jugar con el montaje en plano secuencia¹⁸, no siendo siempre del todo real, pues hay cortes en el formato que tratan de ocultar mediante el juego de luces, sombras y movimientos de cámara. El motivo por el que han decidido utilizar este modo de grabación es porque quieren simular que el videoclip está grabado en primera persona y somos nosotros, los espectadores, quien estamos participando directamente en el relato de su historia; las escenas fragmentadas nos sacarían de la continuidad que trata de crear en el pequeño espacio de su dormitorio.

3.2.4. BAGDAD (Cap.7: Liturgia).

En la nueva propuesta de *Rosalía*, *BAGDAD*, (disponible en [este enlace](#)) uno de los detalles más significativos es la base rítmica del tema, pues, aunque modificada y sampleada¹⁹, pertenece a la canción *Cry Me a River*, de *Justin Timberlake*, donde se aborda el tema de una relación en la que quien la canta estaba enamorado, pero la otra persona le hizo daño y terminaron por romper.

El videoclip fue estrenado el 4 de diciembre de 2018, con una duración de 4:02 minutos, siendo producido por *DIVISIÓN*. En el mes de junio del año 2021 el videoclip cuenta con más de 35 millones de reproducciones y más de 370 mil *likes* en la plataforma de *YouTube*. En el año 2019, se realizó un análisis del significado del video. Raquel Baixauli y Esther González. (2019. p.35) lo fueron analizando y en este análisis nos basamos para hacer el nuestro.

¹⁸ Técnica de planificación de rodaje que consiste en la realización de una toma sin cortes durante un tiempo bastante dilatado, pudiendo usar travelling y diferentes tamaños de planos y ángulos en el seguimiento de los personajes o en la exposición de un escenario. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Plano_secuencia

¹⁹ Hace referencia al acto de tomar una porción o *sample* (muestra) de un sonido grabado para reutilizarla posteriormente como un instrumento musical o una diferente grabación de sonido. Fuente: <https://es.wikipedia.org/wiki/Sample>

El título de la pieza alude a un club de ocio nocturno Barcelonés, popular por ser un espacio destinado a espectáculos de género erótico, lugar donde se grabaron las imágenes del videoclip. En este caso, y a diferencia de los ejemplos anteriores, la narración se desenvuelve de una manera más sencilla que en otros videoclips de Rosalía, pues todo ocurre en los baños de esta sala, donde la cantante encarna el papel de una de las bailarinas de *pole dance* que allí trabajan.

Los símbolos religiosos, elementos clave y muy utilizados por la cantante en sus videoclips, vuelven a tener presencia, pues la escena final podría llegar recordar a la *Inmaculada Concepción* y a la *Virgen de los Dolores* o de *la Amargura*, por las lágrimas pegadas a su cara. El capítulo lleva el nombre de "Liturgia", y toda acción del video termina por poner fin a la historia, con ella rezando bajo un mar de lágrimas.

El machismo y la sumisión aparecen también en este video, aunque de manera más sutil que en el resto de las piezas audiovisuales creadas para *El Mal Querer*, pues la protagonista baila en un club de striptease, bajo la mirada de los hombres que la cosifican y por otra parte, en las paredes del baño, se pueden ver fotografías de mujeres semidesnuda, poniendo también en escena la objetivación del cuerpo de la mujer.

3.2.5. DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa).

DE AQUÍ NO SALES, (disponible en [este enlace](#)) es potencialmente la pieza más dura de *El Mal Querer* que, como analizábamos anteriormente con la ayuda de la investigación de Carmen Villaescusa (2019. p.97), se trataría de una pelea entre una pareja. La artista se aparta de la iconografía calé para crear un nuevo ambiente basado en la fusión entre naturaleza y cultura y situando gran parte de la acción en un lugar cliché de la cultura nacional, los molinos de La Mancha. La puesta en escena de esta historia trabaja la cultura española más pura representada por los molinos, frente a la cultura urbana más moderna, reflejada en la ropa, los chándales, las motos y la actitud del cuerpo de baile, mezclado todo esto con una evidente intertextualidad con la estética hindú, pues la composición de las joyas sobre el rostro de Rosalía se asocian a esta cultura, la cual es una de las

civilizaciones que más pedrería portan consigo, utilizando Rosalía este estilo como símil a la cantidad de joyas que su pareja le regalaba para “dominarla” en el pasado.

El videoclip fue estrenado el 22 de enero de 2019, con una duración de 2:56 minutos, siendo producido por *O Creative Studio*. En el mes de junio del año 2021 el videoclip cuenta con más de 12 millones de reproducciones y más de 213 mil *likes* en la plataforma de *YouTube*.

Hasta el minuto 01:16 no comienza la violencia física de la pelea, que se desata con el incendio del molino y el palmeo en la canción, símbolo del comienzo de la acción. Hasta ese momento solo vemos cómo el nivel de la gasolina que cubre a *Rosalía* comienza a subir paulatinamente mientras las palabras del hombre, representadas por la letra de la canción, van sucediendo; se interpreta ese lago creado por la gasolina como el cúmulo del dolor y el miedo de la protagonista de la historia.

Es fácil de relacionar ese lago de gasolina en el que se encuentra con una estancia situada dentro del molino visto anteriormente, pues cuando entra el hombre en llamas, símbolo de rabia, estalla. El propio molino también sirve como comparación, pues se asemeja a la torre en la que es aprisionada la Flamenca, novela mencionada por la compositora catalana como inspiración para su obra, solo que en esta ocasión el molino actuaría de prisión efímera, pues Rosalía es capaz de destruirla y liberarse. Cuando comienza el episodio de violencia física la protagonista tiene un cambio de actitud que le impulsa a huir de ahí, aunque el hombre le diga literalmente “que tú de aquí no sales”.

