

**Universidad San Pablo-CEU
Universidad Cardenal Herrera-CEU
Universidad Abat Oliba-CEU**

**CEU Escuela Internacional de Doctorado
(CEINDO)**

PROGRAMA DE DOCTORADO en COMUNICACIÓN SOCIAL



CEU

*Escuela Internacional
de Doctorado*

***El mal querer* de Rosalía. Estudio de caso sobre la construcción de estrellato en la era digital**

TESIS DOCTORAL

Presentada por:

Mateu Terrasa Rico

Dirigida por: Ignacio Blanco Alfonso y Margarita Garbisu
Buesa

MADRID
2024

MATEU TERRASA

RICO

2024

«Por eso se dice que las peores experiencias de la vida pueden ser también las mejores. En caso de aprovechar la adversidad para crecer y evolucionar espiritualmente, tarde o temprano llega un día en que dicha pérdida se convierte en una ganancia. Principalmente porque tomamos consciencia de que no sufríamos por lo que aparentemente habíamos perdido, sino por habernos perdido a nosotros mismos primero. Al quitarnos de encima todas las capas de cemento y hormigón reconectamos con nuestro diamante interior. Es entonces cuando comprendemos que la verdadera felicidad reside en nuestro interior y solo depende de nosotros mismos cultivarla».

Borja Vilaseca, *Las casualidades no existen: espiritualidad para escépticos*
(2021: 175)

[Respecto a la simbología de la luz y la oscuridad] «Tales imágenes significan que en todos los niveles de la vida humana, como también en los planos cósmicos, una época sombría va seguida de una época luminosa, pura, regenerada»

Jean Chevalier y Alain Gheerbrant, *Diccionario de los símbolos* (1986: 663)

Il faut être absolument moderne

(Hay que ser absolutamente moderno)

Arthur Rimbaud, *Temporada en el infierno* (1873 [1970]: 83)

Alegato de un apocalíptico integrado

Unas palabras antes de comenzar

No cabe duda de que Teodor Adorno, el emblemático filósofo de la Escuela de Frankfurt conocido por su aversión al jazz, criticaría severamente la música de Rosalía. Todos esos beats repetitivos, los subgraves de sonido inflado, tantos sonidos sampleados tocados por máquinas digitales... y aún no hemos hablado de su manera «arrogante» de vestir, o del rebaño de millones de ovejas que componen su audiencia —¡excesivo!—. Por el amor de Dios, ¿quién se atreve a cantar vestido de chándal?

Las siguientes páginas constituyen un intento de responder a la siguiente pregunta: ¿Por qué es importante estudiar la cultura de masas? En noviembre de 2018 el *youtuber* musical Jaime Altozano lanzó un sorprendente análisis *pop*-erudito explicativo de *El mal querer*. Para mi sorpresa, aquello trascendió mi característico desdén de aquella época por todo «lo *mainstream*». Una nueva herida se abrió, rogando un gesto inaudito: adentrarse en terreno *desconocido*, explorando las profundidades de la cultura *pop*. Y qué mejor caso que el de Rosalía Tobella.

Estas páginas representan una reconciliación del placer ~~culpable~~ y el afán de labor intelectual, el proceso de re-integración de un *apocalíptico integrado*. La bella indeterminación que supone *El mal querer* de Rosalía, —anidando entre múltiples géneros, estéticas, significados y tensiones no resueltas— es una influencia para este trabajo de investigación académica, donde fuerzas opuestas se atraen y repelen en un intento (pos)disciplinario de estudiar un fenómeno contemporáneo y vivo. Así mismo, esta tesis es un intento de redimir dos posturas enfrentadas: la del *apocalíptico* y el *integrado*¹. El mismísimo

¹ Según Umberto Eco, el integrado es un individuo con una actitud optimista y ligera que abraza la cultura popular: «Los integrados raramente teorizan, sino que prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles» (1984: 12). Por otro lado, la actitud de desconfianza o de *dissenter* del apocalíptico emana del ejercicio de análisis de la cultura de

Umberto Eco acabó preguntándose si acaso estos dos conceptos eran contrapuestos o más bien complementarios: «¿Hasta que punto los textos apocalípticos no representan el producto más sofisticado que se *ofrece al consumo de masas?*» (Eco, 1984: 13). En última instancia, el autor de *Apocalípticos e integrados* nos está hablando del fetichismo oculto —el inconfesable residuo de amor-odio— que guarda el crítico de la cultura de masas en su interior.

Propongo una imagen final: Es una tarde veraniega de 1966, vemos a Theodor Adorno sentado en su vieja butaca en su piso de Fráncfort, donde profundamente ensimismado corrige las últimas palabras de su nueva obra *Dialéctica negativa*. Además del leve calor estival, por la ventana abierta de su salón comienza a entrar sigilosamente una melodía sincopada. En ese momento, su pie derecho decide actuar: toma la delantera y comienza a golpear a negras siguiendo el pulso de la trompeta de Louis Armstrong. Es *La vie en rose* sonando desde alguna radio del patio interior del edificio. No pasados demasiados compases, el intelectual alemán se pone de pie y se acerca diligentemente a dicha ventana. Comprueba que al cerrar los cristales el sonido de *jazz* lejano resulta ya totalmente imperceptible. Adorno vuelve al salón para poner un vinilo en el tocadiscos, *4'33* de John Cage, y se sienta en su vieja butaca de nuevo y resopla —*uf, por fin a salvo*—.

Agradecimientos

Esta investigación académica me llevó a vivir en las ciudades de Madrid, Oakland, Mallorca, Salamanca, Berkeley y San Francisco. Esta es una dedicatoria a mi madre, a mi familia, a mis amigos (especialmente a Alejandro y a Pablo), al *equipo A*, a la sincronicidad, a las personas que he ido conociendo por el camino, y a todas las ciudades que me han acogido a mí y mis libros.

Esta sección merece una dedicatoria a mis directores Ignacio Blanco Alfonso y Margarita Garbisu Buesa, por su tiempo y sensibilidad humanística. A la

masas; este individuo forma parte de una «comunidad de «superhombres» capaces de elevarse, aunque sólo sea mediante el rechazo, por encima de la banalidad media» (Eco, 1984: 13).

Universidad CEU San Pablo por la facilidades y oportunidades que me ha brindado. Gracias al Ministerio por la beca FPU, así como a la Universidad de Berkeley y la profesora Jocelyne Guilbault por mi acogida en California.

Esta investigación de cinco años es un testimonio de mi peregrinaje vital, espiritual e intelectual en torno al fenómeno Rosalía, así como un viaje de superación personal. Carl Jung creía que todos albergamos dentro el arquetipo del «viaje del héroe». Lo peor que nos ha sucedido en la vida también puede ser lo mejor. Disfruten del viaje y no rechacen la llamada, el destino toca a la puerta con los disfraces más inesperados, incluso vestido de chándal o de Versace.

Resumen

Proponemos la idea del estrellato como una forma de mitología contemporánea en la que las estrellas y celebridades actúan como receptáculos semiótico-culturales y somático-emocionales. Para explorar este fenómeno contemporáneo, tomamos el caso de Rosalía. A raíz del lanzamiento del álbum *El mal querer* el 2 de noviembre de 2018, esta cantante catalana de música urbana y flamenco eclipsó el panorama mediático en España, alcanzando el estatus de la personalidad más buscada en Google por la población española en 2018. Además, el periódico *The New York Times* incluyó su sencillo *Malamente* en la lista internacional *The 25 Songs That Matter Right Now*, mientras que la revista especializada *Pitchfork* posicionó a este mismo single en el puesto 23 en la lista *The 200 Best Songs of the 2010s*. Cinco años después, es innegable que el universo conceptual de *El mal querer* ha establecido una mitología nacional propia de la generación millennial: su *leitmotiv* intergeneracional —el «trá trá» del estribillo de *Malamente*—, el retrato *faceless* de la cantante creado por la artista popular Coco Dávez, la colisión entre el imaginario español tradicional y *zeitgeist millennial* o las hipertrofiadas uñas de gel de Rosalía son elementos que ya constituyen un signo de identificación entre las generaciones más jóvenes. Debido a la naturaleza polimórfica del estrellato, en esta investigación pionera adoptamos un enfoque interdisciplinario —partiendo de la musicología, la comunicación

social, los estudios culturales y el análisis visual— para analizar este objeto de estudio que en 2018 (año del inicio de este doctorado) no tenía antecedentes académicos.

Palabras clave: hiperculturalidad; estrellato; posmodernidad; autoridad carismática; mitología; era digital; música *pop*, performatividad de género; análisis de *framing*.

Abstract

We propose the idea of stardom as a form of contemporary mythology in which stars and celebrities function as semiotic-cultural and somatic-emotional receptacles. To explore this contemporary phenomenon, we take the case of Rosalía. Following the release of the album *El mal querer* on 2 November 2018, this Catalan singer of urban music and flamenco has dominated the Spanish media landscape, achieving the status of the most searched personality on Google by the Spanish population in 2018. In addition, the New York Times included her single *Malamente* in its international list of The 25 Songs That Matter Right Now, while the specialist magazine Pitchfork placed the same single 23rd in its list of The 200 Best Songs of the 2010s. Five years on, it is undeniable that the conceptual universe of *El mal querer* has created a national mythology specific to the millennial generation: its intergenerational leitmotif - the "trá trá" of *Malamente's* chorus - the faceless portrait of the singer created by the popular artist Coco Dávez, the collision between the traditional Spanish imaginary and the millennial zeitgeist or Rosalía's hypertrophied gel nails are elements that are already a sign of identification for younger generations. Due to the polymorphic nature of stardom, this pioneering research adopts a multidisciplinary approach, drawing on musicology, social communication, cultural studies and visual analysis to analyse this object of study, which in 2018 (the year of the start of this PhD) had no academic antecedents.

Keywords: hiperculturality; stardom; postmodernity; charismatic authority, mythology; digital era; pop music; gender performativity; framing analysis.

Contenido

Capítulo 1: Introducción.....	11
1. 1. Introducción: <i>El mal querer</i> y el <i>boom</i> de Rosalía.....	11
1.2. Marco teórico: el estudio del estrellato desde la posdisciplinariedad	18
1. 3. Objeto de estudio y materiales disponibles.....	21
1. 4. Justificación: ¿por qué la cultura popular importa?	23
1. 5. Antecedentes	25
1. 6. Hipótesis de trabajo	28
1. 7. Objetivos	29
1. 8. Posicionalidad y conocimiento situado.....	30
1. 8. 1. Mi posicionalidad como investigador.....	35
Capítulo 2: Metodología y triangulación metodológica.....	38
2. 1. Análisis de <i>framing</i>	39
2. 1. 1. El framing como herramienta y disciplina transversal en los estudios de comunicación	39
2. 1. 2. El framing desde las teorías de medios de masas.....	41
2.1.3. De las Ciencias Sociales a la Comunicación; del paradigma positivista al construccionismo social	44
2. 1. 4. Del framing a la batalla por la construcción de la realidad discursiva	46
2.1.5. Principios de la investigación cualitativa. De los frames culturalmente imbuidos al análisis narrativo y retórico del frame	48
2. 1. 6. El análisis de framing retórico	49
2. 1. 7. El análisis de framing narrativo y los frames culturalmente imbuidos	50
2. 1. 8. Diseño metodológico para el análisis de framing retórico y narrativo	53
2. 1. 9. Análisis de la muestra.....	55
2. 1. 10. La teoría fundamentada en relación con la investigación cualitativa.....	61
2. 1. 11. El proceso deductivo	63
2. 2. Análisis musical.....	64
2. 2. 1. Análisis formal, escucha atenta y análisis textual de la música popular.....	65
2. 2. 2. «The Addiction Formula»: el análisis de un «hit»	69
2. 3. Análisis visual.....	74

2. 3. 1. El método iconográfico-iconológico de Panofsky en el análisis del videoclip musical	74
2. 3. 2. La performatividad de género	80
2.4. Entrevista semi-estructurada en profundidad	86
2. 4. 1. Panel de expertos y cuestionario	89
Capítulo 3: El estrellato como mitología de la era contemporánea. Música y narrativas transmedia en la era digital.....	92
3. 1. El mito no se destruye, tan sólo se transforma.....	92
3. 2. Geanalogía del estrellato. El estrellato en la cultura de masas	101
3. 2. 1. La autoridad carismática y el proto-estrellato. Del mito a la cultura de masas....	101
3. 2. 2. El nacimiento de la estrella y el star-system de Hollywood.	105
3. 3. El estrellato como mitología de la era digital y la cultura posmasiva	110
3. 3. 1. Comunicación e hiperculturalidad en la era posmasiva.....	110
3. 3. 2. «Hemos matado a Dios...» y lo hemos transformado en superestrella. Del culto a lo conspicuo	115
3. 4. «El trabajo os hará Hombres visibles». Cultura posmasiva y música en la era digital	121
3. 4. 1. El mal querer como narrativa transmedia.....	127
3. 4. 2. Flamenca y el mito del «viaje del héroe».....	132
3. 4. 3. El fenómeno fandom en la construcción del estrellato. El caso Rosalía-Altozano	145
Capítulo 4: <i>Frames</i> y el fenómeno Rosalía en la prensa española escrita (<i>El País, El Mundo, El ABC y La Vanguardia</i>).....	150
1 A - El ídolo.....	151
1 B - La heroína y su ejército	156
1 C - La embajadora (de lo local a lo global)	161
2 A - El artista revolucionario (tradición y modernidad) [tema problemático]	166
2B - El nexo generacional	171
3 - El Invasor (la muerte del flamenco) [tema problemático] [counter-frame de 4 - Universalismo cultural]	175
4 - Universalismo cultural [tema problemático] [<i>counter-frame</i> de 3 - El invasor (la muerte del flamenco)]	178
5 - La liberadora de los oprimidos [tema problemático]	183
6 - La obra de arte total.....	186
7 - La hipérbole.....	190
8 - El producto de masas [tema problemático] [<i>counter-frame</i> de 1B <i>La heroína y su ejército</i>]	193
9 - El fanático narcisista [tema problemático] [frame indirecto].....	197

10 - El caballo de Troya [tema problemático] [frame indirecto]	200
11 - La caja de pandora [tema problemático] [frame indirecto]	202
Capítulo 5: Análisis icnográfico-iconológico de <i>El mal querer</i>	204
5. 1. Artworks de <i>El mal querer</i> (por Filip Custic).....	205
5. 1. 1. Artwork de la portada de El mal querer	205
5. 1. 2. Artwork MALAMENTE (Cap. 1: Augurio)	210
5. 1. 3. Artwork QUE NO SALGA LA LUNA (Cap. 2: Boda).....	213
5. 1. 4. Artwork PIENSO EN TU MIRÁ (Cap. 3: Celos)	218
5. 1. 5. Artwork DE AQUÍ NO SALES (Cap. 4: Disputa).....	221
5. 1. 6. Artwork RENIEGO (Cap. 5: Lamento).....	223
5. 1. 7. Artwork PRESO (Cap. 6: Clausura)	227
5. 1. 8. Artwork BAGDAD (Cap. 7: Liturgia)	229
5. 1. 9. Artwork DI MI NOMBRE (Cap. 8: Éxtasis)	231
5. 1. 10. Artwork NANA (Cap. 9: Concepción).....	234
5. 1. 11. Artwork MALDICIÓN (Cap. 10: Cordura)	237
5. 1. 12. Artwork A NINGÚN HOMBRE (Cap. 11: Poder)	239
5. 2. Análisis iconográfico-iconológico de <i>MALAMENTE</i> (Cap. 1: <i>Augurio</i>).....	242
5. 3. Análisis iconográfico-icnológico de <i>PIENSO EN TU MIRÁ</i> (Cap. 3: <i>Celos</i>).....	276
5. 4. Análisis iconográfico-iconológico de <i>BAGDAD</i> (Cap. 7: <i>Liturgia</i>)	305
Capítulo 6: Análisis musical de <i>El mal querer</i>	323
6. 1. <i>MALAMENTE</i> (Cap. 1: <i>Augurio</i>)	323
6. 2. QUE NO SALGA LA LUNA (Cap. 2: Boda).....	328
6. 3. PIENSO EN TU MIRÁ (Cap. 3: <i>Celos</i>)	335
6. 4. DE AQUÍ NO SALES (Cap. 4: <i>Disputa</i>).....	340
6. 5. RENIEGO (Cap. 5: <i>Lamento</i>).....	345
Capítulo 7: Resultados y conclusiones	351
7.1. Discusión de los resultados	351
7. 1. 1. Análisis de frames periodísticos sobre Rosalía en El País, El Mundo, La Vanguardia y ABC	351
7. 1. 2. Análisis iconográfico-iconológico de El mal querer.....	353
7. 1. 3. Análisis musicológico de El mal querer	358
7. 2. Conclusiones: claves del estrellato de Rosalía	360
Chapter 7. Results and Conclusions	368
7. 1. Discussion of the Results	368

7. 2. Conclusions: the Keys to Rosalía's Stardom.....	378
BIBLIOGRAFÍA.....	386

Capítulo 1: Introducción

1. 1. Introducción: *El mal querer* y el *boom* de Rosalía

En el año 2018 nuestro país fue testigo de un hito mediático sin precedentes: el auge nacional y global de la artista catalana Rosalía tras la publicación de su segundo álbum *El mal querer* (Sony Music) el 2 de noviembre. Este álbum conceptual nos presenta la historia de Flamenca, una joven mujer que sucumbe a una relación de amor tóxica y a la trampa de sus propios anhelos materiales, experimentando el maltrato machista y una poderosa metamorfosis final. A la hora de traducir a sonidos esta propuesta narrativo-estética de alta factura lorquiana, la cantante catalana decidió trabajar con el productor Pablo Díaz-Reixa «El Guincho», fusionando los sonidos del paisaje urbano y *pop* actual con una vanguardista concepción de lo flamenco y la electrónica experimental. Una propuesta sonora que conectó el *zeitgeist* más *millennial*, digitalizado y global junto a la tradición en peligro de extinción de lo local, lo idiosincrásicamente español y lo cuasi étnico.

El resultado de esta creación fue la fervorosa recepción —viral y polémica a partes iguales— de este álbum triple platino² por parte de una base de fans transgeneracional y por un panorama de la industria musical hispanohablante en plena expansión global. Cabe destacar que las polémicas erigidas contra *El mal querer* partieron principalmente de ciertos colectivos gitanos —donde destacamos la denuncia de apropiación de la cantante María José Llergo y del sociólogo José Heredia— y de los círculos más conservadores del flamenco congregados alrededor de la Bienal de Flamenco de Sevilla y la figura del

² Con *El mal querer* Rosalía logró un triple número uno en las listas de música nacional, logrando así un hito histórico en la música de nuestro país. Según los datos proporcionados por Promusicae (2018a, 2018b, 2018c) en la semana de 9/11/2018 al 15/11/2018, Rosalía logró el número uno en el TOP100 de *streaming* en álbumes, número uno en el TOP100 de ventas de álbumes y número uno y dos en TOP100 canciones + *streaming* con *Di mi nombre* y *Malamente*.

periodista Alberto García Reyes. En el lado de las alabanzas, el fundador de la Bienal de Sevilla, flamencólogo y periodista José Luís Ortíz Nuevo (2018) declaraba que «el álbum más flamenco del siglo XXI es *El mal querer*», mientras que el *youtuber* Jaime Altozano diseccionaba la complejidad sonora y el carácter subversivo de este álbum en el contexto del *pop*, logrando extender el fenómeno Rosalía mediante un video-análisis³ igualmente *viral*. Estos elementos son ejemplos de la compleja recepción y cocreación del fenómeno Rosalía en el contexto posmasivo del ecosistema digitalizado y las narrativas transmedia.

Antes de la publicación de *El mal querer*, la artista catalana ya ostentaba una creciente reputación a nivel nacional en los círculos más alternativos y *underground* gracias a la publicación de su primer trabajo de estudio *Los Ángeles* (2017) junto al guitarrista Raül Refree —conocido por su colaboración con otros artistas como la cantante Silvia Pérez Cruz—. Amparada bajo el sello *Universal Music*, Rosalía comenzaba a ser conocida como una joven cantautora de flamenco con un sello distintivo y su figura logró germinar en dos contextos distintos:

A. En el contexto de la música flamenca: Donde destaca su formación académica en el Taller de Músics de Barcelona y sus estudios superiores de música en la *ESMUC* (Escuela Superior de Música de Cataluña) en la modalidad de Flamenco y Cante Jondo bajo la tutela de José Miguel Vizcaya «El Chiqui de La Línea». Su formación en música flamenca fue clave en su consolidación inicial como cantante/cantaora. Al instruirse en los principios estilísticos-estéticos de esta música, posteriormente pudo lograr subvertir su canon y, a su vez, lograr cierto estatus de *insider*, elementos que facilitaron su encumbramiento como artista revolucionaria del género⁴: «Los estudios de flamenco de Rosalía le dotaron de un capital cultural suficiente para poder participar en el ambiente musical con la legitimidad profesional necesaria» (Álvarez-

³ Véase el video titulado «ROSALÍA: lo que nadie está diciendo sobre *EL MAL QUERER* | Jaime Altozano», publicado el 9 de noviembre de 2018. *Link*: <https://www.youtube.com/watch?v=NgHXFTgaVT0>

⁴ Para saber más sobre Rosalía y el *frame* de «El artista revolucionario» véase el análisis de *frames* periodísticos en el capítulo VI. *Frames* y el fenómeno Rosalía en la prensa española escrita (*El País*, *El Mundo*, *El ABC* y *La Vanguardia*).

Cueva y Guerra, 2020: 4). Fuera del contexto académico, su participación en 2016 en los festivales de flamenco de Jerez y en la Bienal de Flamenco de Sevilla, junto a su colaboración con los guitarristas Alfredo Lagos o Joselito Acedo, o su papel de telonera de Miguel Poveda en el Festival de Cadaqués de 2015, son ejemplos de su trayectoria artística y del capital cultural acumulado dentro del mundo del flamenco.

En este contexto, el primer punto de inflexión llegó con sus dos primeras actuaciones oficiales en Madrid con Raül Refree. La primera en el tablao flamenco madrileño Casa Patas —inserto dentro del programa experimental de *Flamenco en la Frontera* organizado por Antonio Benamargo—, donde Martín Guerrero, el director del tablao y de la fundación recuerda: «Me maravilló, como a todas las personas que estábamos en la sala, la extraordinaria capacidad de transmisión emocional que tenía Rosalía» (Guerrero, 2020). Y en segundo lugar con dos conciertos *sold out* consecutivos en la sala El Teatro del Arte de Madrid. Alex Sánchez, el agente musical que conectó al dúo de Rosalía y Refree con la escena madrileña recuerda: «Yo había visto pocas veces tanta presencia e interés por parte de la industria y de los medios» (Sánchez, 2020). Tras el concierto en Casa Patas el boca-oreja hizo que nadie quisiera perderse este concierto: «Había un *runrún* de que iba a pasar algo» (Sánchez, 2020). Comenzó a vislumbrarse la figura de Rosalía como una figura heterodoxa del flamenco *underground*, con gran atención por parte de la prensa y de sellos musicales como Sony y Universal.

B. En el contexto de la música alternativa urbana: Donde destacó su trabajo con la productora audiovisual Canadá⁵ en el videoclip de *Aunque es de Noche* (2017) y en su colaboración en el video de *Antes de morir* (2016) de C. Tangana. Otros hitos importantes fueron su presencia en el cartel del festival *Primavera Sound* de 2017 y su actuación en la sala *El*

⁵ Esta productora audiovisual de Barcelona ha trabajado con artistas del mundo urbano, alternativo e *indie* como C. Tangana, Bad Gyal, Foals, The Vaccines, Beck o Bomba Estéreo. La productora mantiene un sello visual exigente, distintivo y con influencia de lo *underground*, elementos que también han impactado en el universo estético de *El mal querer* de Rosalía.

Sol de Madrid por el certamen *Premio Ruido 2017* al mejor disco del año. Respecto a este último evento, la prensa musical especializada (medios como *Rockdelux*, *JNSP* o *Mundo Sonoro*) se hizo eco del logro de la cantante catalana: *Los Ángeles* (2017), su primer álbum de estudio creado junto a Raül Refree, fue escogido como álbum ganador sobre el de otros nominados consagrados como C. Tangana, Los Planetas o Vetusta Morla.

Adicionalmente, la colaboración de Rosalía con artistas del *reggaeton* internacional como son J. Balvin —véase la canción *Brillo* (2017)— y del panorama *trap*-urbano español como C. Tangana —*Antes de morir* (2016) y *Llámame más tarde* (2016)—, reflejaron un doble movimiento de incursión en nuevos mercados y audiencias potenciales: el *reggaeton* y la música latina, por un lado, comenzaba a superar el contexto hispanohablante y lograr una proyección a escala global. Por el otro, los géneros del *trap* y lo urbano abandonaban sus orígenes *underground* y comenzaban a volverse una influencia masiva: la cultura *R&B/hip-hop/trap* colonizó el imaginario *mainstream*, volviéndose la banda sonora de la crisis en España⁶ (Castro, 2019) así como una alegoría del capitalismo contemporáneo que sublimaba el discurso del ascenso social desde la pobreza y la marginalidad (Kaluza, 2018).

Si bien estos elementos reflejan una progresiva acumulación de *momentum* social por parte de la artista, el primer *boom* mediático masivo llegó con la publicación del primer *single* *Malamente* el 28 de mayo de 2018, tras lo que aconteció el concierto sorpresa de Rosalía en la plaza Colón de Madrid el 31 de octubre, la publicación de *El mal querer* el 2 de noviembre y la promoción del disco en la plaza de Times Square de Nueva York. El mundo musical norteamericano se hizo eco de su presencia con su participación en el programa *Later... with Jools Holland* y su debut en el festival californiano Coachella de 2019. En lo relativo a la escena de la industria musical, la estela

⁶ Según el filósofo Ernesto Castro, los detractores de esta música critican que «el *trap* guste a la clase media como una forma de fetichización de la pobreza y de erotización de lo precario» (Castro, 2019: 252). Otros elementos como el discurso neoliberal o la conciencia de clase son característicos entre los artistas de la escena musical española de lo urbano y el *trap*.

de *El mal querer* cosechó dos Grammy Latino en 2018, tres Grammy Latino en 2019 y un *Grammy* Internacional en 2020⁷.

En el ámbito periodístico, múltiples medios generalistas y especializados reflejan el alcance del fenómeno Rosalía y de su trabajo artístico junto a su productor Pablo Díaz-Reixa «El Guincho»: el periódico *The New York Times* incluyó a *Malamente* dentro de la lista internacional «The 25 Songs That Matter Right Now», a la vez que declaraba que la artista catalana era la portadora del flamenco a la generación *millennial* (Hutchinson, 2018). La revista musical *Pitchfork* consideró a *Malamente* como el mejor video del año y le otorgó el puesto número 23 dentro de la lista «The 200 Best Songs of the 2010s». Además, podemos contar las múltiples interacciones públicas, amistades y colaboraciones que mantuvo la cantante de San Esteve Sesrovires con otras superestrellas musicales globales como Billie Eilish, Alicia Keys, Bad Bunny, Dua Lipa, J Balvin o Rauw Alejandro.

No cabe duda de que la capacidad de trabajo de Rosalía y de su equipo para adecuarse al lenguaje, el *tempo* y las posibilidades que abre la infoesfera acelerada ha sido clave en la envergadura del mismo fenómeno. Gracias a tecnologías de libre acceso como el *streaming*, la autoría colaborativa a través del medio digital, el eclecticismo estético o la puntera producción y masterización sonora de su (hiper)música, Rosalía se abrió paso en el imaginario global desbordando las fronteras de la escena nacional: «La unanimidad internacional se refleja en registros nunca conseguidos por un(a) artista español(a), al menos en la era digital» (Galindo, 2021: 81).

Todos estos eventos de magnitud global se hallaron atravesado por un contexto nacional marcado por las tensiones del independentismo catalán y por el *zeitgeist* de la Removida madrileña (Castro, 2019): contexto político y social de agitación, crisis económica y efervescencia cultural marcado por el auge identitario y feminista del 8M en España y del World Gay Pride 2017 en Madrid, la popularización de la música *trap* —donde destacaron figuras como C.

⁷ Los premios obtenidos en los Grammy Latino en 2018 son: «mejor fusión urbana» por *El mal querer* y «mejor canción alternativa» por *Malamente*. Los premios de Grammy Latino en 2019: «mejor canción urbana» por *Con altura*, «mejor disco pop contemporáneo» y «mejor álbum del año» por *El mal querer*. El premio de los *Grammy* internacionales 2020: «Mejor álbum rock, urbano o alternativo latino» por *El mal querer*.

Tangana, Bad Gyal, Yung Beef o la propia Rosalía— y la preeminencia de una alcaldía de izquierdas que apostó por la música urbana como forma de atraer al público joven (Castro, 2019: 242). En última instancia, todos los elementos constituyentes del fenómeno fueron multiplicados por la acelerada comunicación global de las tendencias *mainstream* en los medios digitales y el poder mediador de las *celebrities* —Kylie Jenner, Halle Berry, Pharrell Williams o Alejandro Sanz fueron algunos promotores del fenómeno Rosalía—; estas figuras actuaron como vectores de *viralización* que ayudaron a propulsar este mito naciente hacia el eclipse mediático total. Probablemente, el hecho que mejor refleja el rumor generalizado («¿No has oído hablar de Rosalía?») es el siguiente hecho: la artista catalana fue la personalidad más buscada por la población española en 2018 en internet⁸. Ante semejante hipérbole mediática, el periodista Fernando Navarro de *El País* señaló que «en 2020 tuvo que pasar una pandemia mundial para que Rosalía dejase de ser el tema más recurrente de los medios de comunicación en España» (Navarro, 2021).



Figura 1. Retrato *faceless* de Rosalía.
Fuente: Coco Dávez

Pero un mito cultural no se construye solo de datos cuantitativos como récords de *streaming*⁹, así como de una presencia prácticamente unánime en medios

⁸ Fuente de datos: Google Trends (<https://trends.google.es/trends/yis/2018/ES/>)

⁹ Según los datos extraídos de medios de referencia (Vinilo Negro, 3 de noviembre de 2018; Renedo, *Cadena SER*, 2018), con el lanzamiento de *El Mal Querer* el 2 de noviembre Rosalía batió el récord nacional al encumbrarse como la artista más escuchada en España en 24 horas (2.360.000 reproducciones de *streaming online* el primer día). Las escuchas por *streaming* de la artista aumentaron en un 665% esa misma jornada, arrebatándole el récord a Ed Sheeran, que ostentaba con 1.320.000 reproducciones (3 de marzo de 2017) con su álbum *Divide*. A nivel nacional superó a Aitana con su EP debut *Tráiler* (con 2.120.000 reproducciones el 30 de noviembre de 2018). En el ámbito de los charts internacionales, 15 días después del estreno de *El Mal Querer* (esto es, en la semana del 17 de noviembre de 2018), el álbum alcanzó el número uno de los *Billboard charts* en la categoría de *Latin Pop Albums*, superando a Selena en su recopilatorio póstumo, a Shakira (que ya ostentaba 6 números uno en esta lista) con *El Dorado*, a Enrique Iglesias (con 8 números uno en esta lista) con *Sex and Love* o a Marco Antonio Solís (que ya ostentaba 12 números uno en esta lista y un puesto en el *Billboard Latin Music Hall of Fame*) y su álbum *40 años*. La presencia en este contexto sonoro de un álbum

generalistas¹⁰ y especializados —*Vinilo Negro, Rockdeluxe, Jenesaispop*—. Para que el fenómeno abandonara el estado provisional y vaporoso propio de lo *viral*, fue clave el «habla mítica» (Barthes, 1990 [1970]: 108) como sistema de comunicación capaz de asentar la figura de Rosalía en el imaginario colectivo y la cultura oral-popular. En este sentido, la cantante catalana había sido inmortalizada a nivel nacional bajo una suerte de mitología *millennial*: el «trá trá» del estribillo de *Malamente* como *leitmotiv* intergeneracional, el retrato sin rostro de Rosalía creado por la popular artista Coco Dávez —donde reconocemos a la cantante a través de atributos característicos como son los pendientes de aro, su largo pelo moreno o su sudadera roja— o las largas uñas de gel de la cantante catalana, elementos que constituyen a día de hoy un «signo de reconocimiento o "contraseña" entre gente hospitalaria (*tessera hospitalis*)» (Han, 2020: 11). Además, el poder performativo de ciertos hitos como fueron su interpretación de la canción de Los Chunguitos *Me quedo contigo* en los Goya 2019 o su aparición en el filme de Almodóvar *Dolor y gloria* (2019) consagraron la trascendencia de Rosalía dentro del campo e imaginario cultural español intergeneracional. Ante semejante apogeo sobrevino la pregunta central que vertebra toda nuestra investigación: «¿Cómo se construye una estrella?».

como *El mal querer* resultó inaudita: una obra con producción vanguardista donde abundaban sonidos *sampleados*, ritmos irregulares y armonías modales flamencas. Sobre esto, cabe añadir las referencias al *caló* gitano en sus letras mientras de fondo suenan unas texturas minimalistas que fusionan *trap*, electrónica, bulerías y *pop*. No cabe duda de que estos realzaban el factor diferencial de Rosalía como una «vaca púrpura» (Godín, 2019) en el contexto musical internacional. En el mercado de la música latina, la presencia de música española era prácticamente inexistente en las posiciones más altas, hallándose sobrepasada por los artistas latinoamericanos modernos, los ritmos caribeños y la canción popular sudamericana. Adicionalmente, el ascenso meteórico de Rosalía fue una rápida forma de atraer el interés del público *millennial* internacional hacia *El Mal Querer* y la tradición de la música flamenca.

¹⁰ Según la herramienta de búsqueda *Verba* de Civio, del 1 de enero de 2018 al 15 de marzo de 2020 Rosalía fue mencionada 236 veces tan solo en el telediario de TVE 1. De estas cifras destacamos el pico la semana del 28 de mayo (con 14 menciones por el lanzamiento de *Malamente*), la semana del 27 de mayo de 2019 (con 22 menciones por el lanzamiento del *single Aute Cuture*) y la semana del 8 de julio de 2019 (con 19 menciones por su actuación en el festival *Mad Cool* de Madrid). Dentro de esas mismas fechas, en los medios cuatro de referencia de la prensa escrita nacional —*El País, El Mundo, El ABC* y *La Vanguardia*— hemos hallado su mención en 331 artículos.

1.2. Marco teórico: el estudio del estrellato desde la posdisciplinariedad

Dicho interrogante nos llevó a trascender una primera lectura *frankfurtiana* que consideraría el estrellato como un fenómeno únicamente industrial y propio de la cultura de masas. Al contrario, examinaremos como el estrellato nace de una profunda necesidad afectivo-mítica del pueblo (Busquet-Duran, 2012): la de situar a unos arquetipos de conducta humana positivos y negativos —héroes con sus luces y sombras— que nos ayuden a reconocer lo noble y/o culturalmente deseable. De tal forma, el estrellato bebe del mito como constelación y brújula moral capaz de dotar de significado a nuestra propia existencia, al mundo que nos rodea y a nuestras acciones. En este sentido, la genealogía del estrellato tiene su origen en las diversas narraciones mitológicas y en lo numinoso —los antiguos héroes, fuerzas de la naturaleza, lo chamánico, dioses y semidioses—. Posteriormente con el advenimiento de las sociedades posindustriales, estas formas de estrellato más elementales y abstractas evolucionan encarnándose en los personajes públicos y sus cualidades extraordinarias: deportistas sobresalientes, divas y divos de la ópera, políticos, actores y, a partir de los años 30, en integrantes del *star system* de Hollywood. Con lo que llegamos a nuestra presente definición del estrellato como el reconocimiento público que obtiene un individuo que destaca por sus cualidades o talento excepcional (Loy *et al.*, 2018).

Con la progresiva secularización de las sociedades tardo-capitalistas y el advenimiento de la infoesfera digitalizada, las estrellas se alzan como receptáculos semiótico-culturales y somático-emocionales (Dyer, 1998; Redmond, 2015), y es alrededor de ellas que se gesta «una religión embrionaria» (Morin, 1972: 23): la correspondencia entre la nave de iglesia y la sala de conciertos, el escenario como altar, la congregación alrededor del ídolo y su liturgia *pop*, el poder carismático del *influencer* como sacerdote digital, el *like* como rezo y el *smartphone* como rosario, o el hedonismo redentor del fan (del latín «*fanus*») como «servidor del templo» (Jenkins, 2010 [1992]: 24), paralelismos que nos conducen a considerar el estrellato como una forma de mitología contemporánea (Terrasa Rico, *et al.* 2021). Es alrededor de este parnaso de figuras mediáticas como son Rosalía, Beyoncé o Harry Styles que

se catalizan procesos de construcción de identidad —sexual, racial, biográfica, de clase, generacional, etc.— y que reúnen formas de interacción multi-social entre fans, estrellas, periodistas y demás actores sociales (Hills, 2016). A lo que debemos sumar otros fenómenos como son la autoría colaborativa, el rol de las audiencias activas, las comunidades *fandom*, el activismo ciudadano y otras formas de comunión en el seno de la era digital (Ito, 2008; Brough y Shresthova, 2012; Click et al., 2015; Hills, 2016).

Debido al carácter ramificado de nuestro objeto de estudio, esta investigación explota la fragmentación productiva de los estudios de comunicación con el fin de diluir los límites tradicionales entre disciplinas y favorecer «zonas de intercambio intelectual» (Waisbord, 2019: 127). Esto nos conduce a sustituir los dogmas disciplinarios (centrados en el: «¿Desde *dónde* estudiamos?») por las particularidades epistemológicas que requiere cada objeto de estudio (orientándose al: «¿*Qué* estudiamos?»). El resultado es una malla de conocimiento descentralizada o rizomática capaz de abordar de manera holística el objeto de estudio como un fenómeno complejo y multi-nivel que es atravesado por categorías de «educación, clase, partidismo, ideología, religión, raza, etnia, identidad sexual y otras variables sociales» (Waisbord, 2019: 141-142). Dado su carácter eminentemente transmedia y ramificado, *El mal querer* requiere de un acercamiento teórico capaz de dar cabida a su complejidad como fenómeno contemporáneo que engloba dinámicas como son el choque entre tradición y modernidad, la glocalización, la (hiper)cultura en la era digital, el debate de la apropiación cultural, la reescritura de los roles de género en torno al concepto de performatividad y las dinámicas de la cultura *remix* (Knobel y Lankshear, 2008).

Siguiendo con esta premisa, nuestro abordaje posdisciplinario aprovechará la fragmentación propia de los estudios de comunicación (Waisbord, 2019) para erigir un marco analítico capaz de aprehender *El mal querer* como un espejo de las tensiones y contradicciones que experimenta nuestro contexto nacional idiosincrásico: las reminiscencias de la España local y tradicional atravesada por la infoesfera acelerada de los medios de comunicación digitales, la impronta globalizada de las sociedades tardo-capitalistas y el *zeitgeist* de las generaciones *Z* y *millennial*.

Si bien esta investigación se asienta en los pilares disciplinarios de la Comunicación Social y la Musicología, a la hora de diseñar nuestro marco teórico y metodología nos hemos nutrido de los *insights* de diversas zonas intelectuales de carácter posdisciplinarias: los *Star Studies* —hijos de los Estudios Culturales— (Dyer, 1998; Marshall y Redmond, 2015), la Ecología de los Medios (McLuhan, 2003; Scolari, 2015), los estudios sobre la cultura digital y las comunidades *fandom* (Jenkins, 2006; Duffet, 2013), los *Media Studies*, la iconografía y la comunicación visual (Dondis, 1976; Panofsky, 1979 [1955]; Ledin y Machin, 2008), la Etnomusicología y los Estudios Culturales (Frith, 1996; Hall, 2003) y los Estudios de Género (Butler, 2007 [1990]; Córdoba et al., 2009; Sternadori, 2019).

En última instancia, este acercamiento analítico a *El mal querer* nos permitirá arrojar luz sobre el impacto del ecosistema digital en las dinámicas de comunicación y producción cultural: el ordenador como *metainstrumento* musical (Márquez, 2010), el papel de las audiencias activas y la circularidad cultural (Hall, 1980), los sujetos *emirec* y el principio de obra abierta (Cloutier; 1973; Eco, 1992), la hipermediación digital (Carr, 2000), la autoría colaborativa y las comunidades *fandom* (Jenkins, 2006) y los procesos de estandarización y disrupción creativa musical en el *pop* (Findeisen, 2015). La transición hacia una cultura cada vez más participativa plantea notables desafíos para los investigadores en comunicación. Por un lado, el principio de heterogeneidad de las audiencias (Terrasa, 2021a) exige que abandonemos el análisis del rol de los usuarios desde una visión en bloque. Ahora potencialmente capaces de generar prácticas y significados de forma activa, ya no podemos reducir la experiencia de los sujetos a conceptos homogeneizadores como *masa* o *prosumidor*, los cuales eliminan toda experiencia de subjetividad (Duffet, 2013). Por otro lado, somos testigos de cómo la tecnología transforma completamente la manera en que los artistas gestionan su propia obra: «La inmediatez y repercusión global de la tecnología y las redes sociales contemporáneas permiten mayores oportunidades para que los músicos populares establezcan una audiencia fiel y luego operen de manera más independiente respecto a las directrices de la industria» (Loy, Rickwood y Bennett, 2018: 11).

1. 3. Objeto de estudio y materiales disponibles

No cabe duda de que Rosalía es una artista que a día de hoy sigue explorando sus diversas facetas como *celebrity*, compositora, intérprete y artista. Como ejemplo, podemos mencionar sus incursiones en otros géneros musicales como el *dembow*, el *reggaetón*, el *hip hop* o la bachata, así como la inclusión en nuevas estéticas: véase la presencia de la estética de lo *anime* y la cultura japonesa en su tercer álbum de estudio *Motomami* (2022), o las referencias a la pintura de Magritte y Dalí en el video su single colaborativo *La noche de anoche* (2020) con Bad Bunny. Dado que nos hallamos investigando un fenómeno contemporáneo y vivo, hemos tomado la decisión de delimitar nuestro universo de estudio al álbum de *El mal querer* como germen del *boom* del fenómeno Rosalía. Nuestra mirada holística a la hora de comprender *El mal querer* como narrativa transmedia requiere del análisis de los elementos constitutivos de la obra: el apartado musical, textual y audiovisual. Además, la comprensión del discurso social y mitologizante —la fabricación del aura del estrellato— generado por la recepción y (co)creación mediática requiere del análisis periodístico de *frames* en la prensa española escrita. Esta decisión nos permitirá:

- a) Acotar precisamente las posibilidades de nuestro universo de estudio: los materiales disponibles para la investigación, las diversas modalidades de análisis, el contexto socio-histórico, los contenidos a analizar y los expertos a entrevistar.
- b) Evitar el peligro de estudiar un fenómeno no acabado y en continuo cambio, hecho que podría desviar la investigación de sus objetivos iniciales e incluso poner en peligro la consecución de esta.
- c) Definir un objeto de concreto y, a su vez, ampliamente ramificado, lo cual nos permite conducir esta investigación exploratoria desde una visión holística, estudiando los elementos constitutivos de la gestación del ídolo de masas. *El mal querer* es la culminación de un proceso de construcción de superestrella, y por lo tanto engloba factores biográficos, artísticos, estéticos, mediáticos y sociales que pueden ser extrapolables más allá de este estudio de caso.

A continuación, mencionamos los materiales utilizados para esta investigación¹¹:

a) Las once canciones que componen *El Mal Querer*:

1. *Malamente* - Cap. 1: *Augurio*
2. *Que no salga la luna* - Cap. 2: *Boda*
3. *Pienso en tu mirá* - Cap. 3: *Celos*
4. *De aquí no sales* - Cap. 4: *Disputa*
5. *Reniego* - Cap. 5: *Lamento*
6. *Preso* - Cap. 6: *Clausura*
7. *Bagdad* - Cap.7: *Liturgia*
8. *Di mi nombre* - Cap. 8: *éxtasis*
9. *Nana* - Cap. 9: *Concepción*
10. *Maldición* - Cap. 10: *Cordura*
11. *A ningún hombre* - Cap. 11: *Poder*

b) Los doce *artworks* diseñados por Filip Cusic que acompañan a cada canción y a la portada/contraportada del álbum.

c) Los cinco videoclips del álbum:

1. *Malamente* (dirigido por Nicolás Méndez de CANADÁ).
2. *Pienso en tu mirá* (dirigido por Nicolás Méndez de CANADÁ).
3. *Bagdad* (dirigido por Helmi).
4. *Di mi nombre* (dirigido por Hernsy Schofield y Seele, producido por *Caviar*).
5. *De aquí no sales* (dirigido por Diana Kunst y Mau Morgó).

¹¹ Cabe destacar que nuestro análisis iconográfico se ha centrado en los doce *artworks* y los tres videoclips de *Malamente*, *Pienso en tu mirá* y *Bagdad*. Igualmente, nuestro análisis musicológico analiza las cinco primeras canciones del álbum: *Malamente*, *Que no salga la luna*, *Pienso en tu mirá*, *De aquí no sales* y *Reniego*. A través del análisis de contenido de estas piezas seleccionadas hemos logrado una saturación de datos suficiente que nos permiten extraer las conclusiones de esta investigación (véase el capítulo final VII Resultados y conclusiones). No obstante, la totalidad del álbum (incluyendo las once canciones y los cinco videos musicales) ha sido analizada a nivel narrativo en relación con el arquetipo de El viaje del héroe (véase el capítulo III El estrellato como mitología de era contemporánea. Música y narrativas transmedia en la era digital).

d) El corpus de 331 artículos periodísticos seleccionado a través de *My News* en los medios *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*.

e) La entrevista al panel de 14 expertos (véase capítulo II «Metodología»)

d) El acceso a la bibliografía seleccionada, además de novela occitana *Flamenca* (1287) en la que se inspira el diseño narrativo de *El mal querer* y las fuentes no académicas (véase la siguiente sección de «antecedentes»).

1. 4. Justificación: ¿por qué la cultura popular importa?

El interés de nuestra investigación radica en identificar las claves que han habilitado a Rosalía como figura mítica dentro de la cosmogonía nacional y global de *celebrities*, *influencers* y estrellas de la era digital. Para lograr dicho objetivo no realizaremos únicamente un análisis formal, sino que construiremos un marco teórico que nos capacite para comprender a Rosalía como una figura que refleja las dinámicas propias de las sociedades posmasivas, la expansión de las narrativas transmedia y el *collage* cultural que supone la fragmentación de la tradición y las fronteras culturales en una hipercultura globalizada (Han, 2018): «La modernidad *pixelando* la tradición» (Hutchinson, 2018) define el arriesgado gesto de *El mal querer* al mezclar el *zeitgeist* y símbolos de la España local, católica y nacional con los códigos de la modernidad *millennial* y los flujos de información globales de los medios digitales.

La justificación de nuestro acercamiento a este objeto de estudio parte de la siguiente pregunta: «¿Por qué resulta relevante estudiar la cultura popular y el estrellato?». Ante dicho interrogante podemos proponer una serie de respuestas introductorias y sintéticas:

En primer lugar, analizar la cultura popular supone analizar los mitos prevalentes de cada momento histórico: «Cada vez que la sociedad inicia una nueva etapa, cambian sus ideas respecto a lo humano y lo divino» (Armstrong 2020 [2005]: 83). Ya sean los mitos de las Grecia Helénica o los fantasmas del Occidente digitalizado, debemos comprender cómo la noción de «lo divino»

tiene una relación especular respecto al mundo de los mortales —una sublimación o inversión de los anhelos y miedos de cada pueblo—, donde «los dioses no pueden separarse del paisaje» (Armstrong, 2020 [2005]: 87). En esta investigación identificamos el estrellato como el *locus* de lo sagrado y lo divino en las sociedades posmasivas y tardo-capitalistas: la (hiper)visibilidad del individuo, la cultura participativa y la comunicación acelerada posibilitadas por la tecnología digital sitúan una promesa ubicua: «potencialmente todo el mundo puede acceder al Parnaso digital de las estrellas».

Con esta investigación queremos demostrar que, nada más lejos de ser un fenómeno banal, el estudio del estrellato supone comprender cómo los conceptos de lo *sagrado* y lo *secular*, lo privado y lo público, implosionan bajo el *ethos* de la posmodernidad. Somos testigos de un lenguaje híbrido, de la (re)mezcla de la herencia cultural de nuestro pasado, y de nuevos códigos y formas de culto habilitadas por las redes sociales y los *smartphones*. El culto a las *celebrities*, las estrellas y los *influencers* tiene una relación directa con las dinámicas de (hiper)visibilidad, la autopromoción del individuo, la optimización personal, la comunicación como espectáculo y la hipermediatización de la vida privada. Para comprender este paradigma a través del estudio del caso de Rosalía, consideramos necesario no caer en posturas intelectuales apocalípticas que promueven lecturas de corte reduccionista o maniqueísta¹².

En segundo lugar, consideramos el estrellato como un potencial lugar de negociación y compromiso entre productores y consumidores de cultura popular. En el capítulo III «El estrellato como mitología de era contemporánea. Música y narrativas transmedia en la era digital» estudiaremos *El mal querer* como narrativa transmedia donde la negociación de significados entre autor y *fan* se hace patente bajo el principio de la obra abierta (Eco, 1992). El caso del

¹² Una crítica común al fenómeno del estrellato propia de autores como Jon Illescas (2012) supone asociar el estrellato únicamente al consumo y producción de cultura popular capitalista: la histeria del fenómeno fan, la fantasía colectiva, el consumismo, la explotación sexual, la venta de *merchandising*, el hedonismo juvenil y el poder de las grandes corporaciones. Bajo este *frame* apocalíptico (véase el octavo *frame* «El producto de masas» de nuestro análisis en el capítulo VII), el culto a las *celebrities* y a las estrellas es condenado por «esclavitud, falsa conciencia, 'obra del Diablo', comúnmente emparejado con «la trivialidad y la superficialidad» (Rojek, 2001: 51). Esta forma de análisis homogeneizadores reduce la complejidad y las contradicciones inherentes a la cultura del estrellato y su recepción, descartando la posibilidad de la (re)lectura, resistencia y la negociación de significados de los fenómenos culturales que parten del *establishment*.

youtuber musical Jaime Altozano y su video-análisis de *El mal querer* nos servirá como reflejo de los preceptos de la cultura participativa y de cómo la tecnología digital habilita la licuefacción de los roles de emisor-receptor, productor-consumidor o artista-audiencia en el contexto de las sociedades posmasivas. Esta interacción de los artistas, los fans y las audiencias en un entorno más líquido favorece la promesa de democratización del estrellato; lo que, en última instancia, significa que potencialmente todos podemos interceder dentro del circuito de producción cultural y trascender nuestra posición como sujeto pasivo.

En tercer lugar, el estrellato puede definirse como una arena social donde diversos agentes negocian y (re)definen los confines del poder, el género, la sexualidad, la política, la economía o el *magma* vivo de los propios significados culturales. Igualmente, en el capítulo III analizaremos la importancia del estrellato a la hora de moldear y reflejar valores y normas culturales desde su posición teogónica o mitológica:

Las estrellas tienen un control importante sobre la representación de las personas en la sociedad, y la forma en que se representa a las personas en los medios de comunicación tendrá algún tipo de influencia (aunque solo sea un refuerzo) sobre cómo son las personas en la sociedad. Las estrellas tienen una posición privilegiada en la definición de roles y tipos sociales, y esto debe tener consecuencias reales en cuanto a cómo las personas creen que pueden y deben comportarse. (Dyer, 1998: 8)

1. 5. Antecedentes

El estudio del estrellato y los *Star Studies* tiene un origen eminentemente angloamericano anclado en corrientes como la escena de Birmingham de Estudios Culturales y la Musicología de corte popular (Hebdige, 1979; Frith, 1983; Dyer, 1986 [2004], 1998; Fink, 1998; Hawkins y Niblock, 2002; Biddle y Jarman-Ivens, 2007; Loy, Rickwood y Bennett, 2018), así como los estudios en torno al fenómeno *fandom* y las audiencias culturales (Morin, 1972; Rojek, 2001; Jenkins, 2010 [1992], 2012; Duffet, 2013; Redmond, 2014; Marshall,

2014, 2015). A pesar del carácter eminentemente interdisciplinario del estudio del estrellato, en el ámbito nacional su estudio se ha centrado principalmente en el canon estético del *pop-rock* español de ídolos y bandas posteriores a la movida madrileña (Fouce Rodríguez, 2002; Val, Noya y Pérez-Colman, 2014; Colom-Valls, 2012). Con la llegada de la movida madrileña (Castro, 2019) y la eclosión masiva de figuras como Rosalía, C. Tangana, Yung Beef o Bad Gyal, observamos un creciente interés por el estudio de la música popular urbana, la cultura *mainstream* global, el *reggateón*, el *trap* y una apertura de miras mucho más interseccional donde la fama, los *popstars* y las estrellas del rock se mezcla con categorías como sexo, raza, identidad nacional, etnia, capital cultural, clase social o privilegio.

En el caso de nuestro universo de estudio, observamos una miríada de artículos y capítulos de libro que cubren la enorme variedad de facetas que rodean al estrellato de la artista catalana: su construcción iconográfica (Palomares Navarro y Vives López, 2019), el empoderamiento y las referencias al arte folclórico (Baixauli y González Gea, 2019), la apropiación cultural, las narrativas transmedia y la simbología de lo español en *El mal querer* (Sedeño-Valdellós, 2020), el cosmopolitanismo estético y Rosalía en el contexto de la modernidad tardía (Álvarez-Cueva y Guerra, 2021), la interculturalidad en el *reggaetón* y el empoderamiento femenino (Chávez Aguayo y Jiménez Muñoz, 2020), la producción sonora de vanguardia y las mediaciones tecnológicas en el universo sonoro de la cantante (Espiga Méndez y Juan de Dios Cuartas, 2021), el papel de los productores en la nueva escena de flamenco electrónico (Bethencourt Llobet, 2020), la mediatización de la imagen *celebrity* de Rosalía en Instagram (Bravo-Araujo *et al.*, 2021), símbolos de lo español en el videoclip de *Malamente* (Aranzubia Cob y Limón Serrano (2020), el empoderamiento femenino en el álbum *Motomami* de Rosalía (Polo Pujadas, 2022), nuevas estrategias de promoción cultural y el lanzamiento de *Motomami* en TikTok (Pérez-Ordóñez, Castro-Martínez y Torres-Martín, 2022), la estilización lingüística en la discografía de Rosalía (Fernández de Molina Ortés, 2023), el feminismo *mainstream* y la representación de la mujer en el videoclip de habla hispana (Jorge Alonso *et al.*, 2020) o la influencia de Enrique Morente en el álbum *Los Ángeles* de Rosalía (Gómez Sánchez, 2021).

Más allá de la figura de Rosalía, otros trabajos referentes a la construcción del estrellato en el campo de la música popular son la colección de ensayos *Popular Music, Stars and Stardom* (Loy, Rickwood y Bennett, 2018). Dentro de esta obra colaborativa destacamos el capítulo de Phoebe Macrossan titulado *Intimacy, Authenticity and 'Worlding' in Beyoncé's Star Project*, donde la autora estudia las estrategias de *worlding* (Macrossan, 2005) propias del cine y el mundo audiovisual utilizadas por Beyoncé y su equipo a la hora de generar un universo holístico (musical, textual, estético y mediático) en su álbum conceptual *Lemonade* (2016). Siguiendo esta misma línea, la tesis doctoral de Helena Herrera Quintana titulada *Beyoncé en la intersección: pop, género, raza y clase social: recepción y discursos en torno a su trabajo* (2021), no puede dejar de ser otro trabajo de referencia para nuestra investigación: este trabajo supone un punto de entrada en el mundo académico hispanohablante del debate sobre feminismo en la intersección raza-género desde la perspectiva del estrellato, a la vez que la autora explora desde la óptica de los Estudios Culturales y la crítica posfeminista las negociaciones de significados que la audiencias aportan a la construcción del fenómeno Beyoncé. No cabe duda de que ambas obras citadas se hallan alineadas con nuestros intereses de investigación: comprender la creación y recepción del fenómeno transmedia de *El mal querer* como mitología contemporánea en el marco de la era digital. Ya sea en el caso de Beyoncé o Rosalía, vemos como en el universo de ambas artistas prevalece una protagonista femenina que emprende un viaje heroico, tratando de trascender las limitaciones de un mundo patriarcal que la aprisiona.

Debido a la novedad y ramificación del caso Rosalía, así como la prevalente escasez de investigaciones en torno al estrellato en el mundo académico hispanohablante, esta es la primera tesis doctoral sobre la cantante Rosalía y sobre el concepto del estrellato como mitología contemporánea. Nuestro acercamiento pionero y posdisciplinario requiere que nos alejemos de las rigideces disciplinarias para combinar los *insights* de campos de estudio y disciplinas como son la Comunicación Social, la Musicología de corte popular y los estudios sobre estrellato (*stardom*). Esto nos permitirá generar una malla de conocimiento flexible en torno al fenómeno interseccional y ramificado que supone Rosalía y el *boom* de *El Mal querer*.

En este sentido, también será esencial nuestro apoyo en fuentes no académicas como material complementario a la investigación: los 331 artículos de prensa escrita analizados, los video-análisis de *youtubers* populares como Jaime Altozano o la consulta de las propias redes sociales de la artista catalana¹³, serán elementos relevantes estrechamente ligados a la cocreación y recepción del fenómeno. En el ámbito de la divulgación y el ensayo también destacamos dos obras significativas: los libros *El Trap. Filosofía millennial para la crisis en España* del filósofo Ernesto Castro (2019) y *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (Carrión, 2021), siendo el último título un libro colaborativo que reflexiona en torno a los aspectos estéticos, poéticos y culturales del universo Rosalía. Además, contamos con el acceso a la novela occitana *Flamenca* (1287) en la que se basa el diseño conceptual del propio álbum de *El mal querer*.

1. 6. Hipótesis de trabajo

H1: El estrellato de Rosalía se construye como una forma de mitología contemporánea.

H2: El universo de *El mal querer* refleja las dinámicas que experimenta la identidad en el seno de la cultura digital e hiperconectada.

H3: El fenómeno Rosalía es cocreado por los *frames* construidos por la prensa generalista española.

H4: El análisis transversal del universo transmedia de *El mal querer* nos lleva a extraer las claves del fenómeno Rosalía.

¹³ Adicionalmente, será útil la consulta de fuentes como videos en directo/entrevistas a Rosalía (YouTube), la web oficial (<https://rosalia.com/>) y RRSS oficiales ("rosalia.vt" en Facebook, Instagram y TikTok).

1. 7. Objetivos

1. Objetivo conceptual:

1.1 Analizar el estrellato de Rosalía en el marco de la cultura digital.

1.1.1 - Analizar el fenómeno Rosalía como mitología contemporánea.

1.1.2 - Analizar el fenómeno Rosalía como universo transmedia.

2. Objetivo empírico:

2.1 Analizar el contenido de *El mal querer* como producto cultural transversal y ramificado.

2.2.1 - Analizar la producción y contenido musical de las once canciones del álbum.

2.2.2 - Analizar el contenido iconográfico e iconológico de los videoclips y diseños de *El mal querer*.

2.2.3 - Analizar el discurso mediático construido en torno al fenómeno Rosalía por la prensa escrita generalista española (*El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*).

2.3.4 - Extraer elementos clave en la construcción del fenómeno Rosalía a través de la entrevista en profundidad al panel de expertos.

3. Objetivo estratégico:

3.1 Exponer las claves que conforman a Rosalía como fenómeno de masas español en la era digital.

1. 8. Posicionalidad y conocimiento situado

Hablar de posicionalidad dentro de la actividad investigadora supone partir de una necesidad ética del científico: la de situarse dentro de unos parámetros localizables dentro de lo social, histórico y político. Este ejercicio de (auto)reconocimiento sobre las propias «lentes» que porta cada sujeto nos conduce a reflexionar sobre cómo «la posicionalidad afecta a la totalidad del proceso de investigación» (Darwin Holmes, 2020: 3) —ya sea en su diseño metodológico, en la selección de determinados expertos, el enfoque escogido o los resultados esperados, etc.—. En otras palabras, lo que un investigador escoge investigar ya es una forma de posicionalidad (Malterud, 2001).



Figura 2. Elementos que fundamentan la noción de posicionalidad. Fuente: diseño propio

Más allá de los «puntos ciegos» y «áreas ocultas» inherentes a la mirada analítica del investigador en tanto sujeto humano (Luft e Ingham, 1955), el elemento más determinante respecto a su posición en el mundo es el hecho de verse atravesado por múltiples vectores interseccionales: los valores y creencias individuales se hallan formados por el tipo de filiación política, fe religiosa, género, sexualidad, ubicación histórica y geográfica, etnia, raza, clase social y estatus, (dis)capacidades, etc. (Sikes, 2004; Wellington, et al. 2005; Marsh, et al., 2018; Darwin Holmes, 2020). Por lo tanto, el ejercicio de desgranar estos diversos vínculos condicionantes incluye la descripción de la trayectoria intelectual (antecedentes e influencias en lo filosófico, el recorrido académico, profesional y personal, etc.), su interseccionalidad (sexo, raza, género, status social, educación, (dis)capacidades, etc.), la justificación de sus elecciones (epistemológicas, metodológicas y ontológicas), la clarificación de su posición como *outsider* o *insider* respecto al objeto/campo de estudio, el grado de apoyo por parte de su contexto social, económico e institucional, o las limitaciones temporales, espaciales, de acceso recursos o de capital social, entre otros. Aparentemente ajenos a la práctica de la actividad científica, estos elementos anteriormente citados se presentan como condicionantes determinantes para llevar a cabo la investigación y asegurar su supervivencia dentro de la comunidad que la acoge:

El éxito o el fracaso muchas veces depende también de factores «no científicos», como el acceso a una buena financiación de las investigaciones, a ciertos puestos de trabajo o a los consejos editoriales de revistas importantes. Así pues, la aparición de la forma moderna de comunidad científica, con sus sociedades, reuniones y publicaciones, ha acabado convirtiéndose en un elemento crucial en la creación de ciencia como la entendemos en la actualidad». (Bowler y Morus, 2005: 16)

La necesidad de declararnos sujetos posicionados surge del mismo hecho de que adoptar una posición en el mundo es un paso inevitable. Cada posicionalidad es única, pues cada investigador posee unas intenciones y perspectivas únicas que parten de su paradigma personal y de su visión del mundo (Hampton y Reeping, 2019). La posición *en-el-mundo* interrumpe la idea del sujeto «universal» y neutro propia de la herencia científica ilustrada. Dado

que resulta imposible acceder a la totalidad de la realidad ontológica no filtrada por las lentes de un sujeto, posicionarnos demanda que nos hagamos responsables del transcurso de la investigación, de las elecciones que la determinan y de los posibles impactos sociales de esta misma. A cambio, las limitaciones asociadas a la posición del individuo permiten acotar el universo de posibilidades a estudiar mediante un enfoque único. El científico, para afinar su foco, siempre debe partir de ciertos interrogantes: el *dónde*, el *cómo*, el *cuándo* y el de *qué manera, para quién, por qué o para qué*, y su deber ético es ser consciente de cómo éstos impactan en la totalidad de la investigación (Savin-Baden y Major, 2013). De tal forma, ser explícito respecto al *point of departure* del científico parece ser la elección más ética a la hora de llevar a cabo la praxis científica: «Un enfoque reflexivo sugiere que, en lugar de tratar de eliminar su efecto, los investigadores deberían reconocerse y revelarse a sí mismos en su trabajo, con el objetivo de comprender su influencia sobre y en la investigación». (Darwin Holmes, 2020: 3). Por el contrario, tratar de borrar las propias huellas del investigador mediante una «ausencia» de posicionalidad resulta una pretensión falaz: la idea de que el investigador se halla separado de su objeto de estudio, así como de su realidad social. Es notable cómo esta supuesta mirada «neutra» opera desde un marco intelectual taxonómico y compartimentado propio de la actitud científica positivista: partir de dichas categorías binarias o formas de pensamiento dicotómico —sujeto/objeto, subjetividad/objetividad, externo/interno, naturaleza/cultura, vivo/inerte, pasivo/activo, etc.— supone legitimar la posición privilegiada de un sujeto científico (el hombre blanco) y su dominación e instrumentalización del entorno. Previamente a las epistemologías feministas y decoloniales, el estado privilegiado e incuestionado del científico occidental se hallaba amparado por la premisa tautológica de que el único conocimiento realmente «válido» o cercano a la «verdad» era el de su propio método científico¹⁴; hecho que provocó la marginalización o *epistemicidio* de otras formas de conocimiento no-occidentales o no-científicas¹⁵ (De Sousa Santos, 2000).

¹⁴ Paradójicamente, dicha premisa no puede ser comprobada mediante el método científico.

¹⁵ Boaventura De Sousa Santos nos habla del concepto de *epistemicidio* como aquella «destrucción masiva de conocimiento que no coincidía con los objetivos de la modernidad capitalista, colonialista y patriarcal» (De Sousa Santos, 2000: 14). Partiendo de la premisa de

No fue hasta mediados del siglo XX, bajo el panorama de una Europa de posguerra física y moralmente destruida, cuando llegó la crisis del pensamiento positivista y de los grandes credos filosóficos de Occidente establecidos por la Ilustración y la Modernidad: la idea de una verdad objetiva y universal dio paso a la concepción de que no hay objetividad o verdad absoluta, y que mucho menos podemos llegar a describirla (Dubois, 2015). El científico comenzó a ser visto como un sujeto encarnado y atravesado por unas condiciones vinculantes con su entorno. Mientras que la ciencia —muchas veces vinculada también a los intereses de regímenes totalitarios o a la propulsión tecnológica de la guerra—, también comenzó a ser vista como una actividad humana que «forma parte del mismo entramado en el que se imbrican todas las demás manifestaciones culturales» (Muñoz Rengel, 2020: 172). En tanto práctica cultural, la ciencia y el método científico se transformaron en una útil manera más de asomarse a la realidad, abandonando «la condición unívoca de la ciencia, su imagen del progreso como una línea recta hacia una especie de verdad revelada por los hechos o el universo» (Muñoz Rengel, 2020: 180).

Y es siguiendo esta línea de pensamiento que Donna Haraway erigió una crítica al modelo unívoco y lineal de la ciencia objetiva masculina, planteando un modelo científico feminista «de conversación» donde «existe un número indefinido de maneras de relacionarse con el mundo natural y entenderlo» (Bowler y Morus, 2005: 634). Al celebrar dicha multiplicidad y el hecho de que todo conocimiento se halle «situado», Haraway afirmó que:

que «la comprensión del mundo es mucho más amplia que la comprensión occidental del mundo» (De Sousa Santos, 2000: 16), De Sousa Santos aboga por una interrupción epistemológica del fracasado modelo occidental de conocimiento, el cual asumió el monopolio del conocimiento «válido» sin dialogar con otros modelos no hegemónicos e antiimperialistas (que el autor agrupa bajo el nombre metafórico de «Sur»): «Las Epistemología del Sur son el reclamo de nuevos procesos de producción, de valorización de conocimientos válidos, científicos y no científicos, y de nuevas relaciones entre diferentes tipos de conocimiento, a partir de las prácticas de las clases y grupos sociales que han sufrido, de manera sistemática, destrucción, opresión y discriminación causadas por el capitalismo, el colonialismo y todas las naturalizaciones de la desigualdad en las que se han desdoblado» (De Sousa Santos, 2000: 16).

Los conocimientos situados requieren que el objeto que hay que conocer se represente como un actor o un agente, no como una pantalla, un terreno o un recurso, y desde luego jamás como un esclavo de un amo que clausura la dialéctica en su única agencia y autoría del conocimiento «objetivo». (Haraway, 1991: 188)

La idea de participación del investigador como agente cocreador de la realidad que trata de desvelar —el cual no accede a una realidad única, fija e inmutable—, fue un enfoque propagado tanto en las Ciencias Sociales como en el ámbito de las Ciencias Exactas y disciplinas como la Física: «Uno de los aspectos de la revolución de la mecánica cuántica, tal y como expresa el Principio de Incertidumbre de Heisenberg, es la demolición del mito del observador científico objetivo e impersonal. Cada científico trae consigo cierto sesgo a su investigación; cabría decir que a nivel subnuclear, el mismo acto de observar altera aquello que está siendo observado¹⁶» (Spangler, 1976: 33).

En última instancia, el concepto de posicionalidad y de conocimiento situado conduce a la responsabilización social del investigador. El científico, en su inextricable forma de hallarse conectado con el colectivo, no puede separarse del *humus* social del que proviene y del que forma parte como partícipe y cocreador. Corolario que nos conduce a considerar, tal y como afirma Teun A. Van Dijk, que «toda investigación es "política" en sentido lato, incluso si no toma partido en asuntos y problemas sociales» (Van Dijk, 1999: 24). Este cambio de óptica pretende acercarnos a un modelo de hacer ciencia capaz de «reactivar el sentido común» (Latour, 2021: 117), donde el científico se sitúa como un agente de enunciación del que parten y por el que atraviesan múltiples líneas de fuga; situándose como un nodo responsable más dentro de la matriz social e intersubjetiva que lo conecta con el resto del rizoma (Deleuze y Guattari, 2013 [1976]). Nuestra intención es situar al científico al mismo nivel —ni debajo ni por encima— del mundo que pretende estudiar; y al hacerlo, lograr ser conscientes, tal y como dijo Ted Nelson al aplicar su concepto de

¹⁶ El experimento de la doble rendija (*double-slit experiment*) de Young (1807) demuestra una ambigüedad en el comportamiento de los electrones observados explicada por el «efecto actor-observador»: ante la presencia de la mirada de los científicos, el estado de la luz y la materia alterna entre un estado de partícula y de onda. El físico Carlo Rovelli profundiza en este principio de dualidad onda-partícula y en su dependencia de la relación entre observador y sistema en su obra *Relational Quantum Mechanics* (1996).

«hipertexto» a la estructura de la realidad cotidiana, de que: «*everything is deeply intertwined!*» (Nelson, 1987: 31).

1. 8. 1. Mi posicionalidad como investigador

Según el experto en pedagogía de la investigación Andrew G. Darwin Holmes, diseccionar la posicionalidad de uno mismo supone realizar «una explicación sobre cómo se desarrolló el investigador y cómo llegó a ser el investigador que es a día de hoy». (Darwin Holmes, 2020: 4). Antes de proseguir con el siguiente capítulo de esta tesis, mencionaremos elementos clave de mi posicionalidad como investigador:

- **Interseccionalidad:** hombre, 28 años / blanco, caucásico / cis-género, heterosexual / clase media / educación universitaria superior (máster y doctorado en curso) / sin discapacidades.

- **Origen de investigación / institución / grupos:** emprendo esta investigación como doctorando a tiempo completo en el programa de Comunicación Social de la Escuela de Doctorado CEU-CEINDO de la Universidad CEU San Pablo de Madrid en 2018.

- **Motivaciones de la investigación:** mi elección sobre el tema de investigación (el estrellato en la era digital y el estudio de de Rosalía), el marco teórico (narrativas transmedia y mitología contemporánea) y la metodología (entrevista a expertos, análisis visual, musicológico y periodístico) parte de mi formación transversal en Historia y Ciencias de la Música (grado en la universidad de Salamanca USAL) y en Periodismo Cultural (posgrado en la universidad CEU San Pablo de Madrid). La motivación para emprender esta investigación radica en mi formación académica transversal, mi proyecto musical y de mi recorrido biográfico: el interés en comprender cómo un artista es capaz de generar un impacto estético-artístico-filosófico a nivel generacional.

- **Apoyo / becas / grupos:** me hallo amparado bajo una beca FPU (formación del profesorado universitario) del Ministerio de Educación español desde

noviembre de 2020. También tuve la extensión FPU para la movilidad que realicé a la Universidad de California (Berkeley) entre septiembre y diciembre de 2022.

- Otras experiencias relacionadas con lo académico:

Experiencia docente como:

a) Profesor del Taller de Jazz (4 horas lectivas) en el Máster de Periodismo Cultural de la Universidad CEU San Pablo desde 2017.

b) Profesor en formación impartiendo 30 horas anuales en la asignatura de Redacción Periodística (de segundo y tercer curso) impartida por mi director Ignacio Blanco Alfonso (catedrático de periodismo en la misma universidad).

Es destacable mi estancia internacional de tres meses en la universidad de California, (Berkeley) bajo la tutela de la profesora y etnomusicóloga distinguida Jocelyne Guilbault. Durante la temporada otoñal de 2022 participé en los seminarios «*Mus 259: Interpretive Theories and Music. Special topic: Aesthetics, Politics, Pleasure. Fall 2022*». Impartido por la misma profesora en colaboración con la etnomusicóloga Louise Meintjes (Universidad de Duke, Carolina del Norte).

También cabe señalar mi experiencia en el equipo editorial de la revista *Doxa Comunicación: Revista interdisciplinar de estudios de Comunicación y Ciencias Sociales* desde septiembre de 2021 hasta la actualidad.

- Formación y *background* intelectual: Formación en Ciencias e Historia de la Música (USAL) y Máster en Periodismo Cultural CEU. Debido a este *background*, mi formación intelectual parte de las Humanidades, la Musicología de corte popular y la Comunicación Social. Me hallo interesado por la triangulación de perspectivas entre campos y disciplinas (interdisciplinariedad y posdisciplinariedad) con especial interés en los Estudios Culturales, la Ecología de los Medios, el Posestructuralismo, los Estudios de Género o el análisis audiovisual. Algunos conceptos que me interesan son: estrellato, análisis visual, música *maisntream*, filosofía posmoderna, arquetipos y *frames*, deconstrucción, espiritualidad y mística, capitalismo límbico (Courtwright, 2019)

y dopamina digital (Lembke, 2021). Me hallo interesado por autores como Byung-Chul Han, Bruno Latour, Judith Butler, Jordan Peterson, Erich Fromm, Marshall McLuhan, Carlos Scolari y Carl Jung.