Tras el incendio en el molino tenemos a la figura de *Rosalía* presidiendo una mesa a la vez que un lobo avanza hacia ella, símbolo interpretable como hombre-bestia al que la protagonista debería tener miedo y ante el que sin embargo no reacciona.

Así, podríamos concluir con que este video narra la pelea que marca el punto de inflexión para que la protagonista de la historia comience su lucha hacia el empoderamiento²⁰. Un empoderamiento acompañado de pinceladas de sororidad, que se hace presente cuando una masa de mujeres se mueve de forma agresiva e intimidante dando protección a la protagonista para escapar de esa relación.

3.2.6. Observaciones generales sobre los videoclips.

Después de haber completado el análisis de los cinco videoclips que forman parte del cosmos creado para *El Mal Querer* es interesante resaltar el uso reiterado de diferentes medios y técnicas que ayudan a mantener la cohesión entre los elementos que giran en torno al elepé²¹.

Los colores resultan aspectos elementales en los videoclips para la modulación de los sentidos. Por una parte, se hace un gran uso del rojo en concreto, aunque el negro, amarillo, blanco y azul aparecen a menudo a lo largo de todos los videos, sin olvidar los colores pastel que también tienen su protagonismo, sobre todo en interiores. Tanto es el uso que quiere darle *Rosalía* al color que, cuando la protagonista se encuentra con sus bailarinas, los colores son mucho más vivos que cuando se relaciona con los hombres, que se tornan en tonos mucho más apagados.

La iluminación y el color de los videos constituyen también un aparejo sutil para establecer una clara relación entre los propios videoclips y la combinación de la luz natural

²⁰ Adquisición de poder e independencia por parte de un grupo social desfavorecido para mejorar su situación. Fuente:

https://www.google.com/search?q=empoderamiento&rlz=1C5CHFA_enES764ES764&oq=empoderamien&aqs=chrome.0.0i433j69i57j0i433j0l4j69i60.2423j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

²¹ *El Mal Querer* se puede adquirir tanto en formato *Long Play* (LP) o en formato *Compact Disc* (CD). Pese a que el CD desbancó al vinilo años atrás la moda *vintage* y retro han traído de vuelta este estilo de reproducción musical.

de los espacios abiertos y la luz artificial de interiores o espacios iluminados en la noche, estableciendo la técnica del claroscuro²² como una de las más utilizadas en la narrativa audiovisual de la obra.

Respecto a la caracterización de los personajes, los hombres, definidos mediante el vestuario, interpretan roles de camioneros, mecánicos o toreros, entre otros; todos son hombres de clase baja que visten de una manera simple y dejada, con chándales y prendas básicas, de manga corta o tirantes. En las mujeres encontramos dualidad, pues en ocasiones su vestuario es antiguo y de clase humilde y en otras, portan vestimentas más actuales como los chándales. Sin embargo, en otras ocasiones el vestuario de los personajes femeninos se torna agresivo, con ropa desgarrada, estilo motero y cargado de pedrería.

La simbología cristiana y la inclusión de elementos calé son elementos básicos en los vídeos de *Rosalía*, pues son su seña de identidad y sirven para crear una escenografía en la que girarán tanto los personajes, como las luces, las sombras de estas y los colores proyectados sobre los escenarios y prendas.

²² En el arte es una técnica de dibujo y pintura que se basa en producir el efecto de contrastes entre la luz y las sombras. El claroscuro busca una conveniente distribución de luces y sombras en una obra, de modo que se opongan y complementen mutuamente. Fuente:

https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/claroscuro_arte.php

3.3. Análisis de las performances.

Otro de los aspectos más importantes dentro de *El Mal Querer*, e igual de cuidado que el resto de los componentes del álbum, son las performances o presentaciones en vivo que ofrece *Rosalía*. En este apartado se analiza su actuación en la premiación internacional de la cadena pionera en emisión de videos musicales, MTV, siendo la presentación en los *MTV EMA's* de 2018 su única presentación internacional emitida en televisión, con contenido puramente extraído del disco de *El Mal Querer*, pues posteriormente ha realizado más actuaciones, pero ya ha incluido temas ajenos al disco que aquí nos concierne.

3.3.1. Análisis.

En la actuación diseñada para los EMA's, (disponible en [este enlace](#)) comienza cantando de pie *DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)*, dentro de la parte trasera interior de un camión, el cual lleva rotulado el nombre de Rosalía en la parte lateral exterior, claro guiño al camión del que sale victoriosa en la última escena del videoclip de *PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)*. Se encuentra rodeada de un grupo de bailarinas, vestidas de negro, mientras ella viste de rojo oscuro, colores ya representados y utilizados en los videoclips lanzados hasta la fecha de la actuación (28 de agosto de 2018) y que la artista ha convertido en símbolo de su persona. *Rosalía* en la actuación está iluminada por las luces de un quad desde dentro del camión y por un foco rojo que arroja la luz frente a ella.

Cuando comienza a cantar, las luces rojas van variando y van apareciendo en distintas partes de la escenografía con mayor o menor intensidad. Mientras canta y se mueve de manera violenta, representando la actitud del hombre en la discusión, sus bailarinas permanecen impasibles, simulando la soledad de la protagonista frente a las peleas con su pareja. Sin embargo, cuando comienza a sonar "Malamente", *Rosalía* comienza a andar hacia fuera del camión acompañada de las bailarinas posicionándose en formación de estilo militar.

En este momento, pese a que siguen las luces rojas dentro de escena, la iluminación del suelo y el interior del camión se ha tornado a una luz blanca. A su vez, 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 de manera coordinada con ella. Tras esto, se nos ofrece un plano cenital en el que vemos cómo se han predispuesto sobre el escenario en varios círculos formados por las bailarinas y en su centro, la cantante, representando el *artwork* diseñado para este tema. Tras esto, las bailarinas y *Rosalía* repiten la coreografía del videoclip, aunque en esta ocasión el número de mujeres que la acompañan es mayor. Para terminar, *Rosalía* camina con paso firme hacia delante y pone fin la actuación con una sonrisa, símbolo del fin de un camino doloroso.

3.3.2. Observaciones.

Sus actuaciones están muy ligadas a los videoclips y a los *artworks* creados para los temas y esto lo hemos podido observar tras el análisis de los colores, los contrastes entre luz y oscuridad y el vestuario de la actuación. Se incluyen coreografías y movimientos característicos de los videos musicales, como las palmas con el envés de la mano. La incorporación de símbolos religiosos y patrios es algo que se extiende también a sus espectáculos y esto no es algo que *Rosalía* utilice y deseche para una única actuación. Su gira y posteriores canciones fuera de *El Mal Querer* también han estado nutridas por estas características tan representativas de la cantante.

CAPÍTULO IV

4. Conclusiones.

Con los elementos que crean el universo de *El Mal Querer* analizados, es interesante y necesario terminar la investigación con el resumen de la relación que existe entre los elementos que tiene esta era musical de *Rosalía* como común denominador, y que hace que este disco haya ido más allá de lo estrictamente musical.

La cantante catalana, con este segundo trabajo, ha conseguido consagrarse como una nueva artista, no solo a nivel nacional, si no que las fronteras se le han abierto llegando al mercado americano. Con su segundo elepé ha llegado a elaborar un cosmos en el que desarrollar perfectamente la marca que ha ido creando a partir de puntos de cohesión y coherencia entre todas sus partes. Dentro del transcurso cultural y artístico, *Rosalía* y su equipo se han decantado por utilizar el proceso de creación de un *collage*, donde, a través de la reinterpretación, absorción y suma de conceptos y temas clásicos, han desarrollado enfoques nuevos que han sabido explotar a través de diferentes técnicas: artísticas, cinematográficas, pictóricas, religiosas y literarias, entre otras. Todo artista musical de la era actual suele ser rápidamente encasillado en un estilo, lo cual termina por ser su peor aliado, pues la gente se aburre y rápidamente lo desecha para prestar su atención a otro artista, pero con *Rosalía* ha sido diferente, pues ha reelaborado lo urbano, llevando el estilo callejero a un nuevo nivel de interés general, sin importar la clase social, logrando así deshacerse de la etiqueta de *One hit wonder*²³ pues a partir de la mezcla del folclore popular junto con ritmos en tendencia ha terminado por extenderse a un amplio campo de posibilidades para atraer consigo a un mayor número de seguidores.

²³ Similar a la expresión de *flor de un día*, es un término utilizado a propósito de un artista o grupo musical cuya popularidad o éxito se debe únicamente a una sola canción. Un ejemplo nacional sería la *Macarena* de *Los del Río* de (1996) y un ejemplo internacional, *A-ha con Take On Me*. Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/One-hit_wonder

Rosalía ha utilizado el altavoz que le ha dado su popularidad para narrar en su disco una de las tantas historias de amor llenas de sombras, evidenciando un problema que pese a ser antiguo en el tiempo, sigue anclado en la sociedad. A través de su música lanza un mensaje de libertad y poder a la mujer, haciendo un llamamiento a la sororidad a lo largo de las narrativas, tanto musicales como visuales dentro del disco. Para dar protagonismo y poner en un papel principal a este tema, se ha servido en particular de dos géneros musicales, el trap y el flamenco; ambos géneros tiene la característica de haber nacido dentro de la cultura popular, como un modo de respuesta del pueblo llano hacia la alta cultura. Pese a ser una historia basada en *Flamenca*, relatando puntos desde una perspectiva fiel al desarrollo de la historia real, albergando temas como el maltrato, la toxicidad, el abuso y los celos, *Rosalía* decidió darle un final diferente, donde la protagonista termina por liberarse consiguiendo escapar de tal desdicha.

La cantante en cuestión es una artista que se nutre de la estética posmoderna²⁴, haciendo uso de ella y extendiéndola a lo largo de su obra. Juega con referencias de la cultura popular, mezclando estéticas diferentes, hecho que se viene anunciando desde el principio de la investigación. Lo que es muy interesante es ver que, a parte de mitos nacionales, también se ha nutrido de ideas y estéticas internacionales, basándose en la ya mencionada cultura pop, donde incluye guiños con por ejemplo en el tema *Bagdad*, con la base sampleada de *Cry Me a River*, mientras se enfunda el característico mono de látex rojo que *Britney Spears* viste en su videoclip de *Oops... I Did It Again!*, estética nada aleatoria, pues la historia que *Rosalía* narra es un desengaño amoroso bastante tormentoso, al igual que sucede con el propio autor de la base original, *Justin Timberlake*, y la apodada princesa del pop, *Britney*, siendo él quien le repetía a ella que ya podía llorar