Capítulo 2: Metodología y triangulación metodológica

Dado el carácter holístico de nuestro objeto de estudio y la mirada posdisciplinaria que pretendemos adoptar en esta investigación, hemos escogido la triangulación metodológica como la mejor solución para comprender el fenómeno Rosalía. Según Gloria Gómez-Diago (2010: 20), la triangulación metodológica se basa en utilizar diversas herramientas o técnicas afincadas en varios paradigmas para aportar una imagen más completa y profunda de aquello que queremos estudiar. Dentro de las numerosas posibilidades de combinación, la triangulación puede aplicarse sobre cuatro elementos: fuentes, investigadores, teorías y métodos (McKernan, 2001).

En nuestro caso escogemos la triangulación metodológica y teórica dado que ésta nos permite complementar los *insights* y herramientas de múltiples paradigmas científicos (Igartua, 2006). Aprovechando el carácter posdisciplinario y fragmentario de los Estudios de Comunicación (Waisbord, 2019), evitaremos una mirada reduccionista que monopolice su propia lectura de la realidad como única vía posible por encima de otros acercamientos disciplinarios, metodológicos o teóricos (Sayer, 1999). Ciertamente, la triangulación tiene el potencial de acercarnos a una comprensión más profunda de la realidad al crear sinergias epistemológicas que eviten sesgos monodisciplinarios o mono-técnicos:

El principal objetivo de todo proceso de triangulación es incrementar la validez de los resultados de una investigación mediante la depuración de las deficiencias intrínsecas de un sólo método de recogida de datos y el control del sesgo personal de los investigadores. De este modo puede decirse que cuanto mayor es el grado de triangulación, mayor es la fiabilidad de las conclusiones alcanzadas. (Denzin, 1970: 38)

La necesidad de esta visión holística se hace patente ante el panorama digitalizado, (hiper)tecnológico, líquido y posmasivo que ha sometido a profundas transformaciones la codificación/descodificación de los textos culturales (Hall, 1980), así como el papel de los actores en el circuito cultural (Champ, 2008). La triangulación —en su articulación a su vez sólida y flexible—

es capaz de dar cabida a la complejidad multi-nivel del paradigma social estudiado, así como de reflejar la realidad fenomenológica vivida por los sujetos/actores involucrados o consultados. En los próximos cuatro sub-epígrafes expondremos las cuatro propuestas metodológicas escogidas para la investigación:

- 1 - Análisis de *frames* periodísticos
- 2 - Análisis iconográfico-iconológico
3. Análisis musicológico
4. Entrevista a un panel de expertos

2. 1. Análisis de *framing*

2. 1. 1. *El framing como herramienta y disciplina transversal en los estudios de comunicación*

Es innegable la prominencia internacional que la teoría del *framing* ha cobrado en los estudios de comunicación en las dos últimas décadas (Sádaba, 2001; Sabrina Koziner, 2013). Bryant y Miron (2004: 693) incluyeron el *framing* como una de las «26 teorías más distinguidas» en el campo de la comunicación. Por otro lado, desde que Robert Entman (1993: 51) evidenciara el «paradigma fragmentado» de esta teoría, en las últimas dos décadas hemos asistido a una preocupación y esfuerzo en la solidificación metodológica del *framing* en el campo de la comunicación (Tankard, 2001; Sádaba, 2001; Reese, 2001; Van Gorp, 2010; Van Gorp y Vercruysse, 2012).

Dada su aplicación transversal, este método ha sido utilizado en gran cantidad de investigaciones que abarcan desde la cobertura periodística en música popular (McClain, 2016), el cambio climático (Moernaut, Mast y Pauwels, 2017), el discurso político (Kuypers, Cooper y Althouse, 2008; Azpíroz, 2014) o el feminismo (Lind y Salo, 2002; Mendes, 2011; Erickson, 2019:), pasando por

el discurso social sobre las enfermedades mentales (Van Gorp, 2012), las pre-olimpiadas de Tokyo 2020 (Hawkins, 2016) o la percepción ciudadana de la comida orgánica (Courtney y Katie, 2010). Así mismo, en nuestro país hallamos variedad de investigaciones amparadas en el *framing* que van desde el encuadre periodístico de las crisis humanitarias (Ardévol-Abreu, 2016) hasta el análisis en Twitter del *procés* catalán (Pérez-Curiel, Jiménez Marín y García Merina, 2020).

Todo este heterogéneo corpus académico es una pequeña muestra de la versatilidad y potencial heurístico que el *framing* permite en su aplicación a la investigación en comunicación, así como de la interdisciplinariedad de sus fundamentos teóricos (Scheufele e Iyengar, 2014). Estas características no pueden menos que recordarnos el perenne propósito que Robert Entman depositó respecto al futuro de la comunicación hace casi tres décadas: su fortaleza como disciplina madre que aglutinase una miríada de teorías (entre ellas la del *framing*) y enfoques hasta ahora dispersos en diversos campos compartimentados y estancos (Entman, 1993: 51). A la hora de abrazar esta fragmentación productiva parece apropiada la idea de Silvio Waisbord al definir los Estudios de Comunicación como posdisciplina, entendiendo los espacios posdisciplinarios como «zonas de intercambio intelectual donde los académicos formados en diversas disciplinas buscan coordinar y sintetizar enfoques analíticos mediante el desarrollo de conceptos, lenguajes y teorías comunes en torno a problemas y preguntas específicos» (Waisbord, 2019: 127).

En el caso de esta tesis, tanto mi posicionalidad como investigador (con formación en Musicología, Periodismo Cultural y Comunicación Social) como la triangulación metodológica escogida (análisis musical, entrevistas semi-estructuradas, método iconográfico-iconológico y el análisis de *frames* periodísticos) apuntan hacia la permeabilidad del conocimiento propia del paradigma posdisciplinario. En lo referente al análisis periodístico que aquí proponemos, nuestro método se nutre de los preceptos cualitativos del *framing* en su vertiente retórica (Kuypers, 2010) y narrativa (Van Gorp 2010; Van Gorp y Vercruysse, 2012), junto al marco teórico del estudio del estrellato, la música

popular urbana en la era digital y las narrativas transmedia¹⁷. El objetivo de esta triangulación teórica y metodológica radica en la búsqueda de significados latentes y profundos en la construcción del estrellato como fenómeno intrínsecamente polimórfico (Wohlfeil, Patterson y Gould, 2019). Buscamos esclarecer qué tipo de *frames* y narrativas constituyen el relato mediático ha cocreado el fenómeno Rosalía, aplicando de forma pionera la óptica del *framing* al campo del estrellato y el estudio de la música popular desde la Comunicación Social. En última instancia, el estudio de la música popular y el estrellato de Rosalía a través de la prensa generalista y sus *frames* sirve «como una ventana al mundo» (Tuchman, 1978: 1) a partir de la cual explorar ciertas problemáticas características de la hiperculturalidad (Han, 2018) y la cultura posmasiva: la apropiación cultural en la era de internet, el choque generacional entre tradición y lo *millennial*, el rol de la mujer en la industria musical, el localismo en el contexto global o las nuevas formas de liderazgo del artista en el panorama digital.

2. 1. 2. El framing desde las teorías de medios de masas

A lo largo del siglo XX asistimos a una creciente preocupación por el impacto de los medios sobre aquello que Ortega y Gasset (2002/1929), y posteriormente la Escuela de Frankfurt (Horkheimer y Adorno, 1944/1988), denominaron *la masa* y *la cultura de masas*. En el marco de la tensión social y la propaganda política de entreguerras en Europa y Estados Unidos, asistimos al nacimiento de teorías como la aguja hipodérmica (Lasswell, 2013/1927) y, posteriormente, la teoría de efectos limitados¹⁸ (Lazarsfeld, Berelson y Gaudet, 1948). Estos estudios hacen eco del incipiente nacimiento de los *new media* (la radio y, posteriormente, la televisión), asentando desde disciplinas como la filosofía, la crítica cultural y el periodismo el origen de «los grandes paradigmas de comunicación de masas» del siglo XX (Scolari, 2008: 33).

¹⁷ Elemento del marco teórico desarrollados en el capítulo III de esta tesis.

Entre estas nuevas lecturas críticas sobre los medios masivos del capitalismo tardío hallamos algunas de las teorías más influyentes en el campo de la Comunicación:

- *Agenda setting*: esta teoría señala como hay una fuerte interrelación entre el énfasis que los medios de masas realizan sobre determinados temas y la importancia que las audiencias atribuyen a éstos (McCombs y Shaw, 1972; McCombs, 1992). En este sentido, el posicionamiento o cantidad de difusión que una noticia recibe es proporcional al impacto que esta información tiene sobre la agenda pública. Estas ideas inauguran «un contexto del que irradian los ejes de la teoría del *framing*» (Rodríguez Pérez, 2015: 72), y otras variantes como el *priming*.

- *Priming y framing*: podríamos considerar estas teorías como una extensión de la *agenda setting* más enfocadas hacia la dimensión cognoscitiva de la audiencia (Rodríguez Pérez, 2015). En el *priming*, la correspondencia entre la información sobresaltada por los medios y el tipo de estándares o pensamientos derivados que suceden en la mente de la audiencia, tiene consecuencias directas sobre la evaluación de los actores públicos y las decisiones políticas que la ciudadanía lleva a cabo (Iyengar, Peters y Kinder, 1982; Alger, 1989).

En un principio, *priming* y *framing* funcionaban como extensiones de la propia *agenda setting* y eventualmente cobraron una entidad complementaria y autónoma. En el caso del *framing* o teoría del encuadre, su enfoque gira en torno a cómo es tratada una noticia y cómo esto puede afectar a la comprensión del lector¹⁹ (Scheufele y Tewksbury, 2007). Mediante el análisis del tratamiento de la información y del contenido del texto, emerge la noción de *saliencia* (*salience* en inglés): el acto de seleccionar y potenciar ciertos

¹⁹ Con este cambio de óptica, desplazamos el modelo de selección de noticias de *agenda setting* (centrado en el *qué*) al modelo del *framing* (centrado en el *cómo*), analizando el tratamiento de ciertos atributos *dentro* del texto y en cómo esto influye en la comprensión del lector. Este cambio de paradigma ha llevado a algunos autores, entre ellos al propio McCombs, a considerar el *framing* como un segundo nivel de *agenda setting* (McCombs y Reynolds, 2002; Igartua, Muñiz y Cheng, 2005; Kuypers, 2010).

atributos sobre otros dentro de un texto a fin de tornarlos más prominentes y memorables en la mente de la audiencia (Fiske y Taylor, 1991).

Todos estos elementos nos conducen a la canónica definición de Robert Entman (1993: 52) bajo la cual el *framing* consiste en «seleccionar determinados aspectos de una realidad percibida y enfatizarlos dentro de un (con)texto comunicativo, de tal forma que esto estimule una definición del problema particular, una interpretación de causa, una evaluación moral y una posible solución». Cabe destacar que el lector muchas veces no es consciente de este proceso de tratamiento o *saliencia* de la información que, en última instancia, tiene el poder de influir sobre su propia percepción de la noticia y de la realidad social.

Este impacto sobre la percepción es dirigido por aquellos «esquemas interpretativos subyacentes» de un texto (Scheufele y David Tewksbury, 2007: 6). Esto es, el efecto que provoca el carácter latente de los *frames* (Igartua *et al.*, 2005) como estructura que guía la atención y comprensión del lector hacia una determinada dirección sin que el receptor sea necesariamente consciente. Sobre este efecto, Jim Kuypers, insiste en que nuestra capacidad de atención es limitada y que como audiencia «confiamos en la información que nos sea más fácilmente accesible» (Kuypers, 2010: 300), sin detenernos tanto en cómo ésta ha sido presentada o articulada.

Mediante esta noción de influencia cognitiva, los *frames* tienen la capacidad de interactuar con aquello que Van Dijk (2016) denominó *modelos mentales*: esto es, información almacenada en la memoria del individuo a partir de la cual el sujeto construye un sentido de la realidad. Estas representaciones subjetivas, entendidas como un proceso provisional y no un estado definitivo, pueden activarse o actualizarse en la mente del lector cada vez que un *frame* es evocado en un texto (Jiménez-Yáñez, 2017).

En esta misma línea, Stephen Reese define los *frames* como «principios organizativos socialmente compartidos y persistente en el tiempo, que funciona simbólicamente para estructurar el mundo social de modo significativo» (Reese, 2001: 11). Precisamente, esta noción de persistencia de los *frames* tiene como corolario situarlos como estructuras autónomas que trascienden a

la mente del individuo (Polletta, 2004). El *frame* no se encuentra sólo en el contenido manifiesto del texto, sino en las tensiones y relaciones entre texto-sujeto-cultura (Entman, 1993; Sádaba, 2001). Adicionalmente, bajo una visión construccionista, Gamson y Modigliani (1989) señalarán como el *frame* se halla imbricado en el relato y constitución de aquello que percibimos como realidad.

2.1.3. De las Ciencias Sociales a la Comunicación; del paradigma positivista al construccionismo social

Como hemos podido comprobar hasta aquí, el sustrato teórico y conceptual de la teoría del *framing* tiene un origen interdisciplinar fuertemente vinculado a las ciencias sociales: la psicología cognitiva y la antropología (James, 1890/1950; Bateson 1972/1993), la sociología (Schutz, 1945/1964; Goffman, 1972/1986) y la lingüística (Lakoff y Johson, 1991). De hecho, no es hasta las dos últimas décadas del siglo XX cuando el *framing* cobra prominencia en el ámbito de la comunicación y los periodistas toman prestado dicho concepto (Sádaba, 2001).

Como Stephen Reese señala, al sacar esta teoría de su esfera psicológico-sociológica y orientarla hacia la investigación en comunicación y medios «abrimos un importante campo de análisis: en concreto, ¿cómo son ciertos temas construidos, ciertos discursos estructurados y ciertos significados desarrollados?» (Reese 2001: 7) Precisamente, estas cuestiones tienen relación directa con nuestras preguntas de investigación: ¿Cómo definen los medios la noción de estrellato en la era digital? ¿Cómo la prensa generalista aporta a la construcción del fenómeno Rosalía? ¿Bajo qué tipo de relato/s?

Así mismo, es innegable como la misma acepción del concepto *frame* (traducido del inglés como «enfoque», «encuadre» o «marco») guarda gran relación con el lenguaje audiovisual y pictórico (McCombs y Ghanem, 2001). El encuadre fotográfico, al igual que el proceso conceptual de *framing*, se fundamenta en captar y seleccionar una realidad, excluyendo otra posible que se encuentra allende de dicho marco: «Un encuadre puede "mentir", no tanto por lo que muestra de la realidad, sino por lo que deja fuera» (Gutiérrez de Terán, 2013: 18).

Debido a la subjetividad con la que topa el periodista al tratar de acceder a la inefable objetividad ontológica de *la realidad*, así como a la infinita abundancia de detalles que participan en un suceso, el encuadre (y, por consiguiente, la omisión) es una acción intrínseca y definitoria a la construcción del hecho noticioso. Dado que «la utilización de la cámara implica una selección del espacio encuadrado y supone dejar parte de la realidad fuera del encuadre» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 39), se hace patente la responsabilidad del periodista en la codificación de la noticia y de la realidad social percibida. Igualmente, debemos ser conscientes de que al excluir un elemento no encuadrado muchas veces podemos lograr el efecto opuesto: la omisión tan solo logra potenciar la idea del objeto ausente o negado (Lakoff, 2004).

Dado que estamos hablando del encuadre como un proceso realizado por un sujeto humano, debemos tomar con cautela la conocida premisa que el periodista británico C. P. Scott escribió en el medio *Manchester Guardian's*²⁰: «La opinión es libre pero los hechos son sagrados»²¹ (Singer y Ashman, 2009). Durante el proceso de construcción del relato periodístico, el profesional no puede evitar aportar parte de su subjetividad y perspectiva personal en el tratamiento de la información a pesar del notorio principio periodístico de la búsqueda de objetividad (Schudson, 1989; McChesney, 2008; Oller Alonso *et al.*, 2014).

Es más, si concebimos este aspecto desde la perspectiva construccionista, podemos observar *la realidad* como un fenómeno social, colectivo y mediado que se halla generado por actores que manejan información compartida (Neuman, Just y Crigler, 1992). La realidad ya no es un hecho objetivo e inmutable; sino que ésta necesita de alguien que la *empalabre* para constituirla

²⁰ Cita traducida del inglés: «Comment is free, but facts are sacred». Recogida en Singer y Ashman (2009: 38).

²¹ Este tipo de premisa tan presente en la profesión periodística tiene sus orígenes en el positivismo decimonónico difundido por Auguste Comte y el empirismo inglés de David Hume. Sádaba (2001: 15) hace hincapié en cómo el modelo epistemológico de las Ciencias Naturales fue extrapolado a las Ciencias Sociales y las Humanidades, lo que provocó una búsqueda radical de la objetividad como única verdad, desplazando la interpretación subjetiva como mera opinión sin validez científica. Hoy esta idea se halla ampliamente discutida, considerando todo discurso cultural (incluido el científico) como una construcción humana intersubjetiva (Haraway, 1991).

como tal (Chillón, 2001). Siendo el periodista un actor principal dentro del reino del lenguaje (Wolfe, 2018), esencial en la constitución de la realidad como fenómeno construido, intersubjetivo, mediado y siempre provisional.

Siguiendo esta línea, comprenderíamos el lenguaje no sólo como una herramienta descriptiva de una realidad ya pre-existente, sino como un medio de «constitución de la realidad» y manifestación de la propia historia (Flores Guerrero, 1997: 18). De tal forma, el periodista tiene gran responsabilidad en la construcción del relato social, mediado y compartido a partir del cual interpretamos los sucesos que nos rodean y esbozamos una noción de *realidad* (Rodríguez Pérez, 2015).

2. 1. 4. Del framing a la batalla por la construcción de la realidad discursiva

Desde esta propuesta de realidad socialmente construida y mediada, Gamson y Modigliani (1989: 10) aportan a la teoría del *framing* la noción de «la caja de herramientas» (*tool-kit*) de la socióloga estadounidense Ann Swidler. Dicha metáfora representa el acervo común de símbolos, narraciones y cosmovisiones a partir del cual los miembros de determinada cultura son capaces de «resolver distintos problemas» (Swidler, 1986: 273).

Dado que aprehender la realidad que nos rodea y dotarla de significado es una tarea costosa para la comprensión humana, «aquellas herramientas que son más desarrolladas, destacadas y se hacen más fácilmente accesibles tienen una mayor probabilidad de ser utilizadas» (Gamson y Modigliani, 1989: 10). Este hecho provoca que los miembros de determinada de cultura otorguen significado a los sucesos que les rodean a partir de los *frames* más difundidos o salientes de una cultura.

Es bajo esta dinámica donde los periodistas (imbuidos también dentro de *la caja de herramientas*) recurren a estos símbolos culturales más cercanos, conscientemente o no, a fin de atajar la comprensión de ciertos temas complejos y, a su vez, reproducirlos en el relato social a través de las noticias (Van Gorp, 2010). Es bajo estos preceptos que veremos, en el caso de esta investigación, cómo los periodistas recurren a arquetipos bélicos, narrativas

clásicas o ciertos estereotipos culturales a la hora de explicar *quién* es Rosalía y *cómo* ha sucedido el fenómeno que la rodea.

De esta manera, los profesionales involucrados en los medios de comunicación tienen un gran poder de influencia en la construcción del relato que constituye nuestra realidad. Estos actores sociales tienen acceso directo a herramientas capaces de alterar o perpetuar el poder institucional, los valores culturales y significados socialmente compartidos. Igualmente, su influencia es notoria sobre temas de amplio debate social como son el racismo, la política de género o la percepción de desigualdad en una sociedad (Tuchman, 1978; Van Dijk, 2012). De lo que podemos extraer el corolario de que el discurso público y la creación periodística se hallan «intrincadamente entretnejidos» con relaciones de poder y jerarquías, todos ellos reflejados y manifestados a través de «las estructuras textuales de los reportajes noticiosos» (Van Dijk, 1996: 179).

Es por ello por lo que la construcción de *frames*, así como la negociación de su presencia en los medios, es *per se* un proceso político, un campo de batalla mediático en el que «varios grupos sociales, instituciones e ideologías luchan por la definición y construcción de la realidad social» (Gurevitch y Levy, 1985: 19). Es debido a este hecho que, en su propuesta teórica, el análisis de *framing* trata de desvelar qué atributos de la realidad han sido resaltados, tamizados o ignorados a fin de favorecer determinado relato social (Kuypers *et al.*, 2008; Kuypers, 2010). Forma de análisis crítico que en última instancia trata de desvelar qué dinámicas socioculturales arraigadas y qué prácticas discursivas luchan por el poder dentro de un texto. Característica que en última instancia nos hace interrogarnos sobre la supuesta *neutralidad* del trabajo científico en áreas como las Ciencias Sociales, las Humanidades e incluso las Ciencias Naturales y Exactas. En palabras del propio Teun A. Van Dijk: «toda investigación es "política" en sentido lato, incluso si no toma partido en asuntos y problemas sociales» (Van Dijk, 1999: 24).

Bajo esta óptica estimamos el potencial heurístico del análisis de *framing* narrativo y retórico a la hora de diseccionar el fenómeno Rosalía. Nos interesa desvelar qué posicionamientos ideológicos, ejercicios de poder (y exclusión), definiciones de colectivos y procesos históricos se hallan latentes bajo la

definición mediática del estrellato de la artista catalana tras el boom mediático de *El mal querer* (2018). Para lograr este objetivo, será clave el concepto de *frame* culturalmente imbuido.

2.1.5. Principios de la investigación cualitativa. De los frames culturalmente imbuidos al análisis narrativo y retórico del frame

Antes de adentrarnos en el análisis de *framing* narrativo y retórico es necesaria una aclaración sobre los dos grandes paradigmas metodológicos utilizados en investigación: el método *cuantitativo* y el *cualitativo*.

A rasgos generales, una metodología *cuantitativa* busca una aproximación más sistemática y desprovista de la subjetividad del investigador, persiguiendo unos resultados extrapolables a la totalidad de su universo de estudio. Su objetivo es «crear inferencias causales que explican por qué algo sucede de cierta manera en función de la medición estadística de datos» (Azpíroz, 2014: 76).

Dicha investigación cuantitativa parte de la aplicación de unas categorías o hipótesis preestablecidas que, si son probadas, desembocan en una conclusión específica extrapolable. Al emparejar este tipo de aproximación (de lo general a lo particular) junto a la teoría del *framing*, el investigador asume que «es posible identificar exhaustivamente y medir con precisión todos los elementos de *frame* presentes en el discurso» (Azpíroz, 2014: 76).

Lo cierto es que la medición de datos específicos y precisamente delimitados puede resultar en la pérdida de ciertos matices como significados implícitos, ironía, juegos retóricos y, sobre todo, en la pérdida del contexto que influye directamente en el significado de los datos. Además, la recolección cuantitativa de datos asume que el número de apariciones de un dato o concepto equivale a su relevancia dentro del corpus estudiado, siendo esta última asunción no siempre verdadera.

Todas las dificultades epistemológicas mencionadas que conlleva el análisis de *framing* cuantitativo ha provocado un giro hacia formas cualitativas del *framing* en las últimas dos décadas. Autores como Jim A. Kuypers (2010) proponen una aproximación retórica de esta teoría que sí involucre la personalidad del investigador en el proceso interpretativo, evitando la obliteración de significados ocultos o velados bajo el lenguaje.

En el caso de los preceptos de la metodología *cualitativa*, encontramos que su carácter es esencialmente inductivo, lo que significa que partimos de unas preguntas de investigación o un *insight* que desembocará en unas conclusiones generales probables y significativas (de lo particular a lo general). El objetivo principal de una metodología cualitativa es la de «describir e interpretar las cualidades de un fenómeno en su contexto y lograr una profunda comprensión de éste» (Azpíroz, 2014: 76-77).

Debemos ser conscientes de que existen múltiples propuestas metodológicas —tanto cuantitativas como cualitativas o mixtas— en el análisis del *framing*. Dado que nos proponemos comprender de manera profunda el fenómeno Rosalía y el estrellato enmarcado en el universo holístico que representa *El mal querer* (2018), la metodología cualitativa se adaptará idóneamente a los objetivos²² de nuestra investigación.

2. 1. 6. El análisis de *framing* retórico

Jim Kuypers señala como desde mediados de la década de los 90 en adelante, la investigación académica ligada a la teoría del *framing* se ha visto «dominada por el paradigma de las Ciencias Sociales» (Kuypers, 2010: 286), lo que estableció una hegemonía de las metodologías cuantitativas ligadas al principio del método científico. Ya en la primera década del nuevo siglo, hemos asistido

²² Extraídos del capítulo primero:

O1: Analizar el estrellato de Rosalía desde el marco teórico del estrellato (*stardom*) y en el contexto de la industria musical digitalizada.

O2: Analizar el contenido de *El Mal Querer* como producto cultural transversal y ramificado.

O3: Exponer las claves que conforman a Rosalía como fenómeno de masas español en la era digital.

a un creciente aumento de las investigaciones afincadas en la metodología cualitativa bajo la influencia de disciplinas como la crítica o la retórica.

La retórica centra su interés en el proceso de establecimiento de la comunicación entre humanos en aras de conseguir un objetivo común (Kuypers, 2010: 289). Esto integra el uso del lenguaje como ejemplo paradigmático de la articulación de símbolos. Allá donde haya actividad simbólica habrá lugar para el estudio retórico (Bazerman, 1988). Y es en este sentido que un *frame* podría percibirse como un contenedor o «paquete» de artefactos retóricos que buscan influir en el lector resaltando ciertas interpretaciones y oscureciendo otras (Tankard 2001; Van Gorp, 2010).

Es indudable que el espacio interpretativo que permite la metodología inductiva y cualitativa integra la personalidad del investigador como parte fundamental del procesamiento de los datos. Dado que hablamos de artefactos retóricos, estamos asumiendo una gran carga simbólica y latente en nuestro objeto de estudio (Igartua, Muñiz y Cheng, 2005). Desde la labor hermenéutica que exige la comprensión de los *frames* hasta las elecciones que marcan las directrices de nuestro trabajo, no podemos desligar los hallazgos y la exposición de dichas conclusiones de la posición interpretativa del sujeto. Por ello, la pertinencia y rigurosidad que exige una investigación científica afincada en la labor crítica y retórica radica en aportar argumentos y razonamientos que justifiquen las elecciones que llevan al investigador a presentar su tesis como una opción interpretativa válida (Kuypers, 2010: 294). Bajo esta óptica, los hallazgos del científico son algo más que «datos en bruto. Y deberíamos observarlos como información generalizable en forma de teoría, metáfora o perspectiva» (Foss, 1983: 294).

2. 1. 7. El análisis de framing narrativo y los frames culturalmente imbuidos

Una vez esclarecida la perspectiva retórica, así como la perspectiva construccionista de realidad mediada propuesta por Gans y Modigliani (1989), es momento de abordar la noción de *frames* culturalmente imbuidos (*culturally embedded frames*). Ésta es definida por Van Gorp como «marcos de

noticias que expresan nociones culturalmente compartidas con significado simbólico, como estereotipos, valores, arquetipos, mitos y narraciones» (Van Gorp, 2010: 2).

A la hora de intentar reconstruir estos marcos de pensamiento colectivo, debemos ser conscientes de la dificultad de encontrar un *frame* completo en un único escrito de prensa. Al analizar textos, David Levin (2005) nos advierte de la utilidad de buscar *temas*, ya que estos nos hablan acerca de la presencia manifiesta de un encuadre determinado. Además, hay que tener en cuenta que los periodistas normalmente no manejan *frames* completos, pues al tratar un tema de actualidad presuponen al lector cierto conocimiento del tema y tienden a destacar tan solo ciertos atributos «relevantes en el momento actual» (Jiménez-Yáñez, 2017: 96). Todos estos factores pueden provocar que no hallemos de forma evidente las cuatro funciones del *frame* (definición, causa, evaluación moral y solución) formuladas por Entman (1993).

Debido a esto, a la hora de identificar dichas funciones o elementos de *frame*, «es menos importante el contenido informativo que los comentarios interpretativos que los atienden» (Mercado Sáez y Sánchez Castillo, 2013: 279). Teniendo en mente el carácter latente de los encuadres, debemos centrar nuestra atención en la búsqueda de «indicadores manifiestos» que señalen la presencia de un encuadre determinado (Igartua, Muñiz y Cheng (2005: 157-61). Estos indicadores que nos permiten constatar «la presencia o ausencia de ciertas palabras clave, frases hechas o imágenes estereotipadas» (Entman 1993: 52).

A estos indicadores manifiestos, se les asigna el nombre de elementos de *frame* o *framing devices* (Van Gorp, 2010; Van Gorp y Vercruysse, 2012). Dichos elementos son la manifestación más reducida de la presencia de un *frame*; sirviendo como «un puente retórico mediante el cual se da una relación y un contexto entre piezas discretas de información» (Mercado Sáez y Sánchez Castillo, 2013: 279). La reconstrucción de un *frame* comienza con la recopilación de estas piezas o pistas que, una vez unidas, señalan las diversas relaciones, tensiones y parte del contexto desde el que irradia el *frame* que tratamos de desvelar.

Varios autores definen qué elementos pueden servir como elementos de *framing* (*framing devices*), ente ellos: títulos, subtítulos, imágenes, citas, párrafos finales, argumentos recurrentes, figuras retóricas, frases hechas o expresiones, la elección de vocabulario y el uso de descripciones (Gamson y Modigliani, 1989; Entman 1993; Tankard 2001; Van Gorp, 2010). La presencia o ausencia de estos elementos en la producción de un texto-discurso no es un hecho inocente ni inocuo. La manera en que tales artefactos semióticos son utilizados para causar cierta reacción en el receptor esconde juicios más profundos y arraigados en los modelos mentales del autor y la cultura que los arroja.

Entre todos los elementos destacados antes, probablemente sea la metáfora el ejemplo que guarda mayor relación con la noción de *frame* culturalmente imbuido. Esto se debe a que, en su formulación, esta figura retórica guarda gran coherencia con los valores y conceptos culturales compartidos por una sociedad²³ (Lakoff y Johnson, 1980), guiándonos efectivamente hacia un marco compartido que subyace y hace comprensible a la propia metáfora.

Símbolos culturalmente compartidos como las metáforas o los estereotipos son atajos a estructuras de pensamiento más profundas²⁴ que «encarnan los temores, esperanzas y prejuicios de las culturas en las que viven sus audiencias» (Bennett y Edelman, 1985: 157-158). Es por ello por lo que el impacto de los *frames* en la mente del lector es mayor cuando éstos apelan a valores (religiosos, culturales, políticos, etc.), narrativas o arquetipos presentes en el bagaje compartido por sus habitantes (Van Gorp, 2010).

²³ Lakoff y Johnson citan en su libro *Metaphors we live by* (1980) el ejemplo de metáforas espaciotemporales como «más grande es mejor», «más es mejor» o «el futuro será mejor». Estas metáforas se hallan alineadas con formas de comprensión y valores occidentales como son el crecimiento, el progreso o la acumulación de riquezas. Estas metáforas formuladas en orden inverso (p. ej.: «Más pequeño es mejor») podrían resultar extrañas o ininteligibles al guardar una menor coherencia con nuestros valores culturales arraigados (Lakoff y Johnson, 1980: 22).

²⁴ En palabras de Carl Gustav Jung: «Un arquetipo es la configuración o imagen primordial, mientras el símbolo es la expresión o visibilización de un arquetipo» (Jung, 1988: 52). Jordan Peterson describe los arquetipos como aquella «realidad constante y trascendente. Lo común a las experiencias humanas a lo largo del tiempo» (Peterson, 2017b: 00:33:00); siendo cada arquetipo una abstracción e intensificación de «realidades morales, metafísicas o fenomenológicas» constantes a lo largo de la eternidad (Peterson, 2017b: 00:34:00).

En su libro *No pienses en un elefante* (2004/2007), George Lakoff cita un ejemplo ilustrativo sobre el inicio del mandato de Bush en la Casa Blanca y la popularización del concepto de *alivio fiscal*:

Cuando a la palabra fiscal se le añade *alivio*, el resultado es una metáfora: los impuestos son una desgracia; la persona que los suprime es un héroe, y quienquiera que intente frenarlo es un mal tipo. Esto es un marco. Se construye con ideas como *desgracia* y *héroe*. (Lakoff, 2004/2007: 6)

Con el paso del tiempo, la popularización del término *alivio fiscal* acabó inculcándose en el lenguaje de la oposición (el partido demócrata): «Los conservadores habían tendido una trampa, y las palabras arrastraron a los demás» (Lakoff, 2004/2007: 7). Este es un ejemplo de cómo la metáfora puede guiar la mente de una audiencia, consciente o inconscientemente, hacia narrativas, juicios morales y arquetipos velados (por ejemplo: la figura del *héroe* y el *villano*).

2. 1. 8. Diseño metodológico para el análisis de framing retórico y narrativo

En síntesis, nuestra propuesta teórica y metodológica puede aunarse bajo el nombre de «análisis de *framing* retórico y narrativo». Conjugando las tres nociones mencionadas que lo fundamentan:

a) El *análisis retórico* propuesto por Jim Kuypers (2010). En esta perspectiva la personalidad del investigador se integra dentro del trabajo como parte fundamental de la postura crítica y hermenéutica que requiere el análisis de los *frames* y su contenido simbólico. Así mismo, el análisis retórico considera como fundamento metodológico las nociones de argumentación y justificación en relación con la rigurosidad y la validez interpretativa que la investigación cualitativa debe ostentar.

b) El *análisis narrativo* y la noción de *frames culturalmente imbuidos* propuesto por Van Gorp (2010; Van Gorp y Vercruyssen, 2012). Este enfoque ahonda en la

relación de cada marco o encuadre con estructuras más profundas de pensamiento colectivo. Hecho que necesariamente conecta el tema de una noticia y su tratamiento con otros valores, narrativas y aspectos fundacionales de una cultura (*imagen cultural*). El análisis narrativo de Van Gorp amplía las nociones de Robert Entman (1993), otorgando a los *frames* una dimensión sociocultural más prominente.

c) La visión de cada *frame* como un contenedor simbólico con sentido narrativo bajo las funciones propuestas por Entman (1993): definición de tema, causas, evaluación moral y solución.

Respecto a las cuatro funciones propuestas por Entman, Jiménez-Yáñez (2000: 58) define el *tema (issue)* como «el sujeto del pensamiento expresado» en una serie de textos o noticias, añadiendo la distinción de *tema problemático* como «un asunto que crea debate social y resulta conflictivo» (Jiménez-Yáñez (2000: 58). En el *tema problemático* será esencial la propuesta de *solución*, mientras que en el *tema (issue)* hay una prevalente ausencia de conflicto y, por lo tanto, el periodista no emitirá una intención de *solución*.

Las *causas* del *frame* nos remite a los sucesos, características y acciones que provocan la constitución del *tema*, anteriormente definido. La causalidad que el texto guarda sea de forma evidente o latente, puede reconocerse bajo mecanismos como la atribución de responsabilidad (Moernaut y Pauwels, 2017), la explicación del origen del suceso o la identificación de actores/situaciones potencialmente conflictivas o relacionadas con el tema (Weathers y Kendall, 2015).

La *evaluación moral* consiste en el posicionamiento que toma el sujeto (individual o colectivo) respecto al tema y sus causas. Dicho posicionamiento no siempre será evidente, pues «los *frames* son utilizados para naturalizar y justificar ideologías» (Moernaut y Pauwels, 2017: 4). Por ello, debemos buscar indicadores manifiestos de un encuadre subyacente (p. ej. metáforas o expresiones). Retomando la visión de George Lakoff, la metáfora puede ocultar, por ejemplo, un juicio y/o posición política respecto a una realidad percibida. En el caso de la forma de identificar a Rosalía y su papel dentro del arte flamenco, el uso de calificativos como *renovadora del flamenco* o *falsa*

revolucionaria puede reflejar *frames* completamente opuestos, señalando la clara presencia de una evaluación moral.

Finalmente, la *solución* aparecerá como punto de sutura (provisional o no), recomendaciones o propuestas de acción respecto a un tema conflictivo. Dado que estas funciones del *frame* propuestas son intentos de conceptualización y compartimentación de una realidad percibida, no debemos olvidar que los textos analizados muestran un discurso más imbricado donde los límites entre una función y otra pueden no encontrarse claramente separados (Gamson y Modigliani, 1989; Entman, 1993; Tankard, 2001, Kuypers; 2001, Van Gorp, 2006). Por ejemplo, la *definición de tema* puede verse confundida con las *evaluaciones morales* o la atribución de *causa* (Jiménez-Yáñez, 2017), lo que provoca que la compartimentación conceptual que exige la división de cada *frame* en diversas funciones deba ser realizada por el propio investigador a fin de establecer una relación de causalidades y tensiones que conformen la globalidad del *frame*. En última instancia, la elección de dichas formas de categorización debe ser siempre justificadas y adecuadas a los objetivos de cada investigación y su respectivo objeto de estudio.

2. 1. 9. Análisis de la muestra

En el caso de nuestra investigación, nos centraremos en los *frames* de la prensa escrita generalista, así como su influencia en la recepción y cocreación del fenómeno Rosalía a nivel mediático. No cabe duda de que actualmente habitamos en un contexto de convivencia híbrido entre prensa en papel (tradicional) y prensa digital. Si bien a partir de finales del siglo XX asistimos al nacimiento de la prensa digital —habilitada por la difusión de la *world wide web*— (Ramírez, 2007), observamos que el formato escrito mantiene aún una enorme influencia sobre los formatos multimedia «debido a la mayor experiencia en el mundo y en los sistemas de comunicación» (Cabrera González, 2001: 1). Esta posición referente de la prensa tradicional se explica por tres factores: i) «La dotación de contenidos informativos». ii) La presencia de «personal cualificado». iii) El mantenimiento de una «estructura organizativa determinada» (Cabrera González, 2001: 1).

El corpus que aquí nos proponemos analizar se compone de todos los artículos referentes a Rosalía publicados en la prensa escrita española entre el 1 de enero de 2018 y el 15 de marzo de 2020. Esta selección temporal nos permite comprender la génesis del fenómeno global en los meses previos a la publicación de *El mal querer* (lanzado el 2 de noviembre de 2018) y seguir la estela de su impacto mediático en el año y medio posterior hasta la aparición del Covid-19 —no cabe duda de que la pandemia superó a cualquier otro tema de la agenda global—.

Hemos seleccionado los cuatro principales medios generalistas de mayor tirada nacional y sus respectivos suplementos culturales: *El País* (junto a *Babelia* y *El País Semanal*), *El Mundo* (junto a *El Cultural*, *La Esfera de Papel* y *Metrópoli*), *ABC* (junto a *ABC Cultural*) y *La Vanguardia* (junto a *Cultura/s*). Pasaremos por alto la prensa deportiva (*Marca* y *As*) y reemplazaremos *La Voz de Galicia* (el cuarto medio con mayor tirada) por el *ABC* a fin de lograr un espectro ideológico más generalista. Los cuatro medios seleccionados representan los cuatro primeros puestos de mayor tirada nacional²⁵, lo que «los convierte en representativos de la opinión pública española» (Nogales-Bocio y Chávez, 2014: 314).

Sumando a lo anterior, la variedad ideológica de las cuatro fuentes nos permite una visión más ecuánime acerca del fenómeno Rosalía en nuestro país:

- *El País*: fundado en 1976 y con su sede en Madrid, este diario ocupa el primer puesto de tirada nacional (salvando el periódico deportivo *Marca*) con 1.013.000 de lectores en 2019. Dentro del espectro ideológico se halla en una posición progresista de centroizquierda que no descarta influencias de la derecha (De Zutter, 2016). Alineado con el socialismo democrático europeo, *El País* mantiene un estilo crítico y, a su vez, impersonal. Evitando el partidismo a pesar de hallarse en una posición política definida; su uso del lenguaje se aleja de la polémica o el conflicto: «mantiene una actitud más bien neutral, poco comprometida, frente a lo que editorializa» (Moreno Espinosa, 2002: 237).

²⁵ Datos y número de lectores diarios de cada medio extraídos de la siguiente fuente: <https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos-diaros-mas-leidos-en-espana/>

- *El Mundo*: fundado en 1989 y con sede en Madrid, sus principios ideológicos son plasmados en su Estatuto de Redacción²⁶: «El Mundo aspira a ser un periódico progresista, comprometido con la defensa del actual sistema democrático, las libertades públicas y los derechos humanos»²⁷. Con ideología centroderecha y progresista, es el segundo medio generalista con mayor número de lectores de nuestro país (671.000 diarios en 2019).

- *La Vanguardia*: Fundado en Barcelona en 1881, es el medio más antiguo con 549.000 lectores diarios en 2019 tercero. Defensor del liberalismo y de carácter independiente, su orientación es de carácter autonomista y moderada-conservadora. Su imparcialidad respecto a sucesos políticos como la polémica de los «desafíos independentistas» (Reguero Sanz, 2013: 8) y su marcada «simbiosis con la sociedad catalana» (Córdoba Hernández, 2009: 249), lo posicionan como un medio de gran interés a la hora de comprender a Rosalía como fenómeno gestado en Catalunya.

- *ABC*: Editado en Madrid desde 1903, es el quinto medio generalista más leído, con un total de 460.000 lectores diarios (por delante se halla *La Voz de Galicia* representando el cuarto puesto con 514.000 lectores diarios). Asentado como un medio liberal y conservador, se halla orientado hacia la defensa de la monarquía, la institución católica y ciertas prácticas como la tauromaquia o el cuestionamiento del aborto. Se caracteriza por un estilo serio, tendente a utilizar ciertos cultismos y alejado del estilo conservador sensacionalista de otros medios como *La Razón* (Igartua, Muñiz y Cheng, 2005: 172).

Con esta selección nos centraremos en la riqueza del espectro ideológico de los medios generalistas seleccionados. Esto nos permitirá aunar una pluralidad de voces en la consideración temas relacionados con el fenómeno Rosalía: p. ej. la evolución del arte jondo, el sello de lo español frente al panorama global o la reivindicación de los derechos de la mujer en la escena de la industria musical. Seleccionaremos todo el material a analizar a través del buscador académico *MyNews*; colocando como criterio de búsqueda el concepto

²⁶ Véase *Principios de Redacción*:

<https://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/principiosideologicos.html>

²⁷ Extracto presente en el estatuto de redacción de *El Mundo*. Fuente:

<https://www.elmundo.es/sociedad/unidadeditorial/principiosideologicos.html>

«Rosalía» y su presencia en el título o subtítulos de los cuatro medios mencionado. Como hemos dicho, la fecha de publicación que aquí nos interesa comprende desde el 1 de enero de 2018 (inicio del año del fenómeno) hasta el 15 de marzo de 2020 (hasta el COVID-19). Dichas fechas condensan los meses previos al estrellato masivo de Rosalía (el *boom* de *El mal querer*), pasando por el desarrollo del fenómeno global, hasta llegar a los *Grammy* 2020 y la pandemia global. Tras introducir estos datos en el motor de búsqueda hallamos un total de 331 artículos que hablan sobre Rosalía:

- 1- *El País* = 64 artículos / 2- *El Mundo* = 93 artículos
3- *La Vanguardia* = 71 artículos. / 4- *ABC* = 103 artículos

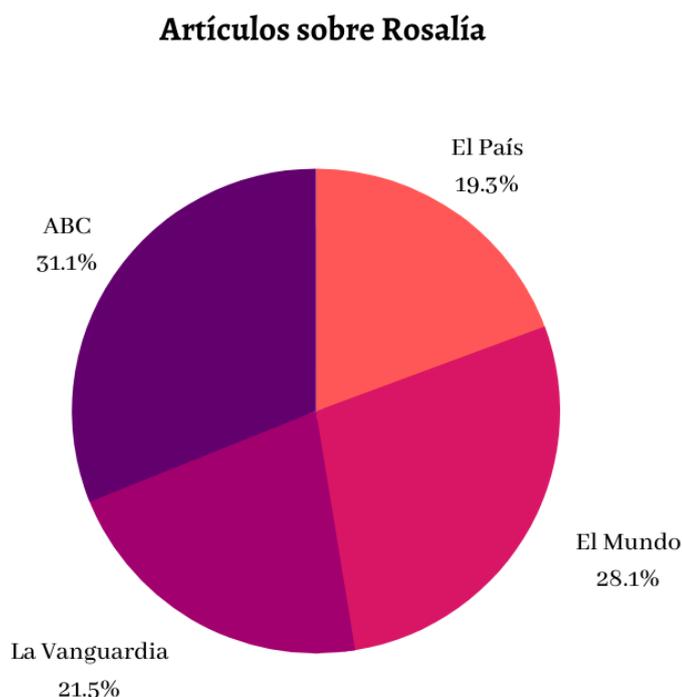


Figura 3. Porcentaje de artículos procedentes de cada medio. Fuente: elaboración propia.

Para extraer los *frames* culturalmente imbuidos del total de artículos seleccionados utilizaremos un análisis de matriz (Van Gorp y Vercruyssen, 2012). Este procedimiento es enormemente práctico a la hora de permitir mayor sistematización, claridad y replicabilidad al generar los *frames* (Tankard,

2001). Aportando mayor rigurosidad tanto en la fase inductiva como deductiva, y permitiendo la «fácil comparación y testeo» de los resultados extraídos (Moernaut y Pauwels, 2017: 2).

Para construir nuestra matriz utilizaremos las cuatro funciones del *frame* propuestas por Entman (1993): definición del tema, causas, evaluación moral y solución. Dado que nos hallamos bajo la óptica del análisis narrativo de los *frames* culturalmente imbuidos, incluiremos también la categoría de «tema cultural» (*cultural theme*), refiriéndonos a las narrativas, mitos o símbolos que subyacen a un tema determinado y que constituyen su unión con el *humus* sociocultural compartido por determinado colectivo (Van Gorp 2010; Van Gorp y Vercruysse, 2012).

A fin de identificar la construcción de los *frames* añadiremos una categoría que recoja los elementos de *frame* (*framing devices*). De acuerdo con esto, identificaremos aquellas unidades que manifiesten la presencia de determinado *frame* tales como la elección de vocabulario, metáforas y expresiones, elementos paratextuales²⁸ (títulos, subtítulos, imágenes, etc.) o la presencia de actores/lugares/hitos relacionados con el tema definido (Tankard, 2001). Estos elementos detectados serán esenciales a la hora de desvelar significados latentes en la construcción mediática del fenómeno Rosalía. Finalmente, añadiremos una casilla dedicada a ejemplos textuales, citando extractos de los propios artículos que reflejen el carácter de cada encuadre.

En total, a continuación, mostramos el orden de las siete categorías presentes en la matriz:

- 1) Tema cultural
- 2) Definición de tema (problemático o no)
- 3) Causas
- 4) Evaluación moral

²⁸ Las características paratextuales influyen directamente en nociones como la prominencia o la atenuación del contenido de los *frames*: «por ejemplo, la repetición, el tamaño, la ubicación dentro de la página, de un medio o la estructura de la propia noticia. Estos dispositivos pueden ayudar a definir qué elementos se han ampliado o reducido para que sean más o menos destacados» (Moernaut y Pauwels, 2017: 8).

5) Solución (dependiendo de si el tema se considera problemático o no)

6) Elementos de *framing*

7) Ejemplos (citas textuales)

Dado que «la intención de un análisis de encuadre inductivo es reconstruir los marcos que son útiles para definir cierto tema» (Van Gorp 2010: 12), nuestro análisis inductivo se guiará por un proceso en tres fases propuesto por Strauss y Corbin (1990), basado en los preceptos de la teoría fundamentada (*grounded theory*) y ampliado por Van Gorp (2010):

1) Codificación abierta: examinamos los textos sin «un instrumento de codificación previo» (Van Gorp, 2010: 15); lo que implica que al principio no tratamos con grandes categorías de conceptos, sino que nos preguntamos cómo éstas podrían manifestarse a través de unidades mínimas de significado como palabras, expresiones, citas, párrafos, títulos o metáforas. En este paso inicial es vital identificar y aislar posibles unidades concretas (elementos de *frame*) que visibilicen una idea o concepto general más profundo (un *frame* o una de sus funciones). Alineado con los preceptos metodológicos de la teoría fundamentada en datos, la fortaleza de «la codificación abierta y su uso de preguntas y comparaciones constantes permite a los investigadores romper la subjetividad y el sesgo. Obligando a las nociones e ideas preconcebidas a examinarse contra los datos» (Strauss y Corbin, 1990: 13).

2) Codificación axial: A continuación, agrupamos cada elemento de *frame* o indicador manifiesto en categorías más grandes. Identificando las «similitudes, diferencias y contrastes entre los elementos identificados» (Strauss y Corbin, 1990: 15), logrando así un creciente nivel de abstracción. En este apartado buscamos significados o patrones subyacentes al uso de vocabulario, metáforas, expresiones o aspectos paratextuales analizados previamente. El saber construido en este proceso es provisional dado que la comparación constante y la adición de nuevos datos pone a prueba las categorías establecidas, determinando en última instancia si éstas son válidas, deben rechazarse o es necesario modificar su planteamiento. En esta fase generaremos unidades conceptuales coherentes y provisionales tales como

posibles elementos de definición de problema, expresiones que aludan a un mismo *frame* o la selección de fragmentos de textos referentes a un tema conflictivo.

3) Codificación selectiva: Incluiremos los patrones y grupos de elementos de *framing* dentro las diversas categorías de la matriz. Es en esta fase donde el *frame* cobra un carácter narrativo a través de la linealidad de sus diversas funciones (1. Imagen cultural / 2. Definición de problema / 3. Causa / 4. Evaluación moral / 5. Solución / 6. Elementos de *framing* / 7. Ejemplos). La unión de todas estas categorías constituirá la unidad coherente que conforma un *frame*. La compartimentación de dicho *frame* en diversas categorías dentro de una matriz permitirá una fácil lectura, disección, comparación y la reconstrucción secuencial de su lectura narrativa. En esta fase identificaremos cómo cada *frame*, en su carácter culturalmente imbuido, nos guía hacia significados y estructuras de pensamiento más profundas y existentes más allá del marco de los textos analizados.

Debemos recalcar el carácter iterable de este análisis tripartito (Van Gorp, 2010: 13), lo que significa que este proceso tripartito podrá repetirse las veces que sea necesario, tanto de forma secuencial como no secuencial. Por ejemplo, a fin de asegurar la validez de las categorías construidas o las funciones propuestas de cada *frame* (imagen cultural, definición de tema, causa, etc.) verificaremos de nuevo la pertinencia de los elementos de *frame* recogidos durante la codificación abierta (metáforas, vocabulario, actores y lugares, etc.). Esta forma de proceder permite una metodología flexible y, a su vez, rigurosa; la comparación y el contraste constante caracterizan la creación de conocimiento científico amparada bajo la teoría fundamentada.

2. 1. 10. La teoría fundamentada en relación con la investigación cualitativa

Debemos considerar la idea de cómo toda investigación cualitativa se halla profundamente ligada a una posición filosófica, preguntándose el *por qué* de los fenómenos sociales y *cómo* éstos son percibidos (Vasilachis de Gialdino, 2006). El acercamiento cualitativo tiene como resultado la «generación de

datos flexibles y sensibles al contexto social en el que se producen» (Vasilachis de Gialdino, 2006: 2). Es por ello por lo que durante las tres fases del proceso inductivo mencionado juega un papel esencial y necesario la labor interpretativa del sujeto. Durante el trabajo hermenéutico que constituye la identificación de patrones, significados compartidos y redes/*clusters* axiológicos no puede desligarse el uso de las técnicas cualitativas y la posición subjetiva que ocupa el investigador.

Consideramos esencial clarificar este último punto: al tratar con un objeto de estudio con alta carga simbólica como es el álbum conceptual *El mal querer* (2018), si bien no podemos escapar absolutamente de la subjetividad (ni es algo deseado desde la perspectiva del análisis crítico y retórico), debemos utilizar técnicas sistemáticas y justificar las acciones metodológicas que tomemos. Haciendo patentes, una vez más, los principios del análisis retórico de Jim Kuypers (2010) mencionados anteriormente en este capítulo (sub-epígrafe 2. 1. 6.).

A fin de lograr estos estándares de calidad en nuestra propuesta metodológica y conceptual, son primordiales los preceptos de la teoría fundamentada. Siendo ésta una de las escuelas más importantes en investigación cualitativa (Flick, 2002), la metodología de la teoría fundamentada o *grounded theory* «garantiza que las categorías surgen de los datos» (Illescas Martínez, 2014: 118). Este hecho es posible gracias al proceso de comparación constante y generación de hipótesis/datos simultánea al desarrollo de la investigación (se construye teoría según se contrastan y reafirman los datos). Esta característica garantiza la validez de las categorías propuestas, pues es sólo a través de de la repetición (esto es, la presencia o ausencia continuada de un concepto a través de los textos o fuentes de información estudiadas) que verificamos la pertinencia de un concepto dentro de una categoría o, por el contrario, ante una posible clasificación errónea, la necesidad de reubicarlo adecuadamente. En última instancia «no importa cuan enamorado pueda estar el investigador de un concepto particular, si su relevancia para el fenómeno en cuestión no se prueba a través del continuo escrutinio, debe ser descartado» (Strauss y Corbin, 1990: 7).

2. 1. 11. El proceso deductivo

Si la aplicación del proceso tripartito inductivo —codificación abierta, codificación axial y codificación selectiva—se ha realizado con éxito, éste finalizará con la obtención de los distintos *frames* y sus matrices respectivas. Eventualmente lograremos un estado de saturación de datos donde dejaremos de hallar nuevos *frames*. Llegados a este punto, realizaremos el análisis del corpus basándonos en un planteamiento deductivo: probaremos la fiabilidad de las matrices y los diversos *frames* analizando el resto de los textos desde las categorías que ya hayamos establecido. Esto permitirá:

- 1) Incluir todos los elementos de *frame* adicionales dentro de cada función de la matriz, realizando un análisis sistemático.
- 2) Reforzar las categorías ya creadas, probando la validez de los datos generados durante las tres fases inductivas.
- 3) En el caso de identificar nuevos elementos de *framing* que no encajen con los marcos conceptuales hasta ahora construidos, deberemos interrogar las categorías establecidas (abierto a la posibilidad de actualizarlas) o crear nuevos *frames*.

Este tipo de procedimiento deductivo (el análisis de *framing* a través de matrices y *frames* establecidos) permite que otros investigadores cooperen en el proceso, aportando un carácter sistemático donde distintos sujetos puedan llegar a los mismos resultados. Además, esta recolección de datos continuamente contrastada vuelve a hacer patente el carácter flexible y riguroso de la teoría fundamentada, siendo esta fase deductiva una forma idónea de controlar la subjetividad excesiva y alejar ciertos sesgos incorporados por el investigador.

Claramente, parte de los *frames* aquí hallados constituyen extensiones de prácticas o rutinas periodísticas de «*frames* genéricos» (Baden, 2010: 24). A través de esta investigación esperamos desvelar como ciertos de estos marcos generalizables, tales como el *frame* de acción (Lind y Salo, 2002) o arquetipos

como «3 - *El invasor*», son puestos al servicio de la construcción de un fenómeno contemporáneo como es Rosalía y el álbum *El mal querer* (2018). El estudio del estrellato en la era digital refleja nuestro afán por comprendernos como seres estratificados que negocian formas de ser y producir(se) entre la esfera pública y privada (Goffman, 1997; Dyer, 2004). Considerar dimensiones perennes de la condición humana —como es la creación artística— ante nuevos contextos como son la cultura posmasiva y los ecosistemas hiperconectados, abre la posibilidad de encontrar encuadres que estimulen nuevas formas de percibir la actual realidad social en transformación. Buscando desvelar como estos *frames*, proyectados a través de las actitudes e ideologías de cada medio aquí analizado (Tuchman, 1978), contribuyen a la construcción de nuestra realidad compartida y mediada.

2. 2. Análisis musical

Los significados de la música popular son múltiples, complejos y a menudo contradictorios, éstos reflejan las diversas experiencias y valores de las personas que la crean, la interpretan y la consumen.

Simon Frith, *Performing Rites: On the Value of Popular Music* (1996): 8.

Cuando comenzamos a *tomarnos la música popular en serio*²⁹ descubrimos que ésta posee un valor cultural y social que a menudo es subestimado: la música como experiencia estética y somática es capaz de articular la noción de comunidad, construyendo un espacio intersubjetivo entre individuos que favorece la formación de identidades culturales y sociales. En este proceso, la música popular «nos ayuda a comprender quiénes somos» y, a su vez, «a concebir cómo las cosas podrían ser de otro modo» (Frith, 1983: 2). Los Estudios Culturales han abogado repetidamente por la importancia de la música popular como práctica cultural determinante en la formación de identidades individuales y colectivas: por ejemplo, en el caso de la subcultura

²⁹ Guiño y referencia al título del libro del musicólogo popular Simon Frith: *Taking popular music seriously: Selected essays* (2007).

punk, la influencia del *Rock n' roll* en la juventud estadounidense o la formación de un sentimiento generacional en las décadas de los años 80 y 90 (Hall y Jefferson, 1976; Willis, 1978; Hebdige, 1979; Frith, 1983; McRobbie, 1991).

En este sentido, la música popular no es solo una forma de entretenimiento, sino un medio de comunicación, una fuente de expresión emocional y un lugar de negociación cultural: «La música popular no es una sola cosa, sino un conjunto de prácticas y convenciones que han evolucionado con el tiempo y continúan evolucionando a medida que los músicos y el público interactúan entre sí» (Frith, 1996: 8).

Debido a este carácter multifacético y cambiante —transformado por las dinámicas de *sharing*, *remix* y la figura del prosumidor en la era digital—, diversas disciplinas como la Musicología, la Antropología, la Semiótica, la Estética de la Recepción, los Estudios Culturales e incluso la Comunicación Social han ensayado sus propios acercamientos a este complejo objeto de estudio. Esto explica la emergencia interdisciplinaria de múltiples métodos para su estudio: la etnografía, los estudios de recepción, el análisis textual, el análisis histórico, la economía política de la música, el análisis semiótico, el análisis performativo, el análisis retórico, la dimensión sónica de los *Sound Studies* y el análisis feminista, *queer* y poscolonial de la música popular, entre otros.

2. 2. 1. Análisis formal, escucha atenta y análisis textual de la música popular

A la hora de enfrentarnos al material musical de *El mal querer*, escogemos el análisis formal —en aleación con la escucha cercana y el análisis textual— para complementar nuestro acercamiento periodístico e iconológico al resto de este universo transmedia. Nuestro objetivo es conectar el análisis formal dentro de una triangulación metodológica más amplia o multi-método, lo que puede ser especialmente útil para comprender cómo las particularidades sonoras de la obra musical contribuyen a su significación cultural y social más amplio (Tagg, 2012: 5). Esto nos ayudará desmembrar el material sonoro de las once canciones compuestas por Rosalía y sus colaboradores, mostrándonos como

éstas dialogan con el resto de los aspectos conceptuales, visuales y mitológicos de *El mal querer*.

En el caso del análisis formal en música popular, este método ha probado su eficacia a la hora de analizar géneros tan variados como el *hip-hop* (Temperley, 2001), el *metal* (Walser, 1993), la electrónica (Keller, 2004), o el *rock* y el *punk* (Moore, 1993); así como la música de bandas como The Beatles (Everett, 1999), Led Zeppelin (Fast, 2001) o Pink Floyd (Cohen, 2015). Esta técnica generalmente implica dividir una canción en unidades más pequeñas, como secciones, frases, progresiones de acordes o motivos melódicos, y examinar cómo se organizan y relacionan dichas unidades entre sí. A continuación, citamos las unidades de análisis típicas del análisis formal en las que nos centraremos:

- **Melodía:** analizaremos la prevalencia de la melodía principal en tanto secuencia de notas y silencios con sentido musical. Adicionalmente, también integraremos en nuestro análisis otras voces secundarias, contrapuntos o armonizaciones vocales presentes.
- **Armonía:** comprende la tonalidad (mayor o menor) o el modo (jónico, dórico, frigio, lidio, mixolidio, eólico y locrio) y las progresiones de acordes que conforman la estructura armónica de cada canción. La armonía es esencial a la hora de proporcionar un apoyo a la melodía acompañada de la música popular, determinando el *pathos* general de la canción.
- **Ritmo:** comprende el tempo y compás de la canción, así como los patrones rítmicos o síncopas destacables que conforman la sensación del ritmo general.
- **Letra:** al analizar las palabras y versos que componen cada canción comprenderemos cómo se articulan los once capítulos de *El mal querer*. El análisis textual de las metáforas, imágenes literarias, expresiones y argot utilizado nos servirán para ahondar en los significados que se establecen entre música, letra, diseño conceptual y el universo visual, además de brindarnos información sobre el contexto cultural en el que se inserta el trabajo de Rosalía.
- **Timbre:** comprende la instrumentación, los efectos sonoros y la calidad o el tono de las voces utilizadas. Además de contribuir a definir el estado de ánimo

y las emociones globales de cada canción, el timbre será esencial a la hora de definir los niveles de energía, *hype* y *tension*³⁰ de cada canción (Findeisen, 2016).

- **Estructura:** corresponde a la organización general de la canción (incluyendo elementos como introducciones, versos, estribillos, el uso de puentes y cualquier otra característica única) y la adecuación/desviación respecto a la «fórmula de la adicción» descrita por Friedemann Findeisen (2016) —explicado en el próximo sub-epígrafe—.

- **Interpretación:** comprende elementos como la proyección de la voz, el uso de dinámicas (variación del volumen), la agógica (la velocidad en la articulación de las frases), la vocalización, inteligibilidad, acento y dicción, la cantidad de aire utilizado, la actitud y el aspecto corporal de la *performance*. Estas diversas características tienen una directa influencia en la recepción de otros aspectos musicales como son la letra o la melodía: «Las letras de las canciones populares suelen ser muy significativas, tanto en términos de su contenido como de la forma en que se interpretan» (Frith, 1996: 36).

- **Producción:** mencionaremos aspectos de la producción musical tales como la ecualización, la colocación del material musical en el espacio sonoro, el uso de efectos, la presencia o ausencia deliberada de elementos musicales y el tratamiento de las voces. La producción musical comprende no solo el tratamiento sonoro en estudio, sino las decisiones compositivas que conforman el diseño global del álbum y su significado conceptual. Esto puede traducirse a interrogantes como: «¿qué efecto crea la ausencia/presencia de determinado instrumento?» o «¿qué relación hay entre determinado efecto sonoro y la temática o narrativa de la canción?».

- **Género:** el estilo o categorización de cada canción puede ayudar a establecer un análisis comparativo respecto a las convenciones estilística de géneros como el *pop*, la electrónica, el *hip-hop* o el flamenco, analizando la adaptación o transgresión de *El mal querer* respecto a dichos principios.

³⁰ Conceptos explicados en el próximo sub-epígrafe.

A la hora de abordar estos elementos citados del análisis formal, nuestro acercamiento metodológico adoptará los principios de la escucha cercana (*close listening*). Esto implica que el análisis de las unidades sonoras extraídas será puestas en relación respecto a otros elementos de la pieza, prestando atención «a los detalles del sonido, a la intrincada interacción de las partes que se combinan para formar un todo» (Moore, 1993: 13). La escucha atenta (*close listening*) es una técnica valiosa en tanto que permite al analista contemplar cómo los diversos elementos sonoros trabajan juntos para crear significado y un impacto afectivo en el oyente: «Los elementos musicales y líricos de una canción no son entidades separadas; más bien, son mutuamente constitutivos, trabajando juntos para crear una compleja red de significado» (Moore, 1993: 21). Por ejemplo, el analista puede concentrarse en la melodía para identificar su contorno, rango y repetición, o analizar la armonía para comprender cómo se estructuran los acordes, cómo interactúan con la melodía y cómo esto afecta a la direccionalidad de la energía en la canción. El ritmo puede analizarse para identificar su métrica, tempo y síncopa, mientras que el timbre y la dinámica pueden examinarse para comprender la textura y el impacto emocional de la música. Este acercamiento nos permitirá identificar patrones en las estructuras armónicas, melódicas y rítmicas, generando indicios que permitan al investigador una comprensión global de los elementos compositivos e interpretativos.

Adicionalmente, junto a los principios del análisis formal y la escucha atenta añadiremos el análisis textual como tercera pieza de nuestro análisis musical. Esto nos permitirá comprender las formas en que el mensaje contenido en la letra dialoga con la música y contribuye al efecto estético y emocional global de la canción. Esto implica identificar el uso de metáforas, imágenes, motivos, símbolos clave y otros recursos literarios en la letra, así como analizar la estructura general y el arco narrativo de la canción.

Respecto a la dimensión de la recepción en el oyente, el análisis textual busca identificar temas personales, emocionales o motivos clave en la letra capaces de generar una potencial sensación de empatía y conexión entre el artista y oyente. Este principio de identificación y comunicación respecto a la audiencia es un elemento esencial del contenido textual, pues comúnmente la música

popular trata de elaborar «un mensaje o sentimiento que es relevante para la vida de los oyentes» (Moore, 1993: 1). Así mismo, el uso de ciertas progresiones de acordes o patrones rítmicos pueden crear un estado de ánimo o atmósfera particular reflejada en la temática de la canción. En otros casos, la letra puede dissociarse emocionalmente del aspecto sonoro —p. ej. una letra triste interpretada de forma intimista sobre un ritmo vivaz o una base armónica de carácter alegre—, generando nuevas posibles capas de significado y un contrapunto narrativo.

En última instancia, el análisis textual no se restringe únicamente a analizar el significado que se establece entre el trinomio artista-obra-audiencia, sino que «puede revelar ideas sobre el clima social, cultural y político de un tiempo y lugar en particular» (Whiteley, 2005: 39), lo que nos lleva a comprender cómo el aspecto sónico y textual de una canción es capaz de reflejar y (re)producir el *zeitgeist* del momento histórico en que es interpretada. Por ejemplo, una canción que aborda la injusticia política o social puede usar su letra para generar conciencia sobre estos problemas y movilizar a los oyentes para que tomen medidas.

En definitiva, la combinación del análisis formal, la escucha atenta y el análisis textual no permitirá profundizar de manera holística en las relaciones intertextuales que se establecen entre las canciones de *El mal querer*. Cabe señalar que estas relaciones viajan más allá de las fronteras del propio álbum —ejemplo de ellos son las referencias al mundo literario de Lorca, a la música de Justin Timberlake y Arvo Pärt, o al universo del cine *quinqui* y las películas de Bigas Luna, entre otros—. Todas estas relaciones tejidas de forma rizomática son puntos de fuga (Deleuze y Guattari, 2013 [1976]) capaces de expandir los significados y mundos posibles dentro de *El mal querer* en tanto universo/narrativa transmedia.

2. 2. 2. «The Addiction Formula»: el análisis de un «hit»

Para finalizar con nuestra propuesta metodológica del apartado musical, queremos introducir algunas nociones relevantes extraídas del libro *The*

Addiction Formula: A Holistic Approach to Writing Captivating, Memorable Hits (Findeisen, 2016). Escrito por el productor, compositor y divulgador Friedemann Findeisen, esta obra proporciona un conjunto de principios y técnicas para escribir y producir canciones «memorables que establezcan una conexión emocional con el oyente» (Findeisen, 2016: vii), siendo el objetivo final crear una música adictiva y comercialmente exitosa.

Aún teniendo en cuenta el alto grado de experimentación que supone el paisaje sonoro de *El mal querer* —el cual fusiona la producción *pop* con el flamenco, el *hip-hop*, la música electrónica *avant-garde* y referencias a la música antigua—, no podemos negar que este segundo álbum de Rosalía opera dentro del contexto de circulación *mainstream*. Ejemplo de ello es su diseño sonoro de alta costura junto al productor «El Guincho» y el ingeniero de mezclas Jaycen Joshua —quien ha trabajado para artistas como Luis Fonsi, Mariah Carey o Justin Timberlake—, su distribución musical llevada a cabo por la multinacional Sony Music España, la conformación del equipo transversal que conforma la marca ROSALÍA, la recepción de la artista catalana en el panorama digital de los medios (pos)masivos y la notoria *viralización* de su contenido por parte de los *fans*. Es por ello por lo que los principios propuestos por Friedemann Findeisen nos servirán para medir el grado de adecuación y/o experimentación del álbum respecto a los parámetros formales, estilísticos y estéticos del arquetípico *hit* de música *pop*. A continuación, exponemos los tres elementos clave:

1. *Hype* (traducido como revuelo, energía o exageración): Findeisen (2016: 39) define este recurso como «el acto de hacer que algo parezca más importante o emocionante de lo que realmente es». En el contexto musical, este efecto se puede crear a través de una variedad de técnicas como son construir un clímax, utilizar la repetición para enfatizar un motivo o usar cambios dinámicos de volumen para crear una sensación dramática de contraste y anticipación. El *hype* es una poderosa herramienta para generar gratificación y emociones intensas en el oyente; cabe decir que demasiada gratificación puede acabar por aburrir o sobre-estimular al oyente, de ahí la necesidad de combinarla con los próximos dos recursos.

2. *Tension* (traducido como «tensión»): Findeisen (2016: 40) define la tensión como «el sentimiento de incertidumbre, expectativa o tensión emocional que existe antes de una liberación o resolución». La tensión se puede crear en la música a través de una variedad de técnicas como son el uso de disonancia, el silencio, las progresiones de acordes inesperadas, la modulación o el recurso de *implied tension* (tensión implícita)³¹. El poder de la herramienta *tension* radica en la capacidad de generar anticipación en el oyente, lo que equivale a mantenerlo enganchado y expectante ante la promesa de un nuevo momento de gratificación o resolución (refuerzo positivo o recompensa). Este es un elemento clave en los circuitos neuroquímicos de la dopamina, la adicción y la música comercialmente exitosa (Findeisen, 2016; Lembke, 2021).

3. Distensión (*Release*): dado que uno no puede abusar constantemente del impacto emocional de los recursos *hype* y *tension* sin que estos perdieran su efecto en el oyente, otro elemento clave en la composición adictiva es el equilibrio entre ambos elementos mediante la distensión. Podemos identificar este recurso como «el momento en que se resuelve la tensión y el oyente siente una sensación de liberación o alivio» (Findeisen, 2016: 46). La distensión musical se puede generar a través de la resolución de una progresión de acordes disonantes, al volver a una melodía o ritmo familiar, o al usar cambios dinámicos para crear un efecto de resolución; recursos que en definitiva crean la sensación de «vuelta a casa» y de descanso respecto a los estímulos anteriormente vividos.

El mecanismo de la adicción se construye mediante la combinación de estos tres recursos mencionados. A la hora de crear una obra interesante para la audiencia, sea en un contexto musical o extra-musical, Friedemann Findeisen describe como:

En última instancia opera el principio de gratificación y anticipación. El acto de obtener algo —una gran revelación en *Lost*, un beso en tu novela, un nuevo nivel del videojuego, un video sobre gatos

³¹ Este poderoso recurso consiste en eliminar un instrumento (bajo, guitarra, bombo, caja, *hi hat*, voces, *pad*, etc.) de forma momentánea dejando un «hueco» en el espacio sonoro. Este efecto activa en la mente del oyente la idea de que «algo falta» y, por lo tanto, de que «algo grande» está por venir (Findeisen, 2016: 107).

especialmente divertido, un subidón al tomar una droga— es lo que hace que te enganches (gratificación) y que luego aguardes para que suceda de nuevo (anticipación).

Así, avanzas a través de episodios aburridos, lees páginas de descripciones largas y tediosas en tu libro, mueres una y otra vez intentando pasarte una parte difícil del videojuego, echas horas haciendo *scrolling* con videos de gatos poco divertidos y haces frente al síndrome de abstinencia. (Findeisen, 2016: 30)

Ya sea en una novela o una pieza musical, «la perspectiva de obtener algo es demasiado grande para detenerla, incluso si el proceso es tedioso» (Findeisen, 2016: 31). En el caso de la canción *pop*, los momentos de gratificación suelen ser las partes con mayor nivel de *hype*: estribillos o coros —especialmente el último estribillo, que supone el nivel máximo de *hype* en toda la pieza—, y los solos instrumentales —guitarra, vientos, etc.—. De la misma forma, las zonas musicales que generan sentimientos de anticipación suelen ser las más bajas en *hype*, dado que su fin es generar suficiente *tension* y expectativa para volver al estribillo: introducciones, versos, puentes y pre-estribillos.

A la hora de organizar estos elementos, Findeisen (2016: 74) proporciona una estructura de canción específica que nombra como «fórmula de adicción». Esta consiste en utilizar la regla de los tres actos aristotélicos (véase la figura 4), e identificar estos tres momentos de clímax con los estribillos o coros, generando la siguiente estructura (véase la figura 5): introducción — verso — pre-estribillo — **coro** — verso segundo — pre-estribillo — **coro** — puente — **coro final** (clímax) — final (*outro*).