²⁴ Frente a las propuestas del arte de vanguardia, los postmodernos no plantean nuevas ideas, ni éticas ni estéticas; tan sólo reinterpretan la realidad que les envuelve, mediante la repetición de imágenes anteriores, que pierden así su sentido. Fuente: <https://www.monografias.com/docs/Estetica-Posmoderna-F3JMX9RYMY#:~:text=Frente%20a%20las%20propuestas%20del,que%20pierden%20as%C3%AD%20su%20sen tido.>

hasta hartarse, que nunca volverían a estar juntos. *Rosalía* abre nuevos caminos dentro de sus propias narrativas para no pasar inadvertida, añadiendo un poco de morbosidad que resulte interesante al receptor y que a la vez le sirva para nutrirse de otros grupos de fans, como por ejemplo los fans de *Lady Gaga* o *Beyoncé* al asemejarse a su estética, los de *J. Balvin*, debido de sus colaboraciones musicales o a través de su más reciente amistad con una de las hijas de clan *Kardashian-Jenner*, nutriéndose así de otras celebrities para abrirse a un mayor mercado internacional.

La artista ha utilizado sus producciones audiovisuales como uno de sus fuertes, pues ha sido a través de ellas por donde han dimanado los puntos que ayudaban a contextualizar y entender las historias que contaba. La cantante se ha especializado en combinar el lenguaje actual, el coloquial y sus expresiones, con un lenguaje mucho más tradicional y culto; a través de esta mezcla de estilos y las reinterpretaciones que ella les ha dado, ha conseguido lograr una seña de identidad propia y personal. Las canciones a la vez convertidas en capítulos de una historia, se ayudan de los materiales visuales para reflejar la continuidad y suspense de la misma, añadiendo una serie de elementos característicos que ayudan a entrelazar cada una de las partes para dotarlas de un significado en común.

Utiliza reiteradamente elementos como la reinterpretación de la tauromaquia o el mundo de las motos, las cuales aparecen por primera vez en el videoclip de *Malamente*, donde al principio la artista es “toreada” por una de ellas, mientras que en *De aquí no sales* adquiere un significado de salvación frente a la sumisión que representaba el mundo del motor en el anterior videoclip, para terminar en último lugar por extrapolar sus uso ya no solo en los videoclips, sino también en la performance de los *MTV EMA's* narrando así una gran historia en la que cohesionan todo los elementos que la conforman.

Otro punto que contribuye y ayuda a crear esa continuidad de la historia es el uso repetido de los mismos colores y del mismo estilo de iluminación, pues el parpadeo, las chispas, la oscuridad, el claro-oscuro, junto con el rojo, el negro, el amarillo o los colores

pastel sirven para crear una continuidad no solo en las melodías, los videoclips o las actuaciones, si no hasta en las litografías promocionales del álbum.

Citando el texto de Carmen Villaescusa Lage (2019. p.137), para referenciar estos puntos de cohesión nos sirve de ejemplo lo que sucede en *El Lazarillo de Tormes*.

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

Se eligen y se estudian una serie de elementos que formarán parte de la construcción del universo de la obra y que se repetirán dando sentido y coherencia. No sería aventurado aquí afirmar que tras esto hay una planificación, un estudio, un equipo, una agencia y una discográfica trabajando en moldear el rumbo y marca de la cantante. Simplemente basta con comparar la estética y sonido entre *Los Ángeles*, primer álbum de la cantante y *El Mal Querer*, siendo esto un claro ejemplo de creación de marca, donde se generan diferentes productos que comparten la misma idea.

Los medios de comunicación han sido un aliado más en el camino para que el público acepte este tipo de creaciones, tratando de descifrar el contenido del imaginario de *Rosalía* y generar así un debate social, entre el sentido y el significado de la obra, llevando este novedoso formato publicitario a un nivel superior. Es por esto que podemos confirmar el supuesto planteado, pues es obvio que la cantante utiliza la narrativa audiovisual que ofrece el formato del videoclip como herramienta para controlar tanto la marca suya personal, como la del *El Mal Querer*, creando un mensaje apetecible y estable.

Llegados a este punto podemos confirmar la última hipótesis planteada, el éxito de la artista fruto de la construcción de una fuerte marca personal que se percibe como auténtica y natural a ojos del público, aunque realmente ha sido igual o más estudiada que lo que aceptamos como publicidad convencional.

CAPÍTULO V

5. Líneas futuras de investigación.

Cuando se realiza un trabajo de investigación siempre se tiende a despejar ciertas dudas y esclarecer puntos sobre el tema planteado, pero, sin embargo, la investigación también sirve para crear nuevos interrogantes que deberían resolverse en trabajos y análisis posteriores. Es por ello por lo que, en este último punto, vamos a establecer unas nuevas líneas de investigación que podrían acompañar y hacer aún más rico al tema aquí ya tratado.

Con relación a las melodías sería interesante analizar el poder que estas tienen para crear un sentimiento y un posicionamiento, terminando por establecer un vínculo más fuerte y rápido en la mente del consumidor; investigando a su vez, cómo esto puede ser utilizado en beneficio de una marca, sea el producto o servicio a vender que sea.

No podemos olvidar que todo artista trata de crear una marca personal, pero lo que podría ser aún más interesante, y a partir de ahí indagar en profundidad en el tema de la construcción de marca, es dirigir y estudiar los movimientos del artista en la creación de contenido de sus redes sociales, formando un contenido llamativo y que a la vez ayude a perfilar un tipo de perfil que le asista a crear un concepto o idea sobre el que sostener su personaje.

El videoclip ha sido uno de los temas tratados más en profundidad durante este proyecto, pero aun así hay pinceladas que se pueden abordar en trabajos futuros. Pinceladas como la importancia que se le está dando desde el punto de vista cinematográfico, formato en el que muchos directores ya populares han mostrado interés, pues son espacios de creación más libres y divertidos que un rodaje común. Tenemos ejemplos nacionales como Alejandro Amenábar, ganador de un *Oscar*, un *Globo de Oro* y varios *Goya* participando en el papel de director del videoclip de las *Nancys Rubias*, *Me encanta*, del 2013 o ejemplos internacionales como Marc Webb director de *The Amazing Spider-Man 2*

siendo el encargado de dirigir el videoclip de *Bad Romance* de *Lady Gaga*, siendo este último uno de los videoclips más populares de la historia.

Por último, podría ser interesante estudiar cómo se desecha y se etiqueta rápidamente de forma despectiva a un artista, anclándolo a un estilo de música en concreto, estilo el cual si se repite en exceso se vuelve aburrido y rápidamente olvidable, pero que, si evoluciona a otro género diferente, puedes ser rechazado por sus seguidores por no ser fiel a su esencia.

CAPÍTULO VI

6. Referencias bibliográficas.

Baixauli, R., y González, E. (2019). *“Rosalía y el discurso visual de El mal querer. Arte y folclore para un empoderamiento femenino”*. Cuadernos de Etnomusicología. N°14. https://www.sibetrans.com/etno/public/docs/cuadernos-de-etnomusicologia-14_1.pdf

(Fecha de consulta 03/06/2021)

Battistini, M. (2003). *Símbolos y alegorías*. Barcelona: Electa. Benjamin, Walter. 1998. “Sobre el lenguaje en general y sobre el lenguaje de los humanos”. En Para una crítica de la violencia y otros ensayos. Iluminaciones IV. Madrid: Taurus.

Beltrán-Bustos, A. T., Berna-Osorio, G. E., López-León, A. (2018). *Marca personal al servicio de la imagen y su aplicabilidad en un artista- caso Shakira*. Revista Libre Empresa, 15(1), 133-151

Cabrices, S. D. (15 de diciembre de 2020). *Rosalía: la española que conquistó al mundo con su música*. Recuperado 1 de julio de 2021, de <https://www.vogue.mx/estilo-de-vida/articulo/rosalia-cantante-biografia>

Calvo, Xavi. (23 de noviembre de 2018). *El diseño tras Rosalía: talento, trabajo, pasión y frescura visual*. Culturaplaza. Recuperado 1 de julio de 2021, de <https://valenciaplaza.com/el-diseno-tras-rosalia-talento-trabajo-pasion-y-frescura-visual>

Caro Oca, A.M. (2011). *Elementos narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era YouTube (1981-2011)*. (Tesis Doctoral Inédita). Universidad de Sevilla, Sevilla.

Cascales, A. G. (3 de noviembre de 2018). *Rosalía: «Es inevitable que se me considere una diva gay»*. Shangay. Recuperado 1 de julio de 2021, de

<https://shangay.com/2018/11/03/rosalia-es-inevitable-que-se-me-considere-una-diva-gay-el-mal-querer-entrevista/>

Cepeda-Palacio, S. (2014). *Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia*. *Entramado*, 10 (2), 128-142. Recuperado 1 de julio de 2021, de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-38032014000200009&lng=en&tlng=es.

Colaboradores de Wikipedia. (1 de julio de 2021). *Rosalía (cantante)*. Recuperado 1 de julio de 2021, de [https://es.wikipedia.org/wiki/Rosal%3%ADa_\(cantante\)#Estilo_musical_e_influencias](https://es.wikipedia.org/wiki/Rosal%3%ADa_(cantante)#Estilo_musical_e_influencias)

Collazo, M. (s. f.). *El videoclip como spot publicitario: Análisis del consumo de la publicidad audiovisual en la industria de la música en Puerto Rico*. Recuperado 1 de julio de 2021, de https://www.academia.edu/1241555/El_videoclip_como_spot_publicitario_An%C3%A1lisis_del_consumo_de_la_publicidad_audiovisual_en_la_industria_de_la_m%C3%BAsica_e_n_Puerto_Rico

Enano, V. L. (1 de noviembre de 2018). *Rosalía, viaje del flamenco al 'trap'*. *El País*. Recuperado 1 de julio de 2021, de https://elpais.com/elpais/2018/09/06/eps/1536246627_030346.html

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

Guadalupe, L. (10 de noviembre de 2020). *Bohemian Rhapsody: Un video Clip Histórico*. *Royal Trilogy*. Recuperado 2 de junio de 2021, de <https://royaltrilogy.blogspot.com/search?q=bohemian+rhapsody>

Kotler, D., y Keller, K. (2006). *Dirección de Marketing*. (Pearson – Prentice Hall, Ed.) (12ª ed.). Ciudad de México

Maldonado, Lorena G. (31 de mayo de 2018). “*Los gitanos atacan a Rosalía: ‘Usa nuestros símbolos como pestañas postizas’*”. El Español. https://www.elespanol.com/cultura/musica/20180531/gitanos-atacan-rosalia-usasimbolos-pestanas-postizas/311468865_0.html [Consulta: 14 de junio de 2021].

Mora, K., y Viñuela, E. (2012). *Marcas blancas y paramarcas en la industria musical*. En Olivares, F. (Ed.), *Rebelión en las marcas*, pp. 203-237. Madrid: LID Editorial Empresarial.