THE 3-ACT STRUCTURE

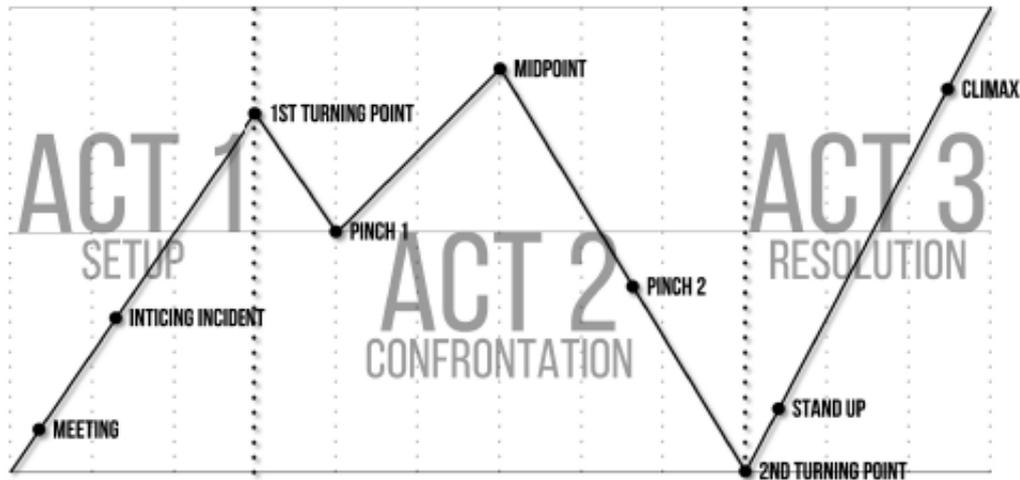


Figura 4. Estructura narrativa de los tres actos aristotélicos. Extraído de Findeisen (2016: 73).

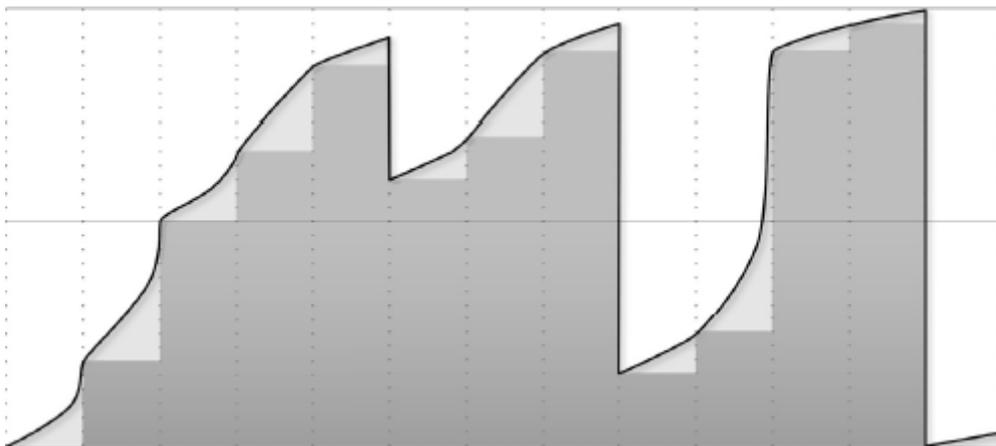


Figura 5. Estructura musical de la «fórmula de la adicción». Extraído de Findeisen (2016: 74).

Al introducir los conceptos de Friedemann Findeisen en el análisis formal, la escucha atenta y el análisis textual pretendemos generar una malla de conocimiento holística: combinamos el análisis musicológico más tradicional — centrado en las características formales y estilísticas—, a la vez que prestamos atención a otros aspectos tradicionalmente más marginados como son el timbre, la producción musical, la conducción de la energía, la interpretación de

la obra y sus significado dentro de un contexto estético y social —tanto a nivel sincrónico como diacrónico—.

En última instancia, más allá de examinar los materiales musicales concretos, nuestro objetivo radica en una búsqueda de significado. Para lograr este fin de carácter hermenéutico, es igualmente importante considerar la voz del analista, donde el estilo de escritura pasa a formar parte de aquello analizado (Ford, 2019: 23). El análisis en prosa es capaz de captar la presencia e inmediatez de la obra, los matices culturales que rodean al proceso de (des)codificación y la presencia humana encarnada —tanto del creador como del analista—. Estos elementos de análisis altamente significativos resultan, no obstante, impenetrables desde un método científico cuantitativo. Por otro lado, el análisis en partitura —el cual nos acerca más a esa idea científica y platónica que pretende extraer elementos objetivos y autónomo respecto al observador—, también formará parte de nuestro análisis, siendo aplicada cuando la transcripción en notas musicales sea necesaria para dar una referencia más teórica o explicar una parte determinada con mayor precisión técnica.

2. 3. Análisis visual

2. 3. 1. El método iconográfico-iconológico de Panofsky en el análisis del videoclip musical

Erwin Panofsky fue un historiador del arte alemán conocido por desarrollar el método iconográfico-iconológico. Aplicado originalmente en su estudio de la pintura y la escultura del Renacimiento y el Manierismo hasta la época del Clasicismo (Ferrereti, 1989), su aproximación radicaba en analizar el significado y simbología del arte mediante el análisis de su contenido y contexto. Inspirado por su afán interdisciplinar, en la formación de su método fueron decisivas las ideas de otros autores como Wittgenstein, que se preguntaba «¿qué se esconde detrás de las palabras?» en su *Tractatus Logico Philosophicus* (2001 [1921]), la concepción simbólica del lenguaje de Ernst

Cassirer³² (1968 [1944]) y el trabajo de su maestro Aby Warburg (De Diego, 2016), un historiador y teórico del arte que fundó la Biblioteca Warburg de Hamburgo³³. Warburg creía que el arte de cada época era producto de sus condiciones culturales e históricas, y que su significado podía desentrañarse a través del estudio de sus símbolos y motivos visuales.

Siguiendo esta estela, Panofsky continuó refinando las ideas de Warburg bajo la pregunta «¿Qué significado se esconde tras la apariencia de las imágenes?» (De Diego, 2016). Al evidenciar la importancia del simbolismo visual en el arte y conectarlo con las creencias y valores culturales que la sustentan, Panofsky buscó trascender los métodos del análisis formal imperantes en el estudio del arte que prescribían significados universales sin analizar la particularidad contextual y simbólica de la obra:

El método iconológico, de hecho, no tiene derecho a afirmar que descubre el significado «verdadero» o «real» de una obra de arte... Lo que sí descubre son los significados variables o alternativos que pueden atribuirse a su configuración, los diversos estratos de pensamiento por los que ha pasado la obra, los diferentes contextos en los que ha sido o podría ser utilizada. (Panofsky, 1939: 54)

En un principio el método panofskiano constaba de tres estadios analíticos: el nivel pre-iconográfico, iconográfico e iconológico. No obstante, éste ha sido posteriormente adaptado y utilizado para analizar gran variedad de artefactos culturales y artísticos más allá de las obras de arte clásicas o modernas: simbolismo y arquetipos en la literatura (Frye, 1957; Eco, 1983); simbolismo en música clásica y ópera (Abbate, 1991; Monelle, 2000); convenciones estilísticas en el cine de Hollywood (Bordwell, 2006) y el cine islámico (Marks, 2000); arquitectura del renacimiento (Wittkower; 1971); publicidad (Sloane, 1980); fotografía (Barthes, 1980); diseño de moda y vestimenta (Evans, 1993), y el turismo y el análisis de museos en el centro histórico de Quito (Armendáriz, Sosa y Puca, 2013).

³² Filósofo de origen prusiano y judío que acuñó la célebre frase: «En lugar de definir al hombre como un *animal racional* lo definiremos como un *animal simbólico*» (Cassirer, 1944/1968: 27).

³³ Importante centro para el estudio de la Antigüedad Clásica y las ideas estéticas, culturas y artísticas de la herencia neoplatónica de la civilización europea moderna.

Igualmente, la bibliografía hallada confirma la efectividad de la aplicación de este método en el análisis de videoclips de música popular. A continuación, citamos algunos ejemplos: en su artículo *Gendered Spaces: Analyzing the Iconography of Music Videos* (2012) Hannah E. Decker utiliza el método iconográfico-iconológico en aleación con la perspectiva de género para asomarse a los videos musicales de artistas como Britney Spears, Beyoncé o Lady Gaga. En el libro *Music Video and the Politics of Representation* (2011), Diane Railton y Paul Watson utilizan el método de Panofsky para analizar el videoclip *Like a Prayer* de Madonna. En el artículo *When You're Strange: Iconography and Mythology in the Music Videos of The Doors* (2016), John Richardson aborda los videos musicales de The Doors desde el método panofskiano. En estos tres ejemplos, el método iconográfico-iconológico habilita un marco teórico y metodológico realmente fructífero a la hora de analizar el contenido simbólico de las imágenes utilizadas —donde, al igual que en el caso de Rosalía, abundan referencias religiosas y mitológicas— y situar su significado en un contexto sociocultural posmoderno.

A la hora de definir los videos musicales, podemos concebir éstos como artefactos culturales complejos y de múltiples capas que requieren una variedad de enfoques analíticos para comprender completamente su significado (Burns y Hawkins, 2019). Dado el carácter multi-nivel del método panofskiano, esta técnica guarda un gran potencial a la hora de analizar el videoclip musical como artefacto que intersecciona con fenómenos políticos, sociales, culturales y económicos como son el estrellato y la cultura *celebrity*, el consumismo, el activismo, las narrativas transmedia, la globalización o la representación del género y la raza.

A fin de trascender la visión reduccionista de la teoría crítica respecto a la cultura de masas —la cual concibe el video musical popular como un producto de entretenimiento de nulo valor estético—, debemos considerar el videoclip como una arena multisemiótica en la que producir y negociar significados culturales (Vernallis, 2013a, 2013b, 2017). En este sentido, los videos musicales funcionan como plataformas con el potencial de desafiar las narrativas culturales dominantes, expresar disidencia y resistencia política, además de ser medios para explorar y articular identidades y experiencias

marginadas dentro de categorías como el género, el sexo, la raza o la condición de clase: «Los videos musicales son parte integral de la formación de la subjetividad contemporánea, y ofrecen un espacio en el que las personas pueden explorar y experimentar con su sentido de sí mismos» (Ford, 2019: 16).

Bajo este marco del videoclip musical, integraremos el análisis iconográfico-iconológico de Panofsky junto a nociones pertenecientes al análisis visual (Ledin y Machin, 2018), la sintaxis de la imagen (Dondis, 1978) y los fundamentos de narrativa audiovisual (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999; Gutiérrez de Terán, 2013).

A la hora de analizar los *artworks* y video musicales de *El mal querer*, procederemos bajo el siguiente orden:

1. Análisis pre-iconográfico: Esta etapa requiere de la identificación y análisis formal de los elementos visuales básicos del video como son: los personajes, el tipo de encuadre y toma, la iluminación, los ángulos de cámara, la composición, el espacio, el *atrezzo*, los efectos especiales o rótulos, el vestuario y la decoración, entre otros. Todos estos elementos de la imagen nos ayudan a construir un sentido global a partir de lo que estamos viendo, siendo la matriz a partir de la cual extraemos una temática global —la narrativa o temática de la canción— y los diversos niveles de significación cultural del videoclip. Por ejemplo, en el caso del decorado vemos como éste «tiene la capacidad de crear espacios con la atmósfera conveniente en cada tema, expresando y ayudando a comprender el mundo interior de los personajes y provocando inquietudes en el espectador» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 154).

2. Análisis iconográfico: A partir de la observación de los elementos visuales analizados en el nivel anterior, podemos extraer significados acerca de la diégesis o acontecimientos del relato: «La iconografía es esa rama de la historia del arte que se ocupa del tema o significado de las obras de arte, en oposición al análisis de la forma» (Panofsky, 1939 [2008]: 1). Para llevar a cabo esta fase interpretativa necesitaremos identificar las nociones temporales y espaciales que doten de sentido lineal o direccionalidad a la narración. Este

ejercicio hermenéutico nos conducirá a preguntarnos: ¿qué sentido tienen los objetos y personajes que vemos en relación con la diégesis? ¿Hay una o varias líneas de narración? ¿Cómo transcurre la historia? ¿Cuáles son los puntos de clímax narrativos? Adicionalmente, la presencia de recursos que fragmenten la linealidad de la diégesis supondrá un nivel adicional de complejidad para el analista: la presencia de narraciones paralelas (polifonía en la historia), la presencia de *flashbacks*, *flashforwards*, elipsis, saltos temporales en la narración o la referencia a elementos del *storyworld* externos al video analizado (p. ej.: presente en otras canciones, videos o *artworks* del álbum).

Esta referencia a elementos del universo de *El mal querer* abre la recepción de la pieza audiovisual a la noción de *worlding*³⁴ (Perkins, 2005; Macrossan, 2018). A saber: las imágenes y conceptos del video analizado sugieren la existencia de un universo más amplio que no se agota en esa única obra o pieza —sino que apunta a múltiples direcciones fuera de ésta—. El contenido y forma de cada video musical analizado nos sirve para reconstruir el arco narrativo y el sentido conceptual global. Es más, cada elemento constitutivo del álbum —las once canciones, el texto de la letra, los *artworks*, el habla mítica, los *frames* periodísticos, etc.— son piezas de un puzle que nos ayudan a comprender el mundo de *El mal querer* como una *grand oeuvre* transmedia. Igualmente, esto nos conducirá a identificar motivos clave de la historia, personajes, objetos, símbolos y la propia evolución de Flamenca —el personaje protagonista femenino— a través del arquetipo del «viaje del héroe». En palabras de Phoebe Macrossan:

Comprender los vídeos musicales como parte de las prácticas de *worlding* de una estrella puede mostrarnos cómo los vídeos musicales no son únicamente textos performativos aislados o paisajes de ensueño vagamente conectados con las estrellas, sino que forman parte de un universo más amplio creado y habitado activamente por ellas. (Macrossan, 2018: 140)

³⁴ La imagen grabada o encuadrada muestra un elemento importante para la trama que, a su vez, expresa su relación con un mundo externo más amplio: «La selectividad de la cámara presupone que la imagen enmarcada y el mundo ficticio (ilimitado) se crean y se explican el uno al otro. Como nos dijo Bazin, "dentro de la pantalla" presupone "fuera de la pantalla"» (Perkins, 2005: 20).

3. Análisis iconológico: Esta etapa se basa en interpretar el significado del video musical en relación con el contexto cultural, histórico y social que lo rodea. Dado que nuestro objetivo es comprender los significados simbólicos subyacentes y las asociaciones culturales que transmiten los elementos visuales del video musical, para realizar el análisis iconológico es imprescindible «conocer los códigos culturales de la época que estamos analizando» (Val Cubero, 2010: 66). Por ejemplo, en nuestro contexto occidental, la imagen de una lira o de un crucifijo puede hacer referencia al mito de Apolo o la Pasión de Cristo. De la misma forma, ver en la pantalla a un personaje chateando a través de un *smartphone* o a una persona vestida de chándal deportivo puede generar un guiño generacional que actúe como *tessera hospitalis* (contraseña entre gente hospitalaria) (Han, 2020).

Por lo tanto, este tercer nivel de análisis requiere de una labor hermenéutica profunda donde el analista sea capaz de integrar su propia subjetividad y de observar el fenómeno como un sistema holístico. En este sentido, el nivel iconológico alumbró el diálogo mantenido entre la dimensión visual y otros elementos como son la carga emocional de la música, los significados secundarios de la letra, el timbre y tono de la voz, la producción sonora, el diseño conceptual que sustenta el universo del álbum, los códigos culturales, modas y discursos que imperan en el contexto cultural de creación/codificación y recepción/descodificación³⁵.

El tercer nivel iconológico es capaz de añadir nuevas capas de significado respecto a los datos visuales y diegéticos extraídos en los dos niveles previos. Esto se debe a que el análisis profundo de un texto cultural establece un diálogo entre el texto y el lector, donde los horizontes de expectativas y asunciones que porta consigo el receptor generan múltiples formas de comprender un mismo texto (Bowie, 1998). Esto implica la idea de que debemos desprendernos de la pretensión última de hallar un significado objetivo y fijo. Más bien, el lenguaje y nuestra posicionalidad siempre median nuestro acceso a los textos que nos rodean. Como dice Jaques Derrida en su

³⁵ En este aspecto también incluimos las cambiantes nociones de lo «sagrado» y «mítico» respecto a la sociedad que nos hallemos analizando. Lo que en nuestro caso nos conduce a ubicar el fenómeno dentro de la cultura española atravesada por el contexto posmasivo, global y digitalizado.

obra *De la Gramatología* (1986: 207): «Nada hay fuera del texto». Es decir, el acceso o la lectura de un texto nunca se halla felizmente separado de la influencia del contexto social, histórico, político y económico en el que habitamos; estos elementos forman parte de la *lectura* del texto como un todo, esencialmente son *el texto*.

Guiados por esta idea, concebimos el acto de comprensión e interpretación de un texto —ya sea en su vertiente textual, visual, sonora o transmedia— como un proceso continuo, abierto y siempre sujeto a revisión y reinterpretación. Por ello, nuestra postura filosófica trata de sostener las «ambivalencias y contradicciones» (Figuroa, 2015: 23) en lugar de ahogarlas bajo una explicación hegemónica, única y totalizante fijada por parte del autor del texto o de alguno de sus múltiples analistas. Y como último elemento, la perspectiva de la poética del placer y la performatividad de género nos ayudarán a profundizar en nuestra extracción de significados, hallando toda suerte de subversiones, (re)lecturas, contradicciones y espacios de cuestionamiento dentro del universo de *El mal querer*.

2. 3. 2. La performatividad de género

El universo conceptual de *El mal querer* gira en torno a temas como el maltrato de género, la violencia sexista, la dependencia emocional, la disputa del poder y la dominación material. Así mismo, el rol de los caracteres masculinos y femeninos se distingue por su marcada tendencia a la inestabilidad. En el caso de Flamenca —la protagonista femenina de la narración—, se halla aprisionada en un matrimonio que somete su integridad física y psicológica como persona. Su salvación consistirá en abandonar por su propia cuenta aquel lugar familiar y, a la vez, sumamente tóxico. El «viaje del héroe» que emprende el personaje interpretado por Rosalía, simboliza la superación de los obstáculos vitales, la progresiva adquisición de agencia como sujeto y el vencimiento sobre el mal. En un sentido arquetípico, la noción del «mal» puede ser leída de múltiples maneras: p. ej. la toma de conciencia sobre las pulsiones sombrías de la protagonista y el diálogo redentor con los demonios internos que la ataban a su

situación; o bien, la liberación respecto al yugo de su marido maltratador y la violencia patriarcal.

A través de un lenguaje multi-semiótico y transmedia, observamos las diversas manifestaciones de los conceptos de violencia y poder que plagan al obra: el rugido de las motos y motores, la explosión de los molinos de La Mancha (en el videoclip de *De aquí no sales*, Cap. 4), o el sonido de la espada y su representación en el *artwork* de *Maldición*, Cap. 10, son algunos ejemplo de la confluencia del lenguaje sonoro, textual y visual a la hora de representar conceptos esenciales de este universo artístico. Experimentando esta misma tendencia, los conceptos de masculinidad y la feminidad atraviesan una redefinición decisiva, donde otros elementos como son el poder, el placer, la máquina y el cuerpo se entretajan con estos roles de género para hacer posible la emergencia de nuevos significados y formas de habitar el mundo. A fin de poder diseccionar esta capa de significación, junto a nuestra adaptación del análisis iconográfico-iconológico panofskiano, añadiremos la mirada teórica de la performatividad de género propuesta por Judith Butler en *El género en disputa* (2007 [1990]) y *Cuerpos que importan* (2002 [1993]).

Podemos trazar la genealogía de la performatividad de género en dos autores y sus conceptos:

a) El enunciado performativo de Austin (1962): define un tipo de enunciado que no se limita a describir la realidad percibida³⁶ (p. ej. «El coche es rojo») sino que es capaz de incidir sobre ésta para lograr cambiarla. Por ejemplo, las palabras de condena o exculpación de un juez respecto a un acusado en un tribunal («Es usted libre») o el acto de unión que verbaliza un cura ante una pareja de prometidos en una boda («Yo os declaro marido y mujer»), tiene la capacidad de transformar la realidad de lo actores sociales involucrados de forma irreversible.

Cabe destacar que dicho acto performativo puede tener éxito o fracasar en su intento de transformar la realidad: las mismas palabras de casamiento

³⁶ Este efecto performativo (o realizativo), donde «decir» equivale a «hacer», difiere del acto de habla constatativo, el cual no incide sobre la realidad, sino que meramente trata de describirla mediante un enunciado que puede ser falso o verdadero.

pronunciadas en un contexto diferente, o por un portavoz que no se halle investido del capital simbólico necesario para lograr la autoridad en determinado contexto (Bourdieu, 1962), pueden provocar un fracaso o un efecto paródico respecto al significado original³⁷. En este sentido, Austin no contempló el carácter intrínsecamente iterable de los actos performativos³⁸, característica que «consiste en la posibilidad de efectuar una ruptura con su contexto original de producción y de funcionar en contextos distintos» (Córdoba García, 2009: 59). Al no circunscribir una marca o signo —incluyendo el acto performativo— a un único contexto, el signo mantiene un carácter poliédrico y adquiere múltiples significaciones. De tal forma, al extraer el signo o acto de habla de su contexto de producción inicial, éste puede funcionar a modo de cita en nuevos contextos y variar su significado.

b) La noción de interpelación propuesta por Althusser (1988) explica cómo un sujeto investido de suficiente autoridad social es capaz de interpelar ideológicamente a otro sujeto, constituyéndolo como sujeto político y dotándolo de un orden de existencia social. Bajo este mecanismo de reconocimiento, «la interpelación de la ley produce al sujeto, a la vez que genera la ilusión de que este sujeto ya estaba allí constituido antes de su operación» (Córdoba García, 2009: 55). Judith Butler toma el marco de la interpelación ideológica althusseriano para aplicarlo al caso de la formación de la identidad sexuada, lo que significa que la nominación descriptivista de un sujeto —hombre, mujer, heterosexual, gay, *trans*, masculino, femenino, lesbiana, *queer*, etc.— no hace referencia a un sujeto previo a la interpelación (no es un acto meramente constativo o descriptivo de su pre-existencia). Por el contrario, el acto de descripción inicia la construcción y reconstrucción del sujeto, teniendo un

³⁷ Por ejemplo, al tratar de llevar a cabo un bautismo, la pronunciación del enunciado «yo te bautizo en nombre del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo» fuera de un contexto eclesiástico (p. ej.: en un centro comercial) o por un actor social distinto (p. ej.: por un abogado o un policía) provocarían un infortunio comunicativo, abriendo la posibilidad a nuevas relecturas del «fracaso» comunicativo.

³⁸ Para Austin, todo acto performativo debía hallarse ligado a unos agentes y un contexto específico para poder funcionar y lograr transformar la realidad con éxito. Según esta visión, la frase «puede besar a la novia» pronunciada fuera de su contexto original perdería todo poder performativo. En cambio, la noción de iterabilidad respecto a los signos propuesta por Derrida (1967) introduce una ruptura con el «contexto fijado» de Austin. La posibilidad de *citar* un signo fuera de su contexto original abre la posibilidad de que éste adquiera nuevos significados. En el caso del enunciado performativo, esto se traduce en la posibilidad de variar su efecto mediante un efecto paródico o subversivo respecto al original.

efecto performativo y político: «Si el proceso de nominación de los objetos equivale al acto mismo de la constitución de éstos, entonces sus rasgos descriptivos serán fundamentalmente inestables y estarán abiertos a toda clase de rearticulaciones hegemónicas» (Laclau, 1989: 17).

Expandiendo este significado de la performatividad desde la óptica del género, el concepto de corporeidad (*embodiment*) señala igualmente la idea de que «no tenemos cuerpos, más bien *somos* cuerpos y *creamos* cuerpos»³⁹ (Ellingson, 2021). Bajo esta perspectiva, nuestra experiencia encarnada como sujetos no está únicamente fijada por lo biológico y lo físico, sino que también es continuamente transformada a través de la práctica social y el discurso (Grosz, 1994). La teoría de la performatividad señala como el cuerpo es continuamente (per)formado por el poder, las normas, los rituales, el discurso, los tabúes, la repetición deliberada, no deliberada y todo otro tipo de signos sociales. En este sentido, el cuerpo y la identidad sexual se abren a ser *escritos* en un estado procesual donde los significados socialmente inscritos importan tanto como sus cualidades biológicas o fisiológicas.

Al liberar las categorías de sexo y género de su determinismo biológico o natural, ahora podemos observar estas categorías como sistemas históricamente contruidos que son efecto de los discursos sociales y que se hallan abiertos a la negociación y la disputa —no se hallan fijados ni son unívocos— (Butler, 1990). Lo que nos hace comprender cómo el cuerpo y sus diversas manifestaciones de «vitalidad» (*aliveness*) pueden ser puestos al servicio de determinados discursos sobre la sexualidad: el deseo, la capacidad de sentir placer, el grito, el arte de tocar y ser tocado, la risa, la alegría, el llanto, los gritos, la eyaculación o la respiración pueden ser entendidos como dispositivos bio-tecnológicos potencialmente controlables y canalizables (Preciado, 2000).

El cuerpo como lugar y proceso encarnado produce un tipo de conocimiento no siempre predecible, sino más bien rizomático, procesual, paradójico, carnoso, orgánico, discontinuo y que apunta hacia infinitas posibilidades y líneas de fuga

³⁹ Original: «we don't have bodies, but we *are* bodies and we *do* bodies» (Ellingson, 2021). Extracto del seminario online *Embodiment in Qualitative Research*, cita extraída del minuto 18:50.

(Deleuze y Guattari, 2013 [1976]; Crawley, 2016). En este sentido, el potencial del conocimiento encarnado (*embodied knowledge*) reside en su capacidad de cuestionar las categorías instauradas por el *superyó* social: el orden, las taxonomías, las fronteras, los límites, la coherencia, el rigor, el tabú y la sistematicidad. Abriendo la posibilidad de subvertir los principios de la «filosofía occidental continental clásica del sujeto que se halla totalmente atado, cerrado y encerrado en su cuerpo» (Crawley, 2016: 15).

Tomando como punto de partida la célebre frase de Simone de Beauvoir, «No se nace mujer: se llega a serlo» (Beauvoir, 1987 [1949]: 109), los feminismos de la tercera ola comenzaron a divisar la identidad sexual y el concepto de mujer no como una esencia universal y pre-existente, sino como una arena discursiva, un punto de partida político desde el que negociar significados sociales y relaciones de poder. Bajo esta mirada, el cuerpo fue concebido como un sistema abierto a la transformación, constituido por códigos de programación de género que actúan como «un conjunto de prácticas culturales que, en combinación, actúan para 'negar' (o minimizar) las similitudes entre los cuerpos de mujeres y hombres, al exagerar sus diferencias» (Pilcher y Whelehan, 2004: 9). De este modo, elementos como la vestimenta, la farmacología, la pornografía, el tabú, la estilización o transformación del cuerpo, los estereotipos, los rituales y las formas de placer masculino y femenino tienen el poder de (per)formar las categorías tecno-históricas de masculinidad y feminidad (Preciado, 2008). En palabras de Judith Butler, «tales actos, gestos y representaciones interpretados son performativos en el sentido de que la supuesta esencia o interioridad que pretenden reflejar constituye una fabricación sostenida a través de signos corporales y otros medios discursivos» (Butler, 1990: 136).

Cabe recordar que el potencial *performativo* de estos signos emerge dentro de un marco cultural que delimita o prescribe determinadas formas de identidad: «Toda identidad es efecto de una relación de poder por la cual determinadas posibilidades son reprimidas o excluidas para afirmar y estabilizar otras» (Córdoba García, 2009: 52). En este sentido, la correcta o incorrecta adherencia respecto a estos signos prescritos de «lo femenino» y «lo masculino» determina qué tan exitosamente los sujetos pueden ser leídos y

reconocidos como mujer u hombre. Estos códigos de programación de género son instaurados bajo una linealidad univoca y unidireccional: en primer lugar, hallamos el sexo (masculino/femenino), en segundo el género (hombre/mujer), en tercer el deseo (heterosexual) y en cuarto lugar la expresión (masculina/femenina). Cualquier desviación entre las categorías correspondientes (p. ej.: que un individuo con sexo femenino escoja el género de hombre o una expresión de deseo homosexual) resultaría en un fallo a la hora de identificar al «sujeto original o natural». Para Judith Butler, este *glitch* del sistema heterosexual puede albergar un potencial subversivo:

Cuando la desorganización y disgregación del campo de los cuerpos interrumpe la ficción regulatoria de la coherencia heterosexual, el modelo expresivo original pierde su fuerza descriptiva. El ideal regulatorio, disfrazado como ley natural que solo pretende describir la sexualidad, queda expuesto como norma y ficción regulatoria. (Butler, 1990: 136)

Como vimos anteriormente, la «iterabilidad» del signo y del enunciado performativo habilita «la posibilidad de reapropiación de la fuerza performativa, de la autoridad que transmite y por tanto la subversión de sus efectos» (Córdoba García, 2009: 58). Es decir, la «cita» del enunciado performativo fuera de su marco contextual ordinario puede dar lugar a fenómenos como la expresión paródica, la hipérbole —los personajes hipermasculinos e hiperfemeninos—, el *drag* o la representación poética del género, entre otros. Esta descontextualización y recontextualización «puede convertirse en el lugar de una *performance* disonante y desnaturalizada que revele el estatus igualmente performado del modelo natural» (Butler, 1990: 146).

De esta manera, estas «disonancias» de género pueden generar conciencia sobre el hecho de que las desigualdades y diferencias sociales ya no pueden legitimarse asumiendo que son «innatas» o «naturales». El principio de la crítica *queer* a la heterosexualidad considera la identidad no como una narrativa lineal (de la sexualidad a la cultura) y naturalizada (previa al discurso y al ejercicio de poder), sino como un ámbito político abierto a la emergencia de nuevos significados, posibilidades de agencia y a la transformación de los ejes de poder. En el caso de esta tesis, profundizaremos en cómo la óptica de la

performatividad de género es capaz de reflejar las contradicciones y ambigüedades que resultan de la lectura del universo estético y conceptual de *El mal querer*. Abriendo a la posibilidad de que el estilo se torne una forma sutil y profunda de resistencia: «Las *performances* trasladan el uso de recursos estilísticos heterogéneos, significados sensibles e ideologías en conflicto dentro de una arena reflexiva donde pueden ser examinados críticamente» (Bauman y Briggs, 1990: 60).

2.4. Entrevista semi-estructurada en profundidad

Como cuarta y última técnica para añadir a nuestra triangulación metodológica escogemos la entrevista semi-estructurada realizada a un panel de catorce expertos. Utilizaremos los testimonios, voces y patrones destilados de las entrevistas como una forma de dialogar con los materiales extraídos y de enriquecer nuestro marco teórico. Cabe destacar que el objetivo de las entrevistas no es únicamente el de confirmar presunciones o el de reforzar la visión que el investigador puede previamente haberse formado sobre el fenómeno en estudio. Más bien, esperamos que la polifonía resultante de los variados perfiles escogidos pueda ayudarnos a complementar la exploración del caso Rosalía, abriendo nuestra óptica a la variedad de dinámicas que atraviesan *El mal querer* como universo transmedia.

Para lograr esto, citaremos a lo largo de la investigación las voces de los catorce expertos; gesto que nos ayudará a expandir y a establecer un diálogo con las ideas presentes en cada sección «manteniendo una apertura a múltiples lecturas posibles» (Elias, Gill y Scharff, 2017: 21). Ser capaz de sostener las tensiones y contradicciones que puedan emerger —en lugar de tratar de atajarlas rápidamente con una actitud condenatoria o con juicios tajantes— puede ayudarnos a tomar «una disposición abierta y ambivalente marcada más por la curiosidad que por el juicio» (Dobson, 2015: 8). Integrar este cambio de óptica durante nuestra labor hermenéutica, puede ayudarnos a «explorar la ambivalencia, la ambigüedad y la disonancia» (Elias *et al.*, 2017: 22), otorgándonos una visión más rica y compleja del fenómeno que abandone

lecturas basadas en el determinismo cultural, la lógica binaria o la hermenéutica de la «sospecha» y el «escepticismo» (Elias *et al*, 2017: 19).

Respecto a las fortalezas y características de la entrevista semi-estructurada dentro de la investigación cualitativa, podemos destacar las siguientes:

a) *Flexibilidad*: este rasgo es particularmente importante cuando «exploramos nuevos temas, probamos respuestas inesperadas o cuando investigamos con grupos sensibles» (Pope and Mays, 2020: 127). A diferencia de las entrevistas estructuradas, que utilizan un conjunto fijo de preguntas y no permiten desviaciones respecto del guion, la modalidad semi-estructurada permite decidir la estructura de la interacción en base al desarrollo del interrogatorio y la recolección de *pistas*. En este sentido, el entrevistador puede notar la reticencia del entrevistado a hablar sobre cierto tema, o la predisposición entusiasta de éste a ahondar más en otro punto más personal e inesperado. Además, elementos contextuales (p. ej.: objetos personales, vestimenta, espacio, luz y temperatura) y no verbales (p. ej.: tono de la voz, mirada, micro-gestualidades y expresión, gesticulación, etc.) forman parte de la subcomunicación también integrada dentro del contexto comunicativo. La adecuación a estos indicios permite un desarrollo más orgánico de la entrevista, pues otorga al investigador cierto margen de improvisación y flexibilidad a pesar de mantener una estructura estandarizada de ciertas preguntas.

b) *Preguntas abiertas*: Las entrevistas semi-estructuradas suelen utilizar preguntas abiertas que invitan al participante a profundizar en una experiencia personal, recuerdo o a sintetizar un tipo de información mediante el uso de sus propias palabras y su posicionalidad. Si el entrevistador es capaz de navegar con éxito esta dimensión de mayor vulnerabilidad y profundización, se pueden generar un clima de confianza y una expresión más libre que favorezca una mayor implicación emocional a través del incremento del *rapport* (Selting, 2010). Las preguntas abiertas y la flexibilidad son características que se favorecen mutuamente (Ezzy, 2010), permitiendo que el entrevistado saque a relucir cuestiones que el investigador puede no haber anticipado, otorgando a la investigación «datos más ricos y variados» (Liamptuong y Ezzy, 2005: 148).

c) *Rapport*: Podríamos traducir este concepto como afiliación, alineación o empatía (Prior, 2017). La necesidad de establecer y mantener *rapport* con el entrevistado es un aspecto crucial a la hora de transitar la dimensión interpersonal de la entrevista cualitativa. A la hora de acceder al mundo interno del entrevistado y a información privilegiada será esencial esta capacidad de generar una atmósfera de confianza y no monopolizar la conversación (Liamputtong y Ezzy, 2005; Pope and Mays, 2020). A la hora de generar *rapport*, vemos útiles ciertas actitudes por parte del entrevistador: saber crear un ambiente cómodo y acogedor para el participante, utilizar habilidades de escucha activa para demostrar que está interesado en la perspectiva del participante o demostrar *empatía* y *solidaridad* con la posición que ocupa el otro en el mundo (Ezzy, 2010; Liamputtong, 2011; Bamberger, 2012, 2019; Prior, 2017).

d) *Estandarización*: Si bien hemos mencionado la flexibilidad y la capacidad de adaptación como fortalezas propias del método semi-estructurado, Michael Bamberger (2012) señala que «es importante tener un conjunto estandarizado de preguntas o temas para garantizar la coherencia entre las entrevistas» (Bamberger, 2012: 177). Adicionalmente, la estandarización puede ayudar a reducir el potencial de sesgo del entrevistador y garantizar que los datos recopilados sean comparables entre los diferentes participantes Liamputtong (2011). Véase nuestra plantilla de preguntas fijas al final de este epígrafe.

e) *Interpretación y reflexividad*: Tras la realización de los pasos anteriores, la transcripción y análisis de las entrevistas realizadas es un paso fundamental a la hora de identificar temas, patrones y motivos clave. Pranee Liamputtong (2011) señala que los datos recopilados a través de entrevistas semi-estructuradas pueden ser complejos y, por lo tanto, «la interpretación requiere una conciencia de las propias suposiciones y perspectivas del investigador» (Liamputtong, 2011: 194). Por ello, es importante la transparencia del investigador respecto a su posicionalidad (véase el capítulo 1). Debemos recordar que no podemos lograr una interpretación aséptica, pues la labor hermenéutica exige del criterio, la interpretación y la selección por parte del experto, así como de que éste sea consciente de cómo influyen sus propias creencias y suposiciones acerca del objeto estudiado (Ezzy, 2010).

A pesar de que la entrevista cualitativa semi-estructurada presente ciertas limitaciones⁴⁰, este método de investigación sigue resultándonos enormemente valioso por su capacidad para lograr mayor profundización en la información y explorar la perspectiva de los participantes. En el caso de nuestro panel de expertos, la capacidad de adaptarnos al flujo conversacional, dar cabida a la improvisación y generar un espacio seguro de escucha activa pueden ser elementos clave a la hora de obtener información valiosa sobre aspectos biográficos, creativos y referentes a los procesos de la industria musical y la construcción del fenómeno Rosalía.

2. 4. 1. Panel de expertos y cuestionario

A continuación, listamos el panel transversal de 14 expertos entrevistados:

1. - José María Barbat (presidente de *Sony Music* España).
2. - Pedro Aires (*senior creative planner* de *Sony Music* España implicado en la producción de *El mal querer*)
3. - Pablo Novoa (productor y director de la banda de *Late Motiv* de Andreu Buenafuente)
4. - Javier Llano Abril (subdirector de *Cadena 100*, *RockFM* y *MegaStar*)
5. - Martín Guerrero (director del tablao flamenco *Casa Patas*)
6. - José Luis Ortiz Nuevo (flamencólogo, periodista y escritor fundador de La Bienal de Sevilla)
7. - Beatriz G. Aranda (periodista musical de *El País*, especialista en música *pop* y cultura *mainstream*)
8. - Kiko Martín (maestro de danza flamenca y palmero)
9. - Miguel Téllez (bailaor y palmero involucrado en la grabación del single *Juro que* de Rosalía)

⁴⁰ Principalmente la limitada generalización de los resultados y la posibilidad del sesgo subjetivo.

10. - Pedro G. Romero (artista y crítico de arte involucrado en la construcción conceptual de *El mal querer*)

11. - Manuel Mourentan (artista visual encargado del *artwork* y diseño de *El mal querer* junto a Filip Custic)

12. - Alex Sánchez (ex-cazatalentos de Universal Music «descubridor» de Rosalía)

13. - Alfredo Lagos (primer guitarrista flamenco de Rosalía)

14. - Antonio Benamargo (programador de flamenco referente en España)

A continuación, introducimos la plantilla de preguntas de la entrevista semi-estructurada:

1. ¿Es Rosalía el fenómeno de masas español más relevante de la era digital? ¿Por qué?

2. ¿Representa Rosalía un nuevo modelo de artista/estrella más independiente y líder de su proyecto debido al entorno digital?

3. ¿Por qué crees que Rosalía ha tenido semejante proyección internacional como artista española?

4. ¿Cuáles son las claves que conforman el fenómeno Rosalía?

5. ¿Dónde crees que radica el factor innovador o subversivo de *El mal querer*?

6. ¿Qué crees que generó Rosalía con respecto al binomio «flamenco / generación *millennial*»?

7. ¿Qué opinas sobre las críticas a Rosalía respecto a la apropiación cultural y su «privilegio blanco»?

8. ¿Consideras que la creación artística conlleva intrínsecamente un acto de apropiación?

9. ¿Qué crees que representa Rosalía respecto a los movimientos de género y la visibilización de la mujer en la industria musical?

10. ¿Qué opinas de la premisa que considera al artista como «producto de masas»?

Capítulo 3: El estrellato como mitología de la era contemporánea. Música y narrativas transmedia en la era digital

3. 1. El mito no se destruye, tan sólo se transforma

«Los mitos son patrones narrativos que dan significado a nuestra existencia» (May, 1992: 17).

Al escuchar la palabra mito o mitología el oyente no puede evitar equiparar su significado al de lo falso o fantasioso. El mito, en su sentido más antiguo, es una narración fenomenológica que trata de aprehender y explicar el mundo a través de un universo repleto de héroes, divinidades y fenómenos (sobre)naturales ficticios. Bajo el paradigma epistemológico occidental heredado de la modernidad, el lenguaje mítico —repleto de metáforas, simbolismos y parábolas— se halla en las antípodas del conocimiento racional, objetivo y científico. El racionalismo ilustrado y el positivismo consideraron a la razón y el método científico como las únicas formas válidas de conocimiento capaces de acercarnos a la idea de *progreso*. Paradójicamente, el ideal del progreso constituye uno de los mitos fundacionales que sustentaron el *ethos* de la modernidad en Occidente.

De tal forma, el origen de la división entre *mythos* (mito) y *logos* (razón) —donde el primero queda relegado de manera peyorativa respecto al segundo— parte del pensamiento filosófico de la Grecia clásica. Si bien, pensadores defensores del *logos* como Platón seguían utilizando el mito como una forma de comunicar sus ideas⁴¹, trascendió la idea de que para lograr el conocimiento verdadero (*episteme*), el pensamiento racional debía desprenderse del mito como forma de conocimiento primitivo. Este abandono del mito sentó las bases del pensamiento occidental: se asentó la arquitectura epistémica de la racionalidad y el progreso propio de la ilustración; triunfó la separación cartesiana de la mente (*res cogitans*) y el cuerpo (*res extensa*); finalmente, el afán positivista y objetivista impregnó totalmente el método de las Ciencias

⁴¹ Véase el uso del mito en la obra de Platón: el mito de La Caverna en *La República* (370 a.C.), el mito del Andrógino en *El Banquete* (416 a.C.) o el mito del demiurgo en *El Timeo* (360 a.C.).

Naturales y Sociales, manteniendo una fuerte influencia de éste en la producción actual de conocimiento académico y científico. Hoy en día, las reminiscencias del menosprecio por el mito siguen viéndose reflejada bajo una de las acepciones que la RAE otorga a dicha palabra: «Persona o cosa a la que se atribuyen cualidades o excelencias que no tiene».

En el caso de nuestra investigación, nos interesa observar el mito como una ordenación de símbolos que generan un relato o estructura de significado que logra trascender el momento de su creación —de ahí la atemporalidad con la que suele definirse el mito en su recurrente identificación de patrones humanos repetidos—. En un sentido lato, el mito se halla en las antípodas del dato⁴², dado que el primero opta por manifestarse a través de la *opacidad* del lenguaje, anidando entre lo racional y afectivo, lo consciente e inconsciente. Lejos de alejarnos de la *verdad*, esta falta de *nitidez* permite que aflore la intuición, el ritual, la metáfora, el conocimiento encarnado, la dimensión intersubjetiva y la experiencia vivida como formas alternativas de acceso a la realidad⁴³ (Merleau-Ponty, 1994 [1945]). El mito es un artefacto fenomenológico capaz de devolverle al receptor un reflejo o un fragmento de su realidad vivida, ahondando en una necesidad de significado trascendente (May, 1992).

Podemos definir al ser humano como una especie narrativa u *Homo fabulator* dada su asombrosa habilidad para construir relatos, imaginar historias y construir escenarios futuros (Scolari, 2013). Esta competencia narrativa —sin duda clave en la evolución de nuestra especie— nos hace capaces de dotar de sentido a todo lo que nos rodea mediante una forma de pensamiento «lógico-formal, basada en argumentos, y otra narrativa, fundada en los relatos» (Scolari, 2013: 11). Empero, Byung-Chul Han señala que en el régimen actual

⁴² En su análisis de las sociedades *big data* actuales, Byung-Chul Han hace referencia al fetichismo moderno que guardamos por el dato, venerado como conocimiento verdadero y último propio de la infoesfera acelerada: «Las cosas se vuelven transparentes cuando se insertan en flujos pulidos de información y datos. Los datos tienen algo de pornográfico y de obsceno. Ni tienen intimidad, ni *reversos*, ni *doble fondo*. En eso se distingue del *lenguaje*, que no permite una *nitidez* total. Los datos y las informaciones se entregan a una visibilidad total y lo hacen todo visible» (Han, 2015: 22).

⁴³ La propuesta fenomenológica de Merleau Ponty «recae en el darse cuenta del significado de la experiencia vivida, a partir de un campo intersubjetivo, articulado a las dimensiones espaciales, temporales, corporales e intersubjetivas de la existencia» (Dantas Guedes y Moreira, 2009: 249).

de la información o *infocracia*, el ser humano se transforma en «un *inforg* que se comunica e intercambia información» (Han, 2021: 16), a lo que añade:

Nuestra obsesión no son ya las cosas, sino la información y los datos. Ahora producimos y consumimos más información que cosas. Nos intoxicamos literalmente con la comunicación. Las energías libidinales se apartan de las cosas y ocupan las no-cosas. La consecuencia es la *infomanía*. Ya nos hemos vuelto todos *infómanos*. El fetichismo de las cosas se ha acabado. Nos volvemos fetichistas de la información y los datos. Hasta se habla ya de «datasexuales». (Han, 2021: 14)

La radical obsesión por el dato y el *logos* señalada por Han pareciera amenazar la integridad psico-emocional del humano en tanto *Homo fabulator*. Por ello, no es de extrañar que la dimensión del *logos* —reflejada por nuestro instinto de cazadores y recolectores de información (Jenkins, 2003)— deba ser acompañada por el *mythos* en tanto arquitectura existencial mediante la cual comprender el entorno, así como nuestra propia vida y su propósito. Tal y como explica la historiadora de la religión Karen Armstrong:

Pero el *logos* nunca había podido proporcionar a los seres humanos la sensación de trascendencia que ellos parecen exigir. Había sido el mito lo que había dado estructura y significado a su vida, pero a medida que avanzaba la modernización y el *logos* conseguía sus espectaculares logros, la mitología se fue desacreditando. (Armstrong, 2020: 153)

Es de nuestro interés rescatar al mito de su estado más marginal y situarlo en el centro de la esfera individual y colectiva contemporánea: el mito no ha dejado de existir, éste tan solo se ha adaptado a los espectros y relatos del capitalismo digitalizado. El «parnaso» de personalidades mediáticas ha catalizado dichas narrativas; actualizando, escenificando y *viralizando* los relatos mitológicos sobre héroes y deidades. En el contexto del capitalismo tardío, el mito nos otorga una promesa de significado (prerrequisito para lograr la *trascendencia*) a través de la cual realizarnos, auto-trascendernos y —sin negar la posibilidad— auto-explotarnos (Mukherjee y Banet-Weiser, 2012; Elias *et al.*, 2017).

A través del caso Rosalía buscamos explorar las ambigüedades que el estrellato representa, por un lado, como fenómeno propio de la cultura (pos)masiva y, por el otro, como reflejo de la dimensión mitológica y trascendente de la experiencia humana. Para comprender la interrelación entre las estrellas, el mito y la noción de lo sagrado en la posmodernidad podemos examinar la siguiente acepción que da la RAE de la palabra «mito»: «Narración maravillosa situada fuera del tiempo histórico y protagonizada por personajes de carácter divino o heroico» (RAE).

Bajo esta acepción se señala la clara interrelación que tiene el mito respecto a la esfera de lo trascendente y lo sagrado. Al tratar de trasladar esta definición a nuestro contexto actual debemos preguntarnos: «¿Qué entendemos por *sagrado* y *trascendente* en nuestro contexto digitalizado, posmasivo y tardocapitalista?». Y, «¿realmente se hallan los mitos situados fuera de un tiempo histórico?». En su erudito estudio de las diversas tradiciones religiosas, Karen Armstrong afirmó que «los dioses no pueden separarse del paisaje» (Armstrong, 2020: 87), lo que nos conduce a contemplar cómo la noción de lo divino y lo sagrado va transformándose de acuerdo con los cambios o evoluciones que experimenta cada sociedad y cultura⁴⁴. En este sentido, el mito se erige como una manera de traducir y articular los valores trascendentes para una sociedad dentro de una estructura narrativa inteligible.

En el caso de la primera forma conocida de religión de las sociedades tribales, conocida como animismo, era recurrente la antropomorfización de los objetos del mundo real: elementos como el paisaje, los animales, el sol, la lluvia, los bosques, la luna, las flores o los insectos eran dotados de un poder de agencia e incluso de estados anímicos cambiantes. A la hora de comprender el entorno y las necesidades del ser humano, estas formas de culto basadas en elementos simbólico-abstractos y en tótems realizaban una abstracción de la propia naturaleza, generando un lenguaje mítico entendible para la mayoría (Dondis, 1978: 92). Podemos observar el mismo lenguaje simbólico empleado

⁴⁴ En su obra *La esencia del cristianismo* (2013 [1841]), el filósofo alemán Ludwig Feuerbach sostiene que las creencias religiosas, incluido el concepto de Dios, son proyecciones de los ideales, necesidades y deseos humanos: «El hombre primero, inconsciente e involuntariamente, crea a Dios a su propia imagen, y después Dios, consciente y voluntariamente, crea al hombre a su propia imagen» (Feuerbach, 2013 [1841]: 476).

en las pinturas de bisontes o antílopes de las cuevas de Altamira o Lascaux, donde la expresión artística de la caza —junto a la propia actividad de la caza y el ritual— daba paso a un sentimiento mágico-religioso que ponía en contacto al ser humano con la esfera de lo numinoso⁴⁵.

Alrededor del año 9.000 a.C., con la llegada del sedentarismo durante el periodo Neolítico, se origina la agricultura y el crecimiento de los primeros incipientes núcleos urbanos (p. ej.: ciudades de Mesopotamia como Uruk, Eridu o Ur). Igualmente, vemos como la mitología comienza a trasladar su temática a aspectos propios de la incipiente civilización y cultura urbana. Por ejemplo, determinados dioses mesopotámicos reflejaban este alejamiento progresivo de la naturaleza mediante su práctica de los oficios humanos y su control sobre la naturaleza (Armstrong, 2020: 87). Algunos ejemplos son: Enki, dios de las artes mágicas y la escritura; Ninhursang diosa de medicina y naturaleza; y Marduk, dios de las aguas, la fertilidad y protector de la ciudad de Babilonia.

En este proceso de transformación de lo divino —donde observamos un progresivo alejamiento de la naturaleza y un creciente interés en la experiencia de lo humano— fue decisivo el advenimiento de la tradición clásica griega con «su énfasis en el hombre principalmente y en la concepción de los dioses como una especie de superhombres» (Dondis, 1978: 92). En las narraciones míticas grecorromanas los dioses se habían vuelto *demasiado humanos*; ahora repletos de conflictos internos, debían enfrentarse a sus destinos trágicos y confrontar los mandatos de otros dioses. Adicionalmente, sus hábitos y contrariedades vitales ayudaron a edificar una guía moral para los habitantes griegos⁴⁶: Zeus era conocido por sus numerosos amoríos, y muchos de sus hijos fueron fruto de sus infidelidades; Prometeo robó el fuego del conocimiento de los dioses del Olimpo para entregárselo a los humanos —por lo que sufrió las consecuencias de ser eternamente castigado por Zeus—; Apolo, aún siendo un curandero

⁴⁵ Según la RAE, lo «numinoso» se define como: «Perteneiente o relativo al numen como manifestación de poderes religiosos o mágicos». Y respecto a «numen» dice: «Deidad dotada de un poder misterioso y fascinador» (RAE). En este sentido, podemos situar la importancia religiosa del mito —junto a otras prácticas como el arte, el ritual, los sueños o los estados alterados de conciencia— como práctica capaz de acercar al ser humano a la dimensión mágica e inefable de lo numinoso.

⁴⁶ Categoría que frecuentemente excluía a mujeres y esclavos.

hábil, era capaz de un gran orgullo y arrogancia, poniéndose celoso si no se reconocían o apreciaban sus talentos.

Vemos como el progresivo emparejamiento de la noción de lo sagrado y lo humano no solo ayudó a crear una explicación fenomenológica de la experiencia humana, sino también a edificar sistemas de valores socialmente compartidos que funcionara como una guía moral. A través de la mitología y su representación catártica en las tragedias de dramaturgos como Sófocles, los ciudadanos griegos aprendieron a imitar (*mímesis*), reflexionar y escarmentar acerca de las actitudes de los héroes, dioses y titanes de la mitología. Esta función moral nos acerca a la segunda acepción que da la RAE del mismo concepto de mito: «Historia ficticia o personaje literario o artístico que encarna algún aspecto universal de la condición humana».

Más que una explicación ficticia de la realidad, podríamos definir al mito como una forma de meta-realidad que aglutina numerosas experiencias vividas por los habitantes de un colectivo y las destila en una serie de relatos: «Mientras el lenguaje empírico se refiere a hechos objetivos, el mito se refiere al quintaesencia de la experiencia humana, al significado y sentido de la vida humana» (May, 1992: 28). Por otro lado, podemos problematizar la noción de «lo universal» al comprender que el mito, como hemos mencionado anteriormente, se ve transformado continuamente en base a los miedos, anhelos, deseos, normas, tabúes y conflictos con los que topa cada sociedad en su momento histórico concreto. Al comprender cómo las nociones de lo sagrado, divino y trascendente son mediadas por el contexto social e histórico que las proyecta, podemos comprender al mito como un discurso situado. Respecto a esta noción, el semiólogo Roland Barthes en su colección de ensayos *Mitologías*⁴⁷ (1999) introduce la noción del mito como lenguaje o forma de habla histórica bajo los siguientes puntos clave:

1. El mito es una forma de comunicación: Barthes sostiene que los mitos no son simplemente cuentos o leyendas, sino un tipo de lenguaje o sistema de

⁴⁷ Versión original de 1957 titulada *Mythologies*.

comunicación que da forma a nuestra comprensión del mundo. Por lo tanto, el mito opera a nivel simbólico imbuyendo objetos e ideas comunes con significado. Por ejemplo, eventos como el *Tour de France* o las Olimpiadas son narrados mediante un habla mítica que inserta discursos épicos sobre la heroicidad, la superación de la adversidad o el sacrificio dentro de un contexto deportivo, logrando que dichos momentos se reconozcan como verdaderos hitos de la humanidad.

2. Los mitos son creados por la sociedad: Barthes sugiere que los mitos no son naturales, sino creados por la sociedad. Argumenta que los mitos son contruidos por instituciones culturales como los medios de comunicación y que sirven para reforzar las ideologías dominantes y las estructuras de poder. Los mitos conllevan igualmente un proceso de naturalización y purificación donde «se tornan inocentes, se les da una justificación natural y eterna, les da una claridad que no es la de una explicación sino la de una declaración de hecho» (Barthes, 1999 [1957]: 129). De tal forma, se hace pasar lo histórico por natural, y lo contingente por eterno.

3. Los mitos son ideológicos: Según Barthes, los mitos no son neutrales ni objetivos, sino ideológicos. Se utilizan para promover ciertos valores y creencias, y para dar forma a la forma en que las personas piensan sobre el mundo. La falacia del mito como habla *despolitizada* radica en su tendencia a borrar sus propias huellas: «El mito es siempre una forma de negar significados y anular las prácticas que producen esos significados» (Barthes, 1999 [1957]: 132). Además, Barthes recalca cómo el mito es confundido como un sistema factual o de hechos siendo en realidad un sistema de valores: «Lo que permite al lector consumir inocentemente el mito es que no ve en él un sistema semiológico, sino un sistema inductivo» (Barthes, 1999 [1957]: 121). Debemos hacernos conscientes de que el mito no describe una realidad ontológica, sino fenomenológica —vivida, encarnada, (inter)subjetiva y compartida—.

4. La significación es un proceso: Barthes enfatiza que la significación no es un proceso fijo o estable, sino dinámico y negociable. La cultura y la sociedad reinterpretan y remodelan constantemente los signos y símbolos, y sus significados pueden cambiar con el tiempo. Por ejemplo, obras como *La Biblia*,

Hamlet de Shakespeare o, como aquí argumentamos, *El mal querer* de Rosalía, constituyen explicaciones fenomenológicas de su realidad y contexto. Su acertada descripción de las condiciones específicas que vivía el ser humano en su contexto específico han conducido, posteriormente, a su canonización. Para Barthes, la cultura popular y sus productos de consumo son objetos dignos de análisis crítico —p. ej.: los anuncios, los videojuegos o el discurso de los *influencers* en redes—. Comprender dichos artefactos culturales es esencial a la hora de revelar los valores y creencias de la sociedad que los produce.

En definitiva, la problematización del mito introducida por Roland Barthes nos invita a dejar de ver al mito como una emanación de la naturaleza —visión que lo consideraría como una estructura fija, inamovible, universal e inmutable—, y situarlo como una construcción histórica y una forma de lenguaje: «el discurso escrito, así como la fotografía, el cine, el reportaje, el deporte, los espectáculos, la publicidad, todo puede servir de soporte para el habla mítica» (Barthes, 1999 [1957]: 108).

Aunque no debemos confundir el mito como un reflejo de la realidad ontológica, podemos considerar su función como andamio existencial necesario; sin él, el humano —en tanto *Homo fabulator*— queda huérfano al único amparo del *logos* o pensamiento racional. A pesar del triunfo moderno de la ciencia y la tecnología, nuestra realidad sigue estando profundamente impregnada por teleologías —institucionales, colectivas, supranacionales— y relatos de acuerdo con los cuales edificamos la direccionalidad de nuestras decisiones diarias. Tal y como afirma el mitólogo Max Muller: «Por descontado, hoy en día existen mitologías igual que en el tiempo de Homero, sólo que no las percibimos porque vivimos a su sombra y retrocedemos ante la meridiana luz de la verdad» (Muller, 1873: 355).

Bajo esta mirada, podemos considerar como la figura de Flamenca —la protagonista femenina de *El mal querer*, *alter ego* de Rosalía— pretende encarnar una suerte de heroína contemporánea construida bajo las nociones contemporáneas de lo mítico. Corolario que nos conduce a interrogarnos: ¿Exactamente cuáles son las mitologías que pueblan nuestro tiempo? De

manera tentativa poder considerar una lista no exhaustiva de mitos posmodernos:

- El temor a la singularidad tecnológica y el dominio de la Inteligencia Artificial sobre el ser humano
- La algorimitización del amor y el amor líquido (Bauman, 2003)
- La soledad y el aislamiento del individuo moderno en la urbe
- Las figuras de Edward Snowden, Julien Assange y el escándalo de *Wikileaks*
- La promesa de la inmersión de la vida cotidiana en el metaverso y la fusión del yo con el avatar digital
- La crisis climática del Antropoceno y el temor al fin de la civilización
- Las *fake news* y la *conspiranoia*
- El colectivo *LGTBIQ+* y el triunfo de las políticas identitarias en occidente
- *MeToo* y *Black lives Matter*
- Donald Trump y el asalto al capitolio de Estados Unidos de 2021
- Las políticas de identidad *queer*, el desmantelamiento del género y la tercera ola feminista
- La tecnología como forma de acabar con la alienación humana. La cosmovisión post-humanista y tecno-utópica de Silicon Valley⁴⁸ (Sadin, 2018; Andrea Sereni, 2021)
- La automatización del trabajo, la sociedad post-capitalista y el sueño aceleracionista (Terranova, 2017)
- Bryan Johnson y la promesa de la inmortalidad humana a través del *biohacking* y la medicina *anti-aging*

⁴⁸ Cosmovisión que combinaba el espíritu idealista del movimiento *hippie* con el emprendimiento informático de líderes *hi-tech* como Stewart Brand o Steve Jobs. Una suerte de neoliberalismo filantrópico que puede expresarse bajo el lema: «[La tecnología] ha creado los males del mundo y solo la tecnología podrá resolverlos» (Foer, 2017: 30).

- El culto a la belleza en redes, la proliferación de la medicina estética y la cultura *fitness*

De tal forma, debemos situar al mito en su contexto sociohistórico, abandonando toda pretensión de «universalidad», pureza y falta de ideología. Por otro lado, podemos hacernos conscientes de la imposibilidad de vivir sin la dimensión del *myhtos* (y su equilibrio parejo con el *logos*) en tanto estructura existencial que dota de significado y direccionalidad a los habitantes de determinada civilización.

3. 2. Geanalogía del estrellato. El estrellato en la cultura de masas

3. 2. 1. La autoridad carismática y el proto-estrellato. Del mito a la cultura de masas

Como hemos visto, el proceso de antropomorfización y humanización de lo divino alcanzó un punto álgido con la llegada de los primeros núcleos urbanos y, posteriormente, con la trascendencia de la mitología grecorromana y sus diversas figuras. A través de las aventuras épicas y arquetípicas encarnadas por los diversos héroes, titanes y semi-dioses míticos, los ciudadanos de las *polis* griegas aprendieron a reconocer la virtud (la *arethé* aristotélica) y llevar a cabo una *mímesis* de las actitudes moralmente nobles y ensalzables. De la misma forma, los destinos trágicos de los héroes representados en las obras dramáticas invitaban al público a escarmentar sobre sus propios errores, a reflexionar sobre sus vidas y a purgar sus emociones (*katharsis*). Como recuerda Jordi Busquet Duran, «el héroe encarna la quintaesencia de los valores dominantes en una cultura determinada y satisface las definiciones de lo que se considera bueno y noble en un momento dado» (Busquet Duran, 2012: 14).

A la hora de trazar una genealogía del estrellato, no podemos dejar de considerar estas figuras míticas como los primeros antecedentes a la cultura de las estrellas y las *celebrities*: la estrella es una actualización moderna del héroe mítico. Pero más allá de la mitologización de figuras ficticias como Hércules,

Aquiles o Venus, durante la época grecorromana también fue característico el proceso de idealización de figuras humanas (p. ej.: Hipócrates, Sócrates o Marco Aurelio). Laureados por sus destacadas hazañas, poderes y conocimientos, estos distinguidos líderes religiosos, emperadores, artistas, deportistas, héroes de guerra, filósofos, médicos y oráculos eran venerados e, incluso, divinizados por el resto de sus congéneres en tanto figuras extraordinarias. Esta aura de reconocimiento colectivo, donde un individuo lograba elevarse por encima de la mundanidad, nos conduce a la idea de autoridad carismática de Anton Weber (2002 [1922]): este tipo de poder — diferenciado de otros tipos de dominación regidos por la fuerza, la tradición o las leyes— radica en las características personales y extraordinarias de un individuo, al que el resto de sus congéneres decidían reverenciar sin coacción alguna de por medio.

Estas formas de *proto-estrellato* en torno a las figuras religiosas y personalidades investidas con poder carismático siguieron desarrollándose durante la Edad Media y la Edad Moderna hasta la revolución industrial. A partir de la segunda mitad del siglo XIX surgió el auge tecnológico, la automatización, la producción seriada, la extremada especialización profesional y, en definitiva, el «ritmo de acero» de la era de la industrialización (Horkheimer, Adonor 1989: 1). La situación característica del capitalismo industrial —que provocó una alta concentración de vida en las grandes ciudades en detrimento de la vida y trabajo en el campo— inauguró un período de superación de la economía de subsistencia, el aumento de la movilidad social (con una potencial promesa del ascenso de la burguesía a la élite social), así como el desarrollo de la tecnología de comunicación de masas y la industria del entretenimiento. Todos estos prerequisites fueron fundamentales para el nacimiento del fenómeno del estrellato en contexto del «declive de las culturas locales y el desarrollo de una cultura de masas» (Dyer, 1998: 8).

La urbanización transformó los hábitos de producción, consumo y entretenimiento, promoviendo «la estandarización del contenido, la comercialización del arte, la trivialización de los productos de la alta cultura, la promoción de actitudes pasivas respecto al contenido y la merma de la conciencia histórica» (Sokolowski, 2011: 308). El actor protagonista de todas

estas nuevas dinámicas fue la muchedumbre de las clases populares y la burguesía, denominada *hombre-masa*⁴⁹ por Ortega y Gasset (2002 [1929]). La *masa* había llegado al poder social y la mayoría política debido a su nuevo y elevado nivel de vida —propiciado por las comodidades del estado de bienestar—, el surgimiento de la clase media y la expansión de los valores de la clase trabajadora de cuello blanco⁵⁰ (Wright Mills, 1969 [1951]). Este cambio en las relaciones y fuerzas de producción generó una superestructura social alojada en las posibilidades de acceso y el espectáculo (Debord, 1967), donde la población ahora exigía entretenimiento (entendido como una forma pasiva de ocio) y bienes de consumo. Conformando el aparato productivo conocido como «cultura de masas».

El surgimiento de los medios masivos —el telégrafo, la prensa, la radio y la televisión— fue esencial en la configuración de esta nueva sensibilidad de masas y en la estandarización de los gustos culturales. Diversas teorías como la aguja hipodérmica⁵¹ y la *agenda setting*⁵² describieron el poder biopolítico de los medios masivos y sus diversos formatos a la hora de manipular y moldear la mente del ciudadano. Jugando con este sentido, la frase célebre «el medio es el mensaje» de Marshall McLuhan (1964 [1996]) intercambia la palabra

⁴⁹ El fenómeno de la *masa* en tanto representación colectiva e individual del nuevo ciudadano urbano fue acuñado por José Ortega y Gasset en *La rebelión de las masas* (2002 [1929]). El filósofo español describe la altitud de los tiempos en los que ahora habita el *hombre-masa*, quien se caracteriza por «sentirse con mayor potencialidad que nunca y parecerle todo lo pretérito afectado de enanismo» (Gasset, 2002 [1929]: 81). Este sentimiento de «elevación» y falta de conciencia histórica sobre tiempos pretéritos resultará en la rebelión de este *hombre-masa*, concluyendo con la inserción de éste en todos los aspectos de la vida pública, social, cultural y política de la historia reciente.

⁵⁰ Charles Wright Mills (1969 [1951]) acuñó el término *white collar class* para describir a los trabajadores profesionales, gerenciales o administrativos en ocupaciones no manuales o de oficina, a menudo empleados en entornos corporativos. Esta nueva clase —a veces descrita como «cognitariado» según las corrientes pos-marxistas (Terranova, 2017)—, se dedicaba a tareas mentales o administrativas, basándose en la educación y sus habilidades intelectuales más que en el trabajo físico propio del obrero o trabajador de «cuello azul».

⁵¹ Surgirán varios teóricos que apuntarán al poder de los medios sobre la conciencia del ciudadano. Entre las investigaciones más populares hallamos la teoría hipodérmica de Harold Lasswell o la teoría de los efectos limitados de Lazarsfeld y sus colegas de la universidad de Columbia. Estos intelectuales mantendrán una discusión de enorme calado para comprender la posterior crítica a la cultura de masas de la Escuela de Frankfurt. El interés por comprender el efecto de propaganda y el mensaje mediático sobre la forma de pensar del ciudadano, así como las causas, efectos y características de este en la nueva «sociedad de masas», impregnará el ámbito de las ciencias sociales, el periodismo y las ciencias políticas, llegando hasta los estudios culturales y la filosofía.

⁵² Esta teoría, creada por Maxwell McCombs y Donald Shaw, reflexiona sobre el efecto directo de los medios masivos sobre la opinión pública: los medios deciden sobre qué se habla, de qué manera y qué importancia se le otorga a una información dentro de la jerarquía de los sucesos noticiosos.

«mensaje» por «masaje»; subrayando la idea de que el formato o medio a través del cual se transmite la información tiene más influencia sobre la mente de la audiencia que el contenido en sí.

Continuando estas ideas de los estudios sobre *mass media*, la Escuela de Frankfurt y sus seguidores elaboraron una teoría crítica acerca de la cultura de masas (Horkheimer y Adorno, 1988 [1944]; Lipovestky, 1983; Han, 2014; Ladevéze e Irisarri, 2015). A continuación, sintetizamos dicha teoría en algunos puntos clave:

- El acceso masivo a conocimiento y cultura ya no se halla restringido a la élite social o a determinados depósitos de conocimiento (universidades y monasterios).
- Los medios de masas se centran en la producción de bienes culturales, una producción en fábrica seriada de productos de consumo centrados en el *entretenimiento*.
- La homogeneización del gusto y de los bienes culturales se hace patente a pesar de la aparente sensación de «variedad». Los productos de masas sacrifican y simplifican parte de su contenido estético y ético a fin de maximizar su difusión y aceptación por parte del público; esto provoca que el gusto cultural colectivo peligre en su acercamiento hacia la «masiva convergencia en la trivialidad» (Ladevéze e Irisarri, 2015).
- Los medios de masas mantienen una «estructura anfiteatral» (Han, 2014: 34) donde el emisor (productor) irradia de manera unidireccional sus contenidos a un receptor pasivo (consumidor), estableciendo una clara jerarquización y ejecución del poder vertical (de arriba a abajo).

Dentro de la crítica a la cultura de masas, igualmente notable es la caracterización del «hombre masa» en tanto sujeto que conforma el grueso del tejido social predominante:

- Según José Ortega y Gasset (1992 [1929]), la masa se constituye en su sentido cuantitativo como «aglomeración» y en su sentido cualitativo como hombre común o medio.

- El «hombre masa» reemplaza a las minorías privilegiadas en sus actividades, espacios y sus funciones, tomando el control de lugares anteriormente excluidos al ciudadano medio (Ortega y Gasset, 2002 [1929]). En este sentido, se inaugura una era de acceso a la tecnología, a la práctica de oficios que antes exigían cualificaciones especiales y al disfrute de parcelas del entretenimiento antes restringidas donde ahora las instituciones «habilitan el tiempo libre y el ocio» (Lipovetsky 1983: 7).

- A nivel interpersonal, destacan las relaciones formales distantes y el anonimato; estas nuevas formas de comunicación interpersonal tornan característica la percepción de soledad del individuo dentro de la aglomeración urbana.

3. 2. 2. El nacimiento de la estrella y el star-system de Hollywood.

Históricamente, no podemos desvincular el nacimiento del estrellato —en su sentido moderno— a la economía capitalista, la vida urbana, y el auge de la industria cultural, audiovisual y cinematográfica (Morin, 1972; Dyer, 1998; 2004; Rojek, 2001). Es más, las estrellas se erigen como figuras de adoración y modelos a seguir en «contextos sociales radicalmente destradicionalizados» (Cusack, 2011: 404), ofreciendo pautas para la creación de identidad a nivel colectivo.

En concreto, la génesis del *star-system* se remonta a la floreciente industria cinematográfica de principios del siglo XX, donde estrellas del cine mudo como Charlie Chaplin, Gloria Swanson o Buster Keaton se convirtieron en figuras ampliamente reconocidas al cautivar al público con sus carismáticas actuaciones. La cámara cinematográfica fue el ojo que permitió la aparición estelar de estos personajes, donde el primer plano (*close-up shot*) permitió desplegar el «teatro de la piel» (Gutiérrez de Terán, 2013): las facciones, los pensamientos, los sentimientos y los rincones secretos de los actores ahora podían ser escudriñados y captados por la cámara. Esto expandió las posibilidades creativas, expresivas y narrativas respecto a otras formas de entretenimiento de moda como el teatro o el vodevil. Esta nueva posibilidad de

«acercamiento» a los personajes en pantalla hizo que el interés de las películas gravitara alrededor del elenco de estrellas.

Más aún, el gran hito que catapultó el *star-system* al imaginario colectivo vino de la mano del cine sonoro y su gran relevancia durante la década de 1920⁵³. Este salto tecnológico fundamental transformó la industria cinematográfica, permitiendo que las voces de los actores fueran escuchadas y que sus personalidades resonaran más profundamente con el público. Este elemento — junto el acceso a la intimidad del personaje y su interpretación habilitado por el primer plano (*close-up shot*)— engendró la comprensión tradicional del *fandom* o fenómeno *fan* basado en la noción de parasocialidad de Horton y Wohl (1965). Dichos autores describen la relación entre *fans* y celebridades en los principales medios de comunicación como la «ilusión de [una] relación cara a cara con el intérprete» (Horton y Wohl, 1956: 215), caracterizada por ser «unilateral, no dialéctica, controlado por el ejecutante y no susceptible de desarrollo mutuo» (Horton y Wohl, 1956: 223). La relación parasocial («*PSR*» o «*parasocial relationship*» en inglés) es aquella que «exhibe la 'ilusión de intimidad' entre individuos y personalidades mediáticas» (Radford y Bloch 2012: 139). Por ejemplo, casos en los que la celebridad puede ser considerada un amigo, un hermano o una figura paterna/madre sucedánea, compensando los déficits en las relaciones de la «vida real» (Turner, 2014: 102-105).

La emergencia de estas formas de interacción (para)social habilitadas por los medios de comunicación masivos corrieron en paralelo al desarrollo de los años dorados de la producción cinematográfica de Hollywood. A la par que la producción fílmica alcanzaba una estandarización total en base a unas convenciones «clásicas» pautadas⁵⁴ (p. ej.: los movimientos de cámara, el uso de licencia visuales, el *raccord*, el tipo de montaje, la jerarquía de los personajes o el estilo de actuación). Durante la primera mitad del siglo XX fuimos testigos de la triunfal presencia del *hombre-masa* (Ortega y Gasset, 2002 [1929]) en la esfera político-social: el ascenso de los ideales, sueños y

⁵³ El cine sonoro aparece con *El cantor de jazz* (1927). Esta película dirigida por Alan Crosland es considerada como el primer largometraje sonoro de la historia.

⁵⁴ Estas convenciones fueron bautizadas como «Modelo de Representación Institucional» por el historiador del cine Noël Burch. Para saber más véase su obra *Praxis du cinéma* (1968), citada en nuestra bibliografía en su traducción en inglés como *Theory of Film Practice* (1991).

anhelos burgueses, así como la importancia del individualismo y la capacidad de poder vivir «a la manera de uno mismo». Este reflejo especular de la realidad social soñada dentro del séptimo arte señala como «el aburguesamiento del imaginario cinematográfico corresponde a un aburguesamiento de la psicología popular» (Morin, 1972: 8).

Si, tal como dice Margaret Thorp, «el deseo de traer las estrellas a la tierra es una de las corrientes esenciales de este tiempo» (Thorp, 1954: 54), podemos comprender cómo el sistema de estudios cinematográfico —grandes estudios como MGM, Warner Bros y Paramount— se encargó de convertir dicha aspiración en una realidad. Parejas icónicas del cine como Fred Astaire y Ginger Rogers personificaron la calculada orquestación de personajes estelares a fin de lograr el máximo atractivo para la audiencia. Por otro lado, los estudios ejercieron un meticuloso esfuerzo a la hora de crear narrativas glamurosas en torno a las estrellas, gestionando estrechamente sus personajes públicos, el cultivo de su imagen y sus papeles en las películas: «Esta «superpersonalidad» debe verificarse sin cesar en pro de las apariencias: elegancia, trajes, propiedades, animales, viajes, caprichos, amores sublimes, lujo, riqueza, despilfarro, grandeza, refinamiento, y todo ello adobado, según una dosis variable, de exquisita sencillez y extravagancia» (Morin, 1972: 16). Es bajo esta dialéctica entre el actor/intérprete y el papel/personaje que surgirá la estrella como una suerte de «superpersonalidad» mítica. De tal forma, las diversas estrellas y sus arquetipos —el *dandy*, el rebelde sin causa, la *femme fatale*, el anti-héroe, etc.— exhibirán cada vez más puntos de apoyo para la identificación de la audiencia o mimesis; mostrando sus luces y sombras, funcionarán como modelos de referencia y mediadores entre lo terrenal y lo divino (el parnaso cinematográfico, la fama y el reconocimiento colectivo).

Vista esta función especular, podemos llegar a definir a las estrellas como receptáculos afectivo/emocionales que canalizan afectos, emociones y vivencias personales (Marshall y Redmond, 2015), así como receptáculos semióticos que condensan significado cultural (Dyer, 1998; Wohlfeil et al., 2019). En este sentido, las personalidades del *star-system* reflejan los cambios que experimenta la mentalidad ciudadana en la floreciente sociedad del

bienestar, así como la psicología del *hombre-masa* en su ascenso al poder social (Ortega y Gasset, 2002 [1929]).

Si la última aspiración de la individualidad burguesa puede ser definida como la de «vivir a imagen de los dioses, y a igualarlos si es posible» (Morin, 1972: 12), podemos ver cómo a lo largo del siglo XX el *star-system* hollywoodiense catalizó todos sus anhelos, deseos, aspiraciones, temores y vicios morales para ofrecer una teleología contemporánea capaz de dotar de un significado trascendente al hombre posmoderno —por otro lado, cada vez más aislado, desacralizado, destradicionalizado y desencantado con los fantasmas de la Modernidad y el progreso—.

De tal forma, estas nuevas narrativas trascendentes encarnadas por la neomitología del estrellato frecuentemente fueron alineadas con los ideales del *establishment* neoliberal —sin excluir, a su vez, la crítica y resistencia respecto a este modelo—. Narrativas sociales y *frames* en boga, tales como la promesa del *sueño americano*, los estereotipos de género⁵⁵ establecidos por la mirada masculina (Mulvey, 1975) o la sensibilidad contracultural de los *beatniks*, empaparon la estética y filosofía que formó parte de la persona pública de las estrellas. Por ejemplo, Marilyn Monroe personificó la dulcificada e idealizada hiper-feminidad mientras que John Wayne fue símbolo de la ruda hiper-masculinidad; Clark Gable representaba el epítome de la masculinidad elegante y carismática, mientras Greta Garbo encarnaba la figura de la mujer enigmática y seductora. Posteriormente y al son de la rebeldía contracultural de los años 60, actores como Marlon Brando y James Dean desafiaron las normas establecidas, aportando autenticidad y emoción cruda a sus actuaciones y anunciando un cambio hacia estilos de actuación más naturalistas. En última instancia, vemos como la «superpersonalidad» mítica de estas estrellas lograba proyectarlas a alturas estratosféricas al encarnar símbolos de aspiración y fantasía colectivos. Esto ilustra la poderosa influencia de la

⁵⁵ Ana María Belmonte Jiménez (2011) señala algunos de los estereotipos femeninos más frecuentes como son el ama de casa, la mujer objeto, la triunfadora profesional, la mujer complemento, la abuelita previsor, la adolescente «guay» y la *femme fatale*. En el caso de la Marilyn Monroe, vemos como la gran mayoría de sus papeles quedaron relegados a los estereotipos de «mujer objeto y adorno»; todo ello a pesar de las inquietudes intelectuales, la ambición artística y el activismo llevado a cabo por la actriz durante su carrera profesional y vital (Belmonte Jiménez, 2011: 12).

industria cinematográfica a la hora de configurar la percepción o *persona* pública de las estrellas —operación que a menudo eclipsaba la realidad de su identidad privada o biográfica (Belmonte Jiménez, 2011)—.

Esta característica polimórfica o multifacética de la personalidad de las estrellas (Wohlfeil *et al.*, 2019: 2) nos hace ser conscientes de su estratificación en múltiples dimensiones: la vida privada biográfica, la vida pública comercial, la «superpersonalidad» mítica, la interpretación del papel/personaje o las relaciones parasociales establecidas por los *fans*, entre otros. Esta complejización del *self* ilustra el poder del estrellato y su estudio como una importante herramienta pedagógica y epistemológica que aborda proceso de presentación del individuo en sociedad (Goffman, 1997; Marshall, 2010). La comprensión del fenómeno *celebrity* nos conduce a realizarnos preguntas sobre aspectos más amplios sobre la formación de la identidad social: «¿cómo articulamos nuestra identidad y sus diversos estratos de cara a la dimensión pública y privada? E igualmente, «¿cómo lidiamos con nuestra condición conspicua de seres constituidos por la mirada del *otro*⁵⁶?

En la era digital, las celebridades cultivan sus propios personajes, eludiendo frecuentemente el control tradicional de los estudios e interactuando directamente con sus fans a través de canales sociales, redefiniendo las nociones de accesibilidad a la fama. A continuación, veremos cómo el concepto de estrella ha evolucionado a través de las plataformas digitales, redes sociales y un panorama industrial jerárquicamente más *líquido*.

⁵⁶ Para profundizar más en la importancia de la alteridad o la negatividad del *otro* en la constitución del yo y la identidad véase *La expulsión de lo distinto* (2017) de Byung-Chul Han y el acta de la conferencia *La alteridad como configuradora de la identidad* (Luchetti, 2009).

3. 3. El estrellato como mitología de la era digital y la cultura posmasiva

3. 3. 1. Comunicación e hiperculturalidad en la era posmasiva

Con la popularización de internet y la web 2.0 nos aproximamos al fin de la cultura de masas para introducirnos en un nuevo paradigma interactivo o posmasivo (Rizo García, 2013) conocido como la revolución digital. Si previamente los críticos a la cultura de masas achacaron al *hombre-masa* su condición de pasividad, bajo este nuevo paradigma interactivo surgen posturas tecnófilas que acogen internet como un potencial estímulo para el intercambio de información, la construcción de comunidades digitales y una ampliación de la vida democrática (Rheingold, 1996; Siles González, 2005).

Si bien pueden reconocerse la continuidad de ciertas dinámicas respecto a la cultura de masas⁵⁷, con el paradigma de la revolución digital y la *web 2.0* nos hallamos ante un «espacio de comunicación en el que convergen o pueden darse varios tipos de comunicación, entre ellas, sin lugar a duda también, la comunicación de masas: pasiva, unívoca y centrada en el emisor» (Llorca, 2005: 23). De tal forma, internet se asemejaría a un *ágora* virtual de opciones, una panoplia de medios de producción/emisión de contenido que en última instancia otorgan al usuario la responsabilidad de hacer de éstos un uso más activo o pasivo bajo el principio de heterogeneidad de las audiencias (Terrasa Rico, 2021a).

En el caso de la recepción, observamos la proliferación de un abanico de canales de emisión y mensajes tratados que individualizan al consumidor,

⁵⁷ Núñez-Ladevéze e Irisarri (2014) insisten en la continuidad de ciertos aspectos fundamentales propios de la cultura de masas. Por ejemplo, tras la posibilidad de la interactividad, se siguen manteniendo unos agentes productores, empresas con recursos y posibilidades a las que el ciudadano no tiene acceso. El nuevo tipo de relación provoca mayor personalización del contenido y que las audiencias sean más fragmentarias aunque se sigue manteniendo el esquema de la uniformidad. De tal forma, las industrias culturales siguen siendo las grandes productoras de contenido que satisfacen las demandas del público, las cuales apuesta ahora por un carácter más global y uniforme frente a las apetencias locales o concretas. Aunque la propuesta al receptor de contenidos se individualice y personalice más, con el caso de los emisores «hay una tendencia al establecimiento de macrogrupos empresariales que controlan el mercado» (Paredes Cáceres, 2004: 84).

dejando de cosificar a éste como una *masa heterogénea* para tratar de ofrecer un contenido personalizado y diversificado que apele a minorías interesadas (Valbuena, 1997). En este sentido, el receptor se transforma en «participante de los contenidos que recibe, [...] desafiando la idea homogeneizadora de los medios de comunicación de masas digitales» (Paredes-Cáceres, 2004: 84).

En el caso de la emisión, queda claro que nuevos perfiles de usuario como el prosumidor (Toffler, 1980) o *emirec* (Cloutier, 1973) suponen un desafío a los modelos tradicionales de comunicación de masas y su estudio desde la comunicación. Mientras que el concepto de *prosumidor* de Alvin Toffler fusiona el rol de productor y consumidor en un marco economicista, el concepto *emirec* de Jean Cloutier (1973) nos habla de una posición horizontal y dialógica que fusiona al emisor y receptor. Tal y como explico en el artículo *¿Apocalípticos o integrados? Audiencias culturales y «El mal querer» de Rosalía como fenómeno transmedia*:

Auxiliado por el contexto global y digitalizado, el *emirec* forma parte de un espectro de las audiencias capaz de ejecutar una miríada de prácticas divergentes y contraflujos anti-hegemónicos dentro del circuito cultural: micro-tácticas de reapropiación del contenido y replicación desviada, el cosmopolitanismo ético como respuesta a la glocalización, la fragmentación de audiencias y el público de nicho, el activismo de consumo y el activismo en torno al estrellato. (Terrasa Rico, 2021a)

Con la incipiente era digital vemos la caída del modelo de comunicación asimétrica, donde el individuo indiferenciado llamado «masa» es concebido como mero agente pasivo. Ahora, los usuarios del paradigma posmasivo transforman la comunicación unidireccional⁵⁸ y jerárquica propia de la era del *broadcasting* —modelo vertical o *top-down*— por el paradigma horizontal, irradiante y descentralizado propio de la era del Broadcast Yourself⁵⁹ y de espacios posmasivos como internet. A nivel usuario, este cambio deriva en un rol más activo por parte de las audiencias, lo que les permite acceder a las

⁵⁸ Esta unilateralidad en la comunicación hace referencia al sentido unívoco en la transmisión de la información en medios tradicionales como la prensa, la radio o la televisión, donde siempre se traza una línea unívoca de emisor a receptor.

⁵⁹ Lema de la plataforma YouTube que podríamos traducir como «retransmítete tú mismo».

distintas fases del circuito cultural: producción, circulación, distribución/consumo, reproducción e identidad (Hall, 1980; Champ, 2008). A nivel colectivo, la libertad y disolución de las jerarquías respecto a las funciones de emisión/recepción provoca una patente ausencia de mediación en la transmisión de la información dentro del ecosistema digital. El anhelo de transparencia debilita la función de los mediadores —p. ej.: periodistas, críticos o *gatekeepers* que filtran y construyen discursos con apoyo institucional— a favor de una producción, consumo y acumulación rápida y libre de la información (Han, 2014).

Este estado de rápida circulación de la información y los datos nos conduce al estado conocido como infoesfera acelerada, donde prima el *acceso* por encima de la *posesión*: «La economía de la experiencia sustituye a la economía de la cosa» (Han, 2021: 26). Igualmente, el acceso ilimitado a experiencias, la hipercomunicación y los flujos de información acelerados disuelven las barreras espaciales y temporales del antiguo paradigma masivo. En palabras de Byung Chul-Han: «En la era digital todo queda igual de cerca de igual de lejos» (Han, 2021: 16). Observación que secundan Núñez Ladevéze e Irisarri al afirmar que, en el medio digital, «todas las relaciones son equidistantemente próximas» (Núñez Ladevéze e Irisarri, 2015: 482). La destrucción de la dialéctica entre cercanía y lejanía conduce al fin del *pathos de la distancia*, provocando la erosión de la distinción entre la esfera privada y pública: «Hoy, en cambio, reina una total falta de distancia, en la que la intimidad es expuesta públicamente y lo privado se hace público» (Han, 2014: 14).

Este estado transforma la noción de comunicación interpersonal —ahora directa y a tiempo real entre usuarios, muchas veces no presencial— e intrapersonal —bajo un nuevo reconocimiento de uno mismo bajo su *avatar* virtual en redes—, además de provocar una desterritorialización de la comunidad más allá de unas limitaciones espaciotemporales determinadas (Rizo García, 2013). Estas dinámicas son capaces de intensificar las características de la cultura participativa expuesta por Henry Jenkins (Jenkins, 1992 [2009]; Jenkins *et al.*, 2014): los usuarios son capaces de contribuir y distribuir con mayor libertad sus propias creaciones dentro de comunidades digitales, favoreciendo espacios de expresión donde se generen símbolos

propios, sentimientos de pertenencia y actitudes como la solidaridad, el intercambio de información, la instrucción o procesos de mentoría.

Bajo este contexto caracterizado por el intercambio de información, el amontonamiento de artefactos culturales y la disponibilidad de herramientas creativas, asistimos al paradigma de la *inteligencia colectiva* vaticinado por Pierre Levy (2004 [1956]). Igualmente, la liberación de la cultura de un tiempo-espacio concreto, así como la posibilidad de acceso a artefactos culturales de cualquier tiempo pretérito, nos acercan a la noción de hiperculturalidad:

El proceso de globalización, acelerado a través de las nuevas tecnologías, elimina la distancia en el espacio cultural. La cercanía de este proceso crea un cúmulo, un caudal de prácticas culturales y formas de expresión. El proceso de globalización tiene un efecto acumulativo y genera densidad. Los contenidos culturales heterogéneos se amontonan unos con otros. Los espacios culturales se superponen y se atraviesan. La pérdida de los límites también rige el tiempo. En la yuxtaposición de lo diferente se acercan no solo diferentes lugares, sino también diferentes períodos de tiempo. La sensación de lo *hiper*, y no de lo *trans*, *inter* o *multi*, refleja de modo exacto la espacialidad de la cultura actual. (Han, 2018: 22)

Esta «desfactifización» de la cultura —entendida como pérdida de su facticidad en tanto pertenencia fundamentalista a un espacio, tiempo, límites y fronteras determinadas— hace que conceptos como «patria», «nación» o «frontera» pierdan sentido para el turista hipercultural, quien ahora se alza como el viajero-usuario paradigmático de la aldea global e hipercultural (Han, 2018: 27). Este nuevo usuario —guiado por la pregunta «Where do you want to go today?⁶⁰»—, puede ir más allá de los límites de la tradición o la herencia que podrían haberlo constreñido en el pasado. Ahora, el turista hipercultural es libre de realizar un *windowing* cultural, asomándose mediante un *click* o un rápido vuelo *low-cost* ante cualquier fenómeno del planeta que despierte su atención.

⁶⁰ Este lema (traducido al español como «¿Hasta dónde quieres llegar hoy?») acompañó en 1994 la segunda campaña global de la compañía multinacional Microsoft, introduciendo un enfoque humanista respecto a las posibilidades de exploración que prometía el espacio cibernético.

Las dinámicas de consumo y producción cultural previas a la revolución digital ahora se abren al modelo de cultura mosaico⁶¹ (Moles, 1967): la estructura de rizoma o red diluye las jerarquías verticales y unidireccionales a favor de una ordenación no secuencial basada en dinámicas como la yuxtaposición, la hipertextualidad⁶² (Nelson, 1987), lo híbrido, el collage, el *sampling* o el *remix*. El devenir de la cultura y su transformación continua puede ser vista en sí misma como una práctica incesante de *remix*: «Cada acto de lectura, elección, crítica y alabanza de la cultura es, en este sentido, una remezcla (*remix*), y es a través de esta práctica general como se construyen las culturas»⁶³ (Knobel y Lankshear, 2008: 22).

Bajo estas nociones podemos contemplar los diversos elementos que componen la construcción del universo de *El mal querer* y su recepción. En este sentido destacamos la hibridación sonora anclada en el presente musical (*hip hop*, *pop*, música urbana y música experimental) y los sonidos tradicionales o antiguos (flamenco y copla, polifonía vocal renacentista, entre otros); el hipervínculo textual que mantiene el diseño conceptual/narrativo del álbum con la obra escrita medieval *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]); el universo estético ensamblado con piezas del imaginario lorquiano, el cine quinqu español o los símbolos tradicionales católicos junto a la cultura urbana de extrarradio; la creación de un universo transmedia mediante un equipo interdisciplinario que sigue dinámicas propias de la autoría colaborativa; la recepción del fenómeno bajo la tensión dialéctica entre la implosión de los fundamentalismos culturales —*frame* de *Universalismo cultural*— y el resurgimiento de los fundamentalismos a fin de proteger las

⁶¹ La cultura mosaico, descrita por Abraham Moles en *Sociodinámica de la cultura* (1967) designa un tipo de dinámica social que disuelve la unidireccionalidad en la producción cultural (la estructural piramidal donde la élite dicta qué consume el pueblo) en un modelo más rizomático donde todas las partes del espectro piramidal se involucran en la producción y consumo de contenido. Este concepto tiene más vigencia que nunca en la era digital, donde la disolución de los límites temporales y la facticidad de la cultura nos hablan de la hipercultura definida por Byung-Chul Han (2018).

⁶² Bajo esta noción, todo texto se inscribe como un hiperenlace a través del cual se conecta no-secuencialmente con otros textos, diluyendo la idea de la obra «absoluta». Lo hipertextual opera en red, conectándose mediante líneas de fuga con otros discursos, ideas, autores y obras coetáneas, pasadas y futuras. Un ejemplo de de hipertexto paradigmático es *La Biblia* o el *Antiguo Testamento*.

⁶³ Traducido del inglés en el original: «Every single act of reading and choosing and criticizing and praising culture is in this sense remix, and it is through this general practice that cultures get made» (Knobel y Lankshear, 2008: 22).

fronteras del flamenco y la etnia romaní —*frame* de *El invasor*⁶⁴—. Vemos cómo todos estos elementos mencionados son expresiones sintomáticas de la hiperculturalidad y de la acelerada remezcla de tiempos, espacios, tradiciones y sensibilidades bajo una *grand ouvre* colaborativa.

De tal forma, las dinámicas en red participativas y horizontales propias de la era digital posmasiva no pueden menos que verse reflejadas en el fenómeno del estrellato. Como aquí insistimos, las estrellas actúan como verdaderos espejos o vectores que reflejan las contiendas que la identidad, el consumo y la producción cultural atraviesan en este nuevo entorno fluido⁶⁵. En el epígrafe 3.4 de este capítulo profundizaremos en el *El mal querer* como narrativa transmedia y en los cambios que el contexto hipercultural, global y digitalizado tienen sobre la industria musical —donde Rosalía se alza como ejemplo paradigmático de una nueva forma de artista líder y autónomo—.

3. 3. 2. «Hemos matado a Dios...» y lo hemos transformado en superestrella. Del culto a lo conspicuo

Con la muerte simbólica de Dios en la era post-nietzscheana, asistimos al auge de la moral individualista y el declive de religión en su sentido tradicional⁶⁶ (Durkheim, 2007 [1912]). Liberado de la brújula moral y de la comunidad religiosa capaces de arroparlo y guiarlo en el pasado, el hombre moderno

⁶⁴ Puede profundizarse más sobre los *frames* mencionados en el próximo capítulo o en el artículo: Terrasa Rico, M. (2021a). «Framing and Production of Stardom in the Digital Age. Case Study: Rosalía's *El Mal Querer* in the Spanish Written Press (2018-2020)». *Doxa Comunicación*, 32, pp. 381-404.

⁶⁵ Para saber más acerca de este punto recomiendo la lectura del artículo: Terrasa Rico, Mateu, Ignacio Blanco Alfonso, y Margarita Garbisu Buesa. 2021. «El estrellato como mitología de la era digital: Hiperculturalidad Y 'El mal querer' de Rosalía». *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes* 19 (2), 388-410. <https://doi.org/10.7195/ri14.v19i2.1734>

⁶⁶ Según Durkheim «la religión es un sistema solidario de creencias y de prácticas relativas a las cosas sagradas, es decir, separadas, interdictivas, creencias a todos aquellos que unen en una misma comunidad moral, llamada Iglesia, a todos aquellos que se adhieren a ellas» (Durkheim, 1912/2007: 90). Tanto la proclamación de Nietzsche de «Dios ha muerto», como al auge de la moral individualista y la decreciente influencia de la religión señalada por Durkheim, apuntan a cambios que el contexto social occidental experimentaría con los albores del siglo XX: previeron una transformación de la autoridad religiosa tradicional y los códigos morales —elementos que ya no tendrían el mismo poder sobre los individuos que antaño—. Ambos filósofos señalaron al triunfo de los valores individualistas y la autonomía moral, elementos que ganaban prominencia en detrimento de la religión, contribuyendo a una reconfiguración de las normas y los valores sociales imperantes hasta entonces.

ahora es testigo de cómo la cosmogonía *pop* —la fervorosa cultura *mainstream* de los medios sociales— recoge su desvalida necesidad de *trascendencia* catapultándola hacia las alturas estratosféricas del parnaso digital. Ahora, su dimensión afectivo-mítica y espiritual es guiada por la promesa de convertirse en un Dios en sí mismo⁶⁷. La cámara de un *smartphone* y conexión a internet es potencialmente lo único que este nuevo individuo necesita para poder unirse al Olimpo de sus ídolos mediáticos en vida. En habidas cuentas, hubo un tiempo en que sus ídolos —igualmente humanos— ocuparon su misma posición, tan anónima y mundana, antes de alcanzar la *ascensión* mediática. Mitos como el de Greta Thundberg, Donald Trump o Elon Musk ha sido cincelados en el imaginario colectivo de manera irreversible, y ahora estos personajes tan conspicuos se alzan como verdaderos pastores de la opinión pública:

Los *influencers* son venerados como modelos a los que seguir. Ello dota a su imagen de una dimensión religiosa. Los *influencers*, como inductores o motivadores, se muestran como salvadores. Los seguidores, como discípulos, participan de sus vidas al comprar los productos que los *influencers* dicen consumir en su vida cotidiana escenificada. De este modo, los seguidores participan en una *eucaristía digital*. Los medios de comunicación social son como una Iglesia: *el like es el amén. Compartir es la comunión. El consumo es la redención*. La repetición como dramaturgia de los *influencers* no conduce al aburrimiento y la rutina. Más bien le da al conjunto el *carácter de una liturgia*. Al mismo tiempo, los *influencers* hacen que los productos de consumo parezcan utensilios de autorrealización. De esta manera, nos consumimos hasta la muerte, mientras nos realizamos hasta la muerte. El consumo y la identidad se aúnan. La propia identidad deviene en una mercancía. (Han, 2022: 19)

⁶⁷ En palabras de Edgar Morin: «Los reyes fueron los primeros en situarse en el nivel de los dioses, es decir, a considerarse como "hombres totales". Progresivamente fueron los ciudadanos, después la plebe y finalmente los esclavos los que reivindicaron esta individualidad que, en principio, los hombres acordaron a sus dobles, sus dioses y sus reyes. Ser reconocido como hombre es, en primer lugar, verse atribuir el derecho a imitar a los dioses». (Morin, 1972: 12).

En las sociedades tardo-capitalistas, la representación del estrellato a través de un *frame* religioso es sintomático de cómo nos hallamos en un momento histórico plenamente posmoderno⁶⁸. La concepción del *pop* como religión secular (Till, 2010) supone una ruptura respecto a ciertas narraciones y discursos de la modernidad tales como la distinción entre «alta cultura y baja cultura»⁶⁹ (Abruzzese, 2004: 190); «cultura de élite y cultura comercial o de masas» (Jameson, 1991: 4); o «cultura sagrada y secular» (Till, 2010: 1). Como hemos mencionado anteriormente, los medios masivos —prensa, radio y televisión— aliados con la industria del cine y el *star-system* hollywoodiense crearon y monopolizaron un imaginario social nuevo, la nueva religión del espectáculo como representación sublimada de la realidad soñada (Debord, 1967). Pero con la aparición de la *web 2.0*, los anhelos del hombre por verse reflejado en la gran pantalla se han transformado en el verdadero ejercicio de hacerse visible a sí mismo. Este impulso se halla correspondido por las contemporáneas dinámicas de *acceso* y *sharing* propias del ecosistema digital y los medios posmasivos.

Dispositivos digitales como el teléfono móvil inteligente (y otros objetos seguidos del prefijo *smart-*) funcionan como una renovada versión de la aguja hipodérmica, permitiendo que nos inoculemos a nuestra propia voluntad dosis de *dopamina digital* en cualquier momento y cualquier lugar en forma de noticia, *post*, *story* o mensaje de texto (Lembke, 2021). El uso de estas herramientas —que actúan como prolongaciones exosomáticas de nuestros propios órganos⁷⁰ (Stiegler, 2002)— imbuyen nuestra cotidianeidad en

⁶⁸ Fredric Jameson enmarca el posmodernismo como el intervalo histórico surgido a finales de los años 50 y comienzos de 60 y que tiene como fin la etapa de la modernidad. Algo más. Para este filósofo posmarxista, la obra de arte posmoderna reúne ciertos patrones estilísticos y estéticos no omniabarcativos de la totalidad de obras producidas durante esta etapa histórica. Algunas de estas características son el gusto por la hibridación y prácticas como el simulacro o el pastiche, el sentimiento nostálgico frente a un pasado referente pero inalcanzable o la disolución de la obra de arte en un *ethos* esquizofrénico. Soluciones que cuestionan los límites impuestos por al convencionalismo modernista sobre ciertas categorías como la obra culta, popular o religiosa (Jameson, 1991: 30-36).

⁶⁹ En palabras del propio Alberto Abruzzese: «Los conceptos de la cultura como autoridad o como conjunto de valores arraigados en la tradición popular de una nación tienden a mezclarse en el carácter dinámico, abierto y relacional de los medios de comunicación que, cada vez más industrializados, conquistan mercados cada vez más amplios» (Abruzzese, 2004).

⁷⁰ Estos objetos-interfaz expanden las capacidades sensoriales y cognitivas del ser humano, liberando a éste de la necesidad de realizar determinadas funciones: «La exteriorización de capacidades como la memoria, la vista o la medición del tiempo en órganos exosomáticos engendra una variedad de implantes que actúan como una prolongación del cuerpo post-

acelerados flujos de intercambio de información *big data*. Adicionalmente, acciones como *postear*, pulsar el botón de *like*, hacer *scrolling* y *sharing* a través de plataformas como Instagram, TikTok, Whatsapp o Youtube suponen ya una liturgia diaria del individuo contemporáneo —abarcando esferas como la vida personal, afectiva, profesional o constituyendo el núcleo mismo del entretenimiento—. Artífices y consumidores al mismo tiempo, nos hemos habituado a la inmediatez de recibir, generar y enviar datos continuamente, bajo un estado de libre acceso a todo tipo de informaciones, personas, tiempos, experiencias o contenidos culturales mediado por algoritmos. Impera el principio de la transparencia, donde *todo* aquellos que nos rodea (o nos sucede por dentro) puede potencialmente ser convertido en *contenido* para compartir con la mirada del *otro*.

Bajo esta mirada voyeurística, la esfera privada se mercantiliza; la intimidad y la información personal de toda persona —ya sea un individuo anónimo o una *celebrity*— puede volverse productiva y consumible al ser expuesta en redes sociales. Esta sobreiluminación propia de la sociedad de la información provoca una disolución de la esfera de lo privado y lo público⁷¹. Amparado bajo las características de la cultura participativa, el individuo contemporáneo es testigo de la eterna promesa de la «fama igualitaria»⁷² (Busquet Duran, 2012), bajo la cual todos podemos alcanzar el parnaso mediático —aunque sea temporalmente— mediante un único elemento clave: la *visibilidad*.

Según Byung-Hul Han, en la era de Tik Tok, la gente «se expone sin ninguna coacción externa, por una necesidad interior. *Se produce a sí misma*, es decir, se pone en escena» (Han, 2022: 15). Y continúa: «En el régimen de la

humano, muy cercano a la idea del *cyborg*: pulseras inteligentes que miden constantes vitales, audífonos y auriculares, prótesis e implantes estéticos, *smartphones* y *smartwatches*, blogs de notas digitales, gafas de realidad aumentada, *bypass* y medidores metabólicos, etc.» (Terrasa Rico, 2021b: 307).

⁷¹ Este estado de excitación colectiva, la mirada voyeurística exagera las características de la «sociedad del escándalo» (Han, 2014). Según Byung-Chul Han (2014: 22), la mirada que busca entretenerse mediante el consumo de lo privado constituye la noción del espectáculo (del latín *spectare*); ésta es una mirada distinta a la mirada distanciada propia del espacio público, la cual considera al otro con respeto (del latín *respectare*, volver a mirar).

⁷² No obstante, el concepto de «fama igualitaria» (Busquet Duran, 2012) nos aleja del concepto de estrellato en tanto talento excepcional que demuestra un individuo en determinado campo de la actividad humana (Loy et al., 2018). Como sucede en el caso de las *celebrities* de *reality shows* como Gran Hermano, la «fama igualitaria» de dichos individuos proviene de una capitalización de la atención.

información, las personas se esfuerzan por alcanzar la visibilidad *por sí mismas*, mientras que el régimen de la disciplina las obliga a ello. Se colocan de manera voluntaria ante el foco, incluso desean hacerlo, mientras que los internos del panóptico disciplinario procuran evitarlo» (Han, 2022: 15).

Esta tendencia hacia formas de labor basadas en lo inmaterial, simbólico, afectivo, la escenificación digital y la cultura de la auto-promoción puede ser explicado por el giro de la economía de subsistencia hacia la *economía de la atención* (Goldhaber, 1997): en el contexto de las sociedades neoliberales, post-*fordistas* y permisivas —donde priman las tácticas de *soft power* y de seducción por encima del control violento y disciplinario—, el preeminente fin de condiciones extremas como la falta de recursos, la hambruna, el frío, las guerras y la violencia favorece la emergencia del dato y la información (en sustitución al consumo de objetos físicos) como la nueva moneda de cambio. En este estado de sobreabundancia de información o infoxicación (Han, 2021) la atención deviene el nuevo valor escaso y limitado: «Una gran cantidad de información genera una pobreza de atención» (Simon, 1971: 40).

En este nuevo paradigma, escenificarse ante los medios digitales resulta vital, pues la representación de identidad en base a las dinámicas de la autopromoción asegura al individuo un hueco en el imaginario digital colectivo. De igual manera, la producción del yo como mercancía o marca personal (*self-branding*) erosiona los límites entre el trabajo y la vida, entre el juego (lo lúdico) y el trabajo (lo profesional): «El *self-branding* es una forma de trabajo afectivo e inmaterial que los individuos realizan intencionalmente para llamar la atención y, potencialmente, obtener ganancias» (Mukherjee y Banet-Weiser, 2012: 36). A la hora de optimizar el yo como mercancía a la venta en el mercado laboral resultan esenciales dimensiones como el marketing o el *storytelling*, pues éstas aseguran la producción de un envoltorio retórico suficientemente persuasivo y original que lo distinga de la competencia. En la economía de la atención y la cultura de la promoción, el valor de una marca o su contenido informativo se halla por encima de su valor de uso (Han, 2021: 26). Por ello, el cultivo de las cualidades inmateriales que rodean al objeto de consumo se tornan aspectos centrales: «El contenido estético-cultural de una mercancía es el verdadero

producto. La economía de la experiencia sustituye a la economía de la cosa» (Han, 2021: 26).

Bajo esta lógica, el *branded self* se ve imbuido en las mismas dinámicas en tanto producto o marca a la venta. Provocando una búsqueda de la *autenticidad* por parte de las estrellas, *influencers* y *celebrities*, quienes no nos venden únicamente un producto —p. ej. su música, su cuerpo o su *ebook*—, sino aspectos personales, biográficos e íntimos empaquetados bajo el concepto de un *lifestyle*. De tal forma, el *fitness* y las rutinas de ejercicio *anti-aging*, el *biohacking* mediante determinado régimen de suplementos nootrópicos, la inclusión de formas de alimentación virales como la dieta carnívora o crudivegana, tutoriales sobre formas de autocuidado, imagen y estilismo personal, o la cultura del desarrollo personal y la espiritualidad son actividades diarias de las que puede extraerse una *plusvalía* en tanto labor afectiva que orbita en torno al *yo-marca*.

A medida que se erosionan los límites entre el trabajo y la vida, vida privada y vida pública, los problemas estructurales, sistémicos y colectivos como la contaminación del entorno, la epidemia de desórdenes de salud mental o la precariedad laboral generalizada se reducen rutinariamente a cuestiones de «responsabilidad personal» que constituyen el «proyecto reflexivo del yo»⁷³. Puesto ahora el foco sobre el individuo en lugar de la comunidad, vemos cómo la subjetividad e interioridad del individuo son elementos que igualmente deben ser (auto)optimizados y mercantilizados (Elias *et al.*, 2017). Es decir, el potencial atractivo del *yo-marca* no radica únicamente en un atractivo externo, sino en la idea de que la «belleza también se lleva por dentro» (Elias *et al.*, 2017: 11). De tal forma, el capital erótico del individuo (Hakim, 2017) se ponen al servicio del emprendimiento estético (*aesthetic entrepreneurship*): «destacan

⁷³ En la era neoliberal hallamos una creciente tendencia a abandonar proyectos políticos colectivos basados en la acción comunitaria para poner el acento sobre la responsabilidad individual. A este respecto, la socióloga Jennifer M. Silva comenta: «Los movimientos sociales como el feminismo, la autoconciencia, o la capacidad de nombrar los problemas propios, fueron el primer paso para el desarrollo de una conciencia colectiva radical. Para esta generación, es el único paso, completamente desconectado de todo tipo de solidaridad; si bien enfrentan problemas similares, estructuralmente enraizados, no hay una sensación de “nosotros”. La posibilidad de politización colectiva a través de nombrar el sufrimiento particular es fácilmente subsumida dentro de las grandes estructuras de dominación porque los otros que luchan no son vistos como compañeros en el sufrimiento, sino como objetos de desprecio» (Silva, 2015: 30).

las múltiples labores involucradas en el "ser atractivo", labores que son simultáneamente físicas, culturales, tecnológicas y también psicológicas» (Elias *et al.*, 2017: 13).

En tanto investigadores y analistas de la realidad social, insistimos en la idea de mantener un enfoque abierto a múltiples lecturas sobre el fenómeno del estrellato. Bajo este posicionamiento filosófico resulta esencial el ejercicio de sostener, en lugar de suprimir o negar, las «ambivalencias y contradicciones» (Figueroa 2015: 23) que puedan emerger al estudiar el universo escogido. En este sentido, evitaremos adoptar posturas extremas —encarnadas bajo los arquetipos del apocalíptico y el integrado (Eco, 1984)—, a fin de observar el estrellato como un fenómeno que va más allá de la explotación neoliberal del *self* y la autoproducción como forma de auto-vigilancia (*self-surveillance*). Con todo, abogamos por rescatar el origen mítico del estrellato como fenómeno apoyado en la teogonía moral de los héroes, dioses y otros personajes excelsos históricos. Como hemos mencionado al comienzo de este capítulo, más allá de la mera visibilidad, el concepto de estrella encierra una idea de excelencia y virtud (Loy *et al.* 2018).

3. 4. «El trabajo os hará libres visibles». Cultura posmasiva y música en la era digital

«La promoción musical ha pasado ya directamente a manos de los artistas. Especialmente después de la pandemia, se espera que los artistas ofrezcan su vida personal al máximo en las redes sociales» (Aranda, 2023). Con estas palabras describe Beatriz G. Aranda, periodista musical de *El País*, la tendencia de la promoción musical contemporánea, donde las dinámicas de autopromoción del *yo-marca* en redes se ven atravesadas por el impacto de la economía de la atención

La inmediatez de la infoesfera acelerada (Han, 2022) excita el apetito de contenido nuevo por parte de las audiencias hiperconectadas, ahora acostumbradas a un consumo (y producción) 24/7 de contenido digital que, igualmente, impregna las dinámicas de la producción cultural. Al servicio de los

algoritmos, el uso de las redes sociales como herramienta de trabajo ha tornado la exposición de la vida personal en formas de labor cotidianas al servicio de la promoción musical. La visibilidad y la atención —monetizada, por ejemplo, a través del número de *streams* de plataformas como Spotify, YouTube Music o AppleMusic— son la nueva moneda de cambio que determina el valor o supervivencia de un artista dentro de la industria musical. «Al contratar a artistas con una base de fans o *followers* previa, las discográficas se ahorran el trabajo de tener que buscar públicos potenciales o audiencias» (Novoa, 2021). Por ello, la capacidad de llamar la atención, mantener ésta y afianzar la relación con los seguidores a través de las redes sociales asegura la vida media de un artista en la era digital.

La revolución digital de la industria musical no cambia únicamente la relación entre artistas y *fans*, sino que introduce nuevas mediaciones en el proceso de creación. Por un lado, los avances en los métodos digitales de grabación y difusión permiten que los artistas (y sus seguidores) produzcan y distribuyan vídeos musicales fuera de las redes tradicionales y sin la necesidad de apoyo financiero por parte de los sellos discográficos (Loy *et al.*, 2018). Por otro lado,

Uno de los primeros efectos de la digitalización es que ha puesto el estudio de grabación al alcance del bolsillo individual de cualquier músico, quien ahora es capaz de controlar personalmente todas las fases de producción de la música, desde la creación hasta los arreglos, mezcla y distribución. Se trata de la lógica del *Do-It-Yourself* del movimiento punk llevado a la era digital, donde converge con las características propias de la «ética hacker». (Márquez, 2010: 4)

El concepto de «hipermúsica» introduce la noción del ordenador como meta-instrumento capaz de resolver todas las fases del proceso musical —ideación, composición, producción, postproducción, distribución, etc.— (Márquez, 2010: 2-3). Igualmente, los principios de *sharing* y circulación de datos propios de la inteligencia colectiva (Lévy, 2004 [1956]) y la cultura participativa (Jenkins, 2010 [1992]; Jenkins *et al.*, 2009) habilitan al usuario para acceder a una cantidad casi ilimitada de información capaz de asistirlo en su maduración artística, su criterio estético, sus habilidades empresariales y su potencial de

impacto: tutoriales y cursos, herramientas creativas de pago y gratuitas, librerías de sonido e imagen, foros y comunidades online, formas de mentoría, acceso a publicidad pagada, así como un alcance más fácil de actores pertenecientes a la industria y a potenciales audiencias.

Esta creciente autonomía del artista en la era digital contrasta respecto a las limitadas opciones que los artistas tenían en la era analógica bajo la directriz de las grandes discográficas. Según José María Barbat, director de Sony Music España, «es una característica de los artistas de esta era que traigan una propuesta artística y creativa mucho más desarrollada y prácticamente cerrada en comparación a los artistas anteriores» (Barbat, 2019). Con la revolución digital, el artista ahora se acerca a la figura del polímata⁷⁴, debiendo manejar con destreza una notable variedad de habilidades y disciplinas: canto, baile, interpretación, composición, producción audiovisual, fotografía, oratoria, estilismo, marketing y comunicación, por citar algunos de los más comunes.

Igualmente, el negocio musical digital ha supuesto una disrupción en las formas tradicionales de distribución y comunicación: ahora el filtro es la propia audiencia, lo que supone una relación directa entre artista y *fan* que no requiere de actantes intermediarios como son el AR (cazatalentos de la discográfica), los contratos de venta o las subvenciones (Barbat, 2019). El ascenso al poder de la masa orteguiana tiene su reflejo en el triunfo de los ídolos musicales contemporáneos, quienes ahora son escogidos y encumbrados directamente por elección directa del público.

Si bien las discográficas siguen proporcionando elementos clave en la carrera de un artista musical (recursos económicos, agentes de *booking*, managers, equipos de trabajo y visibilidad), su papel ha dejado de ser un eslabón obligatorio, transformándose en una opción más del abanico de recursos al que puede acceder el artista. En este sentido, el titular «Por qué Sony no fichó a Rosalía, sino Rosalía a Sony» (López Morales, 30 de enero de 2019), resulta ya un epíteto de la condición de creciente autonomía y liderazgo que

⁷⁴ Leonardo Da Vinci (pintor, cocinero, ingeniero, anatomista, etc.) y Boris Vian (ingeniero, músico, periodista, crítico, escritor, etc.) son ejemplos históricos de la figura del *polímata*.

experimenta el artista en la era digital —característico de estrellas como Rosalía, Jacob Collier, JVKE o Billie Eilish y su hermano Finneas—.

A nivel de consumo, el contexto global digitalizado se asemeja a un «mercado de especias» donde el turista hipercultural es capaz de acceder fácilmente a una extraordinaria variedad de tiempos y culturas —realidades exóticas yuxtapuestas a nuestra realidad cotidiana— sin dificultades ni barreras (Han, 2018). Si bien dicho amontonamiento de artefactos culturales puede conducir a un estado paradójico de «velocidad y parálisis»⁷⁵ (Reynolds, 2014: 97), la característica del contexto musical global es la creciente facilidad de acceso a la música por parte de los *fans* (Ifpi, 2023), donde el *streaming* se alza como el rey como forma de consumo y acceso a la música (Promusicae, 2022). Además de plantear nuevos retos para los creadores —tales como la emergencia del metaverso o la Inteligencia Artificial— la red hiperconectada facilita la difusión de las culturas en el escenario global y su acceso en situaciones cotidianas:

Una de las características clave de la industria musical global actual es la fuerza y el éxito de la música nacional. Además de la oportunidad para los fanáticos de interactuar con el repertorio de casi cualquier parte del mundo, existe una tendencia cada vez mayor hacia abrazar y celebrar a los artistas y la cultura locales. (Ifpi, 2023: 44)

Dentro del marco global, el 75% total de la exportación de música española en el mundo se consume en EE.UU., la Unión Europea y México (Promusicae

⁷⁵ Para retratar la tendencia a la «parálisis cultural» colectiva, el crítico musical Simon Reynolds acuña el concepto de *retromanía* como la propia obsesión de la cultura *mainstream* actual por formas artísticas del pasado. Esto engendra sensibilidades tan de moda como son el gusto por lo *vintage*, lo retro, la nostalgia, la *hauntología*, géneros musicales como el *vapor wave*, y artistas como Ariel Pink o Alvvays. Sumando a esta idea, Simon Reynolds afirma que la velocidad y el acceso a la cultura ha logrado fragmentar nuestra percepción temporal de ésta misma: «También se ha dotado al espectador con el *display* de duración en la base del video, lo que le permite arrastrar la barra de desplazamiento y avanzar en el videoclip (o la canción) para llegar más rápido a «la parte buena». YouTube, que está basado en extractos, ya ha comenzado a fragmentar narrativas más extensas (programas, películas, álbumes); pero esta función en realidad nos estimula, como espectadores, a escindir los fragmentos culturales en subunidades todavía más pequeñas, lo que insidiosamente erosiona nuestra capacidad de concentración y nuestra disposición a permitir que algo se desarrolle paulatinamente. Como ocurre con internet en su conjunto, nuestra sensación de temporalidad se vuelve cada vez más quebradiza e inconstante: alimentándonos incansablemente con *bytes* de información, pasamos de una cosa a otra buscando el próximo subidón de glucosa instantáneo» (Reynolds, 2014: 95-96).

2022), hecho que refleja la relevancia de estos mercados para la música de nuestro país. En el caso de artistas hispanohablantes como son Rosalía, J. Balvin, Jorge Drexler o Camilo, resulta clave el factor de la internacionalización y globalización de lo idiosincrásico, donde «no podemos olvidar el desembarco masivo de artistas latinos en el mercado anglosajón —principalmente en el de EE. UU.— en los últimos años, exportando sus raíces más vernáculas, sus ritmos más identitarios y su idioma español» (Promusicae, 2022: 30). Dentro de este grupo, la asociación de Productores de Música de España señala la figura de la cantante catalana como caso paradigmático: «destaca la gran irrupción de la artista catalana Rosalía, quien se encuentra en pleno proceso de conquista del mercado estadounidense, convirtiéndose en la primera artista de habla hispana en ser portada de la reputada revista *Rolling Stone*» (Promusicae, 2022: 30).

No cabe duda de que, en el contexto de la era digital, el impacto intergeneracional, la ubicuidad mediática y la *viralidad* que Rosalía ha logrado constituyen un ejemplo claro de la inmediatez que la tecnología moderna es capaz de brindarnos. El *windowing* cultural a través del cual podemos asomarnos y captar una instantánea global de lo que sucede (Han, 2018), nos conduce al modelo híbrido, rizomático y desespacializado de la cultura mosaico (Moles, 1978) y la hiperculturalidad (Han, 2018). La hibridación de tradiciones nacionales y la mezcla de la «baja» y «alta» cultura produce un efecto de liberación en el individuo. En palabras del sociólogo Alberto Abruzzese:

Los conceptos de la cultura como autoridad o como conjunto de valores arraigados en la tradición popular de una nación tienden a mezclarse en el carácter dinámico, abierto y relacional de los medios de comunicación que, cada vez más industrializados, conquistan mercados cada vez más amplios. (Abruzzese, 2004: 190)

Adicionalmente, la conquista del *streaming* ha logrado un rasgo particular sobre los *millennials* y *centennials* en cuanto a sus patrones de consumo de música y los procesos identitarios derivados de éstos: la disolución de las *tribus*

musicales⁷⁶ a favor de un eclecticismo sin precedentes, donde el 85% de los encuestados declara no estancarse en un único estilo musical (Spotify, 2018). Una de las formas esenciales de adquirir capital cultural —rescatando el concepto Pierre Bordieu— para las generaciones más jóvenes reside en el consumo de una amplia gama de sonidos, así como en el hecho de abanderarse de ser pioneros en descubrir cierto género o artista. Además, este proceso de adquisición de capital cultural tiene como fin la utilización de tales hallazgos musicales como «moneda social» a la hora de socializar y compartirlos con sus amigos a través de las redes sociales (Spotify, 2018: 4).

Según el *Vevo Music Fan Report: The Millennial Fan Tribes* (VEVO, 2015), la música se posiciona como la categoría de entretenimiento más compartida en redes sociales, superando a las *celebrities* sociales, los deportes, la televisión o las películas. Siguiendo esta tendencia, las estrellas musicales se alzan como los referentes más deseados — superando a las propias estrellas de Hollywood o los *influencers* digitales—, ostentando la mayor cantidad de talento percibido según el 51% de los encuestados (VEVO, 2015).

Ante estas cifras, no cabe duda de que el estrellato y la música popular se han tornado uno de los fenómenos socioculturales más relevantes dentro de la superestructura social, prestándose al servicio de los procesos de construcción de identidad moderna. En la constitución de las minorías y colectivos generacionales, los fenómenos *macro* han sido desplazados por una miríada de esferas *micro* con un carácter más íntimo; ligadas a experiencias personales y al consumo de lo «estético-cultural» (Luchetti, 2009: 8): «Unas sociedades que se identifican cada vez más con eventos culturales, antes que políticos, ponen en escena de modo bastante certero la efectividad de las industrias culturales en la configuración identitaria» (Luchetti, 2009: 8).

El triunfo del estrellato como religión contemporánea asienta sus raíces en la inmediatez, hiperconectividad y facilidad de acceso de plataformas como

⁷⁶ En lugar de disolución, podríamos optar por utilizar el término «transformación». En la era *streaming*, la pertenencia a una tribu ya no se define únicamente por el género musical (como hemos mencionado, el eclecticismo y la variedad es un hecho probado en la mayoría de los jóvenes), sino también por los patrones y modos de consumo. El informe *Vevo Music Fan Report: The Millennial Fan Tribes* (VEVO, 2015) propone cuatro perfiles-categorías nuevas de *tribu* musical: El *cazatalentos* (A), el *fan de la primera fila* (B), el *surfista de multitudes* (C) y el *solista* (D).

YouTube, TikTok, Instagram, iTunes, Spotify o Shazam. La promesa de alcanzar el parnaso mediático se halla más presente que nunca para las generaciones jóvenes y el individuo contemporáneo. El paso de la invisibilidad a la hipervisibilidad exige una forma de labor inmaterial, estética y afectiva que las estrellas han sabido catalizar; alzándose como figuras referentes éstas catalizan narrativas vitales en torno a formas de agencia, liderazgo, creatividad y valores sociales. El periodista Joan-Pere Viladecans expresa esta misma idea en su artículo «Rosalía y la posmodernidad»:

La generación *millennial* por fin ha encontrado en quien identificarse y probablemente reflejarse. Los jóvenes quieren experiencias culturales y artísticas que les induzcan a socializarse, a actuar en grupo, a salir de casa y a alejarse de las pantallas. A ritualizar sus propias experiencias y hacérselas suyas por medio de los demiurgos elegidos. (Viladecans, 29 de junio de 2019)

3. 4. 1. El mal querer como narrativa transmedia

Definimos el concepto de narrativa transmedia como universo ficcional complejo y rico que «no se puede explorar o agotar por completo en una sola obra o incluso en un solo medio» (Jenkins, 2006: 114). Además de basarse en «el flujo de contenidos a través de múltiples canales» (Jenkins, 2003: párr. 3) —p. ej.: un libro, un cómic, un videojuego o un parque de atracciones—, las narrativas transmedia se fundamentan en la construcción de un mundo imaginario (*worlding*) por parte del artista/creador y su expansión mediante la «labor afectiva» que los fans invierten en la co-creación de dicho universo (Hassler-Forest, 2016: 10-11). A la hora de aglutinar todos estos elementos, la narración o *storytelling* es el elemento clave capaz de habilitar la intertextualidad entre las diversas piezas o nodos de la narración —logrando una coherencia y complementariedad en red de los diferentes medios y plataformas empleados— (Scolari, 2013).

Pedro Ayres, *creative planner* de Sony Music España que trabajó con Rosalía en la confección del universo de *El mal querer*, expresa esta misma noción de complejidad respecto al álbum de *El mal querer*:

Para mí una cosa presente en los grandes creadores, como puede ser *Pixar*, son las capas de contenido, de intelectualidad y de mensaje. Tú te puedes quedar con que *Malamente* es una canción pop que suena en la radio y que puede bailar en cualquier fiesta, o puedes indagar un poquito más en su mensaje, su contenido y los símbolos que hay detrás de las cartas. Creo que ahí radica la clave de que un producto artístico sea tan potente como el de ella: que tenga muchas capas de lectura y de profundidad. (Ayres, 2019)

Igualmente, otros agentes de la industria ya citados como José María Barbat (director de Sony Music España) y Javier Llano Abril (subdirector de Cadena 100) destacan la formación, la capacidad de trabajo⁷⁷ y la visión multidisciplinaria de Rosalía como claves fundamentales de su éxito: desde su diseño de los directos, el énfasis en las coreografías y el baile, el estilismo y su criterio visual, hasta su dominio de la música instrumental y vocal, la producción o la capacidad de transmitir conceptos complejos de manera entendible para el público. Igualmente, podemos contemplar su formación académica en la Escuela Superior de Músicos de Cataluña (ESMUC) como un activo más capaz de enriquecer su capital creativo: «Tiene unos estudios y hay un trabajo de documentación previo. Al fin y al cabo, *El mal querer* es su trabajo de final de carrera. Hay una base teórica sobre la que apoya su trabajo» (Ayres, 2019).

El carácter polifacético de Rosalía en tanto artífice de la obra nos ayuda a concebir *El mal querer* como una *grand oeuvre* transmedia que cultiva el «habla mítica» (Barthes, 1999 [1957]) en tanto lenguaje contemporáneo de lo *viralizable* y *memeizable*⁷⁸. A continuación, exponemos los elementos principales que componen este universo transmedia:

⁷⁷ José María Barbat destaca su «capacidad de trabajo increíble. Como una deportista de élite. Solo quiere estar en el escenario y en el estudio. Es su foco» (Barbat, 2019).

⁷⁸ Como hemos mencionado anteriormente, la mitologización del fenómeno Rosalía se hace patente con la trascendencia de símbolos que constituyen ya un «signo de reconocimiento o

- Las once canciones que componen *El Mal Querer*:

1. *Malamente* - Cap. 1: *Augurio*
2. *Que no salga la luna* - Cap. 2: *Boda*
3. *Pienso en tu mirá* - Cap. 3: *Celos*
4. *De aquí no sales* - Cap. 4: *Disputa*
5. *Reniego* - Cap. 5: *Lamento*
6. *Preso* - Cap. 6: *Clausura*
7. *Bagdad* - Cap. 7: *Liturgia*
8. *Di mi nombre* - Cap. 8: *Éxtasis*
9. *Nana* - Cap. 9: *Concepción*
10. *Maldición* - Cap. 10: *Cordura*
11. *A ningún hombre* - Cap. 11: *Poder*

- Los doce *artworks* diseñados por Filip Custic que acompañan a cada canción y a la portada/contraportada del álbum.

- Los cinco videoclips que acompañan al álbum:

1. *Malamente* (dirigido por Nicolás Méndez de CANADÁ)
2. *Pienso en tu mirá* (dirigido por Nicolás Méndez de CANADÁ)
3. *Bagdad* (dirigido por Helmi)
4. *Di mi nombre* (dirigido por dirigido por Hernsy Schofield y seele, producido por *Caviar*)
5. *De aquí no sales* (dirigido por Diana Kunst y Mau Morgó)

«contraseña» entre gente hospitalaria (*tessera hospitalis*)» (Han, 2020: 11): su *leitmotiv* intergeneracional —el «trá trá» del estribillo de «Malamente»—, el retrato *faceless* de la cantante creado por la popular artista Coco Dávez o sus las hipertrofiadas uñas de gel, entre otros. Para profundizar más en la utilización del habla mítica en el contexto de la obra creativa véase el análisis de los *frames* periodísticos, de la dimensión visual y de la música de *El mal querer* en los próximos capítulos.

- El diálogo intertextual que mantiene el esquema narrativo del álbum con el texto medieval *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]).
- El baile y coreografías de Charm La' Donna, presentes en los videos musicales y en los directos.
- El poder semiótico de la moda y los diseñadores que han colaborado con Rosalía: Palomo Spain, Dominnico y Burberry.
- La escenografía y *performance* de los directos.
- El material de *Merchandising* como la baraja del tarot, los discos y vinilos de *El mal querer*.
- Los videos promocionales como el *making of* del videoclip la canción *De aquí no sales* (*behind the scenes*) o el minidocumental de Red Bull Music sobre el concierto de Rosalía en Plaza Colón de Madrid en 2018.
- La promoción del álbum en redes sociales: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok y su página oficial (www.rosalía.com).
- Su recepción: el contenido creado por los usuarios o *fans* —donde destaca el análisis musical del *youtuber* Jaime Altozano al que la propia Rosalía respondió—, así como los *frames* periodísticos que los medios han generado a su alrededor (Terrasa Rico, 2021b).

La fervorosa recepción del fenómeno Rosalía por parte del público y de la crítica ha permitido que la artista catalana coseche suficiente «autoridad carismática» (Weber, 2002 [1922]) como para llamar atención de los agentes de la industria musical nacional e internacional:

Su propuesta no se halla encaminada hacia los números grandes, sino hacia la atención global; es lo que ha hecho que los programadores la quieran, que los medios hablen de ella y que la industria hable de ella. Y esto radica en lo local, en lo que tiene ella y hace que se diferencie de todas las demás propuestas: el flamenco y su reinterpretación con elementos de la música urbana. La propuesta audiovisual y el show.

Partiendo de las coreografías y los bailes de los videos ha construido el espectáculo en directo. (Barbat, 2019)

Según los actores de la industria musical entrevistados, la relectura de lo idiosincrásico y de la cultura local por parte de Rosalía supone una irrupción disruptiva dentro del saturado panorama global de la economía de la atención⁷⁹. Adicionalmente, el músico y productor Pablo Novoa recuerda que «siempre ha habido una admiración oculta por el flamenco. Es como el *blues* español. Incluso desde América se ve como algo mediterráneo, del otro lado del océano» (Novoa, 2020). La propuesta artística enraizada de Rosalía —leída por el mercado global bajo las lentes de «lo exótico»— no puede menos que «producir resultados musicales percibidos como únicos y significativos en el actual congestionado horizonte de la música popular» (Loy *et al.*, 2018).

Este factor disruptivo o diferencial es conocido en *marketing* bajo el principio de la vaca púrpura (Godin, 2004). A saber: la capacidad de ser extraordinario, único y arriesgado dentro del mercado, logrando así destacar respecto del resto de la competencia. Este mismo elemento de diferenciación e indeterminación estilística nos conecta con el concepto del autor/a, figura considerada como la cúspide de la jerarquía musical y creativa (Shuker, 2001). El autor tiene la habilidad de generar un universo único e innovador capaz de retar y enriquecer a su audiencia, conteniendo una sensibilidad que trasciende la lógica única de la industria del entretenimiento. Dicho estatus es otorgado a individuos que van más allá de los límites de su campo artístico y que generan una propulsión creativa (Harrison, 2018) — ejemplo de autores canonizados son Madonna, Bob Dylan, David Bowie o Prince; en el mundo flamenco podríamos considerar igualmente a Camarón de La Isla, Enrique Morente o Kiko Veneno—.

Con el advenimiento de la revolución digital, el *marketing* y la comunicación se hallan sujetos a los mismos principios de diferenciación, buscando en sus estrategias características propias de lo artístico, la artesanía o lo disruptivo. En

⁷⁹ En el contexto actual de fácil accesibilidad, hiper-consumo y amontonamiento de artefactos culturales, las audiencias pueden verse afectadas por una especie de saciedad o aturdimiento cultural: «El aburrimiento de hoy no es por hambre, no es una respuesta a la privación; es una pérdida de apetito cultural, una respuesta al exceso de reclamos sobre nuestra atención y nuestro tiempo (Reynolds, 2014: 109).

palabras de Byung-Chul Han: «La puesta en escena y la representación adquieren cada vez más importancia. Por eso es cada vez más frecuente que la producción cultural, es decir, la producción de información adapte procesos artísticos. La *creatividad* es su divisa» (Han, 2021: 28). De la misma forma, Carlos Scolari recuerda que «las estrategias de promoción de los productos mediáticos se han ido haciendo cada vez más complejas, incluyendo el placer de la anticipación, el suministro de información de *background* y otras maniobras que profundizan la inversión afectiva y cognitiva de la audiencia en el producto cultural» (Scolari, 2013: 11). Bajo este prisma, podríamos considerar la creación de un universo o narrativa transmedia como la estrategia última de *marketing* y promoción, siendo capaz de intensificar la experiencia del producto cultural y de profundizar en aspectos como la interactividad o la intertextualidad⁸⁰.

3. 4. 2. Flamenca y el mito del «viaje del héroe»

- Morfeo: Te explicaré por qué estás aquí. Estás porque sabes algo, aunque lo que sabes no lo puedes explicar. Pero lo percibes. Ha sido así durante toda tu vida. Algo no funciona en el mundo, no sabes lo qué es, pero ahí está como una astilla clavada en tu mente. Y te está enloqueciendo. Esa sensación te ha traído hasta aquí. ¿Sabes de lo que te estoy hablando?

- Neo: ¿De Matritix?

- Morfeo: ¿Te gustaría realmente saber lo que es? Matrix nos rodea, está por todas partes. Incluso ahora en esta misma habitación. Puedes verla si miras por la ventana, o al encender la televisión. Puedes sentirla cuando vas a trabajar, cuando vas a la iglesia, cuando pagas tus impuestos. Es el mundo que ha sido puesto ante tus ojos para ocultarte la verdad.

⁸⁰ A este respecto, David P. Marshall (2002) acuña el concepto de mercancía intertextual (*intertextual commodity*) refiriéndose a la hibridación entre la promoción y el producto cultural en sí; proceso que favorece el *engagement* y la exploración multimedia del producto cultural por parte de las audiencias.

- Neo: ¿Qué verdad?

- Morfeo: Que eres un esclavo, Neo. Igual que los demás naciste en cautiverio. Naciste en una prisión que no puedes ni saborear, ni oler, ni tocar. Una prisión para tu mente. Por desgracia no se puede explicar lo que es Matrix. Has de verla con tus propios ojos.

» Esta es tu última oportunidad. Después ya no podrás echarte atrás. Si tomas la pastilla azul: fin de la historia, despertarás en tu cama y crearás lo que quieras creerte. Si tomas la roja te quedarás en el País de las Maravillas y yo te enseñaré hasta dónde llega la madriguera de conejos. Recuerda, lo único que te ofrezco es la verdad. Nada más.

[Extracto de la película *Matrix* (1999), dirigida por los hermanos Wachowsky]

El mal querer es un álbum conceptual construido sobre un universo sonoro de once canciones con un arco narrativo. Si «las narrativas transmedia son una red de personajes, sucesos, lugares, tiempos y medios» (Scolari, 2013: 16), en *El mal querer* el eje vertebrador narrativo mantiene un diálogo intertextual con la trama de la novela occitana *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]). En el caso del álbum de Rosalía, la narrativa trae al presente la temática del amor tóxico y la figura del hombre maltratador, así como la muerte y el renacimiento simbólico de la protagonista femenina⁸¹.

Mediante una relectura del análisis que realiza Umberto Eco⁸² sobre la película *Casablanca*, Henry Jenkins afirma que «la película de culto está hecha para ser citada [...], porque está hecha de citas, arquetipos, alusiones y referencias extraídas de una serie de trabajos anteriores. Ese material crea 'una especie de emoción intensa acompañada de una vaga sensación de *déjà vu*'» (Jenkins, 2006: 98). Tanto en el caso de la obra de culto como en de los universos transmedia, la rica variedad de información, matices, posibles líneas de fuga y

⁸¹ En el caso de la novela medieval, *Flamenca* acaba encerrada en la torre del castillo por orden de su esposo, el señor Archimbaut. Mientras que, en *El mal querer*, *Flamenca* se salva a sí misma, en la novela medieval la figura heroica que rescata a la protagonista femenina es encarnada por la figura del caballero Guillem de Nevers.

⁸² En concreto, dicho análisis puede encontrarse bajo forma de artículo con el nombre de *Casablanca: Cult Movies and Intertextual Collage* (Eco, 1985).

huecos en la narrativa —deliberadamente creados para coquetear con la imaginación del *fan* devoto— apuntan a múltiples ideas o fragmentos textuales que «reclaman del lector un trabajo extra de recomposición» (Scolari, 2013: 18).

En el caso de *El mal querer*, vemos cómo su marcada intertextualidad y sus diversas capas de lectura apuntan hacia otros universos o textos anteriores. Algunos ejemplos de ello son las referencias al imaginario cinematográfico de Bigas Luna, Almodóvar y el cine quinquiespañol, el uso de un *sample* de *Mi canto por Bulerías* de La Paquera en la canción *Que no salga la luna* (Cap. 2: *Boda*), la importancia simbólica de la luna como referencia a la obra de Lorca o la utilización de la melodía de *Cry Me a River* de Justin Timberlake en la canción *Bagdad* (Cap. 7: *Liturgia*). Además de las diversas referencias intertextuales y la lectura multi-nivel propia de las obras de culto (donde el oyente más avezado requiere de un bagaje cultural previo para poder descifrar ciertos elementos), observamos como el diálogo de los diversos elementos que componen el universo transmedia de *El mal querer* —música, arte, video, narrativa, moda, etc.— establecen una relación de «intertextualidad radical» (Scolari, 2013: 14) entre sí.

A la hora de generar la sensación de *déjà vu* a la que Eco y Jenkins hacen referencia, *El mal querer* construye su arco narrativo basándose en las diversas fases del arquetipo de *El viaje del héroe* (Campbell, 1980). Dentro del contexto de la cultura popular, vemos cómo esta estructura narrativa arquetípica ha sido ampliamente utilizada en otras numerosas sagas y películas como son *Star Wars* (1977), *El rey León* (1994), *Matrix* (1999), *Harry Potter y la piedra filosofal* (2001), la trilogía de *El Señor de los Anillos* (2001-2003) o *Spider-Man* (2002).

Con un probable origen en la era paleolítica, la proposición filosófica y psicológica de *El viaje del héroe* refleja el valiente acto humano de partir hacia lo desconocido con el fin de hallar la redención para uno mismo y/o su comunidad. Ejemplos que encarnaban este mito pudieron ser el cazador de Lascaux que abandonaba su cueva para buscar alimento o el peligroso viaje onírico que realizaba el chamán de los pueblos del extremo norte —los

lapones, siberianos, esquimales y ciertas tribus indias americanas—a fin de buscar las almas extraviadas de los enfermos (Armstrong, 2020).

En su viaje arquetípico, el héroe abandona el paradigma de su confortable realidad —su cueva, su tribu, su hogar, el mundo conocido, la civilización, etc.— para adentrarse en un terreno desconocido repleto de sorpresas y tesoros (comúnmente representado como el desierto, el bosque, el océano, la noche, etc.). A la hora de traspasar el umbral de lo conocido y seguro —ya sea como territorio físico o psicológico— resulta esencial la motivación interna del héroe, pues la no resolución del estado de carestía, amenaza o conflicto podría tener consecuencias fatales para el individuo y su comunidad. En este sentido, el viaje hacia el territorio inexplorado en busca de respuestas se hace ineludible, obligando al héroe a «luchar contra monstruos, escalar montañas inaccesibles y atravesar oscuros bosques» (Armstrong, 2020: 51). La *transformación* es la quintaesencia del «viaje del héroe», pues en su lucha contra la adversidad «su antiguo yo muere y el héroe descubre algo o aprende alguna habilidad, que después transmite a su pueblo» (Armstrong, 2020: 51).

En el caso de la película *Matrix* (1999), vemos cómo Neo, el protagonista, es elegido como el único ser humano capaz de salvar de Sion, la última ciudad y reducto de la humanidad. No sin obstáculos de por medio, el poder latente del héroe debe ser despertado y traído a la realidad, pues éste puede hallarse dudoso, reticente o dormido.



Figura 6. Ciclo del «viaje del héroe». Fuente: S. Bobenstein.

Morfeo, el personaje intermediario que actúa como heraldo, es quien cumple esta función proponiendo a Neo embarcarse hacia la aventura⁸³: al tomar la pastilla roja despertará de manera irremediable a la ilusión de *Matrix* (descubriendo la condición que mantiene a la humanidad dormida) y deberá embarcarse en una serie de aventuras y retos —el simbólico descenso al inframundo— para poder salvar a la humanidad.

Tal y como describe el mitólogo Joseph Campbell, «muchas historias aíslan y amplían enormemente uno o dos de los elementos típicos del ciclo completo» (Campbell, 1973: 246). Esto hace inevitable que las diversas fases arquetípicas del «viaje del héroe» puedan verse alteradas, modificadas o subsumidas de acuerdo con el desarrollo único de cada historia, así como las condiciones específicas de la tradición cultural que la engendra. En el caso de *El mal querer*, vemos como *El viaje del héroe* es narrado a través de una estructura en seis fases:

1. La llamada a la aventura:

Malamente, la primera canción de *El mal querer* (Cap. 1: *Augurio*), arranca su primera estrofa con el presagio de Flamenca acerca del futuro incierto y oscuro de su incipiente matrimonio:

Ese cristalito roto
Yo sentí como crujía
Antes de caerse al suelo
Ya sabía que se rompía (uh)

La narrativa comienza directamente con la fase de *La llamada a la aventura*, donde el héroe entra ya en contacto (aunque sea de manera preliminar) con la problemática que debe confrontar. En el caso de *El mal querer*, la presentación del conflicto toma la forma de mal presagio; no manifestado plenamente, la

⁸³ El heraldo aparece cuando la psique del protagonista ya se halla madura para poder emprender la transformación (Campbell, 1973: 55). En el caso de *Matrix*, Morfeo es el personaje secundario que cumple la función de heraldo, ofreciendo a Neo la elección de la pastilla azul (continuar dormido y negarse a la llamada) o la roja (despertar a la realidad y embarcarse a la aventura). Igualmente, resulta clave el acto de elección y decisión por parte del héroe, reflejando el ejercicio de libre albedrío al que su condición humana le aproxima.

pronta intuición de Flamenca acabará por trastocar completamente la realidad en la que habita la protagonista: «Aquello que debe ser confrontado, y que es profundamente familiar para el inconsciente —aunque desconocido, sorprendente e incluso aterrador para la personalidad consciente—, se da a conocer» (Campbell, 1973: 55).

De manera frecuente, esta toma de conciencia respecto al conflicto suele representarse en forma de herida física, emocional o psicológica. Una herida no solo supone un orificio de salida por el que brota la sangre, a nivel simbólico también es una brecha de entrada por la que una nueva realidad asedia las murallas psicológicas del individuo (de otra manera impenetrables).

Este nuevo influjo de caos dentro del organismo inaugura un nuevo estado de entropía⁸⁴: una alteración parcial o total de la realidad del sujeto —un desplome del *statu quo* prevalente—. Empero, este caos destructor también puede ser una fuerza vivificante, acercándonos a la transformación irreversible y a la evolución del sistema completo. Ello nos recuerda a la arquetípica «saturación de sufrimiento» propia de la tradición mística y espiritual, donde el individuo —hartado de la miseria que le rodea o le habita por dentro— decide emprender la vía del conocimiento espiritual como forma de liberación⁸⁵ (Vilaseca, 2021). Debido a esta dinámica, el caos inicial al que se ve conducido el héroe es el prerequisite necesario para volver a establecer el orden (la vuelta final al nuevo *status quo* actualizado).

2. El rechazo de la llamada

Esta fase se halla representada en de *El mal querer* a través símbolos como son la fiesta, la muchedumbre o las joyas. Toda alegría se transforma en una frívola forma evasión, pues Flamenca sabe en su fuero interno qué próxima se halla una catástrofe. Mientras tanto, los otros personajes secundarios tratan de disuadir a la protagonista femenina de esta realización interior. La verdad

⁸⁴ La palabra entropía (procedente del griego ἐντροπία) fue acuñada en 1850 por el físico y matemático alemán Rudolf Clausius, siendo utilizada posteriormente en termodinámica para medir la magnitud de caos o desorden en el universo.

⁸⁵ Véase la biografía de personajes históricos como Siddhartha Gautama, San Francisco de Asís, San Tomás de Aquino o el Dr. David R. Hawkins.

interior forzosamente ocultada es simbolizada a través de la luna, el cielo estrellado y la noche en *Malamente* (Cap. 1: *Augurio*):

Se ha puesto la noche rara
Han sali'o luna' y estrella' (eh)
Me lo dijo esa gitana (¿qué?)
Mejor no salir a verla (no)

En la segunda canción *Que no salga la luna* (Cap. 2: *Boda*), observamos los mismos significados simbólicos asociados a la luna:

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, prima, yo me alumbraré
(Que no salga la luna que no tiene pa' qué
No tiene pa' qué, no tiene pa' qué)

Elementos como el presagio de muerte o la presencia misteriosa de la luna — característicos del imaginario lorquiano propio de obras como *Bodas de Sangre*— tiñen con el sabor de la tragedia esta boda que celebra la unión de Flamenca y su esposo. Los otros personajes externos —que podemos considerar como una externalización de los personajes internos de Flamenca— deciden «no alzar la voz» para no interrumpir el acto de unión nupcial. En esta segunda fase vemos como la heroína ignora la llamada a la aventura, intentando volver a su normalidad cotidiana que, no obstante, cada vez halla más vacía de sentido: «A partir de entonces, aunque el héroe regrese por un tiempo a sus ocupaciones mundanas, éstas resultarán infructuosas [...]. Entonces se hará visible una serie de signos de fuerza creciente. La llamada ya no puede negarse» (Campbell, 1973: 56).

3. El descenso a los infiernos

El héroe comienza su iniciación mediante «la senda de las pruebas» (Campbell: 1973: 97), fase frecuentemente representada como el partir hacia tierras desconocidas, la entrada en la barriga de la ballena o el descenso al inframundo. En el caso de *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]), la protagonista es encerrada en la torre del castillo por su marido, el conde de Archimbaut, quien «parece tener como única función la de guardarla (directamente o con el auxilio de otros) como cualquiera de sus posesiones, haciéndola inalcanzable para el resto de hombres» (Brea, 2009: 8). Inscrita dentro de la tradición literaria de *castia gilós* («castigo para celosos»), la obra medieval retrata el progresivo enloquecimiento por celos del conde:

Él no dormía ni reposaba ni se detuvo antes de llevar a cabo lo que quería. Los celos que le enloquecen le han sacado el corazón del cuerpo y la razón. No penséis que trata de evitarlo, al contrario, los acrecienta y los dobla todos los días y cuanto más puede a ellos se acopla. (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 155)

En caso de *El mal querer*, el video musical de *Pienso en tu mirá* (Cap. 3: *Celos*) retrata a Flamenca encerrada con sus propios demonios en el dormitorio matrimonial. Tal como si fuera la torre del castillo de la novela, la protagonista femenina trata de salir por la puerta para volver a hallarse —en un bucle infinito— en la misma estancia. Ahora, la protagonista se ve encerrada dentro de la pesadilla que su marido celoso ha construido: «Quien guarda a una dama pierde el tiempo, si no la encierra en una prisión tal que nadie la vea, si no es aquel que la debe guardar y retener; así bien se puede tener una» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 151).