MTV Hits. (28 de agosto de 2020). *MTV EMA 2018 - Malamente de Rosalía*. Recuperado de <https://www.facebook.com/watch/?v=390690415232984>

Lo mejor de Verne. (2 de noviembre de 2018). *El universo visual de Filip Custic, autor de las imágenes del disco de Rosalía*. El País. Recuperado 1 de julio de 2021, de https://verne.elpais.com/verne/2018/10/31/articulo/1541004530_244530.html

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 19-05-2021

Pizzolante, Ítalo. (2004). “*El poder de la comunicación estratégica*”. Editorial Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá.

Puig, B. (2019). *El videoclip musical como aliado de la creatividad; tendencias narrativas y formales del videoclip contemporáneo*. (Trabajo de Fin de Grado). Facultad de Comunicación, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.

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

Rosalía. (2018, 30 octubre). *ROSALÍA - DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)*. Youtube. [archivo de video] Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=mUBMPajOL3o>

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>

Vaquero, S. (2020). *El Mal Querer de Rosalía: análisis estético, audiovisual e interpretativo* (Trabajo final de grado). Universidad Politécnica de Valencia, Escuela Politécnica Superior de Gandía, Valencia. Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/151595/Vaquero%20-%20El%20mal%20querer%20de%20Rosal%C3%ADa:%20an%C3%A1lisis%20est%C3%A9tico,%20audiovisual%20e%20interpretativo..pdf?sequence=1>

Villaescusa, C. (2019). *El buen hacer de "El Mal Querer". Construcción de marca a través del discurso audiovisual*. (Trabajo de Fin de Grado. Universitat Jaume I, Comunidad Valenciana). Recuperado de <http://hdl.handle.net/10234/184990>

Imágenes que ilustran el trabajo y fuentes de referencia de cada una:

Imagen 1. Cuadro de las *loemarks*.

Fuente: <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/2062/2556>

Imagen 2. Portada de *El Mal Querer* junto a la autora mostrando el formado físico de este.

Fuente: <https://valenciaplaza.com/el-diseno-tras-rosalia-talento-trabajo-pasion-y-frescura-visual>

Imagen 3. Litografía de *MALAMENTE (Cap.1: Augurio)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 4. Litografía de *QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 5. Litografía de *PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 6. Litografía de *DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 7. Litografía de *RENIEGO (Cap.5: Lamento)* acompañada de su explicación en cuanto al ciclo de violencia de género. Fuente: <https://corio.es/2018/11/19/rosalia/>

Imagen 8. Litografía de *PRESO (Cap.6: Clausura)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 9. Litografía de *BAGDAD (Cap.7: Liturgia)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 10. Litografía de *DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)*. Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 11. Litografía de *NANA* (Cap.9: *Concepción*). Fuente: <https://www.pinterest.es/>

Imagen 12 y 13. Litografías de *MALDICIÓN* (Cap.10: *Cordura*) y *A NINGÚN HOMBRE* (Cap.11: *Poder*). Fuente: <https://www.pinterest.es/>

ANEXO 1.

Letra de las canciones del disco de *El Mal Querer*.

Debido a la especial narrativa del disco hemos visto interesante e indicado aportar la letra de cada canción, pues cada una de ellas es la continuación de la historia anterior creando un entramado general que es interesante de reflejar.

Letras de las canciones extraídas de: <https://genius.com/albums/Rosalia/El-mal-querer>

Letra de "**MALAMENTE (Cap.1: Augurio)**"

[Verso 1]

Ese cristalito roto yo sentí cómo crujía (Hm)
Antes de caerse al suelo ya sabía que se rompía (Uh)
Está parpadeando la luz del descansillo
(Hm) Una voz en la escalera, alguien cruzando el pasillo

[Coro]

(Hmm)
Malamente (Eso e', así sí)
Malamente (¡Tra-tra!)
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (Mira)
Malamente (Ahh-ah-ah-ah, hm)
(Toma que toma)
Está en la mente (Eso e', jillo!)
(Ay) Malamente
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (No)
Malamente (Uh)

[Verso 2]

Se ha puesto la noche rara, han salí'o luna y estrellas (Eh)
Me lo dijo esa gitana (¿Qué?), mejor no salir a verla (No)
Sueño que estoy andando por un puente y que la acera (Mira, mira, mira, mira)
Cuanto más quiero cruzarlo (Va), más se mueve y tambalea

[Coro]

(Hmm)
Malamente (Eso e', así sí)
Malamente (¡Tra-tra!)
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (Mira)
Malamente (Ahh-ah-ah-ah, hm)
(Toma que toma, vámono')

Está en la mente (Eso e', jillo!)
(Ay) Malamente
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (No)
Malamente

[Puente]
Aunque no esté bonita, la noche undivé (Hm-hm)
Voy a salir pa' la calle, en la manita los aros brillando en mi piel
Los corales (Hmph), me protejan, me salven (Hmph)
Me iluminen, me guarden (Hmph) y por delante (Hm)
No voy a perder ni un minuto en volver a pensarte (Hmm)

[Coro]
Malamente (Eso e', así sí)
Malamente (¡Tra-tra!)
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (Mira)
Malamente (Ahh-ah-ah-ah, hm)
(Toma que toma)
Está en la mente (Eso e', jillo!)
(Ay) Malamente
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (Illo)
Malamente (Ahh-ah-ah-ah, hm)
(Toma que toma)
Es pa' la mente (Illo)
Ah, malamente (¡Tra-tra!)
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal (Vámono')
Malamente (Ahh-ah-ah-ah, hm)
(Toma que toma, vámono')
Está en la mente (Eso e', jillo!)
(Ay) Malamente
Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal
Malamente

Letra de "QUE NO SALGA LA LUNA (Cap.2: Boda)"

[Intro]

(¡Vamos allá la' guapa!)