El diálogo interno del conde Archimbaut se reflejado, igualmente, en la letra de *Pienso en tu mirá* (Cap. 3: *Celos*):

Me da miedo cuando sales
Sonriendo pa' la calle
Porque todos pueden ver
Los hoyuelitos que te salen

[...]

Cuando sales por la puerta
Pienso que no vuelves nunca
Y si no te agarro fuerte
Siento que será mi culpa

La belleza de Flamenca es el elemento central que provoca en el marido —ya sea en la novela o el álbum— el miedo a perderla, germen del posterior enloquecimiento por celos. Esta noción de la belleza como elemento doloroso o hiriente se expresa en la canción *Pienso en tu mirá* (Cap. 3: *Celos*) a través de las frases «Tan bonita que amenaza» y «Pienso en tu mirá, tu mirá clavá es una bala en el pecho». En el caso del conde Archimbaut en la novela, sus celos son vistos por él mismo como un gesto de prudencia: «Me toman a escarnio y se burlan los que serían incluso más celosos que yo, si tuvieran permanentemente una criatura tan bella delante de los ojos» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 152).

4. La batalla contra el dragón y la muerte del héroe

La muerte supone un nuevo comienzo para el héroe. La experiencia de enfrentarse a sus peores miedos —simbolizada arquetípicamente como la lucha contra el dragón— es tan traumática e intensa que «puede fomentar una reorganización constructiva de las pulsiones internas más profundas del individuo» (Armstrong, 2020: 48). Este punto crítico puede representarse simbólicamente como la muerte del héroe a manos de su oponente, así como su desmembramiento, crucifixión o el esparcimiento de sus carnes (Campbell, 1973: 246).

El descenso a los infiernos de Flamenca se verá producido por el aislamiento psicológico y el maltrato al que su marido la somete. Una diferencia sustancial entre ambos textos radica en que la novela muestra una prevalente ausencia de violencia física hacia la figura femenina, pues el mismo conde de Archimbaut pone en cuestión la efectividad de la pelea como solución idónea:

¿Qué ventaja obtendré pegándole? ¡Dios!, ¿no será más dulce y mejor? Al contrario, ella será peor y más desabrida, porque en todas las épocas yo he oído decir al respecto que las palizas no enderezan los locos pensamientos. Al contrario, quien castiga y corrige un corazón loco, más lo inflama. (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 154)

En cambio, en la canción *De aquí no sales* (Cap. 4: *Disputa*) vemos constantes referencias a la violencia física, ya sea mediante el concepto de «disputa» del título, por el abrupto cambio del canto libre de la introducción al ritmo de bulerías electrónicas, por la agresividad sonora de los sonidos de motos, coches y sirenas, por la presencia visual del fuego y las explosiones de los molinos de La Mancha en el video, o por los significados textuales de la letra:

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

Estas condiciones vejatorias extremas conducirán a la a la protagonista a experimentar la metafórica noche oscura del alma⁸⁶ en tanto fase existencial y biográfica llena de sufrimiento, soledad y pérdida de uno mismo. Este olvido de uno mismo —tal y como lo refleja la letra de *Reniego* (Cap. 5: *Lamento*): «Reniego de mí, sino»—, se acompaña de la imagen metafórica del descenso al inframundo en la locución de *Preso* (Cap. 6: *Clausura*):

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

⁸⁶ A la hora de reflejar esta noche oscura del alma de Flamenca la novela narra: «En cuanto a la dulce criatura, no sabe qué hacer; va a sufrir más de una maldad, más de una amenaza por parte de los celos. Su existencia es peor que la muerte; si sufre por el día, peor es la noche, porque no hay nada más que la pena; en su tristeza y muerte, no encuentra nada que le aporte consuelo» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 155). Y continúa: «Flamenca iba a sufrir grandes tormentos, pues muchos suspiros y muchos sollozos, mucha angustia y muchos bostezos tendría que soportar y muchas lágrimas derramar a causa de su marido» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 156).

La progresiva acumulación de entropía y caos genera un colapso en el sistema, lo que fuerza al héroe a experimentar un cambio irreversible. No obstante, el caos puede tornarse una fuerza vivificante que conduzca al héroe a descubrir un nuevo terreno psicológico: el poder dentro de sí mismo.

5. El renacimiento y la obtención del botín

La destrucción del héroe resulta un paso necesario en su transformación: «Ninguna criatura puede alcanzar un grado superior de naturaleza sin dejar de existir» (Campbell, 1973: 92). De la misma forma, la muerte simbólica como rito de paso precede a la liberación de nuevas fuerzas espirituales y morales del individuo: «cuando la envoltura de la conciencia ha sido aniquilada, él [héroe] se vuelve libre de todo miedo [...]. Este es el potencial de liberación que todos llevamos dentro y que cualquiera puede alcanzar —a través del acto heroico» (Campbell, 1973: 151).

En un sentido jungiano, este proceso de crisis y metamorfosis del individuo habilita una mayor integración de los diversos fragmentos psíquicos —previamente reprimidos, no desarrollados o en conflicto—. La recomposición holística del ser en un estado arquetípico de totalidad es conocido como el proceso de individuación (Jung, 2007). Este proceso no se fundamenta únicamente en una armonización del individuo respecto a su propia psique —integrando la relación entre el consciente y el inconsciente—, sino entre el individuo y la psicología colectiva, donde la individuación «implica tanto despojarse a sí mismo de los falsos atuendos de la persona o máscara social como diferenciarse psicológicamente de lo colectivo, llegando a ser distinto de los demás seres humanos, pero sin aislarse, manteniendo una relación con ellos» (Alonso, 2018: 340).

Bajo esta noción, el proceso de individuación que experimenta Flamenca es el botín último que la heroína obtiene. Al salir del infierno psicológico, la protagonista de *El mal querer* obtiene una maduración psíquica, acompañada de la integración de sus partes psicológicas: sus propios puntos ciegos —la «sombra» psíquica, en un sentido jungiano, que en un inicio le condujo a

casarse con su marido maltratador— ya no dominan sus actos ni su vida, su fuerza renovada le permite tomar decisiones apuntando a una dirección nueva.

Otro botín adicional es la unión sexual de Flamenca con su amante en la canción *Di mi nombre* (Cap. 8: *Éxtasis*). El amor cortés que se desarrolla entre Flamenca y su salvador, el caballero Guillem de Nevers, resulta un elemento clave de la novela⁸⁷. En cambio, en *El mal querer* la consumación del acto sexual supone una liberación psíquica y emocional de la protagonista femenina, así como un símbolo de su triunfo sobre la senda llena de pruebas: «El motivo de la ardua encomienda como requisito previo al lecho nupcial ha tejido las hazañas heroicas de todos los tiempos y del mundo» (Campbell, 1973: 344)

Tras la unión sexual de Flamenca, su concepción de un bebé mostrado en la canción *Nana* (Cap. 9: *Concepción*) refleja un elemento inédito y ausente en la novela medieval: «[...] aunque Dios le hizo el gran favor de no amar ni tener niños porque, si hubiese estado enamorada sin encontrar cómo nutrir su amor, pienso que su situación hubiese sido aún más penosa» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 157). La locución de Rossy de Palma de la canción *Preso* (Cap. 6: *Clausura*) refleja una vez más la bendición que Flamenca obtiene al haber encontrado un hijo y un amante:

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

6. La vuelta al mundo normal y la entrega del elixir (integración de la psique, reconstrucción, empoderamiento)

Mediante el proceso de muerte y renacimiento, el héroe experimenta «una expansión de la conciencia y con ella del ser (iluminación, transfiguración,

⁸⁷ La espiritualización de la relación de los dos personajes a través del amor concuerda con los ideales medievales respecto al amor cortés: «El amor se entiende como un don que mejora la condición del hombre [...]. El amor cortés es un vehículo para la educación de la juventud» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 166).

libertad)» (Campbell, 1973: 246). Dicha transformación puede verse representada al final del videoclip de *Bagdad* (Cap. 7: *Liturgia*), donde Flamenca renace santificada en un mar dorado tras haberse ahogado en sus propias lágrimas⁸⁸. Tras este proceso de elevación e individuación, ahora el héroe se embarca en su viaje de vuelta al mundo normal: «Si los poderes han bendecido al héroe, ahora éste se pone bajo su protección (emisario) [...]. En este umbral del retorno los poderes trascendentales deben acompañarle; el héroe emerge del reino de los muertos (retorno, resurrección). La bendición que trae restaura el mundo (elixir)» Campbell, 1973: 246).

En su ascenso de vuelta al mundo cotidiano, Flamenca se confronta con su marido: armada con su nueva fortaleza interna, la protagonista encarna el arquetipo del héroe como guerrero (Campbell, 1973: 334). La canción *Maldición* (Cap. 10: *Cordura*) refleja esta lucha mediante elementos como el sonido de espadas, los bramidos guerreros de Flamenca, la voz quejumbrosa y distorsionada del marido diciendo «ni niña», o la propia temática bélica de la canción:

M'an dicho que no hay salí'a
Yo la tengo que encontrar
Aunque me cueste la vida
O aunque tenga que matar

[...]

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 decías

Vencido el mal, el héroe es capaz de volver como un emisario del inframundo para entregar el elixir al mundo y restablecer el *statu quo*. En el caso de *El mal*

⁸⁸ Dicha santificación cumple con el arquetipo del héroe como santo o asceta (Campbell, 1973: 353).

querer, su universo narrativo apunta a que el elixir capaz de devolver la paz y el orden en el mundo sea la misma realización de Flamenca de su poder interno. Su paso de un estado pasivo y dependiente a la realización de su fuerza y autonomía constituye el elixir que trae Flamenca; volviéndose un faro capaz de alumbrar a otras mujeres que se hallen en el oscuro infierno de la violencia de género. Esta metamorfosis y las enseñanzas derivadas cambia para siempre al héroe y a su comunidad, tal y como lo refleja la letra de la última canción del álbum, *A ningún hombre* (Cap. 11: *Poder*):

A ningún hombre consiento
Que dicte mi sentencia
Sólo Dios puede juzgarme
Sólo a él debo obediencia

[...]

Voy a tatuarme en la piel
Tu inicial porque es la mía
Pa' acordarme para siempre
De lo que me hiciste un día
De lo que me hiciste un día

3. 4. 3. El fenómeno fandom en la construcción del estrellato. El caso Rosalía-Altozano

Bajo el paradigma de la cultura participativa (Jenkins, 2016), la inteligencia colectiva (Lévy, 2004) y la hiperconectividad facilitada por la tecnología digital, los usuarios son alentados a tornarse verdaderos artífices de las experiencias que consumen. La labor afectiva realizada por las audiencias y los *fans* no solo resulta un elemento esencial en la co-creación de los fenómenos transmedia, sino en la propia construcción de la imagen de las estrellas:

El público también forma parte de la creación de la imagen. Las audiencias no pueden hacer que las imágenes de los medios signifiquen

lo que quieren, pero pueden seleccionar de la complejidad de la imagen los significados y sentimientos, las variaciones, inflexiones y contradicciones que funcionan para ellos. (Dyer 2004: 4)

De la misma forma, «las ideas de la audiencia sobre una estrella pueden afectar a los productores mediáticos encargados de la imagen de la estrella» (Dyer, 2004: 4). Bajo esta premisa, las dinámicas participativas y la construcción del estrellato por parte de los *fans* son un elemento clave a la hora de expandir los universos transmedia. Como vimos anteriormente, el enfoque transmedia trata de producir una experiencia que sea mayor que la suma de sus partes (Dalby, 2021); y es dentro de la totalidad de estos universos que cada texto es situado como un nodo dentro de una red holística —u *holon*—, donde el público también puede influir mediante el contenido generado por el usuario (*user generated content*) (Stein, 2017).

Siguiendo estas ideas, destacamos la interacción *online* mantenida entre Rosalía y el *youtuber* musical Jaime Altozano: tras la publicación del álbum *El mal querer* por parte de Rosalía y Sony Music el 2 de noviembre de 2018, una semana más tarde (el 9 de noviembre de 2018) el divulgador musical Jaime Altozano publicó un vídeo de 39 minutos en su canal de YouTube titulado «ROSALÍA: Lo que nadie está diciendo sobre EL MAL QUERER | Jaime Altozano». En el año y medio posterior a su publicación, el video acumuló 5 millones de reproducciones (a enero de 2024 ostenta ya 7,5 millones).

Junto a la calidad divulgativa y el carácter erudito del video-análisis de Altozano, es innegable el potencial de *viralización* que todo contenido relacionado con Rosalía podía llegar a tener durante el *boom* del fenómeno en 2018. Incluso el propio *influencer* musical expresó estas palabras en la parrilla de comentarios de su video: «Gracias a todos por el apoyo con este vídeo, ha tenido un éxito que no me esperaba. Quería hablar de la parte musical de *El mal querer*, porque oía mucha conversación alrededor del álbum, pero no se centraban en los acordes, la producción, la melodía, la mezcla de géneros... etc. ¡Espero que os guste!» (Jaime Altozano, 2018).

Lo notorio del caso fue lo que acaeció las semanas próximas: el domingo 25 de noviembre de 2018, Rosalía publicó una serie de treinta *stories* de Instagram

donde respondía a Jaime Altozano. Ahora era la propia artista catalana quien se dedicó a dialogar con el *youtuber*, diseccionando, explicando, discutiendo e interpretando aspectos de su propia obra musical. Sin duda alguna, con este acto «la estrella incipiente destrozó la verticalidad que ha caracterizado la relación entre los artistas y sus críticos» (Carrión, 2021: 17).

La conversación digital entre la artista y el *influencer* musical —así como su *crossover* entre las plataformas de YouTube e Instagram— refleja el principio de heterogeneidad de las audiencias (Terrasa Rico, 2021a) y el paradigma de la cultura participativa (Jenkins, 2016) sobre el que hemos incidido anteriormente en este capítulo. Adicionalmente, el caso Rosalía-Altozano nos vuelve testigos del fin de la relación parasocial (Rojek, 2001), forma de interacción entre estrella y *fan* propia de la cultura de masas donde primaba la unilateralidad y la relación imaginaria (p. ej.: las fantasías de intimidad, la identificación emocional o el coleccionismo ritual de artefactos que puede realizar un *fan* a la hora de cultivar su relación con su ídolo).

Ahora, las posibilidades interactivas del medio digital —a través de plataformas como Twitter, YouTube, OnlyFans o Instagram— permiten expandir de manera pública la vida media de los productos culturales y de las estrellas⁸⁹. Igualmente, dichas plataformas permiten que las estrellas respondan públicamente a los comentarios de sus *fans* o que les escriban directamente por mensaje privado. El concepto unívoco de relación parasocial —donde la estrella no interactuaba con el fan directamente— ahora se amplía en el mundo *online* bajo la diversidad de nuevas formas de relación unificadas bajo la acepción de interacción multisocial (Hills, 2015).

Adicionalmente, el caso Rosalía-Altozano nos acerca a la idea de la muerte del autor, propuesta por Roland Barthes⁹⁰ (1977), y al concepto de obra abierta

⁸⁹ Todas las plataformas mencionadas permiten calificar, recomendar, comentar e incluso subir contenido generado por el usuario. En el caso de Rosalía, más allá de los videos de Jaime Altozano, hallamos toda una miríada de video-análisis, versiones musicales (*covers*), *hashtags*, parodias de humoristas como los Morancos o José Mota, reacciones de *celebrities*, trabajos académicos y demás artefactos *fandom* que expanden el fenómeno Rosalía y los significados de *El mal querer*.

⁹⁰ La muerte del autor nos acerca a la idea de que la propia obra no pertenece únicamente a su autor, sino a la colectividad cultural, en tanto matriz de referencia, que ha permitido que la obra pueda ser engendrada: «Hoy en día sabemos que un texto no está constituido por una fila de palabras, de las que se desprende un único sentido, teológico, en cierto modo (pues sería el

propuesto por Umberto Eco (1992). Bajo esta última acepción, podemos considerar el carácter polisémico y no fijado de la obra, donde su significado final no se halla suturado por el autor. Más bien al contrario, las audiencias son capaces de co-crear y recrear la obra mediante remixes, remasterizados, versiones alternativas, análisis y covers, entre otros. De la misma forma, la colectividad de la cultura es capaz de reinterpretar y actualizar los significados de la obra artística de acuerdo a los cambios experimentados en el *zeitgeist*.

Por ejemplo, el concepto de *trap*-flamenco con el que Altozano clasifica *El mal querer* en su video-análisis es respondido por Rosalía en sus *stories* de Instagram:

Yo no pienso que haya *trap* en el disco. El *trap* es una música que yo la asocio a una temática muy concreta que tiene que ver con las drogas, que parte de Atlanta. Yo no le veo el símil. Ni por el uso de las 808 ni de los *ad libs*. Tal y como Jaime está comentado, eso es algo muy presente en la música urbana, y también en el flamenco». (NyD Entretenimiento, 26 de noviembre de 2018, 3m44s)

Posteriormente, el filósofo Ernesto Castro continuó con dicha discusión en su libro *El trap. Filosofía millennial para la crisis en España* (2019). Según Ernesto Castro, la aplicación del término «artista urbano» en cantantes como Rosalía supone «blanquear géneros musicales afroamericanos como el *jazz*, el *soul* o el *R&B*». (Castro, 2019: 14). Y continúa:

Si el término *trap*, aplicado a músicos que no han formado parte del mundo de la droga, es una apropiación indebida de la cultura musical de los camellos, la expresión 'música urbana', aplicada a vocalistas y *beatmakers* euroblancos —como son buena parte de los miembros de la escena urbana española— es una apropiación indebida de la cultura musical negra. (Castro, 2019: 14)

mensaje del Autor-Dios), sino por un espacio de múltiples dimensiones en el que se concuerdan y se contrastan diversas escrituras, ninguna de las cuales es la original: el texto es un tejido de citas provenientes de los mil focos de la cultura» (Barthes, 1977: 146).

Sin querer entrar en esta querrela en torno a la taxonomización musical de *El mal querer*, somos testigos de cómo el diálogo mantenido entre Rosalía y Altozano refleja los principios de la circularidad cultural (Stuart Hall, 1980), a saber: el creciente acceso por parte de las audiencias a todas las diversas fases de gestación del artefacto cultural —producción, consumo, regulación, representación e identidad (Champ, 2008)—. En este aspecto, podemos considerar que los comentarios que realiza la propia Rosalía acerca de *El mal querer* suponen tan solo una interpretación más que convive con el resto de las lecturas de sus críticos y *fans*. El enfoque habilitado por la muerte del autor (Barthes, 1977) y la obra abierta (Eco, 1992) nos invitan a abandonar la idea de un significado verdadero, unívoco y objetivo fijado por el autor respecto de su obra.

Finalmente, cabe destacar que el 7 de abril de 2022 Jaime Altozano volvió a realizar un segundo análisis sobre Rosalía⁹¹. En este caso, el *influencer* musical sorprendió a sus seguidores al contar con la propia Rosalía para analizar a dúo el tercer álbum de estudio de la cantante catalana, *Motomami* (2022). No cabe duda de que el caso Rosalía-Altozano refleja un caso notorio respecto a la horizontalidad que los medios digitales han permitido dentro del contexto de la cultura popular. El estrellato como mitología contemporánea se erige sobre la premisa de que la comunicación posmasiva —libre, abierta y fluida— permite al individuo acercarse a sus estrellas (o convertirse en una). Habilitando un espacio sagrado —colectivo e individual— de *mímesis* para que los fans puedan realizar su liturgia, replicando los pasos de aquellos ídolos mediáticos que ya han logrado la *trascendencia* en vida.

⁹¹ El video se titula «Análisis de MOTOMAMI Entendiendo la transformación de ROSALÍA (con Rosalía)». puede verse aquí: <https://www.youtube.com/watch?v=8xGgFmoLRAE&t=772s>

Capítulo 4: *Frames* y el fenómeno Rosalía en la prensa española escrita (*El País*, *El Mundo*, *El ABC* y *La Vanguardia*)

A continuación, exponemos un gráfico de los once *frames* hallados durante nuestro análisis de los 331 artículos seleccionado en los medios escogidos (*El País*, *El Mundo*, *El ABC* y *La Vanguardia*):

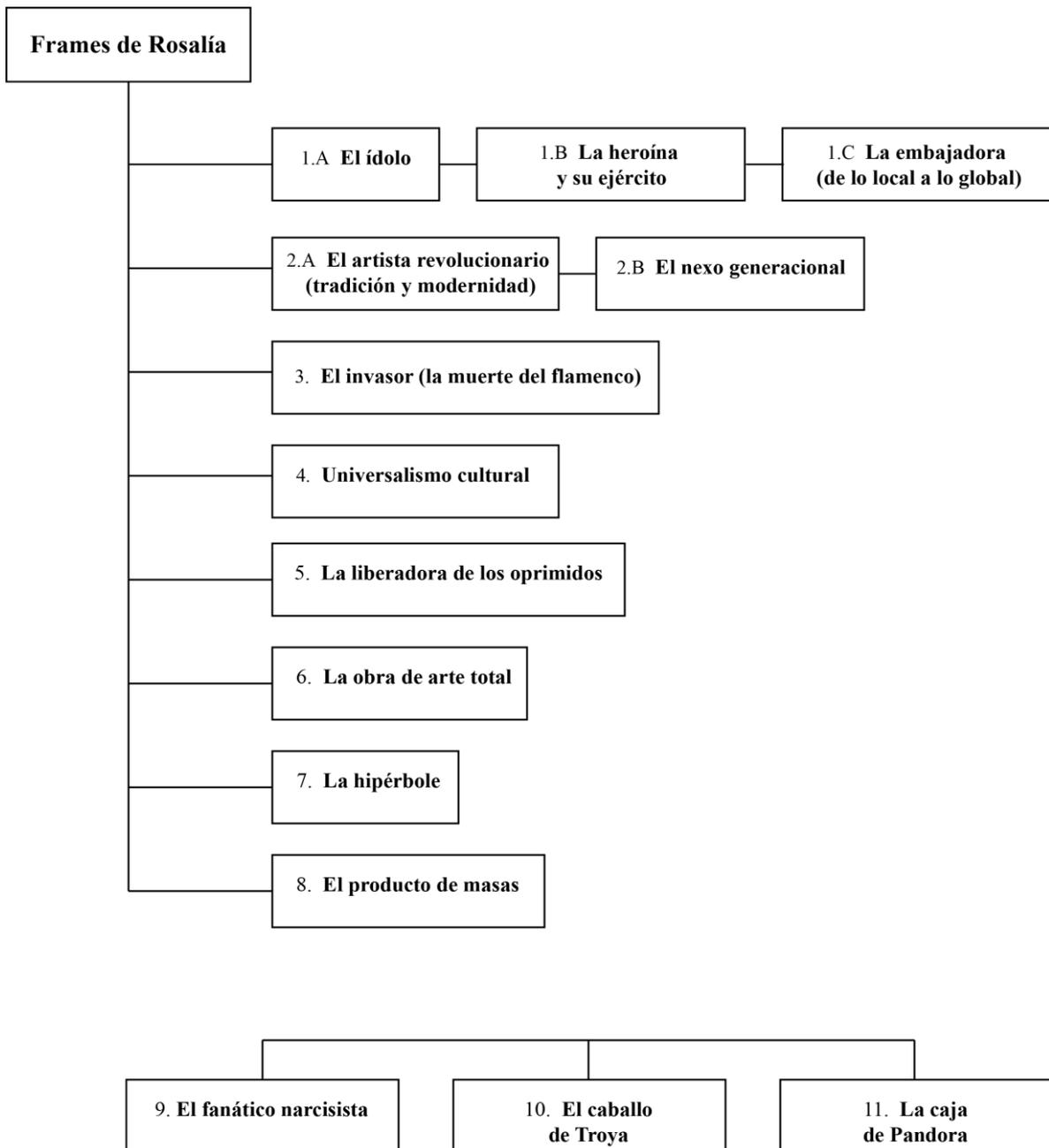


Figura 7. Lista de *frames* en *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. Fuente: elaboración propia

1 A - El ídolo

Presente en: *El País* / *El Mundo* / *La Vanguardia* / *ABC*.

La narrativa cultural de este *frame* nos evoca una figura de adoración propia de una religión o culto, lo que nos acerca al concepto de «el triunfo del *pop* como fenómeno transversal y unificador» (Morán, 2019). El tema (*issue*) se centra en

la definición de Rosalía como superestrella global y en el impacto de su alcance masivo. Como elementos de *framing* destacables, vemos que la cantante catalana es equiparada a otros actores pertenecientes al «Olimpo de celebridades globales» (Peirón, 2018) que conforman la «aristocracia del *pop*» global (Cultura ABC, 2019); esto hace referencia a otros *popstars* e *influencers* citados como Dua Lipa, Billie Eilish, James Blake, J. Balvin, Pharell Williams, Ozuna o Kourtney Kardashian. Bajo la lógica de este *frame* culturalmente imbuido, vemos como las estrellas de la cultura *pop* se tornan una actualización posmoderna de los ídolos mitológicos grecorromanos —titanes, emperadores, héroes de guerra, dioses y semi-dioses—. Dichas figuras de lo *mainstream* actúan como ídolos y espejos que encarnan los deseos (tanto velados como manifiestos) de la cultura que los arroja: el ascenso social, la riqueza, la tenacidad, la lujuria, la ambición, la abundancia, la sed de riqueza o la aspiración de la inmortalidad (Terrasa Rico *et al.*, 2021).

Es notable como en los cuatro medios analizados emerge este *frame* bajo la referencia al caso del artista italiano TvBoy, quien realizó un mural *graffiti* santificando a Rosalía en el Fossar de les Moreres —espacio clave del independentismo y nacionalismo catalán— en enero de 2019. A continuación, citamos un extracto de las palabras del artista en un artículo de *La Vanguardia*:

He titulado la obra *Santa Rosalía* para que el público reflexione sobre la idolatría y el culto a los iconos del espectáculo en nuestra sociedad contemporánea. Antes el objeto de culto eran los iconos religiosos y ahora son las estrellas de la música y los *influencers*. Por eso en este mural aparece la nueva estrella internacional del *flamenco-pop* a la que he querido caracterizar como Santa Rosalía de Palermo, la patrona de mi ciudad natal. (Cultura *La Vanguardia*, 2019)

Este *framing* de Rosalía como «una diosa contemporánea» (Álvarez, 2019) es sintomático de las ideas descritas en nuestro marco teórico (véase el capítulo III), donde conceptos como el de posmodernidad, hiperculturalidad o cultura mosaico reflejan el colapso de las distinciones entre «alta cultura y baja

cultura»⁹² (Abruzzese, 2004: 190) «cultura de élite y cultura comercial o de masas» (Jameson 1991: 4) y «cultura sagrada y secular» (Till, 2010: 1). Como mostramos en la tabla 1A al final de este *frame*, la evocación de la ubicuidad mediática y la hipervisibilidad como un estado o espacio metafóricamente elevado —equiparado con la esfera de lo *divino* o *trascendente*— es frecuentemente reflejado en los cuatro medios. Sobre este aspecto, destaca la presencia de ciertas palabras clave como «diva», «aristocracia» o «élite» (Morán, 2019a; Portada ABC, 2019), así como el uso de expresiones épicas como: «en los libros sobre historia de la música la marca Rosalía ya está patentada» (Arbat, 2019) o «dos Grammy Latinos han sido suficientes para elevarla al Olimpo musical» (Sotillo, 2019). Más allá del uso de cifras —el festival Primavera Sound 2019 batió su récord de asistencia con 63.000 espectadores con Rosalía encabezando el cartel (Gil, 2019)— o los relatos sobre su ubicuidad dentro del imaginario nacional⁹³, el uso de expresiones como «Hizo correr ríos de rimel» (Chavarría, 2019), «una diosa contemporánea» (Corzo, 2019) o «Es el fenómeno paranormal Rosalía» (Navarro, 2018a) nos hablan de los poderes cuasi mesiánicos de Rosalía y, por ende, de las estrellas en la cultura contemporánea. De tal manera, el poder de dominación carismática de la cantante de Sant Esteve Sesrovires es capaz de provocar el «delirio» de sus fans (Viana, ABC, 13 de junio de 2019), quienes se hallan poseídos por la «*rosaliamanía*» (Engel, 2019) y son bautizados como «*rosaliebers*»⁹⁴ (Higuera, 2019).

⁹² En palabras del propio Alberto Abruzzese (2004): «los conceptos de la cultura como autoridad o como conjunto de valores arraigados en la tradición popular de una nación tienden a mezclarse en el carácter dinámico, abierto y relacional de los medios de comunicación que, cada vez más industrializados, conquistan mercados cada vez más amplios.

⁹³ Tal y como relata la periodista Virginia López Enano en *El País*: «Resulta imposible huir de ella. Su música suena en el andén del metro de Barcelona porque un usuario despistado no ha encajado bien al móvil la clavija de los auriculares. Si para escapar de *Malamente*, su último gran éxito, quiere uno ponerse los cascos y refugiarse en Spotify, se encuentra con que la plataforma recomienda, con la foto de Rosalía, la lista de éxitos pop. No pasa nada. Se selecciona una canción y a otra cosa: Instagram. En el menú principal, Rosalía de nuevo. Con un chándal de terciopelo rojo amapola. La sudadera a la altura del pecho, el abdomen al descubierto y más de 116.000 *me gusta*» (López Enano, 2018).

⁹⁴ El uso de *rosaliebers* es una referencia directa al concepto de *beliebers*, palabra popularizada para definir la actitud pasional de los fans de Justin Bieber. Dicho juego de palabras combina el apellido Bieber con el término *believer*, traducido del inglés como «creyente». Reforzando, una vez más, el *frame* religioso del estrellato contemporáneo.

La adoración religiosa por parte de «los acólitos del *fenómeno Rosalía*» (Verbo Marbella, 2018) refleja el origen etimológico de la palabra «fan». Según Henry Jenkins (2010 [1992]), «fan» es una forma abreviada de la palabra «fanático», que tiene su raíz en el vocablo latino «*fanaticus*». En su sentido más literal, «*fanaticus*» procede de «*fanus*», que significa básicamente «de o perteneciente al templo, un servidor del templo, un devoto» (Jenkins, 2010 [1992]: 23). Posteriormente, según el *Oxford Latin Dictionary* la palabra rápidamente adoptó unas connotaciones más negativas: «Relativo a personas inspiradas por ritos orgiásticos y delirios entusiastas» (Jenkins, 2010 [1992]: 23). Como mencionamos en nuestro marco teórico del capítulo III, tras el fin de la religión en su sentido tradicional —reflejado por la muerte simbólica de Dios en la era post-nietzscheana— la necesidad del culto y la *trascendencia* fueron canalizadas por *star-system* (donde se mantienen actos como la liturgia, las figuras de adoración y el ritual *fan* o fanático), ahora investido por el *ethos* voyeurístico de la sociedad del espectáculo (Debord, 1967; Han, 2014).

Al trasladar la dimensión afectivo-mítica y espiritual del sujeto contemporáneo a la esfera de la cultura popular —o, de forma aún más directa, a la cultura pop—, observamos cómo las estrellas populares y musicales catalizan procesos de identificación y creación de identidad, satisfaciendo fantasías colectivas que integran nociones como la búsqueda de la autenticidad, la exaltación del individuo, la narración biográfica de la propia vida como viaje heroico, la pertenencia al culto, el éxtasis, la catarsis, la efervescencia colectiva y la búsqueda de redención (Shuker, 2001: 319). Bajo esta óptica, el fenómeno del estrellato no puede ser únicamente reducido a términos económicos y políticos⁹⁵. Además de otros elementos influyentes como son el talento del artista (Adler, 2006; Harrison, 2018) o los intereses de la industria musical (Rosen, 1981), la (des)integración de la esfera religiosa en la cultura popular⁹⁶ habilita la relevancia de la dimensión mítica, antropológica y espiritual del estrellato en la cultura contemporánea.

⁹⁵ Esta visión reduccionista o economicista del estrellato puede rastrearse desde la crítica cultural de la escuela de Frankfurt (Horkheimer y Adorno, 1944/1988) hasta la crítica posmarxista de la cultura *mainstream* de académicos como Illescas Martínez (2011; 2014).

⁹⁶ Fusión cristalizada por el Olimpo del *star-system* y el proceso de mimesis colectiva dirigido hacia las estrellas.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
1 A - El ídolo						
Se evoca una figura de adoración religiosa. El arquetipo de una divinidad o figura mesiánica de culto que eclipsa al colectivo social. El <i>pop</i> como religión secular.	Rosalía se ha convertido en un fenómeno de masas <i>pop</i> . Su propuesta musical, entre el flamenco y la música urbana, ha eclipsado la agenda mediática nacional. Ha alcanzado una visibilidad internacional sin precedentes por un artista español.	Su presencia en festivales y medios nacionales e internacionales, la cantidad de galardones recibidos y las cifras que ha alcanzado el fenómeno de la artista catalana son prueba de su status de <i>celebrity</i> . Además, Rosalía es el personaje más buscado por los españoles en 2018 según <i>Google Trends</i> . ⁹⁷	La (omni)presencia de la artista catalana en los medios españoles tras el <i>boom de El mal querer</i> (2018) nos habla de un estrellato superlativo, global y equiparado con el status de diva <i>pop</i> . Su efecto sobre las audiencias intergeneracionales e internacionales (la tropa de «Rosaliebers») la posicionan dentro de la aristocracia del <i>pop</i> global.		<p>Metáforas / expresión: La joven mesías del chándal / Moisés con las Tablas /cuando Rosalía sale a cantar esparce unos polvos mágicos que dejan atontada a la gente / La Beyoncé española / la multitud entró en delirio / la aristocracia del <i>pop</i> / La apoteosis de Rosalía / el Olimpo de celebridades globales / convierte en oro todo lo que toca / los acólitos del fenómeno Rosalía.</p> <p>Elección de vocabulario: himnos transoceánicos / omnipresente / icono / diva / global / fenómeno / Diosa /unificador / transversal / «Rosaliers» y «Rosaliebers».</p> <p>Medios: <i>The Guardian</i> / <i>Vogue</i> / <i>The New York Times</i> / <i>Libération</i>.</p> <p>Actores relacionados: Kourtney Kardashian / J Balvin / Ozuna / Dua Lipa / Pharell Williams.</p> <p>Cifras: 15.000 personas llenaron el WiZink Center / 1.500 objetos de <i>merchandising</i> se despacharon en apenas tres horas.</p> <p>Sucesos: Personaje más buscado por los españoles en 2018 <i>Google Trends</i> / Premiada tres veces en los Grammy Latinos de 2019.</p>	<p>Pesan tanto esas siete letras, que han acabado por oscurecer a todo lo demás. (Miranda, <i>ABC</i>, 15-6-2019)</p> <p><i>Trá, Trá</i> (Rosalía) [cita de personaje famoso) (Mini Mundo, <i>El Mundo</i>, 23-10-2019)</p> <p>Ha llegado también a los altares. La noche del martes logró un nuevo hito que muy pocos —solo un puñado de elegidos— pueden alcanzar: la santidad. (Congostrina, <i>El País</i>, 10-1-19)</p> <p>Lo de la catalana, con sus idas y venidas de lo urbano a lo flamenco y el frenesí coreográfico, es el triunfo del <i>pop</i> como fenómeno transversal y unificador. (Morán, <i>ABC</i>, 8-12-2019)</p>

⁹⁷ Fuente directa de Google: <https://trends.google.es/trends/yis/2018/ES/>

1 B - La heroína y su ejército

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Este *frame* es una variación de 1-A *La figura sagrada*. En el capítulo III vimos la evolución del *proto-estrellato*: aplicado inicialmente a la narración de los dioses, titanes y otros entes sobrenaturales y, posteriormente, localizado en personajes humanos excelsos reconocidos por sus hazañas y talento. Siguiendo el mismo proceso, en este *frame* la protagonista deja de ser una divinidad con poderes mágicos —tal y como se la retrata en 1-A en tanto ídolo religioso y objeto de adoración—, para transformarse en una figura humana y heroica acompañada de su séquito de guerreros. Esta humanización de la estrella como figura heroica o guerrera arquetípica (Campbell, 1973) permite acentuar las características de liderazgo y autonomía asociadas al *frame* de acción (*the agency frame*): «[Este *frame*] refleja a un individuo proactivo que tiene fuerza, capacidad, una voz, liderazgo, poder y similares» (Lind y Salo, 2002: 221). De la misma manera, la humanización del estrellato de Rosalía resalta cualidades como el esfuerzo personal, el talento y el poder de agencia de la artista catalana por encima de otros factores como el volátil gusto de las audiencias o los intereses de la industria: «También tenaz. [Rosalía] Quiso forjarse una carrera musical a toda costa y ahora avanza candente con una fuerza que llena escenarios, arrastra miles de seguidores y alza voces que la proclaman como nueva estrella de la música española.» (López Enano, *El País*, 16 de septiembre de 2019: 32).

Este *frame* se revela a través de expresiones épicas que equiparan la consecución del éxito con la escalada de una montaña: «su periplo hasta la cima ha sido extenuante y con más de un tropiezo» (Mellado, *ACB*, 15 de febrero de 2019), o «colmada de pasión y cualidades, solo necesitaba un empujón para alcanzar la cumbre» (Semanal, *El País*, 25 de febrero de 2018). Tal y como expresa el arquetípico «viaje del héroe» (Campbell, 1973), el héroe debe dejar atrás su mundo conocido y realizar sacrificios vitales para alcanzar la redención. Tal y como refleja el artículo de *El Mundo* titulado *No tuve una adolescencia normal por entregarme al flamenco. Entrevista a Rosalía*: «Los

consultados para este reportaje coinciden en que su dedicación es de “24 horas al día y siete días a la semana”. También que en su estrategia, que, afirman, “tuvo claro desde el principio”, es ella la que manda» (Papel en portada, *El Mundo*, 30 de octubre de 2018). *Framing* que igualmente resalta el medio *La Vanguardia* mediante las palabras de la cantante catalana «sacrificas muchas cosas, para empezar no vives tranquila, no hay vacaciones ni descanso» (Cultura, *La Vanguardia*, 15 de junio de 2018), o la frase «el viaje hacia la gloria se halla lleno de dificultades» (Chavarría, *La Vanguardia*, 4 de febrero de 2019).

Por otro lado, la cualidad culturalmente imbuida de este *frame* nos sitúa en la concepción mítica de las estrellas descrita por Jordi Busquet Duran, donde estos seres carismáticos y heroicos son considerados referentes «en virtud de sus dones y capacidades», encarnando aquellos valores dominantes de un *zeitgeist* determinado (Busquet Duran, 2012: 13). En este caso, el ascenso al parnaso de la fama y la incansable lucha que supone el acceso al éxito social son retratados como valores deseados por nuestra cultura y encarnados por las estrellas: las metáforas de la cima y el ascenso (arriba = éxito / progreso = bueno) son elementos de *frame* que encierran valores culturales profundamente arraigados y que subyacen al discurso (Lakoff y Johnson, 1981). Asimismo, la imagen del sacrificio personal y la importancia de los méritos propios en el desarrollo del individuo son valores frecuentemente asociados a la cultura del emprendimiento y del desarrollo personal, también característicos de las dinámicas de producción del yo neoliberales.

Igualmente, a la hora de hacer referencia al grupo de actores que acompañan a Rosalía en su empresa hacia el éxito prima la imaginería de lo bélico, reflejada a través del uso de palabras como «escuadrón», «ejército» o «corte» (Serrano, *ABC*, 31 de agosto de 2019). Según nuestro panel de expertos entrevistados, este mismo efecto grupal es uno de los factores clave del éxito del fenómeno Rosalía. Para José María Barbat (director de Sony Music España) su «visión a la hora de encontrar los *partners* adecuados para el proyecto» fue el elemento capaz de amplificar el talento de Rosalía (Barbat, 2019). Por otro lado, Pedro G. Romero recuerda que «en la obra de Rosalía hay un gran trabajo de condensación, que es el trabajo de mucha gente» (Romero, 2022). Y continúa:

En el caso de Rosalía el mérito es que ella sea además el agente. Ella no licenció *El mal querer* con Sony hasta mucho después de sacar el disco, ella era la dueña de todo el producto. Ella fue quien puso en marcha los videos con Canadá, es ella la que invierte [...] Aquí lo curioso es que el artista sea dueño de las herramientas de producción (Romero, 2022).

En los medios, la figura de la artista catalana es enmarcada de forma similar: «Rosalía encaja de forma natural en el modelo de artista del siglo XXI: curiosa, preparada, valiente, sexi. Alguien que lucha por su autonomía (creativa, económica, amorosa) a la vez que aprovecha las posibilidades para colaborar» (Manrique, *El País*, 11 de diciembre de 2019).

Todas estas declaraciones nos acercan a un nuevo modelo de artista propio de la era digital —tal y como hemos comentado en el capítulo III—. El contexto hiperconectado que plantea la *web 2.0*, así como al auge de las *RRSS* y la colaboración entre usuarios, permite una mayor autonomía y libertad para el artista a la hora de acceder a audiencias globales, así como mayor independencia respecto a las directrices de la industria (Loy, Rickwood, Bennett, 2018: 11).

Por otro lado, la idea del escuadrón o batallón que acompaña a Rosalía hace eco de la *hipermediación* y de la autoría colaborativa como fenómeno constitutivo de la carrera del artista contemporáneo dentro de la industria musical (Carr, 2000). En definitiva, observamos cómo las características expuestas bajo el actual encuadre retratan a una figura activa, extraordinaria en sus cualidades y capacidad de liderazgo. Dicho *framing* se halla opuesto a concepciones pasivas o frívolas del estrellato que conectan con el fenómeno de la «fama igualitaria» (Busquet Duran, 2012: 16), basado en la exposición pública de una figura sin que ésta muestre cualidades extraordinarias⁹⁸. Por el contrario, bajo este *frame* 1-B queda claro que «Rosalía no sólo tiene talento, tiene un conocimiento musical único y cultivado, por sus estudios. Veo tanta

⁹⁸ Jordi Busquet pone como ejemplo paradigmático de «fama igualitaria» a las *celebrities* erigida a través de un *reality show* como *Gran Hermano* o *Supervivientes*.

personalidad en su arte que será difícil que la manipulen. Está más allá de la miseria» (Del Pozo, *El Mundo*, 4 de febrero de 2019).

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
1 B - La heroína y su ejército [counter-frame de «8 - El producto de masas»]						
<p>Se presenta la imagen de una heroína y el apoyo de su escuadrón en una conquista a la cima. Destaca el uso de jerga militar y aventurera.</p>	<p>Rosalía es la figura protagonista que lidera un espectáculo que ha alcanzado el éxito internacional. Este <i>universo Rosalía</i> es co-creado por un nutrido equipo de profesionales que la apoyan en sus directrices.</p>	<p>La ambición de la artista catalana, su profuso conocimiento musical y el apoyo de su nutrido equipo de diseñadores, estilistas, expertos en marketing digital, productores, montaje, etc. (<i>el escuadrón</i>). Todos estos factores son fundamentales en la construcción de su precisamente diseñado espectáculo (<i>la gran máquina de guerra</i>).</p>	<p>El rápido éxito de la cantante nos habla de un ascenso fulgurante en el sector de la industria musical. Rosalía ha «arrasado» tras su paso por lugares emblemáticos (festivales y certámenes esenciales para el estatus internacional de un artista). Se nos presenta la idea del artista como una figura independiente y líder de su carrera; acompañada por profesionales de la industria, pero no «domada» por el negocio.</p>		<p>Elección de vocabulario: arrasar / invadido / arrollador / pelear / escalar / despegar / disciplina / referente / rendirse.</p> <p>Metáforas y expresiones: Plantar su bandera en la cima del <i>pop</i> contemporáneo / El camino no ha sido fácil / La corte de Rosalía / La legión de fans / La conquista de La Gran Manzana / Despegar rumbo a las estrellas / Equipo bien armado / Capitaneado por Rosalía / El desembarco de Rosalía por tierras americanas.</p> <p>Lugares de conquista: La Plaza de Times Square / Lollapalooza 2019 de Chicago y Chile / festival Coachella 2019 / Gala MTV EMA 2019.</p> <p>Actores: Pili Vila (asistente personal), Pablo Díez Reixa "El Guincho" (productor), Rebeca León (manager), Charm La' Dona (coreógrafa), Las Ocho Rosas (bailarinas), María Simún (vestuario), Los Mellis (palmeros).</p>	<p>Los días en que los artistas eran peleles en manos de las grandes discográficas parecen ir quedando en el olvido. (Ruiz, ABC, 7 - 6 - 2019)</p> <p>Detrás del ascenso meteórico de la cantante catalana hay todo un equipo de mánagers, productores, compositores, coreógrafos y estilistas que le han ayudado a conquistar la industria de la música. El ejército con el que Rosalía ha conquistado el éxito global. (Serrano, ABC, 31 - 8 - 2019)</p> <p>El mérito es suyo, claro está. Ha peleado por el éxito como una jabata, ha estudiado a fondo la música tradicional de su país antes de lanzarse a conquistar la escena «urbana latina» internacional, y su talento y carisma es innegable. (Serrano, ABC, 31 - 8 - 2019)</p>

1 C - La embajadora (de lo local a lo global)

Presente en: *El País* / *El Mundo* / *La Vanguardia* / *ABC*.

Este *frame* es otra variación de 1-A *La figura sagrada*, en este caso se retrata a Rosalía como «máxima responsable del “nuevo orden” mundial del pop en castellano» (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019). Es decir, la cantante catalana actúa como una embajadora de la cultura española, ahora encargada de exportar y difundir su imaginario a nivel internacional. Para reforzar este marco se recurre a una polarización entre lo interno (lo local) y lo externo (lo global). A saber: Cataluña, el pueblo de San Esteve Sesrovies, la cultura flamenca, el barrio y lo español en contraste con EE. UU., «La Gran Manzana», la MTV, los medios internacionales y el *pop* global. Por ejemplo: «Labios rojo pasión, uñas customizadas, pestañas postizas. El chándal salta del extrarradio a las portadas internacionales. Rosalía encarna el icono *mainstream* desde Sant Esteve Sesrovies» (Peirón, *La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2018).

A la hora de construir este *frame* y su juego de polaridades resulta necesaria una caracterización de lo español y lo latino, encarnada a través del siguiente *lead* de retrato:

Rosalía parece Carmen. La gitana que Merimée hubiera imaginado de haber vivido en el siglo XXI. Mira a través de dos cascadas de pelo azabache que le llegan hasta el pecho. Mira firme con ojos pardos. Diez uñas de gel le alargan los dedos un cuarto y del color de estas lleva los labios, que se repasa a cada poco: «Rojo Valentino». Una Carmen de 25 años pegada al Instagram que para darse altura calza deportivas con medio palmo de plataforma en lugar de tacones. (López Enano, *El País*, 16 de septiembre de 2018)

A la hora de llevar a cabo dicha modernización del mito español y latino resulta igualmente importante apoyarse en la música, dado su potencial como práctica capaz de «generar identidades culturales compartidas a través del discurso sonoro» (Hormigos, 2010: 97). Tal y como explica Pedro G. Romero, uno de los

elementos clave en la música de Rosalía es «la tensión de lo vernáculo frente a lo global, lo que hace que la obra de arte esté siempre en tensión. Supone que el artista trate de darle respuestas al universo desde unos mundos muy pequeños y muy localizados» (Romero, 2022).

Esta dualidad (local/global) refleja el fenómeno de la glocalización. Tal y como proponen teóricos como Isidoro Moreno en *La globalización y Andalucía* (2002), dicho concepto genera una realidad inexorablemente conflictiva: la glocalización supone la «imbricación y oposición entre la dinámica de la globalización y la dinámica identitaria» (Moreno, 2002: 211). Esta postura asume dicho concepto como una tensión entre la cultura (su identidad local) y la degradación de ésta misma (por parte de lo global), teniendo como consecuencias una mercantilización de todo aspecto identitario de un colectivo o, peor aún, la expulsión de *lo distinto* (en este caso, la expulsión o erradicación de la cultura local y su identidad). Enfoque que señala la arrolladora dinámica y el carácter etnocida de la globalización como tiranía de *lo igual* (Han, 2017).

Este *frame* 1-C, no obstante, guarda una postura optimista o neutra respecto a dicha tensión entre lo local y lo global —postura crítica y negativa que sí adopta el *frame* 3 *El invasor (la muerte del flamenco)*—. Por lo tanto, la evaluación moral de este *frame* acentúa mediante un sentimiento de orgullo y triunfalismo dicha labor de exportación cultural. Por ejemplo, tras los Grammy Latino 2019 en Las Vegas, donde la cantante ganó dos estatuillas, el periodista Francesc Peirón comentó respecto de Rosalía:

Se entiende el orgullo local cuando la fama de una de las hijas de la ciudad trasciende fronteras e incluso esta semana el *The New York Times* le dedica un reportaje. «Es una de las raras artistas contemporáneas en España que ha tenido impacto fuera del país cultivando una base de fans en su propia red social», señaló el *Times*. (Peirón, *Vanguardia*, 17 de noviembre de 2018)

En este sentido, Rosalía representa las posibilidades de expansión y globalización de los artistas localizados a través del espacio digital. Este *frame*

destaca positivamente procesos como la modernización, la globalización e internacionalización de la obra de la artista catalana, muy en consonancia con los valores de la cultura capitalista estadounidense y la cosmovisión tecnoutópica de Silicon Valley: «Tal y como firman desde la multinacional [Apple], Rosalía reúne los “vectores fundamentales” del producto de Apple como son “la música, la innovación, la vanguardia y lo global”» (Navarro, *El País*, 1 de noviembre de 2018).

Los cuatro medios analizados señalan que el acelerado crecimiento y expansión del fenómeno Rosalía allende las fronteras nacionales tiene, como elementos de causa, el criterio de la artista catalana a la hora de rodearse de los profesionales adecuados. Por ejemplo, destacan agentes como el productor El Guincho, la productora audiovisual Canadá, la coreógrafa de Charm La'Donna o la elección de Rebeca León como mánager, algo que «a ningún artista español se le ocurriría» (Barbat, 2019). Respecto a Rebeca León, esta mánager americana con agencia internacional establecida en Miami se encarga de representar a otros artistas como Juanes o J. Balvin; en el caso de Rosalía, esta agente fue capaz de darle una proyección internacional al proyecto de Rosalía, logrando que la cantante actuara en festivales internacionales como Coachella en California o Lollapalooza en Chile. Según José María Barbat, la sede en Nueva York de la compañía Sony supo identificar el potencial internacional de la obra de Rosalía, lo que condujo a que la cantante firmara un nuevo contrato dentro de Sony Music con Columbia. Como destaca el director de la sede española: «Es la primera vez que eso ocurre con un artista español. Es la compañía de Beyoncé, Bob Dylan, Bruce Springsteen. En su elenco tienen a Rosalía y la trabajan como una artista americana» (Barbat, 2019). Suceso inédito también mencionado en el medio *El País*: «La cantante arrastra consigo el inmenso fenómeno que ha creado a su alrededor, algo inédito en la industria musical española» (Porcel, *El País*, 7 de noviembre de 2018).

El alcance planetario del flamenco pop de Rosalía, favorecido por el espacio digital hiperconectado es sintomático del «poder de las identidades» en la era de la «sociedad red» (Castells, 1997: 163). De tal forma, Rosalía se alza como «la primera gran diva de *pop* global nacida en la piel de toro» (Serrano, *ABC*, 30 de octubre de 2018), ahora coronada como embajadora de la cultura

española y como símbolo del éxito de lo profundamente idiosincrásico: «probablemente sea la primera vez en la historia que las expresiones “swims in cash” y “sings Catalan” forman parte de la misma frase (Serra, *La Vanguardia*, 9 de julio de 2019).

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
1 C - La embajadora (de lo local a lo global)						
<p>La embajadora que representa una civilización o cultura en el extranjero. La exportación de lo local al ámbito global.</p>	<p>La admiración de Rosalía como la artista española que más ha internacionalizado la música española desde Julio Iglesias. Se la considera la primera artista española en ganar un <i>Grammy</i> (a pesar de que Alicia de Larrocha y Montserrat Caballé ya lo lograron).</p>	<p>La música de Rosalía despierta admiración entre en público global que no conoce la lengua española. Su música representa a la cultura hispana fuera de nuestro país, provocando una exaltación de de la lengua española y el flamenco a nivel internacional.</p>	<p>El exotismo, el atractivo del localismo (lo español, la cultura latina, el flamenco) frente a un panorama <i>pop</i> más homogéneo y globalizado. La exportación de valores, la lengua y parte de la tradición española simbolizados a través del flamenco. La movilización masiva de medios y público estadounidense. La equiparación de EE. UU. con «la cultura global»; el «éxito global» lograda a través de los galardones <i>MTV Video Music Award</i>, <i>Grammy 2020</i> o <i>Grammy Latino 2018/2019</i>.</p>		<p>Metáforas y expresiones: nuestra mejor embajadora flamenco-reguetonera / nacida en la piel de toro, es un terremoto cuyos temblores han llegado a esta orilla del Atlántico / su descomunal éxito al otro lado del charco / causa furor / <i>Pop</i> electrónico con denominación de origen.</p> <p>Juego de contrastes (local/global):</p> <ul style="list-style-type: none"> - San Esteve de Sesrovires / la Gran Manzana. - Quejío, voz desnuda de acompañamiento, flamenco / MTV, estadounidense, <i>pop</i>. - Banderas españolas ondeando / Festival Lollapalooza de Chicago - Ya tiene su propio <i>caganer</i> / Cenit de carrera. <p>Otros embajadores: Julio Iglesias, Alejandro Sanz, Alicia Larrocha, Montserrat Caballé.</p>	<p>[Rosalía] se va a convertir en la primera gran diva de <i>pop</i> global nacida en la piel de toro. (Serrano, <i>ABC</i>, 30-10-2018)</p> <p>Rosalía y él [Palomo Spain] son nuestros nuevos embajadores por el mundo. (Verbo Marbella, <i>El Mundo</i>, 26-8-18)</p> <p>La artista catalana, la primera mujer española en ganar un premio MTV de vídeos – Alejandro Sanz lo consiguió en 2001–, aprovechó el momento para recordar que es «de Barcelona», mostrar su alegría por «representar de dónde soy y mi cultura» y agradeció la oportunidad de «actuar en español». (Ansorena, <i>ABC</i>, 28 - 8 - 2019)</p>

2 A - El artista revolucionario (tradición y modernidad) [tema problemático]

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Este encuadre configura a Rosalía como el próximo eslabón en la tradición flamenca (Morán, *ABC*, 6 de diciembre de 2019; *ABC*, 8 de junio de 2019), equiparándola con ejemplos históricos de revolucionarios como Camarón de la Isla con *La leyenda del tiempo* (1979), Enrique Morente con *Omega* (1996) o Kiko Veneno con *Veneno* (1977). Bajo esta narrativa, la artista catalana refleja la vanguardia actual del arte jondo, representando el «flamenco del siglo XXI» (Escribano, *ABC*, 11 de diciembre de 2019).

Para acceder a dicho estatus, este *frame* culturalmente imbuido presenta a Rosalía bajo el arquetipo del *artista revolucionario*. Este personaje mítico fue forjado a través de la pluma del pintor Kandinsky en su obra *De los espiritual en el arte* (1979/1911), quien nos presenta al verdadero creador como una figura profética capaz de vislumbrar el próximo paso de su oficio, guiando la sensibilidad colectiva del resto de individuos hacia un nuevo futuro estético y filosófico. Jordan Peterson recuerda cómo, a través de su sensibilidad, los creadores son los primeros individuos capaces de aprehender aquel espectro más desconocido y aún no articulado de la realidad: «los artistas nos enseñan a ver [...]. Son las personas creativas y artísticas las que avanzan el conocimiento humano y lo hacen primero con su arte, ellos habitan el *límite*» (Peterson, 2017a, 35m35s).

En el campo académico, esta noción de *avance* en determinado campo del saber fue bautizada bajo el nombre de «propulsión creativa» (Sternberg, Kaufman y Pretz, 2001; Harrison, 2018). Al amparo de dicha idea, Rosalía encarnaría el modelo de síntesis o integración (*integration*), el cual «representa un intento de avanzar determinado campo juntando aspectos de dos o más tradiciones que anteriormente eran concebidas como distintas e incluso opuestas» (Sternberg *et al.*, 2001: 80).

La hibridación entre el arte jondo (el *quejío*, las palmas, el *duende*, los compases de doce tiempos o la armonía frigia) y las características de la música popular urbana (el *sampling*, el *autotune*, los ritmos de *hip hop* y *four-on-the-floor*, los sintetizadores o los sonidos electrónicos) supone una forma de avanzar el campo de la música popular. Bajo la relación dialéctica entre flamenco (tesis) y música urbana (antítesis) —lo que a su vez representa la tensión entre tradición y modernidad— se logra la solución de síntesis⁹⁹.

Los cuatro medios periodísticos analizados destacan el carácter híbrido del arte de Rosalía, el cual combina elementos musicales y estéticos de la tradición local y el presente musical global: «A pesar de su posmodernidad, o por eso, Rosalía mantiene una tensión entre lo nuevo y lo antiguo. Con la copla, la tonadilla, los palos fundacionales del flamenco y la fusión, el hip hop, el *trap*, el anónimo medieval *El román de Flamenca*... Un metabolismo ambicioso, complicado» (Viladecans, *La Vanguardia*, 29 de junio de 2019).

Bajo la óptica de este *frame*, Rosalía sería ejemplo de una *millennial* que se reconcilia con la tradición¹⁰⁰, acervo a partir del cual la artista adquiere inspiración y material para generar una impronta transgresora dentro del campo de la música popular urbana. El ideal de la revolución (estética) mediante la inspiración en la tradición emprendido por Rosalía puede sintetizarse bajo la célebre frase del arquitecto Antoni Gaudí: «la originalidad es volver al origen».

Otro elemento fundamental en la construcción de este *frame* es el profundo conocimiento de la tradición flamenca que Rosalía logró a través de su estudio académico, otorgándole con suficiente capital cultural como para poder legitimar su revolución artística (Álvarez-Cueva y Guerra, 2021):

De alguna manera su voz de soprano arranca en lo primitivo. Y en lo común peninsular. Estos antecedentes la salvarán de los críticos y especialistas que, en el flamenco como en todo, los hay. Y severos. Julian Barnes escribe que los analistas respetaban al Picasso innovador

⁹⁹ Dicho razonamiento parte del modelo dialéctico propuesto por Hegel dentro de los procesos históricos: *tesis* - *antítesis* - *síntesis*.

¹⁰⁰ Ver próximo *frame*: 2B - *El nexo generacional*.

porque ya sabían sobradamente que era, también, un gran pintor realista. (Viladecans, *La Vanguardia*, 29 de junio de 2019)

El encuadre de *El mal querer* (2018) como una obra revolucionaria o transgresora nos plantea un tema conflictivo: la oposición de la ortodoxia flamenca respecto a la idea de que Rosalía sea la verdadera vanguardia del flamenco o suponga una revolución de este arte —para profundizar en dicha postura véase el *frame 3 El invasor (la muerte del flamenco)*—. Por el contrario, el *frame 2-A* presta una mirada crítica a dicha ortodoxia flamenca, considerándola bajo el nombre peyorativo de «puristas» (Morán, *ABC*, 6 de diciembre de 2019) y aseverando que su conservadurismo es un histórico patrón de rechazo a lo nuevo que guarda «un absurdo temor a la muerte del flamenco» (Viana, *ABC*, 9 de marzo de 2019).

En última instancia, el artista disruptivo logra avanzar en su campo y estimula la sensibilidad colectiva a pesar de la *resistencia* al cambio del canon establecido y del campo donde opera. Más allá de compartir con el mundo sus aportaciones, el estético revolucionario debe estar dispuesto a «desafiar o rechazar el paradigma actual, así como a mantener una disposición a ser rechazado» (Harrison, 2018: 24). Los *gatekeepers* de determinado campo del saber o las artes (p. ej.: los críticos, periodistas, académicos, investigadores o agentes institucionales) serán posteriormente los encargados de canonizar al sujeto transgresor, quien podrá dejar de ser excluido y considerado un *outsider* para comenzar a ser visto como una actualización de la norma e integrarse como nuevo representante de la tradición. Respecto a esta dinámica pendular dentro del canon flamenco, el programador de conciertos Antonio Benamargo comenta¹⁰¹: «lo que hoy es impuro mañana será puro» (Benamargo, 2020).

¹⁰¹ Antonio Benamargo (uno de los expertos entrevistados de nuestro panel) era programador de flamenco en Casa Patas y creador del ciclo Flamenco del Norte.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
2 A - El artista revolucionario (tradición y modernidad) [tema problemático]						
Se presenta una figura revolucionaria, vanguardista, que encarna el próximo eslabón dentro de una tradición creativa.	<i>El mal querer</i> (2018) de Rosalía supone un nuevo eslabón en la tradición flamenca. Este álbum conceptual actualiza el flamenco a la modernidad y sitúa a la artista catalana como figura relevante dentro del futuro del <i>pop</i> global.	Rosalía y su productor el Guincho han generado un nuevo subgénero a través de su vanguardista propuesta de flamenco- <i>trap</i> . Este sonido mezcla los elementos de la tradición (palos flamencos, palmas, percusión, tragedia y melodías tradicionales) junto a características de la música popular urbana más actual (<i>sampling</i> de voces y sonidos de motores, <i>autotune</i> , sintetizadores, textura minimalista y una producción atrevida).	Los tiempos han cambiado y el trabajo de Rosalía, conocedora y estudiosa del acervo flamenca, representa el sonido del nuevo flamenco. Su confluencia con el sentir contemporáneo la encumbra como representante de la modernidad musical española. Mediante la arriesgada propuesta musical de <i>El mal querer</i> (2018), la cantante ha sacudido los cimientos de la tradición y la ortodoxia flamenca, la cual, afincada en su cerrazón, ha atacado a la artista catalana repitiendo el histórico patrón de rechazo a lo nuevo (el quimérico temor de la «muerte del flamenco»). Rosalía es heredera de una tradición de	Los puristas deben abstenerse de su posición radicalmente conservadora y aceptar el cambio estilístico que supone esta nueva década para el arte. Debemos considerar el flamenco como un género vivo. El público debe ver a Rosalía como una artista que ha globalizado y actualizado el flamenco.	Elección de vocabulario: posmoderno/ renovadora / vanguardia / reinventa/ respetuosa / creado / transgresión / géneros / culto / trasciende / neoflamenco. Juego de contraste (argot flamenco y de música urbana): tradición, tangos, el duende, bulerías, cantes vetustos, seguiriyas, cantaora / contemporáneo, <i>sample</i> , <i>autotune</i> , pistas pregrabadas, subgraves. Metáforas y expresiones: integrar las últimas tendencias urbanas en un ADN teñido de «jondura» / Iniciar una travesía musical que ha roto esquemas / ha sacudido los cimientos de la ortodoxia / [...] pero es más tradicional que la Paquera de Jerez! / despista a todos los tópicos / una fusión entre tablao flamenco y polígono urbano Cita de otros hitos históricos similares: <i>Omega</i> de Enrique Morente; <i>La leyenda del tiempo</i>	Ha dinamitado el flamenco desde dentro conservando toda su esencia. (Cobo, <i>El Mundo</i> , 10-11-18) Original y a la vez respetuosa con el flamenco tradicional, Rosalía ha creado un concepto que no existía: el <i>flamenco-trap</i> . Un arte que se reinventa con ella y que entra en la época 2.0. Bienvenidos al flamenco del siglo XXI de la mano de una estrella global que trasciende géneros. Tradición y vanguardia. Por muchos años. (Escribano, <i>ABC</i> , 11-12-2019) Rosalía es, por el momento, el último eslabón de la saga. (Morán, <i>ABC</i> , 6-12-2019) Escucha e interpreta sin prejuicios la música del aquí y el ahora, una intersección entre tradición y modernidad. Nada apto para puristas de los que poniendo etiquetas se pierden el riesgo en el arte. (Peirón, <i>La Vanguardia</i> , 17-11-2019) Los flamencos-flamencos, mejor

			<p>revolucionarios del flamenco como Enrique Morente, Camarón o Kiko Veneno.</p>		<p>de Camarón; y <i>Veneno</i> de Kiko Veneno. Paco de Lucía. Pata Negra. Su inclusión dentro de «la huella del flamenco catalán» junto a otros músicos como Miguel Poveda, Carmen Amaya y Duquende, característicos por su aportación pionera al arte flamenco.</p> <p>Ratificación de autoridades: Rockdelux declara <i>El mal querer</i> como el mejor disco nacional de la década (medio) / El ex-director de la Bienal José Luis Ortiz Nuevo cree que desde el <i>Omega</i> de Morente hasta Rosalía no había sucedido nada en el flamenco (argumento de autoridad).</p>	<p>deberían abstenerse de un espectáculo basado en el «sample», las pistas pregrabadas, el «autotune» y los nuevos lenguajes que se plasman en la música urbana. (Córdoba, <i>ABC</i>, 8-6-2019)</p> <p>José Luis Ortiz Nuevo: «considero que el disco más flamenco del año y del siglo XXI es <i>El mal querer</i>». (Línés, <i>La Vanguardia</i>, 22-1-20)</p> <p>Ha triunfado ahí donde <i>Omega</i>, <i>La leyenda del tiempo</i> y <i>Veneno</i> tropezaron. Esto es: en la transgresión del flamenco y el hermanamiento entre culto artístico e impacto comercial. Un éxito de tal magnitud que en su especial 35 aniversario, la revista <i>Rockdelux</i> no ha dudado en escoger <i>El mal querer</i> como el mejor disco nacional de la década. Sí, de la década. (Morán, <i>ABC</i>, 6-12-2019)</p>
--	--	--	--	--	--	---

2B - El nexu generacional

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Esta variación del *frame 2A- El artista revolucionario (tradición y modernidad)*, presenta a Rosalía como un nexu que conecta la tradición jonda y la imaginaria española tradicional con el público joven (generación *millennial* y *centennial*). «Rosalía actúa como inductora del flamenco a las generaciones jóvenes» (Martín, 2021), pues ella es capaz de construir himnos, memes y símbolos colectiva e intergeneracionalmente compartidos: «Y algo más: confirmó que su “trá trá” será patrimonio generacional. Se grita como otros en su día imitaban el *moonwalker* de Michael Jackson o vociferaban *Wonderwall* de Oasis» (Navarro, *El País*, 1 de noviembre de 2018).

Martín Guerrero, el director del tablao madrileño Casa Patas —actualmente cerrado—, recuerda a artistas como Kiko Veneno o el grupo Pata Negra reconociéndoles el mismo papel: su función como nexu entre la cultura flamenca y la juventud española de los años noventa. Su sonido híbrido entre la música popular y el flamenco invitaba a las audiencias jóvenes a ahondar en «manifestaciones del arte jondo más profundas dentro de la historia» (Guerrero, 2020). El medio *El País* reconoce a Rosalía como «reina del cante jondo intergeneracional», dado que su música atrae por igual a *millennials* y a oyentes veteranos con un largo bagaje musical (Neira, *El País*, 18 de enero de 2018). Igualmente, su figura constituye un gran polo de atracción «entre los periodistas especializados, los *malasañeros* hirsutos y, en general, esa modernidad que arregla el mundo justo antes de que cierren los bares (Neira, *El País*, 18 de enero de 2018).

Mediante el modelo de propulsión creativa de *integración* o *síntesis* anteriormente mencionado (Harrison, 2018), Rosalía ha logrado acceder a y acercar públicos enfrentados en el pasado. Por ello, el papel de la artista catalana no ha sido únicamente el de poner de moda el flamenco entre la juventud —algo que en su momento hicieron Camarón, Morente, Paco de Lucía, Ketama, Kiko Veneno o Pata Negra—, sino el de acceder a nichos,

playlists y comunidades tan dispares como son el mercado estadounidense, las audiencias en el mundo hispanoamericano, la aprobación de *influencers*, *youtubers* y periodistas experimentados y, en definitiva, una enorme variedad de seguidores que oscilan desde el perfil del *hipster*, pasando por curadores de música alternativa, melómanos de la generación *baby boomer*, *tiktokers* adolescentes, amantes del *trap* y el reggaetón, etc. A la hora de reflejar esta notable variedad, el medio *ABC* destaca:

Bajo estas consideraciones, no es de extrañar que gringos todavía con acné, afroamericanos y señoras que van a los conciertos de *world music* hayan podido identificarse de forma tan intensa con la música de la artista de San Esteve Ses Rovires. (Ansorena, *ABC*, 1 de mayo de 2019)

Mientras que *El País* expone:

Rosalía llegó, mandó, embrujó, suscitó un entusiasmo tan ecléctico como insólito, congregó a niños muy niños, a modernos y mayores; a devotos y agnósticos, a algún flamencólogo y a muchos recién llegados a la fe de la palma y el *quejío*. (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019)

El periodista y flamencólogo José Luís Ortiz Nuevo recuerda como la progresiva complejización y alargamiento de los números musicales, aunado al sentimiento de solemnidad y excesiva seriedad, ha conducido al flamenco a un estado soporífero:

Uno de los elementos que han hecho cansino el flamenco para la juventud es que lo que se ofrece en festivales como La bienal de Sevilla es el abuso de los clichés de la pena, de lo formal, de lo serio, de lo riguroso, del luto, etc. Todo eso es una parte del flamenco, pero no todo. (Ortiz Nuevo, 2020)

Bajo este *frame*, la capacidad de Rosalía de abrir el flamenco a nuevas audiencias radica en su capacidad de conectar con el *zeitgeist* contemporáneo:

Uno de los grandes aciertos de Rosalía es que ella crea los temas para que la gente los pueda bailar e incluso tararear. Eso tiene una condición de barrio y de patio que no la tiene un cante por seguiriyas o por

peteneras que necesites estudiar en un conservatorio para entenderlo. La obra de Rosalía tiene una inmediatez, es lo bueno de lo popular, de lo que engancha. Y así es como comenzó el flamenco, el flamenco era *radiopatío* cuando no había radios. (Ortíz Nuevo, 2020)

Dentro de la generación *millennial*, la creciente tendencia a la disolución de tribus musicales a favor de un gusto ecléctico (Spotify, 2018), así como la insólita capacidad del ecosistema digital de brindar una experiencia de lo ecléctico e hipercultural (Han, 2018) nos abre al *framing* de Rosalía como nexo intergeneracional, ahondando entre tradición y juventud, el pasado y presente del arte flamenco. Citando la entrevista del periodista Aristóteles Moreno a Lola Muñoz de Las Ketchup (Moreno, ABC, 30 de junio de 2019):

A - ¿Qué puerta ha abierto Rosalía en el flamenco?

L - Muchísimas. Ha traído a todos los Jóvenes al flamenco.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
2 B - El nexos generacional						
<p>A través de una figura renovadora, la juventud se interesa por una tradición pasada, al borde del olvido. Dicha figura nexos descubre un nuevo universo de valores y conocimientos desconocidos para la generación joven.</p>	<p>Rosalía ha reconectado el acervo flamenco con las generaciones más jóvenes (<i>millennials</i> y <i>centennials</i>).</p>	<p>Rosalía es una figura influyente para la juventud (supera los 1.000 millones de reproducciones en su tema <i>Con altura</i>. El medio internacional <i>Forbes</i> la sitúa entre los menores de 30 años más sobresalientes. A través de su <i>status de celebrity</i> ha generado un nuevo lenguaje que conecta con la juventud global.</p>	<p>La generación <i>millennial</i> y <i>centennial</i> se encontraba alejada de la música flamenca. Nadie esperaba que un artista lograra embaucar a las generaciones más jóvenes con un repertorio tan deudor de la tradición.</p>		<p>Elección de vocabulario: <i>millennial</i> / atención / flamenco / público / generación / milagro / joven / incondicionales. / <i>influencer</i>.</p> <p>Expresiones: Rosalía ha abierto las puertas del flamenco / La cantaora <i>millennial</i> / nunca supuso, ni en sus mejores sueños, que iba a ser atrapado por la música flamenca. / Atención masiva y devota para una canción flamenca sin aliño / la voz de una generación.</p> <p>Agentes, marcas o símbolos generacionales: Pull&Bear / Inditex / YouTube / Spotify / <i>Juego de Tronos (Game of Thrones)</i> / MTV.</p>	<p>La especial voz de la cantante seguro será el gran atractivo de la noche, ese escenario donde se instalarán desde temprano los incondicionales, sobre todo el público joven que se ha acercado al flamenco gracias al particular estilo de la galardonada con dos premios Grammy. (Contreras, <i>ABC</i>, 28-1-2019)</p> <p>«¿Cómo hago para que sea accesible y que todo el mundo pueda entenderlo?». [Rosalía] (Gil, <i>El Mundo</i>, 30-10-2018)</p> <p>Ambiente de gala ante más de 15.000 aficionados, con mayoritaria presencia de un público de la generación <i>millennial</i>, que nunca supuso, ni en sus mejores sueños, que iba a ser atrapado por la música flamenca. (Escribano, <i>ABC</i>, 11-12-2019)</p> <p>La artista de 24 años, responsable de haber convertido el flamenco en el nuevo género de moda entre el público <i>millennial</i>. (Redacción, <i>La Vanguardia</i>, 22-7 -2018)</p> <p>Lograr la atención masiva y devota para una canción flamenca sin aliño contemporáneo ni trucos de producción ni jaleos tecnicados, sea un triunfo más importante que la respuesta febril a los temas clave de <i>El mal querer</i>. (Viana, <i>ABC</i>, 13-7-2019)</p>

3 - El Invasor (la muerte del flamenco) [tema problemático] [counter-frame de 4 - Universalismo cultural]

Presente en: *El Mundo* / ABC.

Únicamente encontramos este encuadre en el medio ABC¹⁰² y de la mano del periodista Alberto García Reyes. De manera muy sucinta también hallamos este *frame* en *El Mundo*. El arquetipo o imagen cultural que subyace a este *frame* es la figura amenazante de un *invasor*¹⁰³. La creación de identidad en base a la definición de la alteridad conceptualiza la necesidad de salvaguardar el *nosotros* frente al *otro* extraño (Luchetti, 2009; Sara Ahmed, 2015 [2004]). Este mecanismo fundamentado en el miedo aumenta su operatividad y sentimiento de urgencia ante la percepción del *otro* como amenazante (polarización). En el caso de este *frame*, Rosalía y los nuevos «revolucionarios del flamenco» —actores como el curador de exposiciones Pedro G- Romero, el bailar Israel Galván o el cantaor El Niño de Elche— son percibidos como agentes capaces de dañar y degradar el arte jondo por sus ideas heterodoxas.

Teun A. Van Dijk destaca ciertas estructuras típicas de los discursos ideológicos como son el principio de identificación del grupo —esto es, la descripción de sus características, virtudes o códigos— y el empleo de la polarización. Respecto a esta última, «esta actitud está basada en una *ideología* racista más fundamental que polariza endogrupos y exogrupos, realizando la superioridad o prioridad de endogrupos (étnicos)» (Van Dijk, 2016: 171). Este es el mismo recurso que utilizan los *gatekeepers* del «flamenco puro», estableciendo «las reglas de lo jondo» (García Reyes, ABC, 25 de noviembre de 2018) o los «estándares de calidad» (García Reyes, ABC, 2 de octubre de 2018). Bajo esta táctica, se realiza la expulsión de lo distinto (Han, 2017), situando a los actores revolucionarios (exogrupo) en un extremo alejado a los verdaderos representantes de lo jondo (endogrupo).

¹⁰² Este hecho puede explicarse por la tendencia conservadora del medio ABC.

¹⁰³ En el caso de la literatura médica, la figura del invasor es identificada por Van Gorp y Vercruyssen (2012) bajo el *framing* de la demencia como un «ente» o un *otro* extraño que se apropia de las cualidades psíquicas del paciente. En el caso de la bibliografía que analiza el cambio climático, igualmente son frecuentes *frames* de alarmismo y desastre (Baden, 2009; Moernaut y Pauwels, 2017).

Si logramos una lectura más profunda del *frame* del invasor, podemos atisbar otra narrativa comprendida dentro de éste: el miedo a la muerte o degeneración del flamenco. La música es una de las actividades simbólicas «fundamentales en la expresión de etnicidad» (Martí, 2000: 117), sea utilizada para establecer lazos dentro de una comunidad o «para marcar diferencias» (Martí, 2000: 117). De ello extraemos el corolario de que la función instrumental de la música es la constitución de colectivos y la creación identitaria. Si consideráramos la identidad (*yo-nosotros*) como una sustancia o esencia estática (adscrita bajo conceptos como *pureza* o *raza*), en lugar de concebirla como un proceso histórico, maleable y discursivamente creado (el *yo* como *devenir*), podríamos llegar a la conclusión de que la transformación de una herramienta a través de la cual nos comprendemos (en este caso, la música flamenca por parte de un revolucionario) podría amenazar con la idea del desvanecimiento del *yo*, la pérdida de identidad¹⁰⁴.

Dado que «los *frames* son utilizados para naturalizar y justificar ideologías» (Moernaut y Pauwels, 2017: 4), el *frame* de *El invasor* llama con urgencia al endogrupo (los amantes del flamenco puro) y sus simpatizantes a defender la pureza de la música flamenca. Igualmente, bajo este *frame* somos testigos del miedo a las dinámicas desterritorializadoras y etnocidas de la globalización, donde se erige una crítica a la cultura *celebrity*, el estrellato y las estrellas (portadoras de *lo global*) en tanto pseudocultura: las estrellas se erigen como figuras de adoración, modelos a seguir y pautas para la creación de identidad colectiva propias de «contextos sociales radicalmente destradicionalizados» (Cusack, 2011: 404). Bajo esta visión apocalíptica, la alta cultura en la era (pos)masiva se ha degradado en una apertura hacia la apreciación de la banalidad (Núñez Ladevéze e Irisarri, 2015).

¹⁰⁴ Para profundizar en una crítica a la noción pureza en la creación artística véase el siguiente *frame* 4 *Universalismo cultural*.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
3 - El invasor / la muerte del flamenco [tema problemático] [counter-frame de 4 - Universalismo cultural]						
<p>La tradición/valores de un grupo es amenazada por la figura del invasor. Hay una llamada a la defensa: <i>Nosotros versus lo extraño</i>.</p>	<p>La obra de cantantes como Rosalía y El Niño de Elche es considerada música flamenca por las audiencias. En cambio, los expertos advierten de que la música de estos artistas no entra dentro de los parámetros de lo jondo.</p>	<p>Rosalía es cantante, no cantaora. La artista toma elementos del flamenco y los traslada al <i>pop</i>. Este equívoco genera confusión en el público no familiarizado.</p>	<p>Estos artistas considerados revolucionarios achacan una falta de conocimiento y habilidad respecto a la ejecución de las reglas del flamenco, dañando así al género. Rosalía se mueve dentro de la ambigüedad, despista a las audiencias y degrada el cante en una solución puramente melódica. Además, la artista catalana es un gran producto comercial que ha sido empujada por su discográfica hacia un terreno exitoso pero ambiguo.</p>	<p>La solución es no considerar la música de estos «artistas revolucionarios» dentro del género flamenco. Hay una llamada a proteger el flamenco frente al intrusismo de aquellos artistas que no cumplen los estándares de calidad del género.</p>	<p>Elección de vocabulario: Intrusos, confusión, música aflamencada, engañoso, degradar, apropiación, polémica.</p> <p>Metáforas / expresiones: Las reglas del género / «se lo lleva a su terreno».</p> <p>Actores relacionados con el tema problemático: Niño de Elche, Pedro G. Romero, Israel Galván, «los 'falsos' sabios».</p> <p>Lugares de referencia y actores que sí cumplen las reglas: Bienal de Sevilla / Noche Blanda del Flamenco (Córdoba) / El Turry / David Lagos / Nao de Jerez / Ana Morales.</p>	<p>Es una cantante que utiliza el repertorio flamenco para llevárselo al <i>pop</i>, ya que no cumple las reglas del género y desvirtúa la esencia jonda de los cantes. (García Reyes, <i>ABC</i>, 25-11-2018)</p> <p>«Rosalía tiene mucho talento, pero su sitio no es el flamenco» [Cristina Heeren]. (Moreno, <i>El Mundo</i>, 5-2-2019)</p> <p>Carece de la más elemental tensión rítmica, gangosea de forma recurrente y hace ininteligibles las letras, tiene un repertorio muy limitado y lo canta casi todo de falsete. (García Reyes, <i>ABC</i>, 30-9-2018)</p> <p>[Rosalía] simplemente propone un tipo de flamenco que no pasa los controles mínimos de calidad. (García Reyes, <i>ABC</i>, 2-10-2018)</p>

4 - Universalismo cultural [tema problemático] [counter-frame de 3 - El invasor (la muerte del flamenco)]

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Este es un encuadre opuesto (*counter-frame*) al *frame* 3 *El invasor (la muerte del flamenco)*. Es significativo cómo hallamos *frames* opuestos en un mismo medio, hecho que destaca la variedad de perspectivas e ideologías latentes en un medio conservador como *ABC*. Como artista catalana y *paya*, Rosalía ha sido acusada de apropiación cultural por parte del colectivo gitano, crítica liderada por figuras como la cantante José María Llergo. Ante este tema problemático, este *frame* resalta las declaraciones personales de Rosalía mediante elementos paratextuales como títulos y subtítulos: «"Me cabrea que digan que he tenido privilegios" / "¿Apropiacionismo? He estudiado flamenco diez años, mi maestro es de Cádiz, he crecido con hijos de inmigrantes andaluces..."» (Serrano, *ABC*, 5 de julio de 2018).

La presentación del conflicto desde la selección y énfasis de las declaraciones de Rosalía promueven la interpretación del tema desde una postura determinada (desde el *frame* de *El universalismo cultural*), reforzando la noción de *saliencia* (*saliency*) que conlleva el *framing* (Entman 1993; Tankard, 2001; Reese, 2001). Este caso es un ejemplo ilustrativo del *frame* como estructura que guía la atención del lector hacia ciertas ideas, provocando un impacto, consciente o inconsciente, sobre sus *modelos mentales* (Van Dijk, 2012).

De tal forma, *El universalismo cultural* nos remite a la consigna de que *el arte no tiene dueño (ni fronteras)*, enfatizando el proceso de apropiación cultural como acción intrínseca y necesaria al proceso creativo. Dicho argumento es evocado mediante elementos de *frame* tales como la célebre y lacónica cita de Picasso: «"Un artista copia y un gran artista roba"» (Belmonte, *ABC*, 5 de febrero de 2019). Destaca la respuesta directa al grupo de «puristas» del flamenco que ya ha aparecido en otros *frames* como 2A *El artista revolucionario (modernidad y tradición)*, 2B *El nexo generacional* y 3 *El invasor (la muerte del flamenco)*:

Me gusta pensar que se trata de uno de esos casos de justicia poética que tanto me gustan. Una mujer que teniéndolo todo en contra, ni es gitana ni andaluza, sino de Sant Esteve Sesrovires, se gana a fuerza de talento y estudio su derecho a ser flamenca. A ser ella misma. Sin dejarse aturdir por el griterío de los guardianes de la pureza. (Peirón, *La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2018)

De nuevo asistimos a la presencia de un *frame* de conflicto (Baden, 2009), esta vez orientado a favor de la defensa de Rosalía como artista respetuosa del arte jondo y la etnia gitana. El clima polémico surgido de las acusaciones del colectivo gitano contra la compositora de *Malamente* es un gran ejemplo de un mecanismo de defensa señalado por Josep Martí: «los conflictos étnicos surgen de hecho cuando las desigualdades étnicas y los sistemas articulados por criterios raciales empiezan a romperse. Y, sin duda alguna, una manera de evitar el conflicto, con tal de mantener un *status quo* dado, es la de recordar que hay diferencias» (Martí, 2000: 180). O como señala el propio Achille Mbembe en *Crítica de la razón negra*: «La diferencia aparece como un trabajo del poder incorporado por los propios excluidos» (2016: 18). Comprendemos entonces como la necesidad de afirmar dicha pertenencia identitaria a un grupo surge como un mecanismo de supervivencia, como «el lenguaje invertido del deseo de reconocimiento e inclusión» (Mbembe, 2016: 321), siendo más intenso dicho deseo de identificación/diferenciación en colectivos que han sufrido experiencias más intensas de exclusión. En este caso, la diferencia cultural (p. ej.: ser gitano o *payo* / la pertenencia a una etnia marginada o dominante) es resultado de un proceso identitario social e históricamente construido, oculto bajo la idea naturalizante de una «esencia» o biologización de la diferencia (McLaren, 1997: 147).

Si bien esta práctica de marcar diferencias puede funcionar como un paso provisional, como «momento de un proyecto más amplio» (Mbembe, 2016: 322), a fin de lograr la restauración de un colectivo desposeído de sus características históricas o identitarias, el empleo de la diferenciación comporta unas consecuencias quizá no tan evidentes: tanto la identidad como la *diferencia* han sido producidas dentro del ámbito social, histórico e institucional

dominante; por lo tanto, dichos conceptos cargan con prácticas de poder y de exclusión en su origen. Tal y como antes hemos mencionado, dichas prácticas de poder acaban siendo incorporadas por el propio sujeto excluido a través del lenguaje de la diferenciación. De tal forma, el objetivo de las clasificaciones raciales (*negro, gitano, judío*, etc.) es más el de diferenciar y de desmarcar que su aparente función de unificación natural (Hall, 2003). En palabras de Achille Mbembe: «La raza es la negación de la idea de lo común. La raza y la comunidad aparecen, así como polaridades que se excluyen mutuamente» (2016: 18).

El multiculturalismo, en su ilusión de coexistencia racial y reconocimiento mutuo, no descarta la presencia de jerarquías de poder o la de falta de contacto entre las mismas culturas (Taylor, 1994). En el caso de la música, etiquetas aparentemente inocentes como «*world music*» puede reforzar el reconocimiento de esta *diferencia* o exotismo cultural, perpetuando los discursos de poder y desigualdad social que perpetúan el *statu quo* de dicha música y de la cultura a la que ésta representa¹⁰⁵ (Martí, 2000: 156).

Bajo el *frame* del *Universalismo cultural*, se retrata a Rosalía como agente que trata de liberar al flamenco de su carácter remoto, reservado para unos pocos *insiders*, y de traducirlo al lenguaje universal —sin perder la raíz o identidad local—. Bajo este *frame*, podríamos considerar a la artista catalana como uno de los agentes encargados de inhabilitar la *diferencia* cultural del arte flamenco y la carga de exclusión que ésta conlleva. De tal forma, sus declaraciones no son evaluadas como una forma de ignorar dichas experiencias de racismo y exclusión, sino como forma de considerar la singularidad del arte jondo dejando de reforzar todos los dispositivos sociales, históricos y discursivos que perpetúan la exclusión de la etnia gitana; logrando, en última instancia, «una afirmación de la irreductible pluralidad del mundo» (Mbembe, 2016: 278) bajo la

¹⁰⁵ En el caso del flamenco, ejemplos sobre el carácter racista de dichas etiquetas aparentemente inocuas puede verse latente en frases como: «la música pura de la raza gitana», «melodías preservadas en otro tiempo salvaje», «exótica, indomable y a su vez auténtica. Estos sonidos logran transportarnos al carácter arcaico y pasional de la antigua Andalucía». Dichos comentarios tienen la capacidad de reforzar estereotipos negativos y parciales sobre la marginalidad, la ociosidad, la condición limítrofe de la etnia gitana dentro de la civilización moderna o su posición inferior dentro de la cartografía del poder.

universalización de la cultura como un bien sin dueños, accesible globalmente.
En palabras de la propia cantante, quien define su sonido como:

[...] una propuesta que viene del flamenco. El sonido que hago es una confluencia de músicas muy distintas que escucho. Eso es natural en artistas contemporáneos: vivimos en un mundo global donde ya no existen los géneros. (Fajardo, *El Mundo*, 29 de junio de 2018)

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
4 - Universalismo cultural [tema problemático] [counter-frame de 3 - El invasor]						
<p>La cultura es patrimonio de la humanidad. El arte no tiene fronteras, así como tampoco es posesión exclusiva de un colectivo.</p>	<p>Parte del colectivo gitano ha acusado a Rosalía de apropiación cultural, generando cierto clima polémico. La artista catalana se ha defendido de dicha crítica; ciertas voces públicas la han apoyado en su labor creativa.</p>	<p>Utiliza la estética gitana (símbolos como cruces, vírgenes, palabras del dialecto <i>caló</i>, etc.) siendo «paya». Insiste en mostrar estereotipos negativos de dicha etnia y, por lo tanto, es acusada de ser un referente negativo.</p>	<p>El medio <i>ABC</i> alega que muchos artistas gitanos tampoco son referentes positivos. Ante la acusación de ostentar privilegios (mujer banca «paya» de clase media), Rosalía es defendida como una persona formada y sensible a la problemática histórica que el colectivo gitano ha sufrido. La artista catalana valora y respeta el arte jondo desde el nutrido conocimiento que ostenta de éste.</p>	<p>Las acusaciones de apropiacionismo no tienen perspectiva histórica respecto a otros casos de hibridación cultural. La apropiación de elementos culturales «no propios» es un patrón presente en la historia, necesario para la evolución del arte y la cultura. Negar este hecho conduciría a un inmovilismo cultural.</p>	<p>Elementos paratextuales: Se resaltan mediante subtítulos las declaraciones de Rosalía defendiendo su conocimiento y respeto por la cultura gitana y el flamenco.</p> <p>Argumentos de autoridad (comparación con casos históricos de apropiacionismo): Tolstoi y Flaubert escribiendo sobre mujeres / El Príncipe Gitano interpretando <i>In the ghetto</i> en inglés / La cita de la sentencia de Pablo Picasso: «un artista copia y un gran artista roba».</p> <p>Elección de vocabulario: ataques / desgitanizar / sociedad payocéntrica / «hatea» / visibilizar.</p>	<p>¿Cómo se ha sentido tras las acusaciones de apropiacionismo cultural por su videoclip de <i>Malamente</i>? — La chica que lo ha dicho, que pertenece a una asociación feminista gitana, siempre me «hatea» mucho, es la persona de la que más ataques recibo. (Serrano, <i>ABC</i>, 5-7-2018)</p> <p>«Hay gente que se cree que la cultura es suya» [<i>Rosalía</i>]. (Cultura, <i>La Vanguardia</i>, 15-6-2018)</p> <p>Lo que más me duele es que diga que he sido una privilegiada. He estudiado diez años de flamenco, mi maestro es de Cádiz, he crecido con hijos de inmigrantes andaluces, he respirado cultura andaluza desde pequeña. Es absurdo que me acusen de apropiacionismo. (Serrano, <i>ABC</i>, 5-7-2018)</p> <p>En su opinión, se trata de un debate positivo, si permite visibilizar a gente que es ignorada y dice que ella siempre tendrá inspiración flamenca. (EFE, <i>ABC</i>, 5-4-2019)</p>

5 - La liberadora de los oprimidos [tema problemático]

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Este *frame* culturalmente imbuido se fundamenta en una imagen alegórica: una liberadora que conduce a los oprimidos hacia la emancipación. Es el tipo de escena recreada por la pintura *La Libertad guiando al pueblo* (1830) de Eugène Delacroix. En concreto, esta narrativa alegórica apunta a la problemática señalada por la cuarta ola feminista: los efectos opresivos de la dominación heteropatriarcal sobre los colectivos subalternos (mujeres, *LGTBIQ+*, *queer*, racializados, discapacitados, neurodivergencia, etc.). De manera específica, este *frame* señala la desigualdad presente entre mujer y hombre en el sector de la industria musical y la cultura, donde Rosalía es reconocida como una de las liberadoras que guía a los oprimidos. En este caso, la artista catalana guía hacia el reconocimiento y la paridad social a las artistas femeninas víctimas del machismo en el sector cultural.

Observamos cómo el sello ético y estético de *El mal querer*, «un trabajo que es un canto a la liberación femenina» (Escribano, ABC, 11 de diciembre de 2019), se alinea con la denuncia pública esgrimida contra la violencia sexual y el maltrato, así como contra todo actor que fomente prácticas de poder asimétricas respecto al sexo/género y sus intersecciones. En este sentido, la obra, acciones y figura pública de Rosalía catalizan los intereses de la cuarta ola feminista y su agenda política (Sternadori, 2019). Respecto a esta reivindicación política dentro del universo Rosalía destaca el factor estético, por ejemplo, a través de la «exaltación del uñismo de fantasía y de un "girl power" de suburbio» (Gil, *El Mundo*, 27 de diciembre de 2019). Junto a la cantante catalana, se citan otras figuras como Ella Fitzgerald, Rocío Jurado, La Zowi, Mina, Nathy Peluso, Miriam Makeba o Miley Cyrus, descritas como eslabones dentro de la cadena de mujeres que «han dejado una estela monumental en la historia de la música reciente y que han abierto para siempre esas puertas, las que podríamos llamar las puertas de la igualdad entre géneros en el ámbito de la creatividad artística». (Rupérez, *El País*, 28 de julio de 2019).

Es notable como en el proceso de canonización y construcción del relato histórico de la música popular se «tiende a favorecer las habilidades instrumentales de los hombres» (Besigiroha, 2010: 228). El *rock* y el *pop* son lugares de evidente discriminación donde «las mujeres son a menudo estrellas ocultas», provocando que las contribuciones del sexo femenino y otros colectivos en este campo se hayan visto limitadas y marginadas (Loy, Rickwood y Bennett, 2018: 11). Es en este sentido que *frames* como *1B La heroína* o *5 La liberadora de los oprimidos* hacen un llamamiento a desplazar los vectores de identidad masculina y femenina para subvertir la cartografía del poder (Azpiazu-Carballo, 2017: 30), generando un cambio en la industria a través de la acción y la denuncia (Erickson, 2019). A este respecto, son sintomáticos triunfos como la programación paritaria de festivales como el Primavera Sound 2019, evento donde la cantante de San Esteve Sesrovieres declaró: «Las mujeres estamos avanzando, trabajando para que se produzca una paridad auténtica en la industria de la música» (Gil, *El Mundo*, 1 de junio de 2019).

Como vemos, la constitución de este *frame* culturalmente imbuido toma prestadas nociones de los *frames* de acción (*agency*), objetivos (*goal-oriented*) y lucha (*site of struggle*) utilizados comúnmente para caracterizar a las feministas de la tercera y cuarta ola (Lind y Salo, 2002; Bronstein, 2005; Erickson, 2019). En el caso del *frame* de acción (*agency frame*), dicho encuadre «refleja a un individuo activo que tiene fuerza, capacidad, una voz, liderazgo, poder y similares» (Lind y Salo, 2002: 221). En consonancia con *La liberadora de los oprimidos*, y tal y como describe lacónicamente un titular del medio *El País*: «*Rosalía, poderosa, carnal, moderna*» (Hidalgo, *El País*, 8 de diciembre de 2019).

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
5 - La liberadora de los oprimidos [Tema problemático]						
<p>Se evoca la imagen de una libertadora guiando a los oprimidos hacia la emancipación. En este caso se trata de una figura femenina.</p>	<p>Hallamos una cantidad notable de mujeres liderando cabezas de cartel en festivales y puestos conspicuos en la escena musical. Rosalía es un ejemplo de cómo se está logrando una progresiva paridad en el campo de la creación, interpretación y la industria musical.</p>	<p>Debido a su alto impacto mediático, su potente sello estético, la carga conceptual de <i>El mal querer</i> (2018) y su activo papel como líder de su propio proyecto artístico (compositora, intérprete y productora), Rosalía se erige como una figura referente dentro diversos colectivos <i>LGTBIQ+</i> y de la lucha por el reconocimiento social femenino.</p>	<p>Los festivales de música y espacios relacionados con la industria cultural siguen mostrando efectos de discriminación y exclusión femenina.</p>	<p>No se ofrece solución explícita. Aunque se puede inferir que ésta radica en promover más la visibilización de las mujeres, quienes deben encabezar puestos de liderazgo en la industria y escena artística. Los hombres deben apoyar dinámicas más equitativas cediendo a las mujeres más papeles protagonistas en dichos contextos.</p>	<p>Elección de vocabulario: paridad / machismo / rutilantes estrellas femeninas / icono gay / peleando / avanzando / visibilizando / mujeres protagonistas / racial / orgullosa.</p> <p>Lugares: Primavera Sound 2019 (cabeza de cartel) / Grammy Latinos 2019 (ganadora premio al mejor álbum del año) / La Noche Blanca del Flamenco (cabeza de cartel).</p> <p>Otros actores de referencia (mujeres): Lauryn Hill / Shakira / Björk / Kate Bush Björk / Charli XCX / Miley Cyrus / La Zowi / María José Llergo / Hunter Schafer.</p>	<p>El día internacional de la Mujer Trabajadora (8M) coincide con una cierta eclosión de la mujer en el ámbito musical. El reciente éxito de Rosalía simboliza ese nuevo protagonismo de la mujer en el mundo de la canción. (Linés, <i>La Vanguardia</i>, 3-3-2019)</p> <p>[Rosalía] Se ha convertido en un icono gay masivo, y también está sabiendo aprovechar el reguetón, que tradicionalmente es un género muy machista», asegura Brunfitt. (Serrano, <i>ABC</i>, 12-09-2019)</p> <p>Rosalía Vila es poderío y orgullo, es racial y desconocedora de las fronteras, simboliza una inaplazable feminización del negocio musical. (Neira, <i>El País</i>, 11-7-2019)</p> <p>[Rosalía] dio las gracias a artistas como «Lauryn Hill, Björk o Kate Bush, y a todas las mujeres de la industria que me han enseñado que se puede, porque gracias a ellas estoy aquí». (López, <i>ABC</i>, 17-11-2018)</p>

6 - La obra de arte total

Presente en: *El País / El Mundo / La Vanguardia / ABC.*

Este *frame* culturalmente imbuido nos remite al concepto wagneriano de la obra de arte total (*Gesamtkunstwerk*), idea definida por el compositor Richard Wagner a través de su ópera *El anillo del nibelungo* (1857) y de su libro *La obra de arte del futuro* (1849/2000). Desde la concepción pan-expresiva de la ópera, Wagner aboga por una liberación del arte, el cual debe ser desposeído de sus compartimentaciones —danza, poesía, drama, etc.— y ser entregado al arte *general*¹⁰⁶. En línea con esta concepción holística, este *frame* caracteriza al fenómeno Rosalía y *El mal querer* (2018) bajo la unión de las diversas artes y la creación de un universo con un sello ético y estético propio. En este caso, asistimos a una actualización y transformación de la *Gesamtkunstwerk* (obra de arte total) bajo el ecosistema digital. Integrando, por ejemplo, el formato audiovisual de Instagram y sus *stories*, la cultura del *meme* o la mezcla de estéticas como lo *choni*, lo urbano y lo *camp* (Castro, 2019).

Esta intencionada síntesis de elementos por parte de la artista catalana deriva en una de las claves del fenómeno según Javier Llano Abril, subdirector de Cadena 100: «Tiene un hecho diferencial: la formación que tiene, los conocimientos que tiene y su carácter multidisciplinar, puede conciliar todas esas disciplinas en la música popular. Eso está al alcance de muy poca gente» (Llano Abril, 2022). Siguiendo esta idea, vemos como la naturaleza intertextual del universo de *El mal querer* se fundamenta en la superposición de los diversos roles de Rosalía en tanto compositora, intérprete, protagonista de sus videoclips y sujeto ficticio de la narrativa conceptual que vertebra los once capítulos que constituyen el álbum. A estas características podríamos añadir la vida privada de la artista y su solapamiento con su personaje digital y mediático, reflejando la compleja variedad de estratos del *yo* presentes en el

¹⁰⁶ Podemos hallar esta idea de la unificación de las artes ya presente en la Grecia clásica a través del concepto de *mousiké*. Definida como «el arte de las musas», la *mousiké* comprendía la práctica del canto, la poesía, la danza, la dramatización y la música vocal, entre otras, de forma global y con el objetivo de despertar el *pathos* o emoción en la audiencia.

estrellato en tanto fenómeno poliédrico (Dyer, 2004; Marshall, 2010; Wohlfeil *et al.*, 2019).

Dentro de esta red interrelacionada de elementos que gravitan en torno a Rosalía, hallamos una suerte de mitología construida en torno a la estrella musical: su «perenne» coleta, sus «uñas kilométricas» o el famoso «trá trá» del estribillo de su canción *Malamente* (Mellado, *ABC*, 15 de febrero de 2019). Todos estos elementos ya constituyen una suerte de «contraseña entre gente hospitalaria» o *tessera hospitalis* (Han, 2020: 11). Esto es, son señas de identidad y símbolos compartidos a nivel intergeneracional que la artista ha generado en el seno de la cultura española y global:

Te aseguro que la mayoría, si no te sale con eso de «Malamente», sí que sabe quién es esa chica de las uñas largas, los Grammy, la que sale (sacan) en la tele con cualquier excusa... Rosalía es ahora un icono *pop*, quizás el primero en nuestra historia que combina el alcance masivo con la aceptación crítica. Y encima, el personaje se sostiene encima de un escenario: tiene canciones, carisma, puesta en escena y eso que llaman 'momentum'. Si no vas, no estás. (Música, *El País*, 6 de diciembre de 2019)

Las características extra-musicales de *El mal querer* y su puesta en directo acercan el trabajo de la cantante catalana a la obra de otros artistas globales como son el álbum visual *Lemonade* (2016) de Beyoncé, la sexualidad sacra que oscila en torno a la obra de Prince o las intersecciones de género e identidad sexual que crea David Bowie a través de sus diversos *alter egos*. «Rosalía ha entendido que la parte visual es esencial» (J Llano Abril, 2022), y es bajo este *frame* periodístico que se señala la construcción holística del fenómeno, donde la cantante «es tan reconocible por sus imágenes como por su música» (Avedaño, *El País*, 28 de agosto de 2019).

En su entrevista al experto en tendencias Borja Prieto, el medio *El País* destaca el característico viraje de la última década de la música grabada a plataformas eminentemente visuales como son YouTube, TikTok o Instagram:

Hemos vuelto a la era del *single*, como en los sesenta, y la promoción de la canción es vital. Así, el videoclip —que hace no tanto simplemente acompañaba— ahora tiene una función fundamental en la vida la canción: evitar su destino natural de ser una gota más en el océano de las novedades diarias del *streaming*. (Avedaño, *El País*, 28 de agosto de 2019)

Y continúa: «"La gente se ha acostumbrado a leer imágenes gracias a los móviles y todo proyecto musical depende mucho de eso. El videoclip tiene un potencial infinito. Eso no es muy difícil de entender", concluye Prieto. "Pero Rosalía fue la primera en hacerlo en España"» (Avedaño, *El País*, 28 de agosto de 2019).

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
6 - La obra de arte total						
<p>La concepción wagneriana de la obra como una constelación de diversas artes en sinergia (<i>Gesamtkunstwerk</i>).</p>	<p>La obra de Rosalía tiene una impronta estética que la ha alzado no sólo como ícono musical, sino como ícono estético de la modernidad.</p>	<p>El aparato visual, el montaje escenográfico, las coreografías, la estética de sus videoclips, el <i>look</i> de la artista catalana, el diseño conceptual y el dominio de las nuevas tecnologías (RRSS). Esta sinergia de elementos conforma señas de identidad o símbolos que le público asocia con Rosalía: su «perenne» coleta, sus «uñas kilométricas» o el famoso «trá trá» de su canción <i>Malamente</i>.</p>	<p>Rosalía y su equipo dominan los códigos necesarios para conectar con el <i>zeitgeist</i> de la modernidad. Hablamos de un fenómeno global que conecta con el sentir <i>millennial</i> y <i>centennial</i>. Generando símbolos identitarios y una suerte de mitología posmoderna a su alrededor.</p>		<p>Metáforas y expresiones: Explosión de kitsch / uñas kilométricas / sello visual / alto impacto visual / sus vídeos de alta factura estética han corrido por YouTube como la pólvora / su punteo de uñas largas en los compases de la penúltima modernidad / su perenne coleta larga / seña de identidad / Posmoderna.</p> <p>Actores relacionados: Pedro Almodóvar / Pedro G. Romero / La productora Canadá / C. Tangana. / Riccardo Tisci / María Escoté / Palomo Spain / Pull & Bear</p>	<p>Mezcla de músicas y su concepto total del espectáculo. (Zanón, <i>La Vanguardia</i>, 8-12-2019)</p> <p>Esta chica sabe lo que se hace en el estudio, en los videoclips, en Instagram (en el show de anoche hubo un momento en el que dejó el escenario y solo apareció en las pantallas a modo de <i>story</i>, ¡el colmo!), en las mesas de negociación, y ayer demostró que en el escenario también. (Serrano, <i>ABC</i>, 11-7-2019)</p> <p>En el éxito de Rosalía es tan importante lo que se ve como lo que se escucha. De ahí la estética medida al detalle de los videoclips y la puesta en escena de sus directos. (Prieto, <i>El Mundo</i>, 11-7-2019)</p> <p>Ningún miedo al color, patrones imposibles, su perenne coleta larga y sus uñas kilométricas con joyas incrustadas que ya ha convertido en su seña de identidad. (Mellado, <i>ABC</i>, 15-2-2019)</p> <p>Esos jóvenes artistas que, además de saber de música (unos más, otros menos), dominan como nadie los códigos audiovisuales clave para triunfar en la red. (Serrano, <i>ABC</i>, 14-8-2018)</p>

7 - La hipérbole

Presente en: *El País / La Vanguardia*.

El siguiente *frame* contempla de manera crítica el *boom* mediático generado en torno al fenómeno Rosalía bajo la figura retórica de la hipérbole: «Una mujer que ha logrado convertir en hipérbole todo lo que la rodea. ¿Es para tanto lo de Rosalía?» (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019). La sensación de saturación propia de algunos periodistas puede ser atribuida a la eclipsante presencia de la artista catalana en los medios nacionales. Entre el 1 de enero de 2018 y el 15 de marzo de 2020 la artista catalana recibió, contando únicamente los telediarios de *La 1* de TVE, un total de 236 menciones en televisión¹⁰⁷, siendo la semana del 27 de mayo de 2019 el punto álgido (22 menciones por el lanzamiento de su *single Con Altura*). Adicionalmente, tras la publicación de *El mal querer* (el 2 de noviembre), la artista catalana se coronó como el personaje público de 2018 más buscado por los españoles en Google¹⁰⁸.

La elección del vocabulario y las expresiones son elementos de *frame* muy significativos en la evaluación moral de este encuadre: «El desmesurado tratamiento mediático que recibe en España» (Manrique, *El País*, 11 de diciembre de 2019), «¿Una exageración? Tal vez» (Peirón, *La Vanguardia*, 1 de mayo de 2019), «Estar empachado de ella» (Zanón, *La Vanguardia*, 8 de diciembre de 2019), o «Como todo fenómeno, todo lo que hace, dice o respira ya es noticia» (Peirón, *La Vanguardia*, 1 de mayo de 2019). A este fenómeno el periódico *El País* otorga como elementos de causa la fugacidad de los tiempos en «la era de las *stories*», donde «todo deslumbra tan rápido como se desvanece» (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019) o la actitud del público español: «esta es una tierra muy cateta en lo musical, que parece solo tener hueco para celebrar a una única figura nacional en un determinado momento» (De Sandoval, *El País*, 11 de diciembre de 2019).

¹⁰⁷ Fuente de datos: Herramienta *Verba* de Civio (<https://verba.civio.es/?q=Rosal%C3%ADa&from=2018-01-01&to=2020-03-01#search-box>)

¹⁰⁸ Datos extraídos de Google Trends: <https://trends.google.es/trends/yis/2018/ES/>

A colación de este *frame* cabe recordar la noción de autoridad carismática propuesta por Max Weber en *Economía y Sociedad* (1922/2002: 172-173). Partiendo de unos orígenes religiosos, la autoridad carismática se fundamenta sobre unas características personales y extraordinarias procedentes de un sujeto singular o heroico —y no de un proceso de carácter legal o tradicional—. Este tipo de dominación, no basada en características racionales o tradicionales, se halla investida de la credibilidad de sus seguidores como única fuente de poder. Esto tiene como resultado un tipo de autoridad inestable (no fijada por un mecanismo burocrático) que puede resultar en el desvanecimiento de la popularidad y el poder que ostenta dicha figura. En el marco del estrellato y la cultura *celebrity*, este *framing* advierte cómo el fenómeno hiperbólico de Rosalía podría verse amenazado por esa misma inestabilidad. Haciendo eco del viejo dicho que dice *todo lo que sube baja*, la burbuja mediática que experimenta la artista catalana podría estallar, pasando de ser un fenómeno eclipsante a caer en el status *demodé* (lo que conllevaría una pérdida de poder y autoridad carismática).

En este sentido, en la elaboración de este *frame* resulta esencial la llamada a la atención sobre lo fugaz y la excesiva fijación en el momento presente. Como destaca Fernando Neira en *El País*: «Quizá porque todo parece pensado para un momento histórico propenso a las atenciones fugaces y las fascinaciones volátiles. Al efectismo más que al efecto» (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019). Y continúa:

Vivimos en la era de las *stories*, a las que la catalana hace referencia en la letra de *Brillo*. Todo deslumbra tan rápido como se desvanece. Deja Rosalía la sensación de que cuanto acontece sobre las tablas está calculado al milímetro, entre otras cosas porque mucha música es pregrabada y gran parte de la puesta en escena se basa en coreografías minuciosas. (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019)

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
7 - La Hipérbole						
Se evoca la figura retórica de la hipérbole en tanto sobredimensión, exageración o distorsión de las cualidades de un objeto, fenómeno o persona.	Rosalía es una artista con talento que ha sido inmensamente aclamada por el público. Su efecto eclipsante dentro de la vida mediática nacional muestra los indicios de las dinámicas burbuja de los fenómenos de masas: crecen rápido, pero tienen el peligro de estallar aún más rápido y caer en el olvido.	Se definen dos elementos que pueden causar este efecto hiperbólico y su posible estallido: 1) La fugacidad de los tiempos y el contexto digital, donde la <i>viralización</i> de las figuras <i>pop</i> se acompaña de un apetito de consumo insaciable y caprichoso por parte del público. 2) El carácter pregrabado, artificial y minuciosamente calculado de las actuaciones de la artista catalana.	El público es achacado de «cateto», de adorar a falsos ídolos y, acto seguido, de desviar su atención perpetuamente a fin de adorar a otros nuevos. Esta dinámica caprichosa y cuasi-amnésica por parte de la audiencia genera la necesidad de fenómenos rutilantes que rápidamente pasan al olvido. Bajo este <i>frame</i> se contempla de manera escéptica el fenómeno Rosalía, aunque cabe la posibilidad de que el patrón no se repita otra vez y que ella perdure como artista dentro del imaginario colectivo.		Elementos retóricos: Uso del humor, la ironía, la exageración, metáforas, las preguntas retóricas o la cita a las propias palabras de Rosalía a modo de crítica de un discurso poco elaborado: «Mucho amor, mucho amor» / «Madrid, sois increíbles» / «Os quiero mucho». Elección de vocabulario y expresiones: Elogios desmedidos / consideraciones subjetivas / desmesurado / eclipsado / desinflaría / envidia / juguete roto / desproporcionado / el terremoto <i>rosaliesco</i> / Rosalía se instala en la hipérbole.	Una mujer que ha logrado convertir en hipérbole todo lo que la rodea. ¿es para tanto lo de Rosalía? (Neira, <i>El País</i> , 11-7-2019) Cuatro sílabas cuya sola mención multiplica las expectativas y revoluciona las frecuencias cardíacas. Siete letras que cualquier día de estos acabarán cotizando en el Nasdaq. Porque lo de la muchacha en cuestión hace mucho que dejó de ser normal. (Neira, <i>El País</i> , 11-7-2019) ¿Una exageración? Tal vez. Tal vez un espejismo en esta sociedad que se mueve a velocidad de vértigo, a golpe de <i>tuit</i> , donde el anterior cae en el olvido con el siguiente. Tal vez otra moda. (Peirón, <i>La Vanguardia</i> , 1-5-2019) Hace más o menos un año, en poco más de una semana, podías pasar de no saber quién era Rosalía a estar empachado de ella. Tiempos de todo a la vez y en avalancha: no hay estómago para tanta carne triturada. (Zanón, <i>La Vanguardia</i> , 8-12-2019)

8 - El producto de masas [tema problemático] [counter-frame de 1B *La heroína y su ejército*]

Este *frame* culturalmente imbuido nos remite a la crítica contra la cultura de masas y la industria cultural ejercida por la Escuela de Frankfurt —liderada por los filósofos Max Horkheimer y Theodor Adorno en *Dialéctica del Iluminismo* (1944/1988)—. Bajo esta óptica crítica, el artista y su obra son concebidos como un producto creado para satisfacer la debilidad de los consumidores por los fenómenos triviales y fugaces. Este tipo de análisis originado a mediados del siglo XX —en pleno apogeo del capitalismo tardío y la comunicación de masas— se manifiesta a través de conceptos como «la estandarización del contenido, la comercialización del arte, la trivialización de los productos de la alta cultura, la promoción de actitudes pasivas respecto al contenido y la merma de la conciencia histórica» (Sokolowski, 2011: 308).

Con el paso del tiempo, los ecos de la crítica cultural realizada por la Escuela de Frankfurt trascendieron más allá del ámbito académico. Con la popularización de la cultura *celebrity* a través de los medios de masas y la crítica del estrellato como espectáculo trivial, *frames* como el presente han cristalizado en el imaginario social, convirtiéndose en estructuras de pensamiento críticas frecuentes en el *zeitgeist* de la era posmoderna. En este caso, la evocación de dicho marco es aplicado a Rosalía como artista perteneciente a la esfera *mainstream*. La inclusión de términos como «industria», «vorágines» y «bisnes» (García Reyes, *ABC*, 6 de julio de 2019; Neira, *El País*, 11 de julio de 2019), o la frase «la catalana decidió probar con este tipo de música empujada por su discográfica» (García Reyes, *ABC*, 25 de noviembre de 2018), enfatizan este tipo de lectura apocalíptica y economicista sobre la cultura de masas (Eco, 1984), véase: los festivales han sido «*rosalificados*» porque «allá donde va, la barcelonesa mueve masas y, por tanto, dinero» (Prieto, *El Mundo*, 11 de julio de 2019).

Como elementos de evaluación moral que refuerzan este encuadre, destaca la crítica del periodista Fernando Neira en relación con los aspectos técnicos de la música de la artista catalana: «como la música no es ejecutada, sino *disparada*,

tampoco hay ocasión de improvisar o sorprender; solo de que todos coreemos» (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019). Y continúa:

Y se marchó a los 65 minutos exactos, dejando la sensación de que el espectáculo se le desinflaría con un minutaje más generoso. Quizá porque todo parece pensado para un momento histórico propenso a las atenciones fugaces y las fascinaciones volátiles. Al efectismo más que al efecto. Vivimos en la era de las *stories*, a las que la catalana hace referencia en la letra de *Brillo*. Todo deslumbra tan rápido como se desvanece. Deja Rosalía la sensación de que cuanto acontece sobre las tablas está calculado al milímetro. (Neira, *El País*, 11 de julio de 2019)

Frente a otros encuadres que sitúan a la artista catalana como una figura con capacidad de acción autónoma (p. ej.: *The agency frame* o 1B *La heroína y su ejército*), este octavo *frame* considera la inclusión de dicho fenómeno como mercancía cultural dentro del hegemónico *sistema-mundo* global del capitalismo (Wallerstein, 1979). En este contexto, Illescas Martínez (2011: 12) expone el uso de la *autenticidad* o la *marca de origen* como mera estrategia publicitaria fraguada por «los tentáculos de las *majors*» (Illescas Martínez, 2011: 223.). Estrategias referidas por la prensa como los tentadores «cantos de sirena de una industria: La industria que [Rosalía] aparentemente tiene en sus manos. Pero que no se engañe nadie: por mucho que un artista haya parecido tener al "*bisnes*" a su merced, eso jamás ha ocurrido» (Peirón, *La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2018). Sucede que, bajo este *framing*, las estrellas dejan de tener poder de agencia sobre su obra y destino artístico:

Antes del siglo veinte, la fama era comúnmente lograda a través de acciones tales como llegar a ser un icono creativo o revolucionario, convirtiéndose en una de esas personas que cambiaban el rumbo de la historia, alguien que ostentaba habilidades particulares. En la actual sociedad de consumo, las estrellas son iconos del consumo, sin que éstas necesariamente hayan logrado algo substancial más allá de la propia fama, el hecho de ser famosos como logro en sí mismo. (Till, 2010: 71-72)

En este sentido, otras operaciones como el marketing, la comunicación, la promoción de marcas o la viralización en redes sociales son elementos esenciales en la construcción de estrellato contemporáneo. Según los medios analizados, el fenómeno Rosalía destaca por «el márketing que rodea al asunto, una cierta puesta en escena *fashionista* y exótica sin duda efectiva. Solo cabe esperar que el envoltorio (el personaje) no acabe por devorar el contenido (la artista)» (Peirón, *La Vanguardia*, 17 de noviembre de 2018). Bajo esta óptica crítica, calificativos como el de «artista revolucionaria» o «música transgresora» constituirían formas de marketing aprovechadas por el mercado para llamar la atención. En palabras del propio Pedro G. Romero:

Hasta los años 60 el concepto de artista iconoclasta hacía referencia a un artista que destruía las imágenes. Ahora son artistas que tienen imágenes que rompen, rompedoras. Son lo contrario a lo verdaderamente iconoclasta, son artistas que construyen su imagen. Con el concepto de «revolucionario» y «transgresor» ocurre la misma paradoja. En realidad, no lo son. Hoy en día la palabra transgresor significa que está más al borde de la tendencia y en sintonía con el mercado. Cuando en los años 50 el transgresor era el que sacaba un producto que el mercado no estaba preparado para asimilar. Hoy en día sucede lo contrario. Ahí hay un juego con el lenguaje. (Romero, 2021)

Siguiendo esta visión crítica, destacamos las palabras de la cantaora Mayte Martín en *El Mundo*:

No me parece correcto que se le regale a una persona tan gratuitamente el adjetivo de revolucionario. Revolucionario no es Rosalía, lo fue Morente, que pasó tres cuartos de su vida estudiando el flamenco y luego dijo: tengo algo que decir y aportar. No fue una estrategia comercial. Era un artista creativo. (Torío, *El Mundo*, 9 de mayo de 2019)

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
8 - El producto de masas [Tema problemático] [counter-frame de 1B La heroína y su ejército]						
La industria ha creado un producto de masas y se ha manipulado a la sociedad para que adore a dicha figura. Hay una discográfica que convierte a un artista en un éxito comercial.	Rosalía es el nuevo gran producto creado por la industria discográfica: adorado por las masas españolas e internaciones.	Rosalía ha sido dirigida creativa y comercialmente hacia el éxito que supone <i>El mal querer</i> (2018).	El artista es reducido a un objeto pasivo. Rosalía es el nuevo «juguete irrompible» de la industria a pesar de que finja ser una artista líder de su proyecto. Tras la voluntad del artista se encuentra una agenda oculta que determina los gustos de un público acrítico.	No se ofrece solución.	<p>Metáforas y expresiones: el juguete irrompible / empujada por su discográfica / un gran producto comercial de diseño / ahora nos toca pasar la tolvenera del espectáculo chanchullero / aparentemente tiene en sus manos / todo calculado al milímetro.</p> <p>Mención de actores que ejercen este poder oculto: el «bisnes» / el sello discográfico / la industria musical / la sociedad / sus máangers.</p> <p>Comparación con otros artistas: Amy Winehouse / Julio Iglesias / «nuestra Beyoncé».</p>	<p>Hasta que la catalana decidió probar con este tipo de música empujada por su discográfica, que ha hecho de ella un gran producto comercial de diseño, había tenido poco éxito como flamenca. (García Reyes, <i>ABC</i>, 25-11-2018)</p> <p>Las sociedades se mueven por vorágines y ahora nos toca pasar la tolvenera del espectáculo chanchullero: Rosalía en el flamenco, Rosalía, que simboliza con exactitud esta tendencia a la futilidad. (García Reyes, <i>ABC</i>, 6-7-2019)</p> <p>Es más, para sus máangers quizá el juguete no sea ella, sino la industria que aparentemente tiene en sus manos. Pero que no se engañe nadie: por mucho que un artista haya parecido tener al <i>bisnes</i> a su merced, eso jamás ha ocurrido. (Serrano, <i>ABC</i>, 11-7-2019)</p> <p>Una vez más, queda claro que no hay nada suficientemente radical que el sistema no pueda deglutir y comercializar. (Peirón, <i>La Vanguardia</i>, 17-11-2018)</p>

9 - El fanático narcisista [tema problemático] [frame indirecto]

Presente en: ABC.

El siguiente tema conflictivo describe el lanzamiento del *single* en catalán *Millonària* de Rosalía y la reacción de exaltación ideológica que éste ha producido en el seno del catalanismo. Referente al tipo de encuadre, observamos la utilización del trastorno de la personalidad narcisista como metáfora respecto a la apropiación autorreferencial y obsesiva de los grupos secesionistas de un suceso sin aparente intención política. Catalogamos este *frame* como indirecto, pues su relación con el fenómeno Rosalía es coyuntural a fin de realizar una crítica acerca del proceso independentista y el contexto político que lo rodea.

Este caso es un gran ejemplo de la concepción del *frame* como «ventana» a través de la cual miramos al mundo (Tuchman, 1978: 1): un *frame* no sólo se halla constituido por indicadores manifiestos hallados dentro de un texto (frases, expresiones, metáforas, etc.), sino también por las tensiones y connotaciones sobre «lo que se dice y se deja de decir» (Sádaba 2001: 24) en torno a un tema como es el *procés* catalán. De tal manera, situamos el *frame* como una estructura sociocognitiva que permite la articulación de sentidos compartidos que, a su vez, residen más allá del texto y de la mente del lector; pues residen «en el emisor, el receptor y la cultura donde aparece el mensaje» (Sádaba 2001: 24).

Como hemos mencionado, la evaluación moral de los actores criticados (grupos nacionalistas y secesionistas) se realiza bajo un *frame* que evoca la figura psicopatológica del narcisista, definida bajo la mirada psicoanalítica como un «complemento libidinoso del egoísmo inherente a la pulsión de autoconservación» (Freud, 1984 [1914]: 2). En este caso, el paralelismo se realiza al trasladar la canalización autorreferencial de la *libido* (autoerotismo) a una esfera de autocomplacencia política —entendida como «el mundo nos mira» (Porta Perales, ABC, 12 de julio de 2019)—. Elementos de *frame* como el uso de las palabras «ilusión», «inocencia» u «obsesión» son utilizadas para definir a los grupos políticos criticados (Porta Perales, ABC, 12 de julio de

2019), reforzando la evaluación de sus actos irracionales y, en segundo lugar, guiándonos hacia el marco ideológico del *ABC*: desacreditar la visión secesionista del *procés* y de las ideologías que asumen el *single Millonària* de Rosalia como un paso más hacia el reconocimiento global de la independencia de Catalunya.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
9 - El fanático narcisista [Frame indirecto] [Tema problemático]						
Se evoca la figura del fanático narcisista: percibe todo pronunciamiento como un suceso a favor o en contra de su ideología (polarización).	La publicación de la nueva canción de Rosalía escrita en lengua catalana y titulada <i>Millonària</i> ha provocado efervescencia en los partidos nacionalistas catalanes.	El nuevo <i>single</i> publicado por la cantante de San Esteve Sesrovires ha sido interpretado por ciertos partidos políticos como una defensa de la causa independentista. Alegan que dicho gesto internacionaliza la lengua y cultura catalana; lo que ha reforzado la exaltación política de los secesionistas.	Se tergiversa un hecho apolítico (la intención creativa de una artista) a fin de introducirlo en una agenda de intereses políticos. Las voces públicas del secesionismo y nacionalismo catalán persisten en su autoengaño: a través de la obra de Rosalía el mundo empatizará con su causa política. No tienen conexión con la realidad y el acontecer objetivo de los sucesos.	No se ofrece solución, aunque el medio invita implícitamente a ignorar dichos pronunciamientos ideológicos al ser considerados como simples ilusiones nacidas de la inocencia y la obcecación de los partidos independistas (se niega la conversación política con dicho espectro ideológico).	<p>Elección de vocabulario: obsesión / patrón / catalanismo / obcecación / nacionalismo / secesionismo / el proceso / propaganda / publicitado / soñado / publicitado.</p> <p>Expresiones y metáforas: el oasis catalán / ola de ingenuidad / santa inocencia / no tienen remedio / curiosa reacción / Otra ficción, Otro engaño. Otro autoengaño [Énfasis en repetición y puntuación].</p>	<p>La inocencia del catalanismo y el nacionalismo catalán ante el sencillo de Rosalía es una manifestación más «del mundo nos mira» soñado y publicitado por el proceso. (Porta Perales, <i>ABC</i>, 12-7-2019)</p> <p>Y el caso es que el mundo sí escucha a Rosalía y valora su trabajo. Pero, lo hace en unos términos —con unos parámetros— que no cuadran con la ilusión secesionista. (Porta Perales, <i>ABC</i>, 12-7-2019)</p> <p>Todo eso da igual. El catalanismo y el nacionalismo siguen con su obsesión. No tienen remedio. (Porta Perales, <i>ABC</i>, 12-7-2019)</p>

10 - El caballo de Troya [tema problemático] [frame indirecto]

Presente en: ABC.

Al igual que sucede con el *frame 9 El fanático narcisista*, la presencia de la artista catalana en este encuadre es coyuntural a un tema problemático de carácter local y político: la mala organización de la Noche Blanca del Flamenco de Córdoba en 2019. Observamos una evidente evaluación moral contra la gestión llevada cabo por el partido socialista de coalición (PSOE+IU), juzgando la organización del evento como un capricho y una muestra de poder por parte del gobierno encabezado por Isabel Alonso: «Convertir la cultura en un ornamento por el que no es necesario pagar» (Miranda, ABC, 13 de julio de 2019).

El concierto de la artista catalana es evaluado como un obsequio con más «ángulos oscuros que claros» (Poyato, ABC, 9 de junio de 2019), donde la aparente muestra de generosidad del gobierno socialista enmascara intereses electoralistas en vísperas de las nuevas elecciones de Córdoba (*El caballo de Troya*). A fin de recalcar este uso engañoso del arte y la cultura se opta por el empleo de expresiones como «malamente», «intencionada desidia» o «propagandístico» (Poyato, ABC, 9 de junio de 2019). También destaca la utilización de números que refuerzan dicho encuadre: 357.700€ euros «a fondo perdido» (Poyato, ABC, 9 de junio de 2019), «El millonario concierto de Rosalía» (Miranda, ABC, 15 de junio de 2019) o el énfasis mediante elementos paratextuales de las cifras que componen los gastos del concierto (Ruiz, ABC, 18 de septiembre 2019).

Es interesante observar como ABC critica el uso nocivo de la cultura como medio para fines políticos y, a su vez, dicho medio también utiliza el suceso relacionado con la artista catalana como parapeto para esgrimir su crítica ideológica hacia la oposición (el partido de coalición socialista). Rosalía es, desde ambas direcciones, un mero hecho coyuntural para encender el debate político y sumar votantes en vísperas de las elecciones de Córdoba.

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
10 - El caballo de Troya [Frame indirecto] [Tema problemático]						
Se utiliza un objeto de valor u obsequio como medio estratégico para lograr un fin político enmascarado. La corrupción del arte y la cultura de forma maquiavélica.	El ayuntamiento de coalición socialista (PSOE e IU) de Córdoba, encabezado por la alcaldesa Isabel Ambrosio, ofrecerá un concierto completamente gratuito de la artista catalana Rosalía en el marco de la fiesta popular La Noche Blanca del Flamenco 2019.	La mala gestión de la logística del concierto y las nulas ganancias que la ciudad recibirá: no hay publicidad para el evento ni se ha promovido éste a fin de atraer turismo nacional; todas las entradas serán gratuitas mediante invitación.	El ayuntamiento socialista alega promover un concierto gratuito a fin de mantener el carácter popular del festival. El medio <i>ABC</i> considera este acto como un ejemplo de uso propagandístico de la cultura bajo intereses electoralistas y mala gestión de las arcas públicas. La oposición y el sector hotelero acusan a la alcaldesa de mala gestión, de haber creado un evento «a puerta cerrada» en vísperas de unas nuevas elecciones.	Se propone la monetización del concierto a través de la publicidad (colaboración con empresas), el cobro de entradas o la utilización del concierto como una oportunidad para atraer turismo nacional.	<p>Elección de vocabulario: propagandístico / uso / electoralista / irresponsable / empeño.</p> <p>Metáforas y expresiones: El millonario concierto de Rosalía / Presupuesto a fondo perdido / el ayuntamiento juega al despiste / Convertir la cultura en un ornamento por el que no es necesario pagar.</p> <p>Uso de cifras y porcentajes: Rosalía y su equipo cobrarán el caché de 217.000€ / Cifra que asciende a 357.700€ debido a la logística que requiere el espectáculo y montaje. / Asciende a más del 50%.</p>	<p>Lo que hubiera sido un gran evento de fin de semana para atraer a miles de visitantes a Córdoba cuando la temporada alta turística va tocando a su fin, ha quedado transformado en una cita con más ángulos oscuros que claros, ortopédica, encajonada, confusa, de claro tinte electoralista, de alto coste para las arcas municipales cuyo cometido no es, precisamente, el de producir directamente espectáculos de magnitud; mal difundida y despertando un efecto de puerta cerrada para todos aquellos seguidores de la cantante catalana no residentes en la ciudad. (Poyato, <i>ABC</i>, 9-6-2019)</p> <p>Se repite el patrón vivido durante cuatro años frente a otras oportunidades que por una mala gestión, por una incapacidad manifiesta o una intencionada desidia se han ido esfumando. (Poyato, <i>ABC</i>, 9-6-2019)</p>

11 - La caja de pandora [tema problemático] [frame indirecto]

Presente en: *La Vanguardia / El Mundo*.

Tras los resultados de las elecciones generales de España de noviembre de 2019, Rosalía desató la polémica el 11 de noviembre de 2019 a través del siguiente *tuit* en su cuenta oficial @rosalia: «Fuck Vox». En su *framing* del revuelto originado en redes sociales a raíz de esta acción, el medio *La Vanguardia* define el conflicto bajo la frase: «sus dos palabras abrieron el baúl de los truenos» (Linés, *La Vanguardia*, 13 de noviembre de 2019).

De nuevo, la presencia de Rosalía y su *tuit* son un tema coyuntural a fin de evaluar el aumento de popularidad del partido ultraconservador y desacreditar su visión en el debate político. Encontramos elementos de *frame* como el uso de vocabulario que nos muestran la evaluación moral del periódico respecto a la actitud mostrada por Rosalía: «Su sinceridad y transparencia a la hora de opinar: 'Fuck Vox'» (Linés, *La Vanguardia*, 7 de diciembre de 2019). Tal y como George Lakoff recuerda en su libro *No pienses en su elefante* (2007 [2004]), la utilización de ciertos conceptos positivos («sinceridad» y «transparencia») al caracterizar a determinado actor (en este caso a Rosalía bajo el arquetipo del *héroe*), provoca instantáneamente una caracterización negativa del actor opuesto, siendo en este caso el partido ultraconservador y sus seguidores bajo el arquetipo del *villano*. Adicionalmente, se enfatiza el origen falangista de la frase utilizada por Vox en respuesta al *tuit* de Rosalía: «sólo los ricos pueden permitirse el lujo de no tener patria» (Linés, *La Vanguardia*, 13 de noviembre de 2019). Además, se citan otras voces del espectro político progresista a fin de desacreditar la ideología del partido presidido por Santiago Abascal: las palabras de apoyo de la vicesecretaria general del PSOE Adriana Lastra o los *tuits* que llaman a la prudencia respecto a las palabras de Rosalía «dado que estos comentarios, entre otras cosas, es lo que le ha dado tanta fuerza a Vox» (Linés, *La Vanguardia*, 13 de noviembre de 2019).

Imagen cultural	Definición del tema	Causas	Evaluación Moral	Solución	Elementos de <i>framing</i>	Ejemplos
11 - La caja de pandora [Frame indirecto] [Tema problemático]						
Se ha abierto la caja de pandora y ahora se cierne una catástrofe inevitable. Se desata una guerra.	Tras las elecciones del 10 de noviembre de 2019, en las que Vox se alzó como la tercera fuerza política, Rosalía declaró en Twitter: «Fuck Vox».	El <i>tuit</i> de Rosalía provocó una radical respuesta de la formación de Abascal. Él respondió «Solo los millonarios, con aviones privados como tú, pueden permitirse no tener patria», desde su cuenta oficial. Adicionalmente, Rosalía ostentaba 6,5 millones de seguidores en Twitter.	Los medios se posicionan en defensa de Rosalía: «No obstante, la artista podría no ser tan millonaria como insinúa el partido. O al menos, no tan ostentosa. A pesar de que tan sólo este año podría haber ganado en torno a 9 millones de euros, la cantante no ha invertido su fortuna en propiedades. Tampoco en jets... ¿en qué invierte su dinero la artista?». (Rosa del Pino, <i>El Mundo</i> , 16-11-2019)	No se propone solución a pesar de ser un tema problemático.	Elección de vocabulario: jet privado / ostentosa / millonaria / <i>Fuck Vox</i> / radical respuesta. Utilización de elementos paratextuales: Rosalía. Nueve millones de euros sin patrimonio ni avión privado [título] / Imagen de los líderes de Vox. Uso de cifras: Rosalía ha ganado 9 millones de euros en un año / 6,5 millones de seguidores en Instagram / 120.000 euros valen un jet privado. Actores involucrados: Abascal / Manuel Mariscal / Pilar Tobella (madre de Rosalía) / Antonio Banderas.	Su sinceridad y transparencia a la hora de opinar: «Fuck Vox». (Linés, <i>La Vanguardia</i> , 7-12-2019) Un <i>tuit</i> que provocó una radical respuesta de la formación de Abascal: «Sólo los millonarios con avión privado como tú pueden permitirse no tener patria», le dijeron desde Vox. Pero la cantante no tiene ningún 'jet' y tampoco ha invertido lo ganado estos años: ni propiedades ni empresas de lujo. (Rosa del Pino, <i>El Mundo</i> , 16-11-2019)

Capítulo 5: Análisis iconográfico-iconológico de *El mal querer*

Procedemos al análisis visual de *El mal querer* siguiendo los tres niveles —pre-iconográfico, iconográfico e iconológico— explicados en la metodología (capítulo 2). El objetivo último del análisis iconográfico-iconológico ideado por Erwin Panosky (1939) radica en extraer significados profundos anclados en el contexto social, cultural y las lentes del espectador, *humus* a partir del cual se despliega la obra artística y sus diversas capas de interpretación.

5. 1. Artworks de *El mal querer* (por Filip Custic)



5. 1. 1. Artwork de la portada de *El mal querer*

Fase pre- iconográfica

En el centro de la imagen observamos a una figura femenina con los brazos extendidos en forma de cruz. Ésta se halla de pie sobre una nube blanca y de sus brazos cuelga una tela blanca atada con finos aros. Su brazo derecho realiza un *mudra* apuntando hacia el cielo, su brazo izquierdo apunta hacia abajo. Otros detalles destacables de su vestimenta son los aros dorados que rodean su pierna izquierda, el pintalabios rojo y el pelo moreno suelto.

	<p>Sobre la cabeza de la figura femenina hallamos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Una corona de siete puntos de luz 2) Una paloma blanca con las alas extendidas <p>Alrededor de todos estos elementos vemos cómo un círculo de oro trenzado rodea la imagen bajo una forma esférica perfecta. Vemos escrito «Rosalía» y «El mal querer» en tipografía dorada sobre la misma nube sobre la que se erige la figura central. El fondo presenta colores dorados tenues y azules (propios de la luz diurna) además de nubes blancas. Observamos como la figura femenina emite luz desde su zona púbica.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>La portada de <i>El mal querer</i> sirve como la primera imagen introductoria de la historia de Flamenca. A nivel diegético, esta imagen se corresponde con el final triunfal de la historia donde la protagonista femenina trasciende sus miedos y se libera de la cárcel emocional que habitaba con su esposo maltratador.</p> <p>A diferencia de la obra medieval <i>El román de Flamenca</i>, aquí observamos como la protagonista es capaz de liberarse de dicha prisión por sí misma y sin la necesidad de una figura masculina —en la obra occitana Guillem de Nevers representa la figura del príncipe salvador—. Esta reinterpretación intertextual de la historia de Flamenca introduce un creciente nivel de autonomía y agencia por parte de la figura femenina.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Bajo nuestro marco de referencia occidental, la imagen de una figura humana con los brazos extendidos en forma de cruz nos conecta con la figura de Jesucristo y su crucifixión. Vemos cómo la pasión de Cristo y el arquetipo del «viaje del héroe»</p>

son estructuras narrativas que *El mal querer* utiliza como *leitmotifs* recurrentes para vertebrar su diseño conceptual. De manera simplificada, el hilo narrativo sigue las siguientes cinco fases:

1. *Status quo o normalidad*: Flamenca es una joven enamorada y con sed material prometida con un hombre.

2. *Aparición del conflicto y llamada a la aventura*: el marido de Flamenca comienza a exhibir comportamientos celosos y de control.

3. *Descenso a los infiernos y muerte simbólica*: Flamenca se halla atrapada en una relación de amor tóxica, que culmina con la violencia física y psicológica.

4. *Toma de conciencia y renacimiento*: Flamenca se hace consciente de su penosa situación y halla la fuerza interna para poder liberarse.

5. *Empoderamiento y obtención del botín*: Somos testigos del triunfo de Flamenca. La protagonista vence a su marido y se hace libre.

6. *Vuelta al mundo normal y entrega del elixir*: Flamenca promete no volver nunca a caer nunca en una cárcel sentimental. Restablecimiento del *statu quo* por parte de la protagonista femenina.

El uso de este tipo de estructuras cuasi universales permite establecer un notable grado de tensión narrativa y cohesión conceptual. Así mismo, la estructura narrativa del «viaje del héroe» es capaz de imprimir sentimientos triunfalistas, épicos y redentores sobre Rosalía como figura pública que construye una mitología a su alrededor (Terrasa Rico *et al.*, 2021).

Una de las referencias directas de este *artwork* diseñado por Filip Cusic es la carta del Mundo (Arcano XXI) del tarot de Ryder White Smith. En la carta original de la baraja vemos a una figura envuelta en una corona elíptica de laurel flotando en el aire. La portada de *El mal querer* esboza el significado triunfalista de la carta: la culminación, el retorno a la unidad, el fin de un ciclo y el triunfo sobre los miedos y las viejas programaciones.

El Mundo representa la última carta (Arcano XXI) de la serie de arcanos mayores que culmina y finaliza la travesía iniciada por la carta del Loco (Arcano I). La selección de esta referencia visual por parte de Filip Cusic no es casual, pues el Mundo representa el final del viaje y la maduración que la protagonista ha experimentado durante un proceso no exento de peligros (camino peligroso simbolizado por el Arcano XVIII o carta de la Luna, figura igualmente presente en el imaginario de *El mal querer*).



Figura 7: Arcano mayor XXI, El Mundo (tarot de Ryder White Smith)



5. 1. 2. Artwork

MALAMENTE (Cap. 1: Augurio)

Fase pre- iconográfica

Observamos a una figura femenina desnuda y de piel blanquecina con cabello negro. En su cabeza destacan unos labios pintados de rojo, unos pendientes de aro grandes, sus

	<p>pestañas negras y su largo pelo de color negro. Su pose se halla levemente contrapicada, mientras que su mirada apela directamente al espectador. Enfrente de su cara hallamos cuatro aros dorados que replican las ondas de luz expansivas del fondo.</p> <p>En la mitad superior de la imagen predomina el color dorado, mientras que el color púrpura/azul gobierna la mitad inferior del cuadro. Por detrás de la cabeza de la protagonista se propagan cuatro ondas circulares de color blanco. Encima de la cabeza de la protagonista hallamos un péndulo dorado que cuelga de un cable plateado, éste trata de dar el efecto de movimiento —de derecha a izquierda— a través de su repetición más difuminada.</p> <p>La parte superior de su torso (desde el diafragma hasta el cuello) se halla cubierta con un material plástico tipo vinilo que tapa sus senos. Vemos sus manos extendidas creando un espacio entre el que pasan hilos de oro, además de canicas doradas y plateadas. En sus dedos, además de anillos de oro y uñas largas, vemos cómo se entrelazan los hilos de oro mencionados.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Este capítulo narra el inicio de la relación amorosa de Flamenca y su marido. En la obra de <i>El román de Flamenca</i> este momento coincide con la formalización de la relación pactada entre Flamenca y el Conde de Archimbaut.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Se nos presenta a una diosa capaz de «tejer» su destino. Sus aros de luz alrededor de la cabeza nos recuerdan a la diadema dorada que acompaña a las representaciones de los santos católicos. Su desnudez blanquecina —acompañada por la presencia de atributos característicos (uñas largas, pelo caoba largo, pendientes de aro grandes, pintalabios y</p>

maquillaje, etc.)— nos recuerda a la representación idealizada de dioses mitológicos tan propia de la escultura de la Antigüedad Clásica y la pintura renacentista y barroca: véase *El nacimiento de Venus* (1482-1485) de Sandro Boticelli o *Baco* (1595) de Caravaggio.

Dentro de la red que se encuentra entre sus dedos y manos —signo de su omnipotencia sobre los Elementos— observamos unas canicas plateadas y doradas en forma esférica. Éstas pueden representar el conjunto de los astros o planetas, mientras que los cordeles dorados que los conecta representarían la armonía de las esferas —esto es, el destino y el azar que las mueve—.

De esta lectura inferimos que la experiencia que vivirá Flamenca en adelante se halla pactada de antemano. Su forma divina, de la que aquí somos testigos, ha «tejido» su destino terrenal en forma de suceso trágico. Su objetivo último es incorporar la sabiduría y la elevación producto de la trascendencia última del sufrimiento (esto es, la experiencia traumática con su marido celoso que desatará el poder interno de Flamenca).



5. 1. 3. Artwork

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

Fase pre- iconográfica

Vemos una esfera luminosa presidiendo el centro superior de la imagen —la imagen resulta ambigua respecto a si dicha esfera es la luna o el sol—. A la izquierda vemos una figura femenina con un velo blanco sobre la cabeza y un vestido de pelo blanco. Ésta muestra su pierna derecha y tiene unos cristales rotos sobre el regazo de esta misma extremidad. Esta figura se da la mano con la segunda figura a la derecha. Esta segunda figura oscura viste un traje de torero negro con

	<p>motivos dorados y plateados. Bajo la mano de las dos figuras hallamos dos llaves (una plateada y otra dorada), así como una cadena de oro que las rodea, un reloj de arena encima de las manos y dos esferas luminosas pequeñas en el extremo inferior y superior.</p>
Fase iconográfica	<p>Este capítulo narra el momento específico de la boda entre Flamenca y su marido. En <i>El román de Flamenca</i> se corresponde con el matrimonio entre Flamenca y el duque de Archimbaut.</p>
Fase iconológica	<p>La imagen es una referencia al cuadro <i>Las dos Fridas</i> (1939) de Frida Kahlo. Tal y como sucede en el cuadro original, se mantiene la misma composición y concepto de dualidad, reflejando las dos naturalezas que operan dentro de Flamenca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Flamenca <i>Eros</i> (ubicada a la izquierda): su velo blanco sobre la cabeza nos remite a la idea del matrimonio. El tono blancuzco global de la figura —símbolo de lo puro e inmaculado— refleja la dimensión visible o luminosa de la psique de Flamenca. A saber: su deseo de casarse con su marido sin renunciar al aspecto material del matrimonio. El abrigo blanco de pelo animal representa el lujo terrenal y la dimensión material. El hecho de que el vestido se halle cerrado por la mano de la protagonista representa la represión del cuerpo y del deseo sexual, la importancia de la virginidad como requisito nupcial. De tal forma, esta idea del amor y la riqueza material se representa a través del <i>Eros</i> (amor o pulsión de vida). Al hallarse con los ojos abiertos, esta figura representa la parte consciente o visible de la protagonista. - La Flamenca <i>Thánatos</i> (ubicada a la derecha): se halla vestida de negro y con un traje de luces de torero. La

asociación del color negro apunta directamente a la idea del luto y la muerte; en el imaginario taurino, el negro referencia al toro, la pasión desbocada, la fuerza y la violencia. Esta Flamenca encarna la energía de *Thánatos* (pulsión de muerte), que simboliza todas las fuerzas ocultas que operan dentro del individuo y que atentan contra este mismo en caso de no ser integradas en el plano consciente. Esta parte sombría o inconsciente genera una atracción hacia el conflicto, la muerte, el autosabotaje, la violencia y la destrucción. Al hallarse con los ojos cerrados, esta figura oscura representa la parte no visible o inconsciente de Flamenca.

Estas dos «subpersonalidades» que habitan dentro de la protagonista femenina realizan un pacto mutuo: subordinan sus intereses y necesidades a la ley superior del matrimonio. La fe en el matrimonio depende de que tanto Flamenca como su marido mantengan a raya sus impulsos más oscuros. En este sentido, el título *Que no salga la luna* hace referencia a esta necesidad de tapar las fuerzas sombrías que el individuo alberga dentro, pues éstas podrían trastocar por completo el *statu quo*:

La luna, cuyo disco aparente es de la misma dimensión que el del sol, tiene en astrología un papel particularmente importante. Simboliza el principio pasivo pero fecundo, la noche, la humedad, lo subconsciente, la imaginación, el psiquismo, el sueño, la receptividad, la mujer y todo lo inestable, lo transitorio y lo sujeto a influencia, por analogía con su papel astronómico de reflector de la luz solar. (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 661)

Además de encarnar lo oscuro, lo inconsciente y lo onírico, este astro se halla en el centro superior de la imagen como un ojo que todo lo observa. La luna atestigua la subsunción de los intereses individuales de las dos Flamencas dentro de un contrato social (el matrimonio) y un destino implacable (la relación amorosa y su funesto destino). Vemos cómo en el imaginario lorquino la luna transmite la inevitabilidad e implacabilidad del destino: «Se halla así el hombre bajo la influencia inescapable de un signo que es a su vez su salvación y su propia destrucción» (Correa, 1957: 1084). La relación de amor tóxico que experimentará Flamenca se nos muestra como un paso necesario en la propia evolución de la heroína, siendo un destino trágico que no puede obliterar.