[Verso 1]

Qué suerte la que yo tuve

El día que la encontré

Lo he señala'íto a punta de navaja

Prima, sobre la pared

Lo he señala'íto a punta de navaja

Prima, sobre la pared (Eh)

[Pre-Coro]

Como las hojas de un cuchillo

Brillaban los sacais suyo' cuando le di el anillo (Ah)

(Brillaban los sacais, brillaban los sacais)

Brillaban los sacais suyo'

(Brillaban los sacais, brillaban los sacais)

Que brillaban sus sacais

(Brillaban los sacais)

[Coro]

Si hay alguien que aquí se oponga

Que no levante la voz

(Que no lo escuche la novia)

(Que no salga la luna que no tiene pa' qué

No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)

Con tus ojitos prisma, yo me alumbraré

(Que no salga la luna que no tiene pa' qué

No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)

Con tus ojitos prisma, yo me alumbraré

(Que no salga la luna que no tiene pa' qué

No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)

Con tus ojitos prima, yo me alumbraré

[Interludio]

A ver, a ver, a ver

Enséñame ese

¡Cómo brilla!

¡Madre mía, qué guapo!

Diamantes, ahora sí que...

Con diamantes, me gusta

[Verso 2]

*¡Qué bonita está mi novia
Que se merece un trono! (¡Reina!)
Corona'a de brillantes hechas con perlas y oro
Corona'a de brillantes hechas con perlas y oro
Quiera o no quiera, lo quiera ella o no quiera
Va a estar conmigo y hasta que se muera
(Es lo que hay)*

[Verso 3]

*Clavá' de plata, clavá' de plata (Va)
Sin decir na', a mí m'a jura'o que ella por mí se mata
Sin decir na', a mí m'a jura'o que ella por mí se mata*

[Puente]

*Que toma, que toma, que toma, que toma toma, toma
A la virgencita de la Merced, un rezo
Penitencia pago que por sus besos
Penitencia pago que por sus besos*

[Coro]

*Si hay alguien que aquí se oponga
Que no levante la voz (Shh)
(Que no lo escuche la novia)
(Que no salga la luna, que no tiene pa' qué
No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)
Con tus ojitos prima, yo me alumbraré
(Que no salga la luna que no tiene pa' qué
No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)
Con tus ojitos prima, yo me alumbraré
(Que no salga la luna que no tiene pa' qué
No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)
Con tus ojitos, prima, yo me alumbraré*

Letra de "PIENSO EN TU MIRÁ (Cap.3: Celos)"

[Intro]

*Me da miedo cuando sale', sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ve' los hoyuelitos que te salen*

[Verso 1]

*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, que tú quieras mirarlos
Hasta del agua que bebes cuando te moja los labios*

[Coro]

*Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el-
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá'
Pienso en tu mirá'*

[Puente]

*Me da miedo cuando sale' (Eh), sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ve' (Eh) los hoyuelitos que te salen
Me da miedo cuando sale' (Eh), sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ve' (Eh) los hoyuelitos que te salen*

[Verso 2]

*Tan bonita que amenaza, cuando calla' me da' miedo
Tan fría como la nieve cuando cae desde el cielo
Cuando sales por la puerta, pienso que no vuelves nunca
Y si no te agarro fuerte, siento que será mi culpa*

[Coro]

*Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el-
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el-
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el- (Pienso en tu mirá')
Pienso en tu mirá', tu mirá' clavá' es una bala en el pecho
Pienso en tu mirá'
Pienso en tu mirá' (Pa' 'trá')*

[Puente]

*Me da miedo cuando sale', (Eh) sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ve' (Eh) los hoyuelitos que te salen
Me da miedo cuando sale' (Eh), sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ve' (Eh) los hoyuelitos que te salen*

[Outro]

*(Hmm-mmm-mmm-mmm, hmm-mmm-mmm-mmm)
(Hmm-mmm-mmm-mmm, hmm-mmm-mmm-mmm)*

Letra de "DE AQUÍ NO SALES (Cap.4: Disputa)"

[Verso]

*Yo que tanto te camelo
Y tú me la vienes haciendo
Que tú de aquí no sales*

*Mucho más a mí me duele
De lo que a ti te está doliendo
Conmigo no te equivoques
Con el revés de la mano
Yo te lo dejo bien claro*

*Amargas penas te vendo
Caramelos también tengo*

Letra de "RENIEGO (Cap.5: Lamento)"

[Intro]

Tiri, tiri, tiri, ay

Ay, ay ya, ya ya ya ay

[Verso 1]

Ay, yo río por fuera

Y lloro por dentro

Yo río por fuera

Y lloro por dentro

[Verso 2]

Y por más ducas

Por más duqueñas

De esta pena mía

Remedio no encuentro

Yo río por fuera

Y lloro por dentro

[Coro]

Como el reniego

Como el reniego

Oh, reniego

Reniego de mi sino

Como el reniego

Como el reniego

Oh, ay, ay, de la horita que te he conocido

Letra de "PRESO (Cap.6: Clausura)"

[Interludio: Rossy de Palma]

Bueno, yo por amor, uff, bueno, hasta bajé al infierno

Eso sí, como subí con dos ángeles

(Duele, duele, duele, duele)

Pues, no me arrepiento de haber bajado

Pero bajar, bajé, ¡eh!