Dentro de la simbología del tarot, vemos cómo la carta de la Luna (arcano XVIII) también hace referencia a la navegación de un camino arduo y oscuro que guarda un potencial de transformación. Este camino difícil puede guardar elementos no vistos inicialmente: secretos que salen a la luz, (auto)engaño, peligros latentes, desorientación, inestabilidad psíquica y mentiras.

Otros elementos de la imagen que refuerzan este marco de significados son:

- Las esposas de oro con dos llaves colgadas: la llave de plata representa lo femenino y la de oro lo masculino. En este sentido, la llave denota el encerramiento —que suele acompañarse de símbolos como la puerta, un baúl o una caja— y, por lo tanto, el acto de «ocultar» un aspecto de la personalidad propia. En este caso, marido y mujer deben mantener bajo llave aquellos elementos inconscientes que pudieran socavar la relación: las pulsiones animales y los

placeres extramatrimoniales. En este sentido, la llave abre y cierra la jaula intangible del matrimonio como pacto monogámico que permite la estabilidad afectiva.

- El reloj de arena: representa el paso del tiempo (*tempus fugit*) y la transitoriedad de todas las cosas. Todo llega a su fin, incluso el sufrimiento que provocará este mismo matrimonio incipiente.

- Los puntos de luz: representan la esperanza presente durante todo el viaje emocional de Flamenca.

- Los cristales rotos: el augurio de la violencia y el conflicto emocional, tal y como dice la letra de *Malamente* (Cap. 1):

Ese cristalito roto
yo sentí como crujía
antes de caerse al suelo
ya sabía que se rompía



5. 1. 4. Artwork

PIENSO EN TU MIRÁ (Cap. 3: Celos)

Fase pre- iconográfica	<p>Observamos una figura femenina sumergida hasta la cintura en un bloque de agua. La parte superior de su cuerpo descubierto mantiene un aspecto blanquecino e idealizado. Sus pechos se hallan tapados por su larga melena color castaño oscuro. Su mirada es directa al frente (observando al espectador) y sus labios están pintados de rojo. La mano izquierda realiza un <i>mudra</i> propio de la tradición mística y la mano derecha hace un gesto propio del baile flamenco (alrededor de la mano vemos como orbitan cristales rotos).</p> <p>Encima de la cabeza de esta figura femenina vemos (en orden de abajo a arriba): una rosa roja, una esfera luminosa, una gota de agua y un hilo plateado haciendo un símbolo en espiral.</p>
Fase iconográfica	<p>En este capítulo Flamenca debe sobrevivir a los comportamientos excesivos de celos y posesividad por parte de su marido.</p>
Fase iconológica	<p>Tras la decisión tomada por su yo divino (<i>artwork 1</i>) y el pacto realizado entre las dos partes de su psique (<i>artwork 2</i>), Flamenca se encarna en su forma humana. Su desnudez, con el pelo al aire y sin ninguna prenda, refleja su concepción humana (tal y como sucede con el mito de Adán y Eva). Este yo terrenal emerge del agua, manantial infinito de donde surge todo lo potencial. Esta referencia apunta a la obra <i>El nacimiento de la Venus</i> de Sandro Boticelli (1486), donde la figura mitológica tapa sus senos con su cabellera.</p> <p>Este estado nos presenta a una Flamenca de carne y hueso, vulnerable, y sujeta a la condición humana: el dolor, el amor, el sexo, los celos, el deseo, la violencia, la pasión, la lujuria, la vergüenza, etc. Todo ello representado por la rosa roja como</p>

símbolo de lo vivo y frágil. Mientras, alza los brazos al cielo y tuerce las manos con un gesto entre manierista y flamenco. Baila entre el caos, a pesar de los celos, donde los cristales rotos de su mano derecha (presentes en el *artwork 2*) vuelven a hablarnos del final estrepitoso de la relación y su mal augurio.

Los otros objetos encima de Flamenca representan los cuatro elementos y, a su vez, atributos de la protagonista: la rosa (lo terrenal / lo vivo), el punto de luz (el conocimiento / esperanza), una gota de agua (lo inmanente / el cambio) y una espiral de viento (lo ligero / el espíritu).

Este es el único *artwork* en el que el fondo muestra una estructura arquitectónica. Dicha escenografía puede observarse como un espacio de representación parecido a la vitrina de museo, reflejando la condición objetual de Flamenca como mujer cosificada e inmovilizada dentro de la relación de amor tóxico. Además, este es el único fondo que no exhibe colores oscuros o blancos. En este caso, el color rojo se asocia con la pasión, mientras que el color amarillo tiene como connotación los celos. Celos y pasión son los elementos centrales que definen el *pathos* de *Pienso en tu mirá* (cap. 3).



5. 1. 5. Artwork

DE AQUÍ NO SALES (Cap. 4: *Disputa*)

Fase pre- iconográfica

Observamos a una figura femenina de piel blanquecina. Se halla dispuesta de perfil dentro del tercio izquierdo de la imagen. Tiene los ojos entrecerrados mientras mira hacia la

	<p>derecha en dirección a la mitad inferior del fuera de campo. Un hilo de oro (figura que ya vimos en el <i>artwork</i> 1 de <i>Malamente</i>) proviene de este espacio externo y se introduce en el ojo de la figura.</p> <p>Además de los labios de color rojo y las cejas negras, destaca la longitud de su cabello hecho de perlas blancas brillantes. Estos tonos blancos y brillantes contrastan con la mano negra enguantada que agarra el hombro derecho de la figura, así como el fondo negro e indeterminado que enmarca la escena. La imagen original tiene movimiento: en ella vemos un brillo conducido a través del hilo dorado, la luz reflejándose por su cabello de perlas y el resplandor de tres puntos de luz en su espalda.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Somos testigos de la explosión de la tensión acumulada en los capítulos anteriores —anunciada por el mal augurio, el materialismo, los celos y la posesividad—. Este estallido se traduce en la violencia física y el maltrato que experimenta Flamenca a manos de su marido.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>La mirada cabizbaja de la figura femenina transmite sumisión, resignación y sometimiento. No obstante, y a pesar de la condición extrema de la situación, los detalles de luz comunican una aceptación de los acontecimientos. Esto se debe a que la parte más elevada de Flamenca —esto es, su parte divina— acepta vivir toda esta experiencia, cumpliendo con el pacto que la hará evolucionar a través de la experiencia traumática. De tal forma, la heroína mantiene el porte, mostrando una actitud beatífica de aceptación mientras acontecen los sucesos dramáticos.</p>



5. 1. 6. Artwork

RENIEGO (Cap. 5: Lamento)

**Fase pre-
iconográfica**

En el centro de la imagen vemos a una figura femenina de tez blanca y labios rojos reflejada en un espejo triangular. En la parte inferior derecha del espejo se refleja un fondo de color rojo intenso. Fuera del espejo el fondo es de color negro.

A la izquierda inferior de la imagen vemos una mano

	<p>sosteniendo una bandejita y una jarra de oro de la que brota un chorro de agua ascendente. Vemos cómo esta agua sale al encuentro de la rosa roja que sostiene la mano de la izquierda superior de la imagen (la cual también porta un reloj de arena). En la parte derecha observamos la imagen quebrada, como si todo lo que vemos fuera el reflejo de un espejo quebrado. Tras esta zona quebrada vemos un puño sosteniendo un papel ardiendo. Finalmente, en la parte inferior derecha vemos cuatro manos en señal de rezo o plegaria con un rosario colgado.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Flamenca se halla estancada en una situación cargada de patetismo y resignación; aún no ha encontrado el elemento interno de fuerza capaz de sacarla de su infierno psicológico. Además, tal y como expresa la letra de este capítulo, hay una disonancia entre sus sentimientos internos y sus acciones en el mundo externo:</p> <p>Ay, yo río por fuera Y lloro por dentro Yo río por fuera Y lloro por dentro</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Llevando a cabo nuestra labor hermenéutica debemos preguntarnos: ¿Qué significado refleja el espejo? «La verdad, la sinceridad, el contenido del corazón y de la conciencia» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 474). El <i>artwork</i> de este quinto capítulo nos narra cómo la protagonista comienza a despertar a su verdad interior respecto de la cual vivía desconectada hasta ahora. Hacer consciente lo inconsciente es el requisito necesario para lograr la maduración psíquica del individuo y la realización de todas las partes reprimidas del yo, proceso conocido como individuación (Jung, 2007). Aunque</p>

conscientemente Flamenca teme externalizar lo que siente, una parte de sí más profunda la ha arrastrado a experimentar esta experiencia para poder desarrollar su potencial interno (guiada por la parte «sombra»):

La primera vez que vemos claramente a la sombra nos quedamos espantados. Entonces algunos de nuestros sistemas de defensa egocéntricos pueden saltar en pedazos o disolverse por completo. El resultado puede ser una depresión temporal o un enturbamiento de la conciencia. Jung equiparaba el proceso de integración —al que llamaba *individuación*— al proceso alquímico, uno de cuyos estadios, *melanosis*, implica el ennegrecimiento de todos los componentes alquímicos del crisol. Este estadio, considerado habitualmente por el ser humano como una especie de fracaso, resulta absolutamente esencial y representa, según Jung, el primer contacto con el inconsciente y, por consiguiente, con la sombra. (Miller, 1991: 27)

De esta forma, los elementos de la imagen actúan como un escenario interno donde se despliega el paisaje íntimo de Flamenca:

- Las manos en señal de rezo y el rosario dorado representan la esperanza y fe que la protagonista debe cultivar para lograr atravesar su «noche oscura del alma».
- Un papel ardiendo con fuego nos comunica la idea de la pasión que todo lo consume. Este símbolo actúa como una advertencia del peligro que corre la protagonista, mientras que el cristal quebrando enfatiza esta misma señal de peligro. Adicionalmente, el papel ardiendo también simboliza la quema y olvido inminente de su pasado, el fin del contrato social que

supone el matrimonio concertado.

- La rosa y el reloj de arena nos comunican que la pasión, el amor, la juventud y la belleza se hallan sujetas al paso del tiempo. La vida no es eterna. Por ello, Flamenca debe despertar y trascender su cárcel emocional.

- La jarra dorada con agua evaporándose nos remite al significado del agua como origen de la vida, brotando así la necesidad de liberar «el caudal» de la vida contenido dentro de la jarra de oro —la jaula dorada simboliza la sed materialista que aprisiona a la heroína dentro del matrimonio—. Dicho símbolo comunica también la imagen del Genio y su lámpara mágica de los deseos, manifestando el deseo interno de libertad por parte de la protagonista.

Dado que la imagen de este *artwork* se halla quebrada (descubriéndose como un cristal o espejo), vemos cómo se rompe la ilusión que mantenía a Flamenca dormida: el conflicto y el dolor son la llamada al despertar, el puñetazo simboliza el quiebre de los sueños ilusorios ahora rotos. Esta es la crisis que entregará una oportunidad a Flamenca para interrumpir las proyecciones que la mantienen encerrada en la relación tóxica: «El triángulo es alquímicamente el símbolo del fuego; lo es también del corazón» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 1021).



5. 1. 7. Artwork

PRESO (Cap. 6: Clausura)

**Fase pre-
iconográfica**

Observamos un plano medio (desde la cintura) de una figura femenina desnuda. Sus atributos más llamativos son la piel blanquecina, sus labios rojos y su pelo moreno oscuro. Sobre

	<p>los brazos porta cinco naranjas enteras. Por el lado derecho de la imagen cae en movimiento una cáscara de la naranja. En el fondo, y alrededor de la figura femenina, vemos una esfera trazada por las diversas lunas (siguiendo el ciclo completo de luna llena hasta la luna menguante, de izquierda a derecha). El fondo de la imagen es negro y la figura femenina porta una caja de madera sobre la cabeza; esta estructura descubre su cara con una «V» mayúscula.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Vemos cómo el <i>artwork</i> adelanta el proceso de maduración que Flamenca está a punto de experimentar. La locución de Rossy de palma de la canción describe el infierno psicológico por el que la protagonista pasó; incurriendo en un sentimiento de aceptación a pesar de los eventos terribles vividos.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Este <i>artwork</i> comunica la incipiente madurez psíquica de la protagonista: se le caen las «medias naranjas» de los brazos. Metáfora amorosa que expresa la idea de completitud emocional: Flamenca se halla próxima a sentirse completa. La naranja entera y madura simboliza dicho estado, pues no requiere de otra mitad que la complemente. La luna y sus diversos ciclos representa el paso del tiempo (necesario para la maduración psíquica del individuo y la integración de los acontecimientos traumáticos experimentados). Vemos cómo la luna «ha salido», han brotado del inconsciente fuerzas inevitables e inaplazables. Ahora Flamenca se halla más cerca de su verdad interior.</p> <p>Tal y como veremos en el análisis del video de <i>Pienso en tu mirá</i> (Cap. 3), las naranjas igualmente anuncian la inminencia de la muerte y de la venganza.</p>



5. 1. 8. Artwork

BAGDAD (Cap. 7: Liturgia)

<p>Fase pre- iconográfica</p>	<p>Observamos a una figura femenina recostada en el suelo. Ésta se halla apoyada en su brazo derecho y, a su vez, con su mano derecha alcanza a tocar un sol. Destacan los colores cálidos y brillantes del fondo y del propio astro. La figura femenina viste con un abrigo de piel blanco, también observamos una correa de oro cortada que se halla colgada de su cuello. Así mismo, podemos ver puntos de luz en sus piernas y una fila de insectos dorados que se acercan a la</p>
--	---

	protagonista desde la esquina inferior derecha de la imagen.
Fase iconográfica	En este capítulo Flamenca logra abrir los ojos: se hace consciente del carácter tóxico y degradante de su relación amorosa. Tal y como sucede con el mito del ave fénix, la protagonista muere y renace, liberándose así del yugo de su marido. Ya no se halla guiada por la ignorancia (sus pulsiones materiales y su falta de maduración emocional), pues ahora es guiada por la clarividencia de aquél que ha visto la verdad y logra escarmentar de lo vivido.
Fase iconológica	<p>Los colores cálidos del sol y el fondo se corresponden con el mismo concepto de clarividencia, paz e iluminación que vemos en la última escena del video musical de <i>Bagdad</i>. El sol, equiparado a «la luz», representa la capacidad de ver entre las sombras —la oscuridad que alberga el individuo y que lo ata al dolor—. Ahora Flamenca es capaz de trascender el sufrimiento provocado por su propio ego. Liberación que conlleva una evolución de la propia protagonista femenina: se vuelve dueña de su vida, siendo libre de escoger con autonomía su propio sendero.</p> <p>A pesar de esta liberación, seguimos viendo el mismo abrigo de piel que aparecía en el <i>artwork 2</i> (recordemos que simbolizaba el deseo material y el afán de riqueza). De tal forma, en esta imagen sigue habiendo una advertencia: el deseo material que la ha sometido a la relación de amor tóxica es un peligro que potencialmente sigue acechándola —es parte del patrón egoico de la Flamenca dormida—. A partir de este punto, la heroína debe mantenerse alerta y seguir el camino de la virtud descubierto para no volver a descender a los infiernos.</p>



5. 1. 9. Artwork

DI MI NOMBRE (Cap. 8: Éxtasis)

**Fase pre-
iconográfica**

Este plano conjunto se halla levemente contrapicado. En el centro se muestra a una figura femenina desnuda bailando de perfil. Todo su cuerpo se halla recubierto por rosas blancas y rojas. De sus pies brota una esfera de luz luminosa. Alrededor de ella observamos piernas y brazos correspondientes a

	<p>figuras humanas incompletas. Éstas se hallan sentadas y dando palmas, acompañando en semicírculo el baile de la figura central.</p>
Fase iconográfica	<p>En la obra medieval, este momento coincide con el encuentro amoroso entre Flamenca y su salvador, el caballero Guillem de Nevers. En el álbum musical, esta figura masculina no llega a presentarse de forma evidente (por eso las figuras masculinas de los palmeros tampoco tienen rostro ni cuerpo). Flamenca tiene un encuentro sexual con su amante, pero la salvación viene de la mano de la propia protagonista.</p>
Fase iconológica	<p>Flamenca se halla danzando sobre su propia esfera de luz — representando el poder y clarividencia que le otorga el conocimiento logrado—. Poderosa y sexual, danza desnuda rodeada de pétalos, simbolizando la dimensión carnal y pasional del encuentro amoroso que ha tenido con su amante:</p> <p>Di mi nombre Pon tu cuerpo contra el mío Y haz que lo malo sea bueno Impuro lo bendeci'o</p> <p>Y hazme rezar sobre tu cuerpo Y en la esquina de tu cama Y en el último momento Dime mi nombre a la cara</p> <p>Los palmeros sin rostro ni cuerpo la acompañan a Flamenca en este momento festivo. La sexualidad sacra e idealizada que mantenía atada a Flamenca a su marido ahora ha sido sustituida por la celebración del placer carnal y la fuerza liberada de la energía amorosa. El encuentro sexual ha dejado de ser un tabú para la protagonista, pasando de ser algo</p>

«malo» e «impuro» para tornarse en un acto de liberación, sanación y transformación.



5. 1. 10. Artwork NANA (Cap. 9: Concepción)	
Fase pre- iconográfica	Vemos una figura femenina desnuda y embarazada en el centro de la imagen. En la esquina inferior izquierda observamos unos zapatos dorados. Alrededor de la figura vemos cómo brotan haces de luz con el color del arco iris (también vemos una esfera con este patrón en el suelo, alrededor de la protagonista). El fondo de la imagen es negro, aunque vemos dos estrellas brillando en la lejanía. De la mejilla de la figura humana cae una lágrima blanca brillante, la figura tiene los ojos cerrados y una expresión de pena.
Fase iconográfica	Este capítulo de <i>El mal querer</i> introduce un elemento nuevo respecto a <i>El román de Flamenca</i> : la heroína quedó embarazada (sea por parte de su marido celoso o de su amante) y ha concebido a un niño. No obstante, se hace referencia a la propia muerte del infante por razones desconocidas: En la puerta del cielo Venden zapatos Pa los angelitos Que están descalzos La letra hace referencia al alma del niño, que ahora ha ascendido al cielo y vaga como un alma mientras Flamenca sigue en la esfera terrenal, acompañándola con su sentimiento más profundo.
Fase iconológica	El embarazo y la concepción es la metáfora última de la transmutación: de toda la dimensión terrible, sombría y dolorosa que ha experimentado Flamenca, la protagonista logra generar vida (el <i>elixir</i>). La heroína es capaz de extraer

vida de la muerte —oro del plomo, simbólicamente—, logrado la máxima expresión alquímica. Ahora se halla armada con el poder del amor cósmico (reflejado por los rayos del color arco iris sobre el fondo negro estelar). Su liberación y redención se halla muy cerca.



5. 1. 11. Artwork
MALDICIÓN (Cap. 10: Cordura)

Fase pre- iconográfica	Una figura femenina se halla erguida caminando sobre un fino hilo dorado. Ésta sostiene dos balanzas de oro a cada brazo; además, porta unos pendientes de oro, una tela roja (por detrás) y negra (por delante). Destaca la <i>katana</i> de oro vertical que porta en la parte frontal de su cuerpo. En la parte baja del fondo prima la oscuridad, en la parte superior vemos un sol con nubes.
Fase iconográfica	Es el momento crucial que lo cambiará todo: Flamenca decide enfrentarse a su marido, pues esta es la única manera de hacerse libre de su yugo: M'han dicho que no hay salí'a Por esta calle que voy M'han dicho que no hay salí'a Yo la tengo que encontrar Aunque me cueste la vi'a O aunque tenga que matar Esta liberación conlleva un enfrentamiento guerrero con su marido, la utilización de la violencia como último recurso.
Fase iconológica	Destacamos la simbología de la espada: La espada es en primer lugar el símbolo del estado militar y de su virtud, la bravura, así como de su función, el poderío. El poderío posee un doble aspecto: destructor, pero la destrucción puede aplicarse a la injusticia, a la maleficencia, a la ignorancia y, por este hecho, convertirse en positivo; constructor: establece la paz y la justicia. (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 471)

Comúnmente, el significado de la espada se asocia también al de la balanza —objeto que simboliza Flamenca igualmente con sus brazos extendidos—. Esta proximidad entre símbolos otorga al conjunto un sentido global predominante: el concepto de justicia, la clara división entre el bien y el mal.

Vemos a una Flamenca justiciera que, caminando por una fina cadena de oro, traza el fino equilibrio que separa al bien del mal, el sentido de la justicia preciso que requiere hallarse en el centro y no caer en ninguno de los dos extremos (la crueldad o la sumisión). Observamos que el fino hilo de oro nace de un leve brillo lumínico a la izquierda de la imagen, lo cual representa el inicio de su viaje y, por lo tanto, sugiere un final al otro lado. Esto representa el camino justo que la heroína debe seguir para poder liberarse. Es notable que en la parte inferior de la imagen predomina la oscuridad, simbolizando el inframundo donde la protagonista podría volver a caer en caso de dudar acerca de su camino. En la parte superior hallamos un cielo con nubes iluminado por el sol, simbolizando el conocimiento superior y la verdad que guían a Flamenca hacia el final de su camino: la redención.

Vemos que la figura viste dos rectángulos de color rojo y negro (en espalda y frente, respectivamente), colores que combinados nos remiten a la violencia, la sangre y la muerte. Queda claro que, en este caso, el acto de impartir justicia tendrá relación con el derramamiento de sangre, hecho que, efectivamente, se confirma en el minuto 1:33 de la canción, cuando escuchamos unos golpes de espada acompañados de un gemido guerrero, confirmando la ejecución simbólica del mal y la sentencia última del marido celoso de Flamenca.



5. 1. 12. Artwork

A NINGÚN HOMBRE (Cap. 11: Poder)

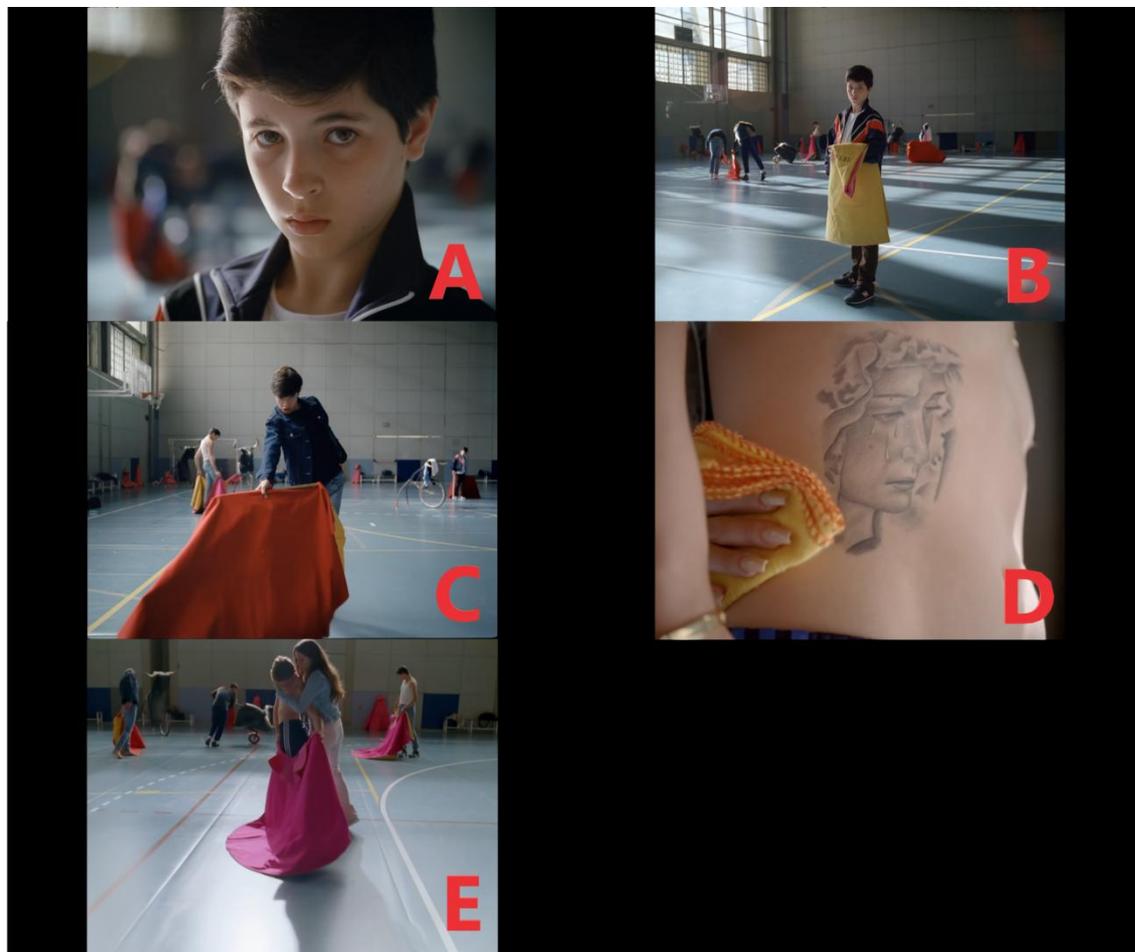
<p>Fase pre- iconográfica</p>	<p>Vemos a una figura femenina mirando en nuestra dirección, se halla tensando un arco dorado y a punto de disparar una rosa. Viste con una camisa blanca —movidada por un viento que descubre su vientre— y su pelo negro se halla decorado con margaritas amarillas. Vemos una luz blanca delante de la rosa, mientras que el fondo azul se halla salpicado por gotas de agua cayendo.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>El renacimiento de Flamenca culmina con este último capítulo. Los cuatro versos iniciales cantan:</p> <p>A ningún hombre consiento Que dicte mi sentencia</p>

	<p>Sólo Dios puede juzgarme Sólo a él debo obediencia</p> <p>Asistimos a una transformación completa de Flamenca que ya fue anunciada por la portada del álbum mediante la referencia a la carta del tarot del Mundo (arcano XXI). Esta heroína, mística y poderosa, ahora es guiada por las leyes universales de un Dios (su versión divina, encarnada por el <i>artwork 1</i>), y no por la sentencia de la masculinidad tóxica.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>El elemento con mayor peso visual en un primer vistazo es el arco dorado, objeto que refleja la caza virtuosa y el poder empelado de manera justa, mostrándonos la capacidad de Flamenca de ser peligrosa o, incluso, de matar en caso de que ello fuera necesario. Dado que el proyectil es una rosa, asistimos a una transfiguración de la flecha en tanto proyectil destinado a matar. La rosa se alza como un símbolo de la redención lograda por Flamenca: «La rosa, por su relación con la sangre derramada, parece a menudo ser el símbolo de un renacimiento místico» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 893).</p> <p>Actuando como una forma de fertilización espiritual, las gotas de lluvia descendente simbolizan la revivificación. La obtención de una nueva sabiduría por parte de la protagonista: «La lluvia es universalmente considerada como el símbolo de las influencias celestes recibidas por la tierra» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 671). De tal forma, este <i>elixir</i>, «lo que desciende del cielo a la tierra es también la fertilidad del espíritu, la luz, las influencias espirituales» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 671).</p> <p>Junto a la lluvia, se enfatiza el significado de la regeneración: «Debido a este simbolismo de regeneración, desde la antigüedad, se depositan rosas sobre las tumbas: los</p>

antiguos... llamaban a esta ceremonia 'Rosalía'; todos los años, en el mes de mayo, ofrecían a los manes de los difuntos manjares de rosas» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 893). Tras la muerte simbólica de Flamenca, su renacimiento viene representado por la lluvia fertilizante y la rosa viva.

Como último detalle, vemos como la disposición de la protagonista femenina simula una especie de perfil sin perspectiva, retro trayéndonos a las representaciones jeroglíficas propias de la cultura egipcia y de la cerámica griega arcaica. Estas referencias apuntan a periodos históricos anteriores a la invención de la perspectiva pictórica (creada durante el renacimiento), lo que consolida el efecto «ancestral» o mitológico que Filip Custic trata de dotar a la imaginería de *El mal querer*.

5. 2. Análisis iconográfico-iconológico de *MALAMENTE* (Cap. 1: *Augurio*)



Escena 1	
Fase pre- iconográfica	Observamos un polideportivo lleno de jóvenes que se encuentran entrenando el arte del toreo con carretones y capotes. El videoclip comienza retratando la cara de un niño en primer plano con el fondo desenfocado (A), a continuación, pasamos a un plano conjunto con el entorno ya enfocado (B). Vemos que el niño viste una chaqueta deportiva con dos franjas de color rojo mientras sostiene un capote amarillo, detrás de él resalta el color rojo del capote de otros jóvenes practicando.

	<p>Acto seguido vemos a otros jóvenes mayores en edad (adolescentes) que muestran expresiones faciales de agresividad y concentración. Llevan capotes rojos, miran fijamente al niño (y al espectador) incitándole con energía (C). Una mujer joven se halla pasando un trapo amarillo por el torso de otro niño joven en plano medio (E), un plano detalle de este torso nos muestra un tatuaje de una mujer llorando (D).</p> <p>Encontramos una iluminación diurna con contrastes cromáticos: los capotes de colores cálidos (rojo, amarillo y magenta) contrastan con los colores fríos del polideportivo (azul y gris).</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>El polideportivo (que probablemente pertenece a un instituto juvenil) es una escuela improvisada de tauromaquia. Posteriormente veremos a estos jóvenes integrados dentro de la cultura <i>tuning</i> (véase la escena 8). Estos futuros toreros aprenden las artes de «torear» —también entendido como retar o «saber llevar»— a las mujeres tal y como hacen los hombres adultos en la escena 6.</p> <p>Rosalía (o Flamenca dentro de la diégesis) comienza con una actitud sumisa, servil y cómplice, secando el sudor a los jóvenes aprendices de <i>El mal querer</i>.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>El plano corto es el plano «expresivo por excelencia» y «nos permite acceder con gran eficacia al estado emotivo del personaje» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 34), debido al fondo desenfocado, la poca profundidad de campo dirige aún de forma más dramática la atención al rostro infantil. El inicio del video (plano A) incide en la expresión tierna y levemente asustadiza de este joven: «el teatro de su piel» —la expresión—, refleja las características psicológicas</p>

de pureza e inocencia de un joven que se hallan aún en un estado de *tabula rasa*.

En las culturas occidentales la imagen del niño es asociada con la inocencia y la pureza, «comúnmente utilizada en imágenes de conflicto, convulsión o desastres» (Ledin y Machin, 2018: 63). En este caso, el desastre reside en la gestación bio-socio-cultural del machismo y de la violencia de género. En el cuerpo del infante se ejecutan los códigos de programación de género (Preciado, 2008), donde actos performativos como la incitación a la práctica del toreo mediante un *ethos* agresivo proceden a la regulación institucional del sexo y género masculino.

Adicionalmente, esta escena trae a colación el tema de la tauromaquia como tradición en conflicto. Por un lado, las generaciones *baby boomer* y *X* vivieron una época de apoyo social a la tauromaquia: las décadas de 1970 y 1980 fueron la era dorada de la expansión global de la tauromaquia española de la mano de toreros como Francisco Rivera Paquirri o Antoñete. Por otro lado, para aquellos españoles pertenecientes a la generación *millennial* y *centennial*, la tauromaquia representa una tradición problemática y polémica: la *UNESCO* rechaza su inclusión dentro de la categoría de Patrimonio de la Humanidad, al tiempo que la popularidad de partidos animalistas como *PACMA* o la creciente concienciación sobre los derechos animales y su sufrimiento en el contexto occidental global nos advierten sobre el carácter cruento de esta práctica. Este video pone sobre la mesa un choque o tensión generacional no resuelto que opera a lo largo de las escenas. Respecto al tema de la tauromaquia en el imaginario de *El mal querer*, Pedro G. Romero (2021) comenta: «no intenta resolverlo, deja que

opere en tensión».

Así mismo, esta tensión se acentúa al contemplar el toreo — práctica emblemática de la España tradicional y conservadora— como una práctica históricamente masculina y, por lo tanto, potencialmente conformada como un espacio de perpetuación de los códigos de masculinidad tradicionales.

Dentro de la diégesis del videoclip, el aprendizaje del toreo se identifica como un ritual de paso de la infancia a la juventud. El polideportivo pasa a ser un espacio institucional de regulación del sexo/género que, imaginamos, se impone como proceso obligatorio (podemos deducir esto dada la expresión de inocencia y vulnerabilidad del plano A) a todo infante masculino. Así, se imprimen los códigos de programación heterosexuales: por un lado, la mujer cuidadora y pasiva; por el otro, la masculinidad activa y agresiva. El polideportivo pasa a ser una imagen alegórica, una metáfora visual como «fábrica» de *mal querer*.

Este mismo contraste entre las polaridades masculino y femenino puede ser verificada a través del análisis de las únicas dos figuras femeninas en esta escena: Rosalía (o Flamenca) y la Virgen María. La primera mujer aparece sumisa y resignada mientras seca el sudor de unos jóvenes hombres que —tal y como augura la canción— terminarán por querer destruirla a ella. Esta *performance* de la feminidad tiene una correspondencia directa con la feminidad frágil y pasiva que los jarrones de flores de porcelana simbolizan en la escena 3.

En este estadio inicial, Flamenca simboliza el cuidado maternal, así como la atención a los hombres desde una posición pasiva y enajenada, como un objeto funcional: tan

sólo puede limpiarles el sudor, incapaz de tomar acción y evitar el futuro catastrófico de estos hombres.

La segunda figura femenina, la Virgen María llorando, se halla tatuada sobre el lomo de uno de los chicos jóvenes. Podríamos interpretar el llanto de la Virgen María, la madre arquetípica por excelencia (Peterson, 2019: 49.), como un auspicio de pena y misericordia por el futuro dramático que le espera a sus hijos (e hijas): la violencia de los hombres transformados en «toreros», el mal querer y la muerte. Estos elementos de violencia subrepticia y de mal augurio sumamente lorquianos —propio de obras como *Bodas de Sangre* (1933)—, se ven igualmente reflejados por el carácter funerario/mortuorio de las flores en la escena 3.

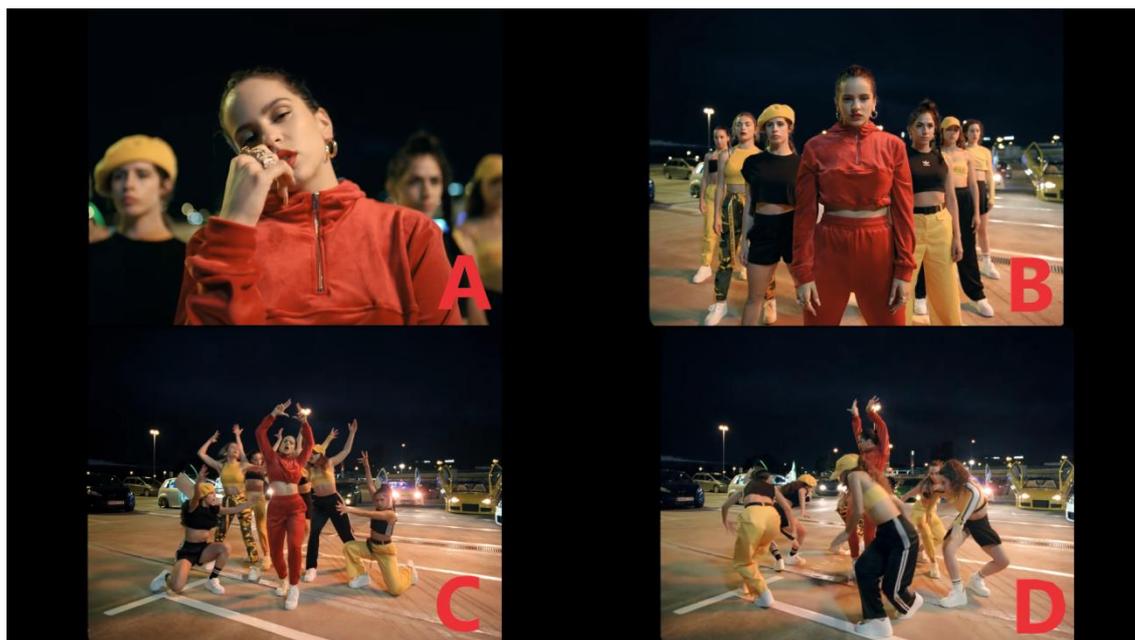
Cabe prestar atención a la presencia de carretones taurinos con cabezas de toro como símbolo de la masculinidad. Es notable la asociación de dicho animal con el imaginario español a través del toro de Osborne o de películas como *Jamón, Jamón* (1992) de Bigas Luna. Igualmente, la figura del toro es un símbolo de la fuerza, que en este caso vemos reflejada en su vertiente destructiva y constructiva:

1) En su vertiente destructiva, el toro es asociado con la agresividad y violencia implícita de la masculinidad —que ya evidencian los jóvenes toreros—. Esta expresión de fuerza desbocada culminará con la muerte de Flamenca a manos de su/s maltratador/es.

2) En su vertiente constructiva vemos la asociación del toro con la templanza y la determinación. Atributos de fuerza positiva que vemos reflejados en las figuras femeninas empoderadas de este video. Mediante una yuxtaposición visual (efecto *Kuleshov*) en la escena 6, veremos cómo

Flamenca transmuta la fuerza del toro en un ente bio-mecánico: la motorista, el tercer tipo de feminidad empoderada que sí es capaz de retar al torero y su masculinidad.

Como último detalle, el color rojo de la chaqueta y de los capotes del fondo enmarcan el color amarillo central del capote que sujeta el niño, dando lugar al siguiente patrón cromático: rojo-amarillo-rojo. Una referencia directa a los colores de la bandera española, mensaje que se ve reforzado por la presencia de otros símbolos del imaginario tradicional y católico tales como el toro y la Virgen María. Esta forma de apelar a nuestro bagaje cultural compartido (en el caso de que el receptor disponga de dicho marco de referencia) es una forma de llamar la atención sobre una problemática no resuelta que aún definen nuestro paisaje político: la violencia de género y la presencia sistémica del machismo dentro de las instituciones sociales (donde el polideportivo de instituto, dominado mayormente por hombres, es símbolo de este hecho).



Escena 2	
Fase pre- iconográfica	Nos encontramos en un espacio exterior y nocturno que contrasta con el polideportivo diurno y cerrado de la escena 1. Podemos observar un grupo de mujeres jóvenes en un <i>parking</i> : la figura principal se halla vestida con un chándal de rojo, mientras el color predominante de las otras seis es el amarillo. Todas calzan ropa deportiva con zapatillas blancas. En el plano medio corto (A) y plano medio largo (B) las figuras femeninas se hallan estáticas. Desde el segundo 00:31 de la canción las figuras se activan bailando para llevar a cabo los movimientos de las tomas C y D. De fondo encontramos coches deportivos <i>tuneados</i> expuestos y con las puertas abiertas.
Fase iconográfica	Este tipo de escena muestra una carga descriptiva y dramática en detrimento de lo narrativo (no avanza la acción o diégesis, pero sí consolida el <i>pathos</i> del video). Se presenta a la figura de Rosalía cantante como alter ego de Flamenca (el personaje que Rosalía interpreta dentro de la diégesis). En este caso, la artista se dedica a cantar a cámara y

	<p>representar mediante el baile las cualidades que Flamenca va descubriendo dentro de sí:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Estatismo, tensión y mal augurio 2) Movimiento, desafío y empoderamiento <p>Notas cómo la coreografía va acompañando las diversas emociones que experimenta Flamenca en la narrativa: los cuerpos quietos y expectantes de las tomas A y B reflejan aquella tensión premonitoria, así como el augurio de la relación tóxica y del caos que pronto lo cambiará todo. A partir de C se instaura el movimiento de forma abrupta con un momento de máxima tensión: en el minuto 00:31 suena el golpe fuerte del primer estribillo, marcando el inicio de la coreografía en movimiento mientras la letra refleja el sentimiento del mal augurio («Malamente»). La danza se convierte en la sublimación poética de la violencia y el conflicto a través del movimiento.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>El <i>atrezzo</i> y vestuario de esta escena tiene notable importancia. La estética urbana de la vestimenta (el mono de chándal uniformado entre las bailarinas, a modo de escuadrón guerrillero o equipo) y el decorado (la exhibición <i>tuning</i>), realzan las cualidades tribales, desafiantes y poderosas de estas figuras femeninas. Las zapatillas blancas (<i>sneakers</i>) que asociamos a la marca <i>adidas</i> y a la estética <i>swag</i> de la cultura <i>trap</i>, apelan a códigos estéticos y culturales propios de la generación <i>millennial</i> y <i>centennial</i>. A su vez, son un guiño a la feminidad de extrarradio, el arquetipo de la <i>choni</i>, propia de filmes como <i>Yo soy la Juani</i> (2006) de Bigas Luna.</p> <p>La propuesta visual de Rosalía cataliza el imaginario del joven de extrarradio propio de la clase obrera (Cuesta, 2021). Y es</p>

en este sentido, que *Malamente* es un homenaje a la rumba suburbana o quinqui de grupos como Los Chichos, Los Chunguitos, Los Calis o Estopa. Como recuerda Ana Belén Martín Sevillano (2020), el paradigma cultural dominante durante la Transición española de la Movida madrileña — Mecano, Alaska o Radio Futura— ensombreció a otras corrientes culturales de amplia aceptación social y éxito comercial. Este es el caso de la rumba suburbana, donde el eclipse cultural y la hegemonía ejercida por la Movida (que encarnaba las ideas imperantes de modernización y europeización) volvió a reafirmar el «maltrato y descrédito que sufre la clase obrera y su cultura» en sociedades profundamente estratificadas como la española (Martín Sevillano, 2020: 106).

Observamos cómo *El mal querer* es un homenaje autobiográfico que testimonia los orígenes artísticos de Rosalía. Casualmente, el imaginario de la tradición de la rumba suburbana concuerda con ciertas características de la vida de Rosalía.

- La vida y crianza en San Esteve Sesrovires, ciudad de extrarradio del área metropolitana de Barcelona, en la comunidad autónoma de Cataluña.
- El carácter charnego de sus raíces familiares formadas por inmigrantes andaluces y asturianos.
- Su pertenencia a una familia de clase obrera.
- El descubrimiento del flamenco durante la adolescencia de la mano de autores como La Niña de los Peines o Camarón (vemos un guiño a este último cantaor en la escena 6).
- La práctica cotidiana del flamenco en el contexto urbano de

San Esteve Sesrovires, donde los polígonos, la cultura *tuning*, las motos, las drogas recreativas y el botellón (véase las escenas 7 y 8) forman parte del paisaje diario del joven de extrarradio.

Estas características nos llevan a considerar *El mal querer* como una manifestación de *flamenco popular* —de barrio y de urbe— ajena al contexto del *flamenco sacro* del museo o el tablao (espacios de conservación de este arte que mantienen unos fuertes códigos de conducta asentados en 1950 y 1960 bajo la corriente del mairenismo).

Por otro lado, es importante señalar la capacidad performativa de Rosalía (y su séquito de guerreras) a la hora de desplegar un «estilo corporal» que reta los códigos de femineidad establecidos (Butler, 2002 [1990]). Esta forma de habitar el espacio, de expresarse, de mover el cuerpo y de articular su identidad a través de cualidades somático-kinestéticas nos conectan con el estereotipo de la *choni* o poligonera. Este tipo de mujer es leída bajo su pertenencia al estrato de la clase obrera (bajo capital económico y cultural) y por cualidades como el mostrarse vulgar, indecorosa, sexual, orgullosa o con mala educación.

En última instancia, la *choni* es un modelo de feminidad «fallido» en tanto trata de adaptarse sin éxito a la norma (el modelo de feminidad canónico o hegemónico: mujer blanca de clase media-alta, educada y recatada). Dicho infortunio alberga un enorme potencial performativo (esto es, de performar o modificar los códigos de género establecidos) mediante la desviación del modelo normativo de feminidad y su cuestionamiento como modelo «normal» (esto es, cuestionar la idea esencializadora de lo «naturalmente

dato»).

Respecto al arquetipo femenino de la *choni*, Rosalía logra añadir una capa de significación adicional que tiene relación con la estética *trap* y su filosofía del triunfo basado en términos económicos: el *glamour* y la alta costura. Se representa a una mujer, perteneciente a un estrato marginal y pobre que logra trascender su condición de clase. Bajo esta lectura, la persona de clase baja logra dejar atrás la vida *in the trap* (entendido como «antro») para entregarse a sus fantasías opulentas repletas de oro y joyas. Esta forma de anhelo soñado resulta una expresión directa del «fantasma de la vida rica desde la perspectiva del pobre» (Kaluza, 2018: 25) en el contexto del capitalismo tardío.

El símbolo o «contraseña hospitalaria» (Han, 2019) que mejor representa dicho estereotipo femenino es, con total probabilidad, las uñas hipertrofiadas de Rosalía: su futilidad es símbolo de la renuncia al trabajo físico y la plena dedicación a una vida llena de artificio y pasividad (Ladagga, 2021); elemento que consagra su estatus definitivo como «la neo reina del extrarradio» (Cuesta, 2021: 198).

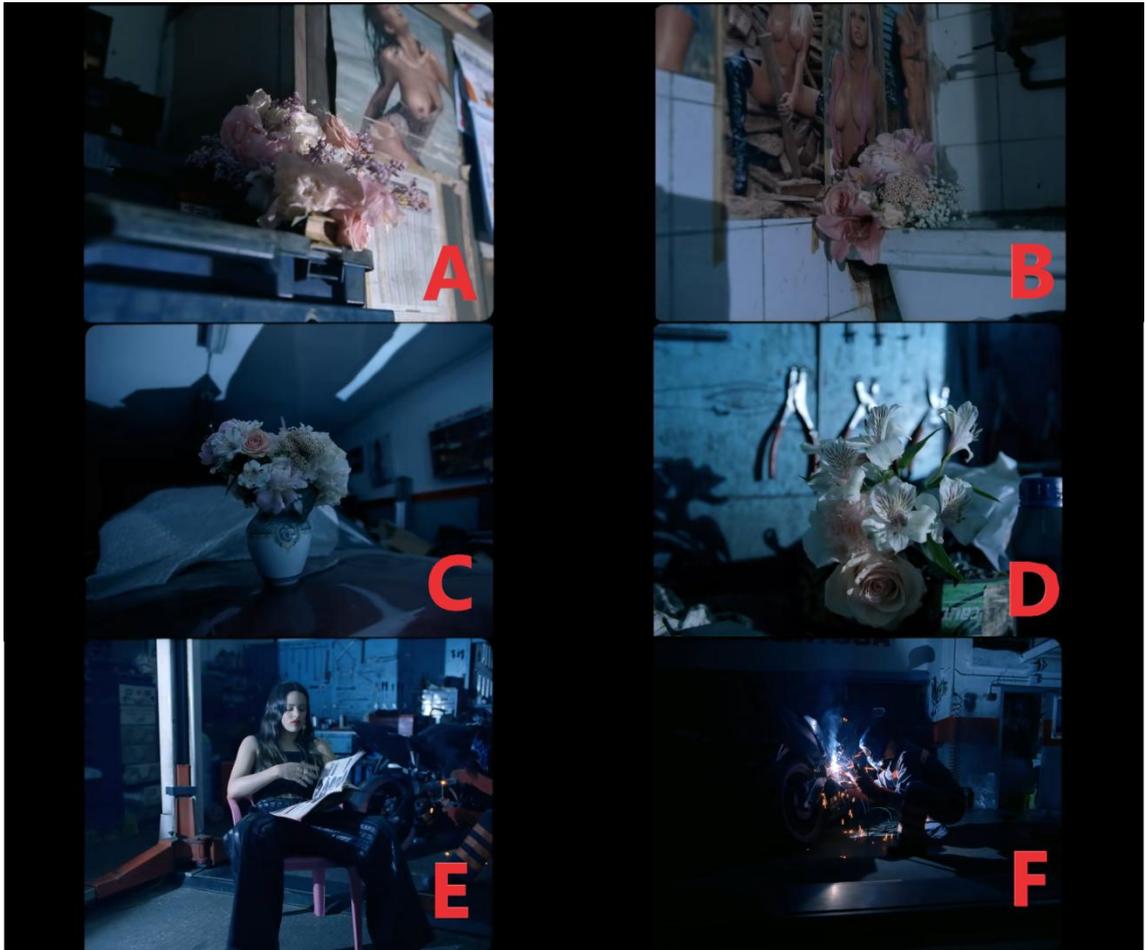


Figura 8. Fuente: extracto del video de *Malamente* (Rosalía, 2018)

Añadamos un apunte a la toma C para analizar como la composición de las figuras femeninas es piramidal y esférica, con un juego a diversas capas de profundidad donde Rosalía (un paso más delante que el resto) aparece como más grande y alta que el resto de las bailarinas. La composición humana propuesta en esta toma utiliza un lenguaje deliberadamente escultórico propio de obras como *Laocoonte y sus hijos* (escuela de Rodas, I d.c.) y *Apolo y las ninfas* (François Girardon, 1673). En este sentido, destaca la búsqueda del *contraposto* propio de la arquitectura barroca y renacentista (técnica tomada de la tradición clásica griega): al avanzar el pie derecho de Rosalía, se logra una torsión de cadera y se obtiene un eje de simetría en «S» en su figura. Al realizar esta acción, el peso recae en el pie de atrás y la pierna delantera flexionada puede sobresalir. Adicionalmente, los brazos semiflexionados (que logran evitar líneas y ángulos excesivamente rectos o rígidos) se acompañan de la inclinación asimétrica de los hombros y el posicionamiento de la cabeza basculada hacia el lado izquierdo. Estos códigos escultóricos praxitelianos —empelados normalmente para dar dinamismo y movimiento a las estatuas rígidas de mármol o bronce—, son traducidos al lenguaje moderno audiovisual, provocando un impacto visual al utilizar figuras humanas reales de carne y hueso.

En la toma D se rompe dicha composición escultórica mediante el movimiento: observamos algo parecido a una danza animal o tribal donde las figuras amarillas rodean con pasos grotescos (sugiriendo el zoomorfismo) a una Rosalía que interpreta gestos de flamenco en el aire. Al igual que en la escena 1, los colores amarillo-rojo-amarillo del vestuario evocan una inversión de los colores de la bandera de España,

	<p>retrotrayendo la bandera como símbolo de la tradición (lo nacional y patriótico) en un espacio propio de la posmodernidad (desterritorializado y destradicionalizado) como es un aparcamiento de polígono de extrarradio. Este gesto vuelve a reflejar la tensión entre tradición y modernidad propia del <i>zeitgeist</i> hipercultural y digitalizado.</p>
--	---



Escena 3	
Fase pre- iconográfica	<p>En esta escena hallamos una iluminación de tono bajo (<i>low key</i> de grises y azules), lo que implica «contrastes más pronunciados y sombras más marcadas y oscuras» (Gutiérrez</p>

	<p>de Terán, 2013: 109). Dado que la única fuente de luz es fría, lateral y contrapicada, proveniente del soldador visto en el plano F, observamos un efecto de claroscuro deliberado y sin luz de relleno.</p> <p>Observamos una serie de planos detalle que nos muestran flores color pastel en jarrones de porcelana, utensilios mecánicos, calendarios femeninos pornográficos y espacios del propio taller. Las únicas figuras humanas presentes son una mujer en E y una figura humana indeterminada en F que se halla soldando una moto deportiva.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>La cámara nos hace un breve recorrido por el taller o «refugio» de las mujeres de esta historia. Presuponemos que la figura que arregla la moto en F es una mujer enfundada con un mono y un casco. Por otro lado, la protagonista, Flamenca, se halla en una posición cómoda, con sus afiladas uñas (como si fueran un arma blanca), ojeando una revista (plano americano de E) mientras espera a la preparación de la moto deportiva, vehículo con el que toreará (y combatirá) a los toreros (encarnador por la figura del hombre en la escena 6).</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Hallamos un notable ejercicio de performatividad de género en esta escena: hay una apropiación del taller mecánico en tanto espacio tradicionalmente heteronormativo y masculino, convertido ahora en la guarida de esta tribu de moteras. La ausencia de la iluminación típica de un taller (las típicas altas luces fluorescentes y focos que sobreiluminan todo detalle) nos habla de la inversión de su función típica, transformado ahora en un lugar inhóspito, secreto y clandestino al servicio de un trabajo inusual: la construcción psico-mecánica de una nueva Flamenca, siendo la reparación de su moto un símbolo</p>

de su incipiente metamorfosis. Esta emergencia de una nueva personalidad (cercana a la idea del *cyborg*) surge de las sombras, que arquetípicamente encarnan el caos, lo desconocido y lugar del que emerge el potencial infinito de las nuevas formas.

En un espacio como el taller y un oficio tan predominantemente masculino como el de mecánico, la escena juega con la ambigüedad de la figura que repara la moto (presuponemos que la figura que arregla la moto en F es una mujer enfundada con un mono y un casco). En esta morada, se construyen armas contra la máquina del machismo y «el mal querer» (la masculinidad se hace presente a través de las herramientas de la toma D). A su vez, estas guerreras *cyborg* guardan flores en su espacio como recordatorio mortuorio de su origen femenino (las flores de A, B, C y D son símbolo de la delicadeza y de lo femenino). Se crea un fuerte contraste entre lo orgánico y delicado de las flores con la rudeza y frialdad de los utensilios (D). De esta forma somos testigos de cómo se tensionan los significados tradicionalmente asociados a los atributos masculino-femenino, a la fuerza y la sensibilidad.

Debemos tener en cuenta que «el decorado tiene la capacidad de crear espacios con la atmósfera conveniente en cada tema, expresando y ayudando a comprender el mundo interior de los personajes y provocando inquietudes en el espectador» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 154). Partiendo de esta cualidad especial de los objetos, en esta escena observamos la representación de tres tipos de feminidad:

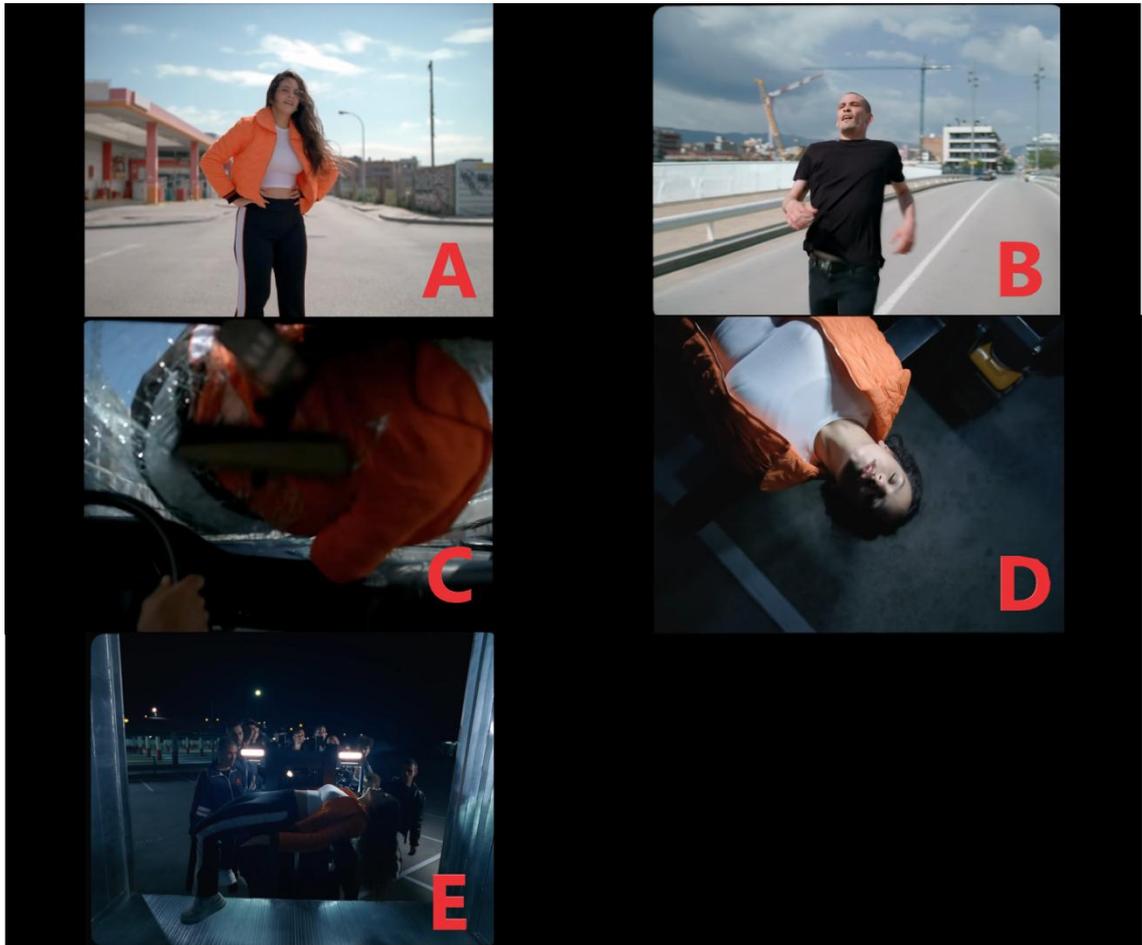
- La feminidad sumisa: representada a través de los ramos de

flores y jarrones de porcelana de las tomas A, B, C y D. Reducidos a una (in)utilidad meramente contemplativa, las cualidades que representan dichos objetos ornamentales —la fragilidad y dulzura que reflejan los colores crema y pastel—, nos remiten al rol inofensivo y pasivo propio de la mujer «florero». Este es el caso de la Flamenca sumisa que cuida a los hombres sin entrar en conflicto (como vimos en la escena 1 del polideportivo). Adicionalmente, en nuestra cultura occidental las flores guardan una connotación funeraria propia de los entierros, lo que premoniza la «muerte» simbólica de Flamenca en tanto víctima de la violencia de género. Además, esta muerte simbólica anuncia la transmutación de su feminidad sumisa hacia una feminidad subversiva y poderosa. A la hora de extraer este significado mortuorio o «negativo» de las flores (cuya significación positiva sería el amor, la juventud y la primavera), nos basamos en el contexto narrativo y cromático en el que éstas se hallan: las sombras, los claroscuros y los tonos fríos de la escena refuerzan el carácter negativo del rosa pastel de las flores y su significado.

- La feminidad cosificada: representada a través de las imágenes pornográficas que muestran los calendarios e imágenes de revistas de la toma A y B. Siendo una parodia del *atrezzo* estereotipado propio de los oficios o roles típicamente masculinos (mecánicos, bomberos, militares, obreros, presos carcelarios, etc.), dichas imágenes nos acercan a una idea de feminidad construida desde la fantasía masculina (con pechos y atributos sexuales hipertrofiados, sexualmente disponible, estilizada e idealizada, etc.). Esta feminidad construida, creada por la mirada masculina (*the male gaze*) (Mulvey, 1975), asigna a la mujer a una posición pasiva y altamente sexualizada. Su función es satisfacer, en

tanto objeto erótico, la contemplación escopofílica a partir de de la cual extraer placer propio.

- La feminidad subversiva: La moto es el símbolo de esta feminidad empoderada que se halla en proceso de «reparación» y «reconstrucción» en las tomas E y F (en la escena 6 veremos su relación con la fuerza del toro). Este tipo de feminidad es reflejada por cualidades como el lenguaje no verbal de Flamenca: su postura relajada cercana al *manspreading* (en este caso *womanspreading*) de la toma E es complementada con la actitud ociosa y provocativa que genera al ojear una revista mientras los demás trabajan.



Escena 4	
Fase pre- iconográfica	En A observamos a una mujer en medio de una carretera, cansada y respirando fuertemente. Está vestida de naranja, blanco y negro; detrás de ella vemos una calle desierta y una gasolinera roja. En B vemos a un hombre vestido de negro que cesa de correr y se para con cara amenazante para tomar un respiro. En la intersección de la carretera de la toma C, la figura femenina es atropellada por un coche. En las próximas tomas la luz es nocturna y vemos a la misma figura (vestida igual) yaciendo sobre las aspas de un remolque. El vehículo, conducido por numerosos hombres, alza su cuerpo y lo introduce dentro de un camión tráiler (D y E).
Fase iconográfica	Flamenca huye de su agresor y asistimos a su atropello (por un coche sin conductor). La persecución por parte del hombre de negro (su marido) nos ha conducido a un momento de máxima tensión que culmina con la muerte de la protagonista. En las próximas escenas (D y E) vemos el cadáver de la protagonista que es enterrado por hombres muy parecidos a su agresor.
Fase iconológica	Dada la carga altamente simbólica de la secuencia, observamos como la escenografía y el lugar son reducidos al mínimo: observamos una gasolinera vacía, un puente-carretera y un cruce de direcciones. Este espacio urbano de extrarradio se halla totalmente vacío de cualquier figura humana que pudiera intervenir o ayudar, quedando únicamente la propia protagonista y su maltratador (y el posterior coche). Esta mezcla de vacuidad urbana, soledad y onirismo nos

traslada a la impronta estética de pintores como Giorgio de Chirico o Edward Hopper. Estos elementos refuerzan el carácter simbólico de la escena, asemejada a una pesadilla donde Flamenca se halla «atrapada» sin que nadie pueda acudir a salvarla. Así mismo, a lo largo de todas las tomas subyace el concepto de la muerte y la violencia en sus diversas fases —persecución, caza y enterramiento de la víctima—, donde el atropello simboliza la fuerza bruta y el impacto del maltrato físico. El análisis iconológico nos permite descodificar el significado de la muerte simbólica de la protagonista (acompañada del posterior renacimiento en la escena 6).

Un detalle que cabe mencionar es la ausencia reconocible de un conductor, dado que en la toma C observamos unas manos sujetando el volante sin un rostro reconocible. Esta despersonalización junto al recurso de la toma *POV* (*point of view*) busca hacernos partícipes de la acción, implicando indirectamente nuestra presencia dentro de este suceso dramático («Ante la violencia de género, todos somos responsables»), lo que puede indicar, desde una perspectiva macro, cómo la violencia de género es un fenómeno sistémico que no solo surge a nivel micro (p. ej.: una pelea entre compañeros sentimentales). La falta de visibilización respecto a unos roles de género sanos, el silencio deliberado ante situaciones de violencia o la falta de un plan pedagógico colectivo respecto a estas problemáticas pueden ser ejemplos de nuestra complicidad indirecta como sociedad respecto a las dinámicas de violencia y el maltrato sexista.

Esta idea de la colectivización de la violencia vuelve a darse en D y E. Estas dos últimas tomas, que guardan el carácter solemne y funerario del entierro, nos muestran a un grupo de

hombres responsables del asesinato de Flamenca (el *patriarcado*) en lugar de un único perpetrador masculino. Dado el carácter fúnebre que representa su entierro en las tomas E y D, podemos hallar un símil de su muerte (y posterior renacimiento) dentro de la estructura narrativa de la Pasión de Cristo. Siguiendo la representación de Cristo en cuadros del *quattrocento* italiano como *Lamentación sobre Cristo muerto* (1478) de Andrea Mantegna, Flamenca se halla tumbada en escorzo y envuelta en un ambiente de *pietà* fúnebre idealizado. Así mismo, dado el sexo femenino de la protagonista y las referencias anteriores a la figura de la Virgen María (véase la toma D de la escena 1 o el análisis del videoclip de la canción *Bagdad*), observamos un segundo paralelismo entre las tomas E y D, a saber: la representación de escenas bíblicas como la dormición y tránsito de la Virgen o la Asunción de María, lo que se hace evidente con el momento del ascenso de Rosalía en remolque «a los cielos» en la toma D.

Finalmente, en la toma E observamos cómo vuelven a enterrar a Flamenca dentro del camión. El camión-tráiler simboliza la relación sentimental (con este gesto se traza un diálogo intertextual respecto al video de la tercera canción del álbum, *Pienso en tu mirá*) y, de tal forma, la protagonista femenina vuelve a hallarse una vez más dentro del bucle sentimental del amor-odio.



Escena 5

<p>Fase pre- iconográfica</p>	<p>Observamos una figura humana vestida con un hábito de color púrpura. Su vestuario se complementa con un colgante en forma de cruz (C) y calzado urbano de <i>skateboard</i> (A y D). En la toma B, esta figura se halla descalza reposando sobre un monopatín lleno de clavos. En el resto de las tomas vemos como este personaje monta ágilmente su patín mientras aparecen dos fondos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Un paisaje típico de zona de urbana de viviendas o suburbios (se aprecia una grúa de construcción al fondo) 2) Un <i>skatepark</i> de hormigón donde apreciamos una cruz gigante con pegatinas (D)
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Esta escena no muestra un avance narrativo. Por el contrario, aporta una gran carga simbólica y alegórica:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Por un lado, refuerza la estética urbana y ecléctica del video al traer a colación elementos como la cultura <i>underground</i> del <i>skate</i>, las grúas de construcción (contexto urbano y de

	<p>extrarradio) y la simbología religiosa en un contexto secular.</p> <p>- En un nivel más profundo (véase la próxima sección iconológica) refleja un paralelismo entre la historia de Flamenca y la Pasión de Cristo.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>A través del color morado esta escena introduce una doble referencia: es una referencia al imaginario católico de la Semana Santa y a las víctimas de la violencia machista:</p> <p>1) En la tradición litúrgica española y latinoamericana, el hábito de color púrpura hace referencia a la figura del Jesús Nazareno portando su propia cruz. El morado es un color tradicionalmente asociado a la realeza. Pero en el caso de Cristo, representa el hábito morado con el que los romanos le vistieron, a modo de burla, al conocer su condición «rey de los judíos»¹⁰⁹. En memoria a la acusación de Jesús de Nazaret de rey blasfemo e impostor —posteriormente condenado a la crucifixión—, durante la procesión del Viernes Santo los fieles evocan esta simbología mediante el uso color púrpura en sus sotanas y capiotes. Las procesiones multitudinarias, así como la vestimenta de sotanas y capiotes morados, son elementos característicos que congregan el acto de la penitencia. La cruz de D y los clavos en B reflejan esta misma penitencia que, en casos como el de <i>Los Picaos</i>¹¹⁰ de La Rioja, puede realizarse mediante la propia aplicación de dolor físico o mediante abstinencias prolongadas (ayunos, dieta sin carne, alcohol,</p>

¹⁰⁹ Este episodio bíblico es transferido simbólicamente al color púrpura, recondándonos nuestra condición humana impregnada por el pecado original y la tentación del mal. En la tradición católica, esto conduce a realizar ciertos ejercicios espirituales que se practican durante la Cuaresma (40 días de penitencia y purificación anteriores a la Semana Santa) tales como el sacrificio, la frugalidad, la meditación y el rezo.

¹¹⁰ En la procesión de *Los Picaos* en La Rioja, los fieles (conocidos como *los disciplinantes*) salen a la calle tras haber sido picados con un cristal punzante y desfilan descalzos mientras se flagelan con una madeja de cáñamo en señal de buena fe y voluntad.

etc.).

2) El púrpura (o violeta) es el color representativo de los diversos movimientos congregados alrededor del 8 de marzo: el día de la mujer, así como la denuncia del sexismo, el machismo y otras formas de violencia interseccional a partir de las cuales el movimiento LGTBIQ+ erige su agenda política.

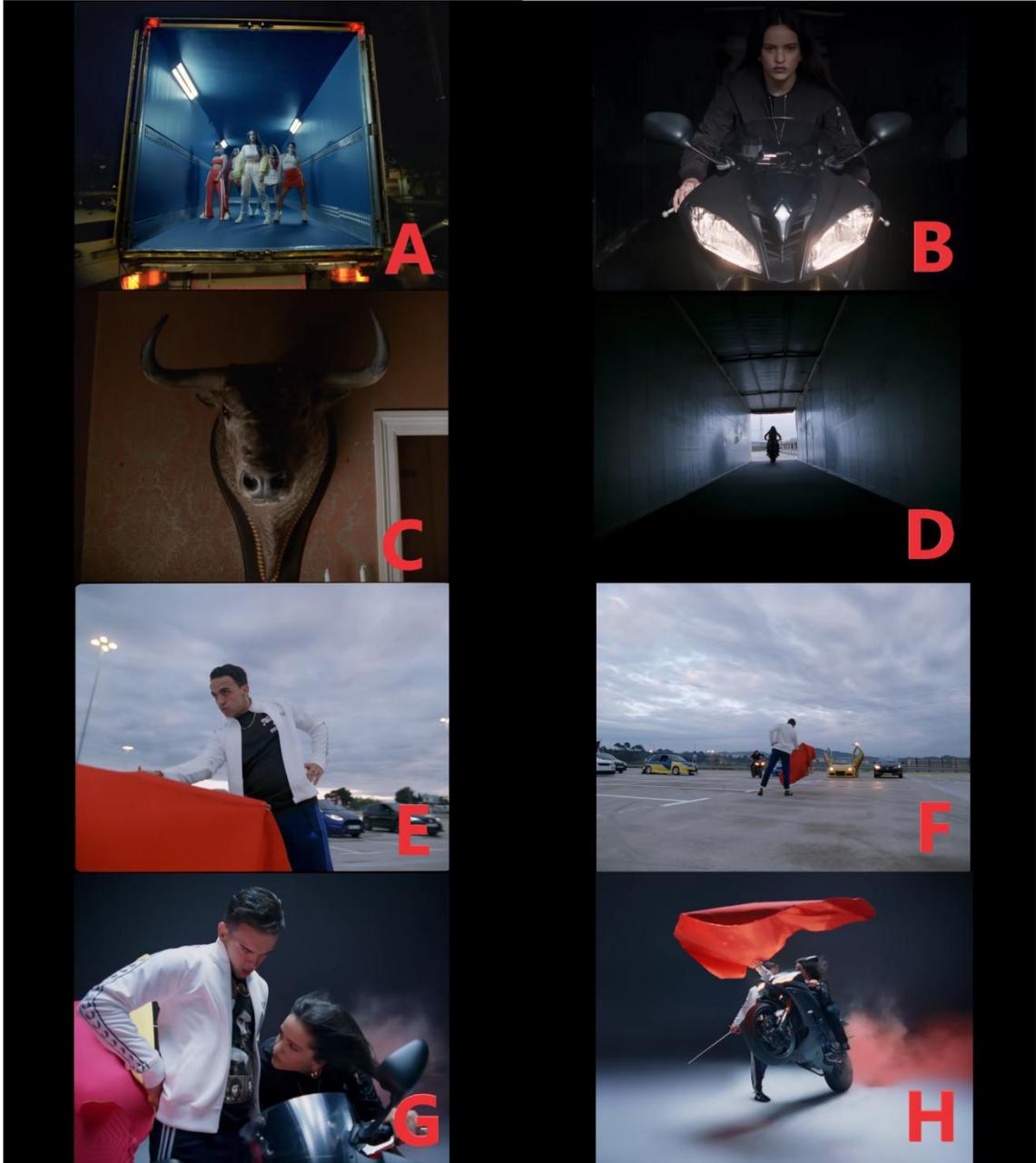
De tal forma, el nazareno penitente de esta escena es una referencia directa a la Pasión de Cristo y a su estructura narrativa que, como hemos visto en la escena 4 del entierro, es trasladada a la muerte y entierro de Flamenca. Igualmente, la muerte de Flamenca traza una alegoría respecto a la figura de Cristo y, simultáneamente, a su propia muerte como mujer víctima de la violencia machista.

Cabe destacar que la exorcización del pecado original por parte del fiel es revisitada desde la imaginería *underground* y pagana de la cultura *skate*. Si en la toma D observamos una cruz (trazada por la grúa de construcción) podemos inferir una desacralización de la cruz católica; ahora, este significante apunta hacia la «cruz generacional» sobre la que se erige el universo conceptual de *El mal querer*: el amor tóxico y la violencia entre hombre y mujer.

El concepto del amor tóxico es condensado simbólicamente en la toma B: vemos una tabla de *skateboard* —asociada con lo lúdico, el deporte y el placer¹¹¹— con clavos punzantes sobre los que se posan los pies descalzos del nazareno —signo sacro de penitencia—. Este oxímoron visual introduce el concepto del masoquismo como metáfora del amor tóxico: es

¹¹¹ Igualmente, el *skateboard* es un símbolo del imaginario *millennial* y *underground*, propio de estrellas del *skate* de década de los 80, 90 y los 2000 como Tony Hawk.

una forma de relación dolorosa y placentera al mismo tiempo;
uno sabe que es dañina y aún así no puede marcharse de ahí.



Escena 6

Fase pre- iconográfica	<p>En A observamos a varias figuras femeninas bailando y mirando a cámara dentro del contenedor de un camión tráiler (A). En su vestuario siguen predominando los colores rojo y amarillo. En las tomas B y C observamos un montaje por similitud con dos planos de frente, donde se yuxtapone una moto negra montada por una figura femenina (B) y la cabeza de un toro disecado colgado de una pared (C). Vemos cómo la misma figura femenina abandona velozmente dicho contenedor con la moto (D). En las tomas E y F vemos a un hombre con un capote rojo que espera en tensión y con mirada violenta a la figura femenina en moto. Se hallan a la luz del amanecer en un aparcamiento, flanqueados por varios coches expuestos con las puertas abiertas y las luces encendidas. En las tomas G y H desaparece este espacio urbano y es sustituido por un fondo neutro de color gris-oscuro. La figura femenina se posiciona muy cerca de la figura masculina, intercambian miradas mientras él luce agresivo y ella confiada y con templanza.</p>
Fase iconográfica	<p>Tras el paso de la noche oscura del alma asistimos a la resurrección de la protagonista femenina en el mismo espacio (el contenedor de un camión tráiler) donde fue enterrada por sus perseguidores masculinos (escena 4). En pose defensiva y provocativa —con una coreografía de baile que evoca una formación bélica—, Flamenca se halla acompañada de sus camaradas femeninas (A). De ésta misma tumba resurge con su vehículo de guerra, una moto deportiva negra (B) con la cual, al amanecer, dará caza a los diversos hombres dispuestos a torearla (E, F, G y H).</p>
Fase iconológica	<p>Esta escena representa la culminación de un proceso tripartito: la muerte (o dormición) y funeral (escena 4), la penitencia (escena 5) y la resurrección de Flamenca (escena</p>

6, la actual). Basada en la estructura de la Pasión de Cristo, la resurrección de la protagonista femenina correspondería en la tradición católica con el domingo de Pascua y último día de la Semana Santa. El *atrezzo* de la escena 7 puede confirmar el carácter festivo o «dominguero» de una narrativa religiosa secularizada.