Bajar, bajé

(Duele, duele, duele, duele)

Te atrapa sin que te des cuenta

Te das cuenta cuando sales

Piensas: "¿Cómo he llegado hasta aquí?"

Letra de "BAGDAD (Cap.7: Liturgia)"

[Refrán]

*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, senta'ita dando palmas
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, no hay nadie más*

[Verso 1]

*Por la noche, la sali'a del Bagdad
Pelo negro, ojos oscuros
Bonita pero apena'
Senta'ita, cabizbaja dando palmas
Mientras a su alrededor
Pasaban, la miraban
La miraban sin ver na'
Solita en el infierno
En el infierno está atrapa'
Senta'ita, las manos las juntaba
Que al compás por bulerías
Parecía que rezaba*

[Estribillo]

*Junta las palmas y las separa
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas, las separa)
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas y las separa)
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas, las separa)
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas y las separa)
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas, las separa)
Junta las palmas y las separa
(Junta las palmas y las separa)
Junta las palmas y las separa*

[Verso 2]

De las luces

Sale un ángel que cayó

Tiene una marca en el alma

Pero ella no se la vio

Senta'ita, al cielo quie' rezarle

Prenda'ita de sus males

Que Dios tendrá que cobrarle

[Refrán]

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, senta'ita dando palmas

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, no hay nadie más

[Estribillo]

Junta las palmas y las separa

Junta las palmas y las separa

(Junta las palmas, las separa)

Junta las palmas y las separa

(Junta las palmas y las separa)

Junta las palmas y las separa

(Junta las palmas, las separa)

Junta las palmas y las separa

(Junta las palmas y las separa)

Junta las palmas y las separa

(Junta las palmas, las separa)

Junta las palmas y las separa

Junta las palmas y las separa

Letra de "DI MI NOMBRE (Cap.8: Éxtasis)"

[Intro]

*Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya
Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya*

[Verso 1]

*Di mi nombre
Cuando no haya nadie cerca
Cuando no haya nadie cerca
Cuando no haya nadie cerca
Que las cosas
Que las cosas que me dices
Que las cosas que me dices
No salgan por esa puerta*

[Pre-Estribillo]

*Y átame con tu cabello
A la esquina de tu cama
Que aunque el cabello se rompa
Haré ver que estoy ata'a
Que aunque el cabello se rompa
Haré ver que estoy ata'a (Ata'a)*

[Estribillo]

*Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya
Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya
Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya*

[Verso 2]

*Di mi nombre
Pon tu cuerpo contra el mío
Y haz que lo malo sea bueno
Impuro lo bendeci'o*

[Pre-Estribillo]

*Y hazme rezar sobre tu cuerpo
Y en la esquina de tu cama
Y en el último momento
Dime mi nombre a la cara
Y en el último momento
Dime mi nombre a la cara*

[Estribillo]

(Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya)

(Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya)

(Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya)

(Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya)

Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya

Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya

Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya

Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya

[Outro]

(Ay, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Ali, Yali ya)

Letra de "NANA (Cap.9: Concepción)"

[Intro]

Nana, nana, nana

Nana, nana, nana

[Verso 1]

En la puerta del cielo

Venden zapatos

Pa' los angelitos

Que están descalzos

[Verso 2]

Nadie a ti te ha conta'o

Que ningún sueño

Sabe de horas o tiempos

Ni tiene dueño

[Verso 3]

Y cae la lluvia triste

Para mirarte

Detrás de cada gota

Te mira un ángel

[Outro]

Ea, ea

Ea, ea

Nana, nana, nana

(Nana, nana)

Nana

Letra de "MALDICIÓN (Cap.10: Cordura)"

[Verso 1]

*M'han dicho que no hay sali'a
Por esta calle que voy
M'han dicho que no hay sali'a
Yo la tengo que encontrar
Aunque me cueste la vi'a
O aunque tenga que matar*

[Estribillo]

*Ay, el querer
Que en un momento quisiera
Estar loca y no querer
Porque el querer causa pena
Pena que no tiene fin
Y el loco vive sin ella*

[Verso 2]

*No le temas al camino
Es como una maldición
No le temas al camino
Si la nombro, la confirmo
Los dos sabemos qué pasa
Y ninguno quiere decirlo*

[Verso 3]

*He deja'o un reguero
De sangre por el suelo
He deja'o un reguero
Que me lleva al primer día
Que te dije que te quiero
Pa 'saber lo que decía*

[Estribillo]

*Ay, el querer
Que en un momento quisiera
Estar loca y no querer
Porque el querer causa pena
Pena que no tiene fin
Y el loco vive sin ella*

Letra de "A NINGÚN HOMBRE (Cap.11: Poder)"

[Verso 1]

*A ningún hombre consiento
Que dicte mi sentencia
Solo Dios puede juzgarme
Solo a Él debo obediencia*

[Verso 2]

*Hasta que fuiste carcelero
Yo era tuya, compañero
Hasta que fuiste carcelero*

[Estribillo]

*Voy a tatuarme en la piel
Tu inicial porque e' la mía
Pa' acordarme para siempre
De lo que me hiciste un día
De lo que me hiciste un día
Voy a tatuarme en la piel
Tu inicial porque e' la mía
Para acordarme para siempre
Y recordarlo to'a la vi'a
De lo que me hiciste un día
De lo que me hiciste un día*