El montaje paralelo entre las tomas B (moto), C (toro) y D (moto) sugiere una transmutación de las virtudes del toro, ahora asimiladas por la motorista: «La yuxtaposición de dos o más planos puede establecer relaciones de distinto grado, desde la más evidente a la más oscura, desde la más inmediata a la más remota en cuanto a su comprensión y significado» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 180).

Este recurso, denominado efecto Kuleshov (Gutiérrez de Terán, 2013: 26), nos habla de una transferencia de significado entre objetos aparentemente no relacionados a través del montaje. De tal forma, el significado de una imagen y sus elementos varía dependiendo de los inputs que la acompañan (sonidos, ruidos, palabras, etc.), así como de las otras imágenes que la preceden y siguen.

Así, los faros y retrovisores de la moto generan una correspondencia visual respecto a los ojos, cuernos y atributos del animal. La animalización de la moto nos habla de la transformación del toro (símbolo de lo biológico, masculino y tradicional) en una máquina (símbolo de lo *cyborg*, sintético y futurista). Esta construcción de una feminidad nueva (simbolizada a través de la reparación de la moto en la escena 3) introduce la noción de una entidad *cyborg* formada por el agenciamiento o ensamblaje de nuevas partes anteriormente fragmentadas: *la mujer ensamblada por sí*

misma, reconstruida mediante piezas de lo que fueron sus propias cenizas.

El toro, comúnmente asociado a la masculinidad, «símbolo del espíritu macho y combativo, de las potencias elementales de la sangre» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 1004), en este caso es reapropiado como un símbolo de la templanza y la potencia que exhibe Flamenca como hembra empoderada. Esta idea se ve reforzada por la chaqueta negra con bordado de banderillas (cuchillas adornadas que son ensartadas a los toros durante la corrida) que observamos en la siguiente toma:



Figura 9. Fuente: *Malamente* (Rosalía, 2018)

Según Chevalier y Gheerbrant, «el toro evoca la idea de potencia y de fogosidad irresistible, el macho impetuoso, y también el terrible Minotauro, guardián del laberinto. Es el feroz y mugiente Rudra del *Rig- Veda*, cuyo semen abundante sin embargo fertiliza la tierra» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 1001). Y continúan:

El toro es la fuerza incontrolada sobre la cual una persona evolucionada tiende a ejercer su dominio. La afición a las corridas se explicaría quizás, a los ojos de algunos analistas, por ese deseo secreto e inconfeso

de matar la bestia interior; pero se produciría como una substitución y la bestia sacrificada en el exterior dispensaría del sacrificio interior o daría la ilusión, por la mediación del torero, de una victoria personal. (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 1005)

Esta traslación de la energía sexual del toro hacia lo femenino se sublima más en las tomas G y H, donde el fondo neutro de la escena dota al conjunto de las figuras de una estética alegórica o idealizada; plasmando la lucha definitiva entre lo masculino y femenino, el orden conservador y el caos vivificante, la tradición orgánica y la modernidad *cyborg*.

Como último detalle, observamos una imagen de Camarón de la Isla en la camiseta del torero en la toma G. Rosalía mira fijamente a los ojos de este retrato del cantaor gaditano que, cuando publicó el álbum *La leyenda del tiempo* (1979), fue considerado como revolucionario heterodoxo del flamenco. Esta toma introduce una referencia directa a un canon artístico del que la propia Rosalía es deudora y que, a su vez, trata de avanzar mediante la propulsión creativa (Harrison, 2018).



Escena 7

Fase pre- iconográfica

En la toma A vemos tres figuras femeninas que se hallan sentadas dentro de la cabina de un camión (la principal viste de rojo y se halla sentada de espaldas al salpicadero). El vehículo es de color azul y la tapicería de color crema. En el interior vemos unas coronas de oro con una cruz en el escaparate; a la izquierda observamos un nombre femenino «Vanessa». Las protagonistas realizan un gesto percusivo chocando el dorso de las manos (el mismo gesto que repiten en C).

En B vemos cinco figuras femeninas sentadas alrededor de una mesa plegable. Éstas se hallan relajadas y con sus cuerpos extendidos, rodeadas de comida y bebidas alcohólicas. En el fondo vemos un coche azul y una carpa amarilla que da sombra.

Fase iconográfica	Flamenca y sus camaradas han reconquistado espacios de su vida cotidiana y se hallan unidas para defenderse de sus agresores. Se muestran ancladas en estos espacios con una actitud valiente y provocativa.
Fase iconológica	<p>En esta escena vemos dos ejercicios de performatividad de género:</p> <ul style="list-style-type: none"> - La apropiación de espacios tradicionalmente masculinos: la cabina de un camión (A), la congregación alrededor de una botella de aguardiente en un camping (B), la conducción independiente (C) y la calle como espacio público (D). La ausencia de figuras masculinas refuerza la idea de toma de posesión de espacios restringidos a las mujeres. Un ejercicio de performatividad opuesto podría verse en el videoclip de <i>I Want to Break Free</i> de Queen, donde Freddy Mercury adopta el papel tradicionalmente femenino, basado en el cuidado y limpieza del espacio privado propio del contexto doméstico. - La apropiación de cualidades arquetípicamente masculinas: el <i>look</i> andrógino del peinado hacia atrás y la chupa de cuero al estilo de Marlon Brando¹¹² (C), el estilo corporal duro y agresivo (A, C y D), la reapropiación del lenguaje no verbal relajado y expansivo del <i>manspreading</i> y su transformación al <i>womanspreading</i> (B). <p>Esta parodia sugiere el carácter <i>actuado</i> e históricamente construido de las características performativas del género masculino y femenino (dada su fácil dislocación e iterabilidad). Puesto que todo estilo corporal es integrado basándose en una repetición mantenida en el tiempo, las mujeres de este</p>

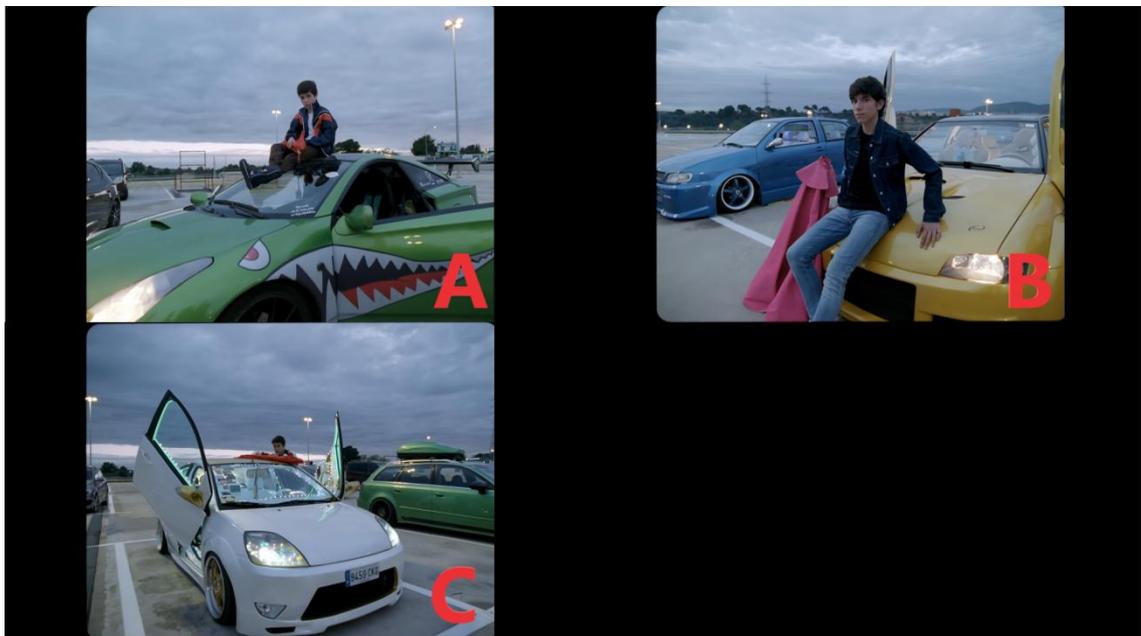
¹¹² James Dean y Marlon Brando son arquetipos cinematográficos que representan este ideal de masculinidad —entre joven rebelde, el *beatnik* y el motero— que el cine de Hollywood estableció en los años 50 a partir de filmes como *Rebelde sin causa* (1955) o *Al este del paraíso* (1955).

video insisten en mostrar actitudes «que desafían la categoría de mujeres» (Butler, 2002 [1990]: 523). Esta misma performance se ve reforzada por la mirada provocativa que exponen los personajes femeninos, desafiando a esa *male gaze* (o mirada masculina) que hegemoniza la cultura visual y su producción tal como un panóptico voyeurístico: «Las miradas a cámara del cantante suponen la interpelación directa hacia el espectador, como si el mensaje estuviera destinado solo a un receptor en un simulacro de intimidad, estando en realidad destinado a un receptor múltiple» (Rodríguez-López, 2016: 952). A este elemento añadimos la presencia del *tra trá* como un *hook* (o gancho) multi-semiótico: este motivo sonoro (el sonido onomatopéyico de las palabras «trá trá») y visual (el acto de chocar el dorso de una mano contra la otra palma) crean un gesto o símbolo que funciona como «contraseña entre gente hospitalaria (*tessera hospitalis*)» (Han, 2020: 11), elemento que en el contexto de la era digital tiene un gran poder de adaptación al lenguaje del *meme* y lo viral, expandiendo así la marca y mito de Rosalía.

En la escena B observamos la presencia del brandy Veterano, licor español típico de la generación *baby boomer* que tenía como eslogan la frase «Sólo para hombres». Este juego de performatividad vuelve a trastocar los significados tradicionales asociados a dicho licor dentro del imaginario nacional. Otros elementos característicos (p. ej.: el Seat Ibiza color azul o el camping dominguero) reflejan una confluencia de códigos intergeneracionales propios de la clase obrera dentro de un contexto suburbano.

Cabe destacar cómo, respecto a la primera escena, la angulación de los planos y el propio lenguaje no verbal de Flamenca ha experimentado una transformación: en la

primera escena vemos a la protagonista cabizbaja, sumisa y comunicándose con gestos delicados. Según avanza la narrativa, observamos la toma de confianza de los personajes femeninos (que culmina en la toma D), donde su estilo corporal se vuelve más agresivo, espacioso y donde la angulación de la cámara en contrapicado retrata a los personajes femeninos desde una posición de poder.



Escena 8

Fase pre- iconográfica

En estas tres tomas observamos una escena en exterior con iluminación diurna del amanecer. También hay iluminación artificial procedente de las farolas del *parking*. En A observamos un coche verde con un dibujo antropomórfico que simula una boca con dientes. Encima está sentado el mismo niño de la toma A en la escena 1. En B observamos dos coches, uno azul y otro amarillo, un joven pre-adolescente se halla sentado en el capó del amarillo junto a un capote de toreo color lila.

Fase iconográfica	<p>Los niños que nos encontramos en la primera escena ahora son espectadores del espectáculo violento: la corrida entre el torero y Flamenca sobre la moto.</p>
Fase iconológica	<p>Los niños que fueron formados en la escuela de toros —las artes de «el mal querer» o el machismo— ahora son espectadores de la confrontación entre hombre y mujer. El escenario actualiza la plaza de toros bajo una estética moderna y de extrarradio: los coches tuneados y la luz del amanecer nos retrotraen a la cultura «poligonera» y el ritual social del botellón.</p> <p>La ausencia de figuras masculinas adultas, y la presencia de coches tuneados con motivos de cómic (la boca del coche en A) y colores muy llamativos (verde en A, amarillo en B, neones en C), comunican una forma de iteración de significados. El hombre adulto ha sido reemplazado por la figura del niño, el juguete infantil sustituye al coche. Este giro tiene un efecto performativo al sustituir a hombres por niños: la masculinidad tóxica tiene origen en la infancia. Dentro de todo hombre violento reside un niño inocente que fue víctima y testigo de los códigos de comportamiento machistas —simbolizado por la escuela de tauromaquía de la primera escena, germen de «el mal querer»—. La condición destructiva del maltratador se retrotrae a la ausencia de juicio del estadio infantil, donde el niño carece por completo de pensamiento crítico propio como para cuestionar y evitar su condicionamiento violento en tanto «hombre».</p> <p>La segunda iteración sucede en vinculación al aparcamiento sustituyendo a la plaza de toros: los coches en círculo constituyen las gradas desde donde observa el público y son el perímetro (la arena) dentro del cual se gesta la acción. Si</p>

	<p>tradicionalmente el toro reta al torero y viceversa, aquí es la moto (y su conductora) quienes confrontan al torero. De esta forma, vemos una práctica tradicional pasada por el filtro generacional de los códigos <i>millennial</i>.</p>
--	---

5. 3. Análisis iconográfico-icnológico de *PIENSO EN TU MIRÁ* (Cap. 3: *Celos*)



Escena 1	
Fase pre- iconográfica	<p>Observamos una muñeca flamenca que se balancea colgada del retrovisor de un vehículo. Dicha figura sujeta una guitarra española y se halla vestida con un velo de tela negra y una falda roja con abundantes flecos y volantes. El plano y la cámara se sitúan dentro de la cabina de un camión que avanza rápidamente por una calle de polígono de extrarradio —observamos paneles publicitarios, coches aparcados, descampados, polígonos y talleres de servicio—. La muñeca y su rojo vivo contrasta con el exterior diurno y borroso donde predominan colores grises, terrosos y verdes. En este plano secuencia móvil no hallamos la presencia de ninguna figura</p>

	humana.
Fase iconográfica	<p>Desde lo diegético esta escena representa una alegoría y síntesis de la trama de <i>Pienso en tu mirá</i>. Debido a su alta carga simbólica, profundizaremos en la fase iconológica.</p> <p>Desde una perspectiva diacrónica, la temática de esta canción —el maltrato y la violencia machista como resultado de la pasión desbocada y los celos— halla antecedentes en otras canciones del <i>pop/rock</i> español como son <i>Hoy voy a asesinarte</i> de Siniestro Total (1982), <i>La mataré</i> (1987) de Loquillo, <i>Sí sí</i> (1987) de Los Ronaldos y <i>Corazón de tiza</i> (1990) de Radio Futura.</p>
Fase iconológica	<p>Observamos cómo el camión representa la relación amorosa: desbocada, sin frenos y poseída por una pasión destructiva. La tensión latente entre lo masculino y lo femenino alcanza su clímax con el estallido violento de la toma B. El choque del vehículo contra el muro representa la explosión de las energías violentas que subyacen a la relación (los celos, el control, la violencia física, la falta de límites, etc.), toma de conciencia brutal que ahora Flamenca no puede obviar más (llamada a la aventura).</p> <p>La figura de la muñeca colgada nos habla de la pasividad de la protagonista femenina, mientras que la figura masculina (ausente en la toma) es el conductor, representado indirectamente a través de su manera vertiginosa y destructiva de «conducir la relación».</p> <p>Dada la ausencia de cualquier figura humana, tanto dentro del camión como fuera de este, el efecto «deshumanizado» de la escena nos comunica la falta de un enemigo fácilmente localizable. Es decir, no hay un único individuo responsable de</p>

lo que pronto acaecerá, pues el mal es abstracto y sistémico. Al añadir el efecto de cámara POV (*Point of view*), la propuesta visual trata de hacernos partícipes de la acción. Situándonos dentro de la cabina acompañando a Flamenca y a su amante, el video intenta trasladar también la responsabilidad al espectador.

Respecto a la significación cromática, sabe destacar los colores **rojo** y **negro** del vestido y velo que porta la muñeca. El velo (señal de luto) actúa como una premonición de la tragedia, mientras que la mezcla cromática del rojo y negro nos revela este mal augurio: «El amor es rojo, pero el rojo acompañado de negro caracteriza lo contrario del amor, el odio» (Heller, 2004: 131). Esta ambivalencia amor-odio (rojo y negro) define el *pathos* de la relación de amor tóxica.



Escena 2

Fase pre- iconográfica

Observamos un primer plano de una figura femenina humana con la cara cubierta por la capucha de una sotana de tela negra (A). Es notable el efecto de claroscuro, así como la presencia de un viento que ondula los cabellos de la protagonista al descubrirse el rostro (B). Predominan los colores negros (la presencia de claroscuros y la sotana negra de todos los personajes) y dorados (joyas, alhajas y los colmillos de la vampira). En las tomas C y D observamos cómo figuras vestidas con el hábito negro enojan las manos de la figura femenina central. Esta última, salvo por su movimiento de labios al cantar, se halla completamente hierática y pasiva. En la escena E vemos que aparece otra

	<p>mujer amenazante con dos colmillos dorados: en F muerde el cuello de la protagonista.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Flamenca se halla seducida por las joyas y lujos que su matrimonio le promete. Ella misma se deja atar a esta incipiente relación amorosa con mal augurio dominada por su faceta materialista. Las figuras vestidas con el hábito negro proceden a enjorarla. De la misma forma, las imágenes del video reflejan el contenido de la letra:</p> <p>Y el aire cuando pasa Por levantarte el cabello Y del oro que te viste Por amarrarse a tu cuello</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Vemos el predominio del acorde cromático negro-dorado en esta escena. Veamos las connotaciones del color negro en esta escena:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Muerte y duelo: en nuestra cultura occidental, el significado más inmediato del negro es el del duelo y el luto. La personificación de la muerte, (la parca) viste un hábito negro con capucha similar al de los personajes en escena. El augurio dramático —los celos, la violencia y la muerte simbólica de Flamenca— parece anunciarse a través de la vestimenta de todos los personajes. - Nobleza y poder: El negro también es un color propio de lo noble. Equiparado con el poder y la riqueza en la Edad Media. Otros significados son: el color de la Inquisición en España; o el color de lo católico y lo español durante el imperio español de Carlos I y Felipe II. - La sombra (psicológica): El negro también es símbolo de lo oculto, de la noche, y, por lo tanto, de lo no fácilmente

visible. En este sentido puede ser una metáfora de lo inconsciente o del concepto de «sombra» jungiano. Bajo este significado, los vestidos negros representan el inconsciente: todos aquellos impulsos, pulsiones, deseos reprimidos y pensamientos desconocidos para el individuo que guían sus acciones sin que éste lo sepa.

- Por otro lado, el **color dorado** representa lo valioso y los sentimientos más elevados. Dado que «el color del oro es el color de la permanencia» (Heller, 2004: 233), colmar con oro a una persona querida supone consolidar la relación que existe entre ésta y su amado: «El color oro acompaña a las cualidades que se acrisolan con los años: la fidelidad, la amistad, la honradez y la confianza» (Heller, 2004: 233). Cabe destacar como todas estas disposiciones mencionadas se consiguen de forma lenta con el paso del tiempo.

Dada su cualidad como el metal más noble, el oro se asemeja con lo masculino —por contrapartida, la plata se asocia con lo femenino—. Según la experta en color Eva Heller (2004: 131), cuando un color se junta con el negro se resaltan las cualidades negativas del primero. En este caso, vemos como la combinación **negro-dorado** puede significar:

- Materialismo, lujo y frivolidad. El oro como cárcel del alma.
- La dominación de la energía masculina sobre la femenina (la figura femenina es colmada con oro y joyas).
- La inversión de la amistad, la honradez y la confianza construida con el tiempo: los celos y la posesividad; el impulso repentino y rápido de retener a la amada seduciéndola con riquezas materiales.

La vampira con oro en los colmillos (tomas E y F) simboliza,

igualmente, esta condición oscura del color, siendo una figura capaz de drenarle a Flamenca la sangre —entendiendo la sangre como fuerza vital o «vehículo de la vida» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 909)—. En última instancia, vemos que las figuras irreconocibles y vestidas de negro son exteriorizaciones de la «sombra» psicológica de Flamenca que la conducen al caos: su predilección por el oro y la riqueza material por encima de la integridad individual.



Escena 3	
Fase pre- iconográfica	En estas tomas exteriores observamos como los camiones-tráiler conforman un motivo temático que cohesiona las secuencias. El emplazamiento es un <i>parking</i> de cemento de extrarradio donde prima el color grisáceo del cielo y su contraste con los diversos colores que portan los camiones (rojo, verde, negro y blanco). En las tomas A, B, C y D observamos parte del interior de las cabinas de conducción, ocupadas por sus respectivos conductores y diversos detalles anecdóticos (el nombre femenino de «Merche» en la toma B, estatuillas en el salpicadero, cortinillas, etc.)
Fase iconográfica	Esta escena vehicula el sentimiento general de celos, dolor y malestar que siente el marido posesivo respecto a su amada (como dice la letra: «Tan bonita que amenaza / Cuando calla', me da' miedo»). El estribillo de la canción supone el clímax de este sentimiento doloroso por parte del marido de Flamenca, resultando tan intenso como una bala en el pecho: 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 pe—
Fase iconológica	Todos los conductores de camiones con una herida sangrante en el pecho representan aquel mal sistémico y no adscrito a un único sujeto: el doloroso sentimiento de celos —y el consecuente impulso de posesividad y violencia— que sienten los hombres. Los hombres, en tanto conductores, son representados como los líderes de la relación (tal y como vimos en la primera escena). Éstos conducen el camión (que simboliza la relación y el vínculo emocional entre los amantes), vehículo que se halla decorado con nombres femeninos, embellecedores, detalles humanizantes, etc.

Por otro lado, la herida sangrante en la zona del pecho/corazón nos muestra una herida no cerrada, que se reabre con cada nuevo acto de celos. Dado que la sangre «participa también de la simbólica general del rojo» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 909), la sangre representa el «principio corporal, es el vehículo de las pasiones» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 909). Esto nos habla de la condición u origen pasional de dicha herida.



Escena 4

Fase pre- iconográfica

En A vemos una figura femenina sentada encima de una cama de matrimonio. Ésta canta mirando directamente a cámara. Detrás de ella encontramos un altar con velas y flores. Toda la escena —incluyendo los muebles, la ropa de cama y la vestimenta— se halla engamada en tonos pastel de blanco, rosa y crema. Vemos como la misma figura sale por

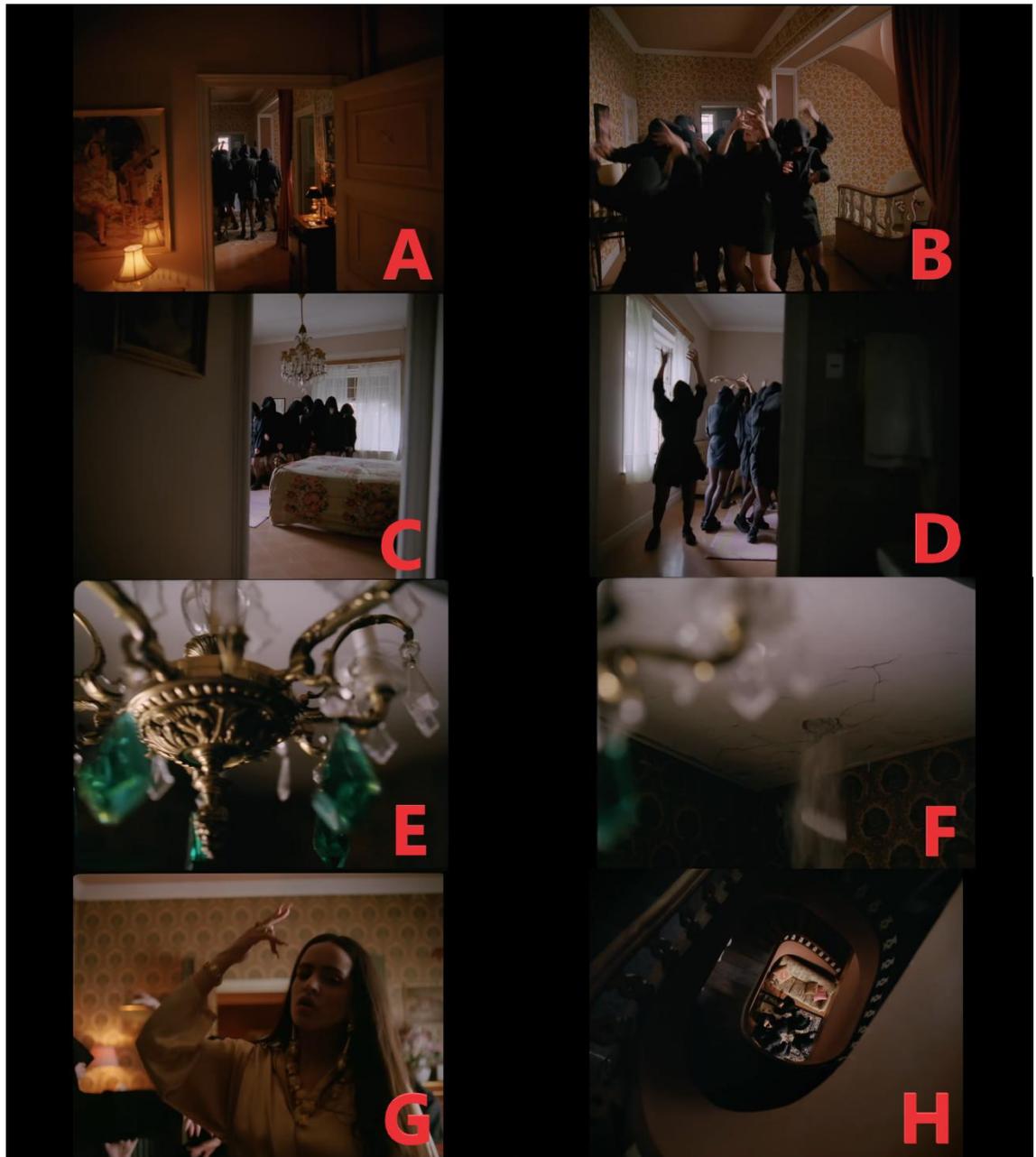
	<p>una puerta en B y reapareciendo en C dentro de la misma estancia. La única diferencia es que ahora la acompañan cuatro figuras femeninas vestidas con una sotana negra en las esquinas de su cama.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Vemos como la habitación matrimonial de Flamenca y su esposo se equipara con la torre del castillo donde el conde Archimbaut encierra a Flamenca en la novela medieval: «La torre es grande y el muro es robusto; la tendré encerrada allí con una dama de compañía, o dos, para que no permanezca sola» (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]: 154). Flamenca ahora se halla presa y no puede escapar de esta cárcel construida con los celos y amenazas de su marido.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>El primer elemento que destaca de esta escena es el color. El predominio de tonos y colores pastel nos conectan con la significación de la feminidad pasiva y delicada, así como la esfera de la sexualidad y lo íntimo. Este es el mismo mensaje que condensa el altar lleno de velas y flores que encontramos encima del cabezal de la cama. Dicha pieza supone una adoración de un tipo de feminidad idealizada (la feminidad santa y dulcificada), donde el fuego sutil de las velas y la fragilidad de las flores nos habla de los atributos que el marido de Flamenca busca en su mujer: la pureza, la delicadeza y la sumisión. Este aspecto también incluye la dimensión de la sexualidad —transmitida por la cama en tanto lecho nupcial—, donde prima la idea del voto, lo sacro y la fidelidad.</p> <p>El contraste en esta escena viene de la mano de las cuatro «damas» que acompañan a Flamenca en la toma C. Cuando la protagonista femenina intenta escapar de su cárcel psicológica al abandonar la habitación en B, ésta vuelve a encontrarse en el mismo lugar, ahora acompañada de su</p>

«sombra». Como hemos visto anteriormente, las figuras vestidas de negro suponen una externalización de las cualidades ocultas o reprimidas de Flamenca, a saber: su sed de libertad, su agresividad, el miedo, su inclinación por lo material como impulso autodestructivo y, en general, toda la serie de aspectos internos que su mente consciente desconoce.

Las cuatro figuras sentadas en las cuatro esquinas de la cama nos recuerdan al rezo católico para infantes:

Cuatro esquinitas tiene mi cama
Cuatro angelitos que me acompañan
y en medio la Virgen María
que guarda mi alma

En este caso, la Virgen María se trata de la propia Rosalía, quien ha llegado virgen al matrimonio. En lugar de cuatro ángeles hallamos cuatro sombras que guardan la cama. Simbolizando la penitencia a la que la propia protagonista se somete al no lograr ver su propia parte de responsabilidad en la perpetuación de la relación matrimonial (simbolizada por la cama).



Escena 5	
Fase pre- iconográfica	El motivo principal de esta escena se centra en las figuras de negro botando y bailando dentro de las diversas estancias de la casa. Cabe destacar que todos los planos mantienen la cámara en movimiento y suceden en escenarios interiores. En la toma A destacan elementos como el cuadro costumbrista a

	<p>la izquierda del plano o el crucifijo tambaleante en la cómoda de madera en el lado derecho. Vemos cómo en E la lámpara del techo oscila por los temblores de los bailarines, llegando a quebrar el material de esta misma superficie en F. En H destaca el plano en cenital de la escalera helicoidal, el cual muestra a las bailarinas moviéndose en un espacio iluminado al fondo.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>Esta escena muestra la incipiente rebeldía y el despertar interno que se halla experimentando Flamenca, lo que posteriormente conducirá a la rebeldía contra su marido.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Esta escena tiene un carácter psicológico, pues aún no se lleva a cabo una acción significativa en el mundo externo. La protagonista baila en sincronía con las diversas externalizaciones de su «sombra», haciendo temblar los diversos muebles y la estructura de la vieja casa (se sacuden sus cimientos psíquicos, donde la casa representa lo antiguo y dado). Igualmente, el crucifijo tembloroso en la escena A supone un cuestionamiento de la tradición. A raíz de de esta revolución, comienzan a desprenderse los cimientos de su estructura egoica o vieja personalidad limitante (simbolizado por la caída del techo de la casa en H).</p> <p>De la misma forma, se tambalea el lujo y materialismo que ha tenido ciega a Flamenca durante su matrimonio (esto lo vemos mediante el movimiento de la lámpara de oro y sus piedras preciosas en la toma E). Esta escena anuncia el principio del fin: se destruye la atmósfera cómoda e intimista (llena de terciopelo, alfombras, colores pastel, etc.) a favor de la búsqueda de la verdad interior y la liberación.</p>



Escena 6	
Fase pre- iconográfica	En la toma A vemos a una figura femenina vestida con una chaqueta marrón. Esta se halla cargando una escopeta. Además de cierto <i>atrezzo</i> como una botella de vino, muebles domésticos o un cuadro floral (tomas A y B), destaca la acción que lleva a cabo la figura femenina: vemos como

	<p>muerde un objeto esférico negro no identificado (similar a una fruta) en F. A continuación, vemos el ojo de un animal probablemente un toro, en E. La protagonista recarga la escopeta con dicho objeto oscuro (G) y escupe los restos del fruto a cámara (H).</p>
Fase iconográfica	<p>En esta escena vemos la transmutación que experimenta la protagonista femenina dentro del hilo narrativo: hace acopio de sus fuerzas internas y se prepara para la rebelión contra su marido.</p>
Fase iconológica	<p>Esta escena anuncia el inicio de la cacería: Flamenca se dispone a plantar cara a su marido. Para ello, necesita ingerir el alma del toro. En las tomas C, D y F vemos cómo la protagonista se introduce el ojo del animal en la boca. Si «los ojos son el espejo del alma», vemos como al morder su ojo, Flamenca integra las cualidades del espíritu del animal. De tal forma, asistimos a una traslación o reescritura de las cualidades tradicionalmente asociadas a la masculinidad en relación con dicho animal, en la que el toro es «símbolo del espíritu macho y combativo, de las potencias elementales de la sangre» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 1002).</p> <p>Al igual que sucedía en <i>Malamente</i>, somos testigos del efecto Kuleshov (Gutiérrez de Terán, 2013: 26): la yuxtaposición del plano del ojo del toro (E) y el plano de la boca de Rosalía mordiendo un fruto oscuro (F) sugieren que la protagonista se está comiendo el mismo ojo del animal. Igualmente, en G la protagonista introduce dicho ojo como si fuera un proyectil (la fuerza bruta, la violencia) dentro de la escopeta recortada que sostiene. Armada con esta nueva fortaleza, la protagonista se propone dar caza a su marido o, más bien, al mal sistémico que la ha sometido. Somos testigos de un acto performativo</p>

de dislocación de atributos tradicionalmente asociados a la masculinidad, ahora reescritos bajo su apropiación por la protagonista femenina: la escopeta recortada como símbolo de la violencia, la fuerza del toro, la vestimenta de caza tradicionalmente masculina o la botella de vino encima de la mesa como pasatiempo de hombres.



Escena 7	
Fase pre- iconográfica	Esta escena se construye como un plano secuencia que filma desde A hasta D. En la primera toma vemos una escalera descendente y una cristallera por donde entra la luz (al fondo se puede ver un árbol). A continuación, observamos una

	<p>transición en oscuridad casi completa (B), llegando a una habitación matrimonial donde hay una figura femenina sentada de espaldas mirando una televisión. Nos damos cuenta de que a partir de la toma C la cámara ha incorporado la cabeza de un toro con sus cuernos como parte de un plano <i>POV</i> (<i>point of view</i>).</p> <p>En D podemos ver cómo la figura femenina se gira para mirar a la cabeza de toro. Acto seguido vemos una cabeza de toro colgada de la pared (E). Cabe destacar que en estas tomas la figura femenina tiene una mancha de sangre en la zona media-superior de la espalda.</p>
<p>Fase iconográfica</p>	<p>En esta escena se pone de relieve la condición «dormida» de Flamenca, así como la dominación constante que su marido ejerce sobre ella, aunque ella no sea aún del todo consciente de esta situación.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Vemos que esta escena presenta a una Flamenca «dormida» o inconsciente respecto de su situación (se halla viendo una televisión sin señal). Este significado se pone en contraste al alternar dichas tomas en el montaje con otras escenas como la 5 o la 6. Respecto a esta escena, a la hora de recrear dicho contraste emocional y narrativo resulta fundamental la utilización de la iluminación como elemento de suspense y ocultación; pues «su convencionalidad aporta al espectador información sensible sobre estados de ánimo, preparación y antelación respecto a lo que va a suceder a continuación» (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999: 159).</p> <p>La oscuridad patente durante la entrada de la cabeza del toro en la habitación matrimonial —cabeza que surge de las sombras— nos advierte de la condición «no vista» o no evidente de dicha amenaza: la fuerza brutal y la violencia en</p>

relación con la masculinidad que simbolizan la cabeza de toro no son percibidas por la protagonista hasta que ya es demasiado tarde. Cuando ella se gira para percatarse ya tiene en la espalda (y presuponemos que en el pecho) la misma mancha que ostentaban los camioneros en las otras escenas: la herida pasional de los celos y la posesividad, el mal de amor tóxico. Vemos a la figura del toro (encarnando la vigilancia perpetua de su marido) observándola desde el fondo de la sala (toma E).



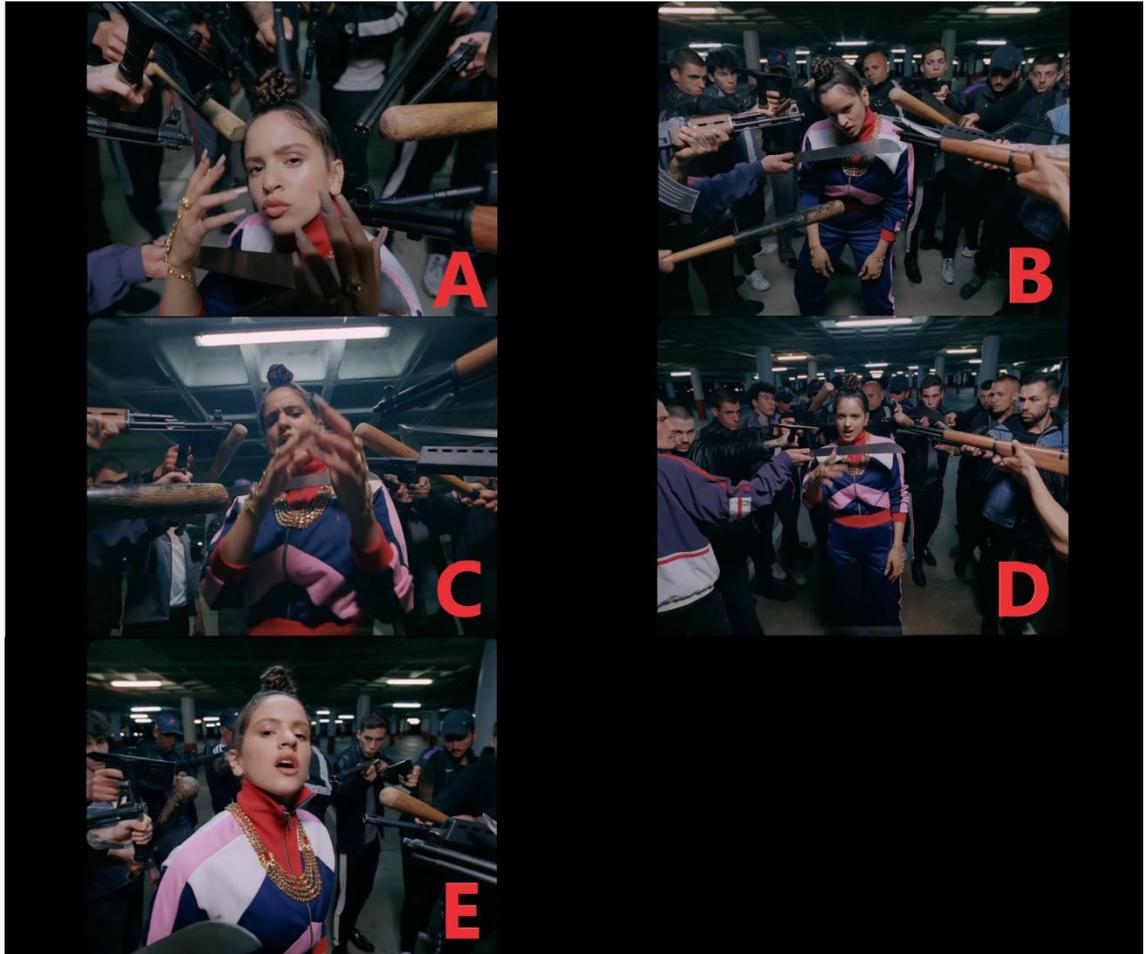
Escena 8	
Fase pre- iconográfica	En las tres tomas vemos a un hombre bailando sobre ascuas. Sus gestos y sus pisadas son rítmicas y siguen el compás de la música. Va vestido de una forma elegante y a la vez moderna, con una chaqueta y unos pantalones de cuadros

	<p>negros y blancos a conjunto. Su cara expresa concentración y sentimiento. Al pisar sobre las ascuas estas emiten chispas, creando un juego de colores cálidos-naranjas que contrastan con el fondo cuasi nocturno del atardecer granate-oscuro.</p>
Fase iconográfica	<p>Esta escena, de carácter estético y simbólico, no avanza en el aspecto diegético-narrativo de la historia.</p>
Fase iconológica	<p>El extrarradio es un homenaje a la propia biografía de Rosalía (originaria del pueblo y región industrial de Sant Esteve Sesrovires). El polígono, el extrarradio y lo urbano se instauran como espacios aptos para el arte flamenco (el baile y el cante). Esta escena refleja una tensión entre el tablao (la tradición) y el extrarradio (la modernidad). El bailar, en tanto artista, se mueve sobre ascuas representando el riesgo y la peligrosidad de su acto artístico atrevido: desafía al canon y trata de actualizarlo. Igualmente, el placer de la danza se entremezcla con el riesgo de las quemaduras, a saber: la posibilidad de que la tradición flamenca rechace a Rosalía por su arriesgada incursión artística.</p> <p>Adicionalmente, bailar sobre ascuas también puede simbolizar la peligrosidad y el binomio placer-dolor que supone una relación tóxica. Este es el mismo significado que vemos asociado al nazareno penitente en <i>skateboard</i> en el video de <i>Malamente</i>.</p>



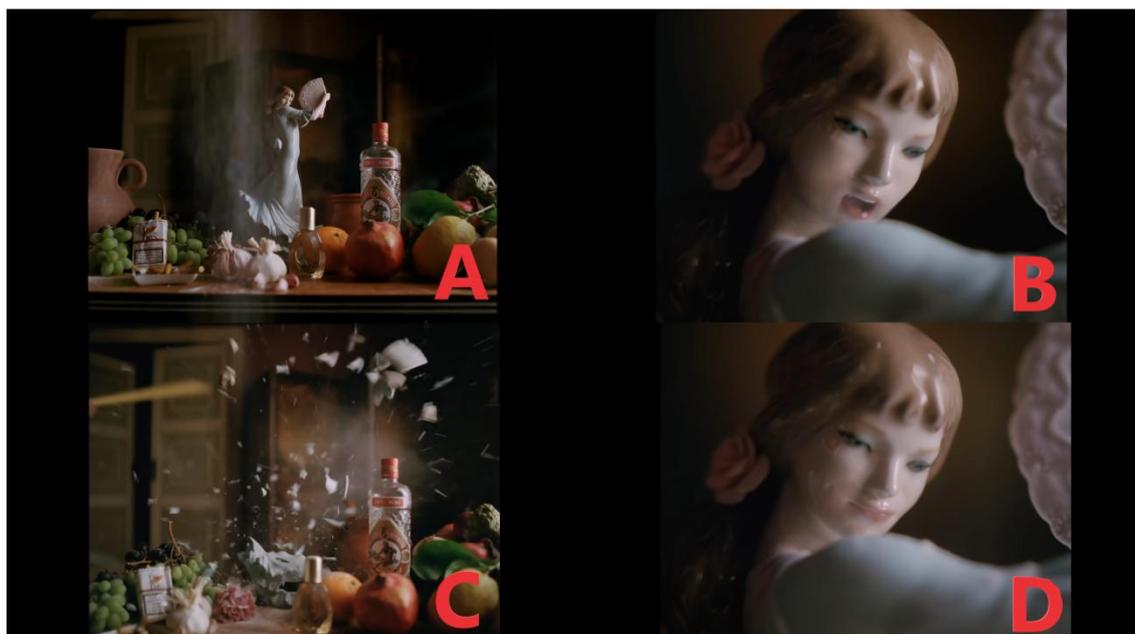
Escena 9	
Fase pre- iconográfica	<p>En la toma A las figuras vestidas con un hábito negro disponen sus manos abiertas para crear una forma ovalada que comprende la cabeza y la parte superior del pecho de la figura central. Adicionalmente, la figura femenina del centro — vestida de amarillo— cruza sus dos brazos y pone las manos en pinza, juntando solo los pulgares y el dedo corazón de ambas manos.</p> <p>En B vemos cómo se dispone un brazalete de oro en la muñeca de esta misma figura femenina, podemos leer «VARÓN DANDY». Posteriormente, vemos que las manos de las figuras de negro aprietan la cara de la figura central (C) para, acto seguido, separarlas simulando el vuelo de pájaros en desbandada (D).</p>
Fase iconográfica	<p>Flamenca anida entre dos mundos: por un lado, su condición como feminidad santificada (por su marido celoso) y mujer presa, y por el otro, su impulso interno de convertirse en una mujer fuerte y libre.</p>

<p>Fase iconológica</p>	<p>En la toma A volvemos a conectar con el significado que expresaba el altar sobre la cama matrimonial en la escena cuatro, a saber: Flamenca es representada como la Virgen María. Todas las manos de las externalizaciones de su «sombra» psicológica —encarnada por las figuras de negro—, rodean su cara-busto formando una aureola hecha de carne y hueso. Ello nos conecta con la iconografía religiosa, donde figuras como santos y apóstoles portan aureolas doradas en señal de su condición espiritualmente elevada. No obstante, en la toma A la cara de Flamenca no expresa santidad, sino angustia. Ello se debe a que esta visión sagrada y pura de su feminidad es una proyección e imposición por parte de su marido, no de ella. Flamenca se halla encarcelada en una jaula construida en base al miedo. El brazalete de oro (donde el oro representa lo masculino) es símbolo de las esposas de lujo que coartan su libertad. El nombre de Varón Dandy es una referencia patriarcal a una antigua marca de perfume y colonia masculina española.</p> <p>Tras un momento de máxima presión y claustrofobia (C), Flamenca logra liberarse de esta falsa condición de santa (D). La heroína se hace consciente y responsable de su «sombra»; sus impulsos antes ocultos —el materialismo, la dependencia, la falta de amor propio, etc.— ya no guían sus actos y puede abandonar esta cárcel.</p>
--------------------------------	---



Escena 10	
Fase pre- iconográfica	<p>Vemos un plano picado de una figura femenina en el centro de la toma (A). Ésta se halla amenazada por diversas figuras masculinas que la apuntan con rifles, machetes, pistolas, bates de béisbol, ametralladoras y rifles. Desde la toma B vemos cómo la protagonista se alza y comienza a caminar hacia cámara mientras sigue cantando. Destacan sus gesticulaciones provocativas hacia el espectador, colmadas por sus uñas postizas afiladas. Otros elementos a destacar son la vestimenta de la protagonista (chándal blanco, azul, rosa y rojo con cadenas de oro) y la de los hombres (predomina el color negro), así como el emplazamiento: un</p>

	parquin de hormigón subterráneo.
Fase iconográfica	La impronta fuertemente simbólica y no-diegética de esta escena debe ser comprendida desde la fase iconológica. No obstante, podemos señalar cómo refleja la presión álgida a la que se ve sometida Flamenca.
Fase iconológica	<p>Esta escena refleja la violencia patriarcal ejercida sobre la mujer. La multitud de hombres armados no reflejan a individuos específicos (su forma de vestir homogénea transmite una suerte de deshumanización), sino un mal sistémico. Las armas blancas y de fuego son un símbolo de la violencia; su uso como herramienta amenazante —pues no son accionadas contra la protagonista— simbolizan la amenaza constante y la presión que siente la mujer ante el maltrato sexista.</p> <p>En A vemos cómo Flamenca comienza agachada en un plano picado (suele significar sumisión por parte de la figura retratada) y se alza para caminar hacia el espectador. A pesar de hallarse rodeada y extremadamente vigilada, la protagonista demuestra su actitud desafiante contra todo aquél que la observa; especialmente dirige su mirada provocadora hacia la cámara: se halla retando a su enemigo, la violencia patriarcal. Dado que es una escena de alta tensión emocional y violencia, las uñas de Rosalía portan igualmente el significado de un arma blanca.</p>



Escena 11	
Fase pre- iconográfica	<p>Describimos los elementos en escena de izquierda a derecha: una ánfora o jarra de barro, uvas, tabaco y un cenicero con colillas, ajos, una escultura de porcelana representando una mujer con abanico, un frasco de colonia con tapón dorado, una naranja, un vaso de barro, una granada, una botella de licor, limones, alcachofas y otros vegetales. Un bate de béisbol aparece y destruye la figura central de porcelana. En otras tomas como B y D vemos un plano detalle de la cara de la figura cantando.</p>
Fase iconográfica	<p>Esta escena, aparentemente ambiental y decorativa, representa el punto crítico en que Flamenca es sometida a una destrucción simbólica. Su personaje egoico —en tanto mujer pasiva y frágil— es destruido en pedazos. Sembrando el vacío a partir del cual podrá emerger una nueva forma de ser más alineada con la fuerza y las necesidades internas de la heroína.</p>

Fase iconológica	<p>Observamos una escena que trata de representar un cuadro costumbrista español: un bodegón o naturaleza muerta. El tono mundano, íntimo y hogareño nos habla de la violencia doméstica. En este sentido, la destrucción de la figura de la mujer de porcelana con abanico —esto es, una flamenca, paralelismo con el nombre de la protagonista, Flamenca— mediante el golpe de un bate de béisbol sintetiza la idea de la violencia sexista contra la mujer en contextos cotidianos.</p> <p>No obstante, las características de la figura femenina nos hablan de un tipo de cualidades determinadas: porcelana (frágil), estatuaria (pasiva o estática) y con tonos pastel (dulce, inofensiva). De tal forma, esta escena representa igualmente la destrucción de la feminidad en su sentido tóxico y tradicional: pasiva y carente de agencia, al servicio de lo masculino. Por ello, esta muerte de lo ornamental nos habla de la transmutación interna experimentada por Flamenca. El decorado no es más que un reflejo del interior de los personajes (Fernández Díez y Martínez Abadía, 1999).</p>
-------------------------	---



Escena 12	
Fase pre- iconográfica	<p>En las tomas A, B, C y D observamos un escenario interior lleno de muebles (sofá, mesita, lámpara, sillas...) y objetos decorativos (un pájaro muerto, flores secas, marcos y fotografías). Observamos a un hombre vestido de negro y tatuado sosteniendo un bate de béisbol mientras destroza el <i>atrezzo</i> que le rodea. En las tomas D, E y F vemos a una figura femenina vestida con un chándal de color azul y blanco. Esta figura femenina abandona la habitación, que resultaba ser el interior del tráiler de un camión. En F el camión se desvía hacia la derecha mientras la figura femenina canta. En esta última toma nos hallamos en un <i>parking</i> exterior donde el</p>

	cielo está nublado.
Fase iconográfica	Flamenca emprende definitivamente el vuelo hacia su liberación; decide abandonar la relación sentimental que mantiene con su marido totalmente enloquecido por los celos.
Fase iconológica	Esta escena culmina el caos anunciado por la primera escena: la relación es como un camión sin frenos, abocado al caos y la destrucción pasional. Flamenca, ahora consciente de toda la violencia, tensión y pérdida de libertad que ha experimentado junto a su esposo, decide abandonar la relación («saltar del camión»). Al hacerlo deja dentro a su marido, quien enloquecido por los celos sigue destrozando todo el afecto, la intimidad y los lazos sentimentales que podrían haber construido juntos. El hombre de negro destrozando el mobiliario y la decoración hogareña comunica esta misma idea. Definitivamente, Flamenca se ha dado cuenta de su propio valor y de que las dinámicas tóxicas de la relación no casan con ella. Abandona el camión certera, pero con un gesto de dolor y pena.

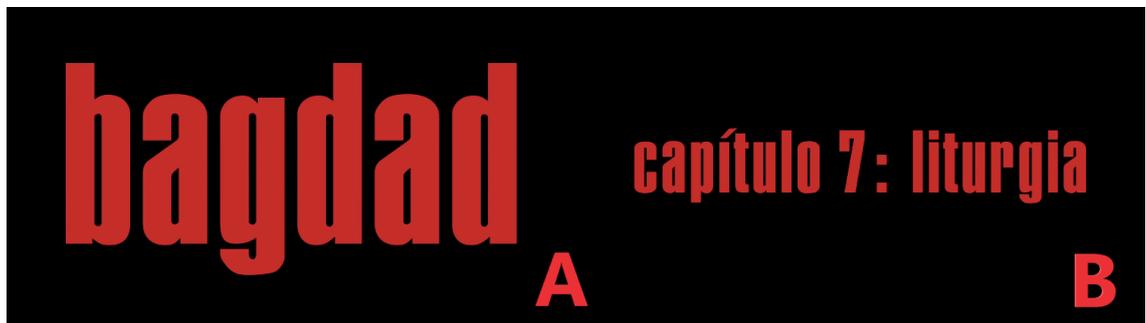


Escena 13	
Fase pre- iconográfica	<p>En la toma A vemos el suelo de un aparcamiento repleto de naranjas, un neumático, humo, fuego y diversas piezas procedentes de un vehículo. En B observamos un camión rojo volcado por su lado derecho. En el vehículo está escrito «ROSALÍA» en la parte frontal, mientras que una figura masculina sale con urgencia atravesando el parabrisas. En C vemos a una figura femenina que se alza erguida sobre el camión volcado, ésta se halla vestida con unos pantalones grises claros (con volantes y flecos) y un jersey corto de color rojo. También destaca su pelo azabache y la luz del sol que la ilumina de fondo. En D vemos cómo la cámara se acerca para retratarla con un plano medio, la mujer se halla tecleando con su <i>smartphone</i>. En la zona inferior derecha aparecen los créditos de la canción en formato conversación de <i>whatsapp</i>.</p>

Fase iconográfica	<p>La relación entre Flamenca y su marido ha sido destruida. El marido tiene que abandonar airoso la situación, mientras que la heroína se alza victoriosa sobre el cadáver pasado de la relación (y de su antiguo yo).</p>
Fase iconológica	<p>Dado que en el camión está escrito «ROSALÍA», observamos como la escena juega alternando el nombre de la cantante catalana con el de la protagonista de la diégesis y de la novela, Flamenca. Esta forma de emplear un alter ego puede señalar un paralelismo o guiño biográfico, como si la historia de Flamenca fuera, en algún sentido, también la historia de Rosalía y de otras mujeres.</p> <p>Tal y como vemos en la película <i>El padrino</i> (1972) de Francis Ford Coppola, las naranjas constituyen un símbolo del poder y la muerte, así como «la premonición de algún acontecimiento desgraciado» (Castro, SER, 27 de febrero de 2022). Por ejemplo, la traición y ametrallamiento de Don Corleone en dicho filme. En el caso de <i>Pienso en tu mirá</i>, las naranjas anuncian el fin de la historia mediante la muerte de la relación y del antiguo-yo de Flamenca.</p> <p>Por otro lado, volvemos a ver presente una toma exterior en un extrarradio, homenajeando la vida de Rosalía en el industrial pueblo de Sant Esteve Sesrovires de Barcelona. Adicionalmente, que la protagonista se halle al final «whatsapeando» los créditos de la canción incurre en un guiño generacional: la naturalización de los hábitos tecnológicos y de ocio de los <i>millennials</i> y <i>centennials</i> dentro del contexto de una obra de arte. Flamenca (o Rosalía) ya no presta atención al espectador, más bien se alza triunfante como una figura de extrarradio idealizada. Su actitud insensible respecto a lo que la rodea, así como su forma de</p>

	<p>vestimenta (que fusiona la moda urbana y lo flamenco) refleja un tipo de feminidad cercana al imaginario de <i>Yo soy la Juani</i> (2006) de Bigas Luna.</p>
--	---

5. 4. Análisis iconográfico-iconológico de *BAGDAD* (Cap. 7: *Liturgia*)



Rótulo 1	
Fase pre- iconográfica	<p>Observamos unas letras rojas que contrastan con un fondo negro. Éstas tienen un tipo de fuente estilizada (vertical) y en minúsculas.</p>
Fase iconográfica	<p>Esta séptima canción de <i>El mal querer</i>, titulada «Bagdad», se acompaña del título de capítulo «liturgia». Como hemos visto, la protagonista femenina ha pasado por las fases de augurio y llamada a la aventura (<i>Malamente</i> - Cap. 1 y <i>Que no salga la luna</i> - Cap. 2), el sometimiento a los celos y la violencia de su marido (<i>Pienso en tu mirá</i> - Cap. 3 y <i>De aquí no sales</i> - Cap. 4) y el descenso a los infiernos donde ahora se halla atrapada (<i>Reniego</i> - Cap. 5 y <i>Preso</i> - Cap. 6).</p>

<p>Fase iconológica</p>	<p>Observamos un tipo de fuente que nos conecta con el acervo <i>underground</i> audiovisual propio del cómic, el fanzine y de géneros cinematográficos como el <i>exploitation</i>, <i>grindhouse</i> y la serie B. El rojo color sangre y su contraste sobre negro nos conecta con el universo de películas como <i>Planet Terror</i> (2007), <i>Rocky Horror Picture Show</i> (1975), <i>Death Proof</i> (2007), <i>Sin City</i> (2005), <i>Apocalipsis Caníbal</i> (1980) o <i>Pulp Fiction</i> (1994). La temática gore, grotesca o sexual de estas obras tiene un lenguaje compartido y ciertos códigos visuales asociados a una estética feísta propia del <i>underground</i> y lo macabro.</p> <p>Mencionamos de nuevo un principio básico de la psicología del color: al yuxtaponer un color determinado junto al negro se realzan las cualidades «negativas» del primer color (Heller, 2004: 131). De esta forma, el binomio rojo y negro nos acerca a la noción de lo prohibido y lo peligroso, conectándonos todo aquello que ha sido ha desterrado al cajón de «lo abyecto» por el <i>super-yo</i> social: la pasión que deviene en sadismo, el placer en lo violento, las sexualidades consideradas como perversas y, en términos generales, todo el espectro de lo rocambolesco.</p> <p>Como podemos comprobar, esta dimensión oscura encaja con la temática de <i>Bagdad</i>, y los rótulos de A y B nos anuncian el carácter de lo que está por venir: la crisis emocional de una prostituta que se halla forzada a realizar su servicio en un sórdido pub de carretera. Cabe destacar que Sala Bagdad es el nombre original de un conocido club de alterne de Barcelona fundado en 1975. Su relación directa con el mundo del <i>striptease</i>, el erotismo y los servicios sexuales sirven de inspiración para generar el universo de este video musical</p>
--------------------------------	--

creado por Rosalía.

El origen etimológico de la palabra «liturgia», procedente de la Grecia clásica, hacía referencia a una acción «de carácter público» que se realizaba «a favor o a beneficio del pueblo» (Abril González, 2015: 104). Posteriormente, en la Grecia helénica el concepto adquirió su connotación religiosa-cultural, refiriéndose a la práctica de los rituales dedicados al culto de las divinidades. En el caso del título de *Bagdad*, el término liturgia juega un papel polisémico. Por un lado, hace referencia a la prostitución en tanto servicio público; por otro, refleja la consagración mística y religiosa que experimenta la protagonista al final. Dicha ambigüedad no es casual, pues la estructura narrativa de *Bagdad* juega con el recurso de la polaridad, contraponiendo la representación de lo terrenal y lo divino, así como ilustrando el cielo y el infierno.



Escena 1	
Fase pre- iconográfica	En A y D observamos a una figura femenina con peluca rubia. Se halla vestida con un mono de látex color rojo muy ceñido (realzando los contornos de su cuerpo). Esta figura femenina se halla moviéndose alrededor de una barra metálica. En el plano A su tez es sonriente y a través de su escote podemos ver parcialmente sus pechos, en D realiza una pose de espaldas semiagachada que remarca sus glúteos de cara al espectador y los hombres que la observan en C y E.
Fase iconográfica	Flamenca se halla en su proceso de máxima enajenación. Exhibe el rol de la feminidad erotizada y cosificada (vista en <i>Malamente</i>). La mujer queda relegada a un rol pasivo que corresponde con su posición como <i>stripper</i> , atrayendo la

	<p>mirada de los hombres que la observan. De tal forma, se nos muestra el estadio inicial de desarrollo del personaje de Flamenca, donde la protagonista se halla aún «dormida» y desconectada de sí misma. Flamenca habita un <i>statu quo</i> normalizado que la degrada, siendo el mismo estado de inconsciencia que asienta los pilares de la relación tóxica de <i>El mal querer</i>.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Como vimos en el video de <i>Malamente</i>, volvemos a ser testigos de la feminidad hipersexualizada, donde «la mirada masculina proyecta su fantasía en la figura femenina que es estilizada en consecuencia» (Mulvey, 1975: 62). Para ganarse la vida, Flamenca explota su «capital sexual» (Hakim, 2012) de una manera que le resulta enajenante (esto se evidencia por su posterior crisis emocional). Esa alienación radica en la negación de su capacidad de agencia (<i>agency</i>), pues se halla reducida a un mero receptáculo del deseo sexual y la mirada voyeurística de los hombres de la sala.</p> <p>En el caso de los espectadores masculinos de C y E, la satisfacción erótica a través de la mirada de un <i>otro</i> no incluido —un <i>otro</i> observado y altamente sexualizado, como en el caso de Flamenca— es conocida como escopofilia. Cercana a la práctica del voyeurismo, esta forma de excitación satisface la pulsión libidinosa al encarnarla en un cuerpo externo que comienza a «existir a través de la mirada ajena» (Alabao, <i>CTXT</i>, 6 de febrero de 2018). De tal forma, la mirada dentro de un contexto social determinado adquiere el poder performativo de la interpelación althusseriana. Esto es, la mirada como interpelación tiene el poder de producir al <i>otro</i>. Y la repetición de este acto sostenido en el tiempo —la autoidentificación de Flamenca como fuente de placer erótico— reifica dicha identidad generando una ilusión de</p>

solidez, de *haber existido siempre* (Butler, 2007 [1990]).

Adicionalmente, la figura de Rosalía en el video es una referencia intertextual al videoclip de *Oops... I did it again* (2000) de Britney Spears. En el video de *Bagdad*, Rosalía porta los mismos «atributos» que caracterizaron a la cantante británica, ícono del pop global, en su videoclip: una peluca rubia y un traje de látex rojo apretado. En el caso de la artista catalana, el vestido muestra más zonas escotadas y acentúa de forma evidente los rasgos *curvy* con los que Rosalía públicamente se ha identificado (Moda, *EFE*, 30 de septiembre de 2019).

Además, se introduce un nivel adicional de intertextualidad: Rosalía canta las notas de la canción *Cry Me a River* de Justin Timberlake con la melodía inicial de *Bagdad*. Igualmente, el título de la canción de Timberlake conecta con el ahogo en las lágrimas que experimenta Flamenca. Cabe destacar que Justin Timberlake lanzó esta canción en el año 2000 tras su ruptura con Britney Spears, cantante con quien mantuvo una relación sentimental. Dado que la canción original hace referencia a un caso de infidelidad, podemos deducir que *Bagdad* (siendo una referencia a ambos íconos globales del *pop*) también tiene como temática la extinción de la llama del amor. Como deducimos con la posterior llamada telefónica que recibe Flamenca en la escena 3, la protagonista femenina experimenta una ruptura sentimental que la somete a un profundo dolor —clímax de saturación de sufrimiento que la conducirá al despertar espiritual—.



Escena 3	
Fase pre- iconográfica	En A observamos a la misma protagonista femenina hablando por teléfono. Sus gestos faciales y corporales son tensos y bruscos. En B comienza a moverse por el interior del local pobremente iluminado y, tras dar vueltas sin rumbo en un rellano, se introduce en un baño (C) para cerrar la puerta roja con un portazo (D). En esta última toma observamos pegatinas de mujeres desnudas en la pared.
Fase iconográfica	La tensión que siente Flamenca es el augurio de su situación desdichada. La llamada que recibe de su interlocutor es el primer detonante del conflicto, lo que acto seguido hará emerger todo el dolor emocional que alberga dentro de sí misma: la disonancia insoportable entre su situación actual (enajenación) y las aspiraciones emocionales que guarda su parte más íntima. No podemos entender la discusión ente Flamenca y su interlocutor, pero podemos inferir su significado potencial: a) La protagonista recibe una llamada que la lleva al límite

	<p>dentro de su contexto laboral —algo en relación con el <i>striptease</i>, el erotismo, el dinero o el trabajo sexual—. La figura de su interlocutor puede ser la de un proxeneta que le da trabajo en el bar de <i>striptease</i>.</p> <p>b) La protagonista recibe una llamada de alto impacto emocional, pudiendo tratarse de la ruptura de una situación sentimental o la confesión de un caso de infidelidad.</p> <p>Sea como sea, la letra refleja esta condición tóxica o ambivalente del personaje («un ángel caído», referencia directa a Lucifer) que mantiene a Flamenca atrapada dentro de esta situación (el infierno emocional):</p> <p>De las luces Sale un ángel que cayó Tiene una marca en el alma Pero ella no se la vio 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'íta dando palmas</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Si a nivel diegético la protagonista recibe una llamada telefónica en un sentido literal, en un plano simbólico Flamenca recibe una <i>llamada</i> a fin de <i>despertar</i>. La tensión provocada por la discusión activa su pozo de dolor interno y el lloro de toda esta aflicción (simbolizado en la próxima escena por el infinito reguero de lágrimas) será parte de su penitencia y su camino hacia el despertar —la liberación del dolor desde su propia fuente—. El hecho de hallarse «atrapada» en el baño refuerza la connotación de la relación como un lugar indeseado, tal y como refleja la letra: «Solita en el infierno, en</p>

el infierno está atrapa'».

La muerte del antiguo *yo* mediante el ahogo y el renacimiento son una referencia a la estructura narrativa de *El mal querer*, donde la muerte del personaje terrenal de Flamenca — caracterizada por el vestido de color rojo— da luz a la Flamenca despierta que trasciende su dolor y se libera de su situación enajenante.

Al encerrarse en el baño, la protagonista busca aislarse de todo estímulo externo (el entorno voyeurístico) que deviene en ruido interno (la enajenación interna que sufre Flamenca). Al zafarse de la mirada performativa del *otro* que la encarcela en su identidad de objeto sexual pasivo, Flamenca logra hallar un espacio seguro e íntimo donde poder iniciar su metamorfosis a través de la liberación del dolor.

Las historias de ascetas, sabios y místicos como Buda Gautama o Ramón Lull comienzan con un personaje arquetípico cegado por las pasiones terrenales —los placeres, la codicia, el sufrimiento, la maldad o la ignorancia, entre otros—. Seguidamente, este personaje recibe un llamamiento al despertar espiritual. Esta llamada (que puede tomar la forma de sincronicidad, intuición interna o señal externa) suele ser la natural consecuencia de haber alcanzado «la saturación de sufrimiento» (Vilaseca, 2021). Posteriormente, el místico buscará aislarse de la sociedad a fin de buscar el esclarecedor silencio interior¹¹³ que alberga las respuestas buscadas.

¹¹³ En el caso de Gautama Buda, el mito describe como éste alcanzó el despertar de la conciencia y la liberación de la realidad mundana en tanto ilusión (*dharma*) tras pasar varias semanas meditando solo bajo la sombra de una higuera arbórea sagrada (Vilaseca, 2021).



Escena 4	
Fase pre- iconográfica	<p>La figura femenina se quita una fina prenda de tela roja (A) y se sienta en la tapa del inodoro para comenzar a llorar (B). Observamos que porta numerosas joyas, brazaletes y alhajas en sus extremidades (C). Destaca el aumento de la intensidad de su llanto (D). En la inscripción de la pared del baño, junto a una imagen femenina posando vemos la inscripción «<i>Thomas was here</i>» (D). Vemos cómo el reguero de lágrimas comienza a inundar la habitación (E) y a filtrarse desde el propio cuarto de baño hacia la sala principal del club, mezclándose con sus</p>

	luces de neón rosadas (F).
Fase iconográfica	<p>La rutilante joyería como son el collar de perlas, los brazaletes y los anillos nos hablan de un <i>background</i> narrativo omitido en este video: la sed material que hizo que Flamenca fuera seducida y «comprada», construyendo su propia «cárcel de oro» que actualmente la retiene en un estado indeseable (en el caso de <i>Bagdad</i>, inferimos tanto el sometimiento a trabajos sexuales forzados como a una relación de amor tóxica). Esta es una de las características terrenales arquetípicas —la sed de lujos y bienes materiales— que guían las acciones de la protagonista femenina en su primer estadio de (in)consciencia y a la que aluden otras canciones como <i>Que no salga la luna</i> (Cap. 2) y el video de <i>Pienso en tu mirá</i> (Cap. 3).</p> <p>Al hacerse consciente de esta situación en B y C, Flamenca experimenta un segundo detonante emocional: el dolor con la realización de la propia enajenación y sufrimiento. La protagonista se halla en un nuevo espacio de intimidad en el que puede permitir que afloren sus sentimientos de pena, tristeza, frustración, arrepentimiento, etc. Las lágrimas comienzan a brotar de sus ojos hasta inundar el suelo del cuarto de baño.</p>
Fase iconológica	<p>Las lágrimas brotando representan todo el dolor contenido y las emociones acumuladas que comienzan a aflorar. En esta escena, Flamenca libera las sensaciones de ahogo, claustrofobia y de sufrimiento que siente. En un inicio éstas se hallan tapadas por la rabia y tensión expresada mediante las gesticulaciones tensas de expresión facial y sus movimientos rápidos y cortantes (A). El acto hiperbólico de llorar sin parar (hasta el ahogo) nos conecta con la representación</p>

iconográfica de María Magdalena llorando por sus pecados, personaje bíblico a partir del cual se acuñó la frase *llorar como una Magdalena*.

Por otro lado, la inscripción «*Thomas was here*» que observamos en D puede considerarse una referencia bíblica a santo Tomás. Según Gómez Lizarraga (*Los40*, 5 de diciembre de 2018), la incredulidad que muestra Tomás Apóstol respecto al milagro de la muerte y renacimiento de Cristo refleja la condición inocente e ignorante de este mismo. Al igual que el santo tiene que tocar con su propia mano la herida de Jesús para creer en la Resurrección de Jesús, la propia Flamenca es presa de esta misma ceguera. Es decir, tiene que adentrarse en la relación para ser capaz de ver las señales de peligro aun cuando ya es demasiado tarde, tal y como refleja la letra de *Bagdad*: «tiene una marca en el alma, pero ella no se la vio».



Escena 5	
Fase pre- iconográfica	Observamos a la figura femenina tambaleándose en el cuarto de baño (A y B), sus tacones amarillos le hacen perder el equilibrio y caerse (C). En D y E esta misma figura adopta unos gestos más quietos mientras el agua sube. En F la vemos tocando el techo mientras su cabeza sobresale por encima del agua. Busca el oxígeno antes de desvanecerse dentro del agua. Predomina el tono gris y apagado en toda la escena.

<p>Fase iconográfica</p>	<p>Flamenca se halla encerrada en el baño mientras el nivel del agua la va forzando a buscar el oxígeno en la parte superior de la habitación. La letra establece una relación poética con dicha situación: «Solita en el infierno, en el infierno está atrapá'». El agua subiendo al cuello señala la tensión creciente (e incluso la violencia) de la relación en la que la protagonista se halla «atrapada»; aquella carga emocional que consigue «ahogarla» hasta matarla.</p> <p>«Y se va a quemar, si sigue ahí» canta la letra, mientras Flamenca ya casi no puede hacer pie en la toma F. Queda patente cómo la relación sentimental la lleva al límite, hasta que sus manos se desvanecen dentro del agua (F).</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>Según Chevalier y Gheerbrant (1986: 52), la dimensión simbólica del agua representa tres temas centrales: «fuente de vida, medio de purificación y centro de regeneración». Los autores explican:</p> <p style="padding-left: 40px;">Las aguas, masa indiferenciada, representa la infinidad de los posible, contiene todo lo virtual, lo informal, el germen de los gérmenes, todas las promesas de desarrollo, pero también todas las amenazas de reabsorción. Sumergirse en las aguas para salir de nuevo sin disolverse en ellas totalmente, salvo por una muerte simbólica, es retornar a las fuentes, recurrir a un inmenso depósito de potencial y extraer de allí una fuerza nueva: fase pasajera de regresión y desintegración que condiciona una fase progresiva de reintegración y regeneración. (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 52-53)</p> <p>Esta es la misma simbología que acompaña los rituales del baño y el bautismo, donde el agua sirve de «instrumento de</p>

purificación ritual» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 53). En el caso de Bagdad, el agua representa una liturgia bautismal que logra transmutar el dolor de Flamenca en liberación y comprensión clarividente. Limpiando los pecados y purificando sus cicatrices.

Podemos intuir esta significación dado el estado de aparente calma y abandono que exhibe la protagonista a partir de las tomas D y E. En un contexto ordinario, el ahogo en una habitación inundada y carente de oxígeno conllevaría una situación de extrema tensión física y emocional —la claustrofobia, la ansiedad, el miedo a la muerte y la activación del instinto de supervivencia serían respuestas típicas—. Por el contrario, Flamenca acepta su inexorable devenir (la muerte del yo) como síntoma de una profunda maduración en el desarrollo del personaje protagonista.

En la tradición budista, la desidentificación respecto a la estructura egoica —aquella que origina la ilusión del yo y que es germen del sufrimiento— es la antesala al despertar del alma. Por lo tanto, actitudes como la ecuanimidad, la paciencia, la serenidad y la rendición —entendida como el abandono a la necesidad de tener el control— son características que suele profesar el ser cercano a la iluminación.



Escena 6	
Fase pre- iconográfica	<p>En A observamos una figura femenina que desciende desde el eje vertical del plano. Ésta porta un vestido de tela blanco y azul claro que ondea suavemente. En B la figura realiza gestos ondulantes con sus manos y brazos mientras brotan burbujas de oxígeno.</p> <p>En C reconocemos su cara, pues hasta ahora se hallaba eclipsada por una fuerte luz de color dorado-naranja. La figura femenina abre los ojos mirando al espectador, reconocemos restos de lágrimas en sus pómulos. Espera con una tez tranquila y con las manos juntas hasta que en D cierra los ojos.</p>
Fase iconográfica	<p>Tal y como expresa el estribillo de la canción —«Junta la palmas y las separa»— el rezo supone la consagración de la liturgia. Dado el registro agudo de la voz en el estribillo, así como el carácter iluminado de la escena, inferimos que la liturgia esclarecedora (el éxtasis místico) ha prevalecido sobre</p>

	<p>la liturgia terrenal (la prostitución, la entrega del cuerpo como objeto sexual). La protagonista ha renacido tras alcanzar el límite de su umbral de sufrimiento. No obstante, queda un recuerdo de la experiencia vivida (aceptada e integrada) simbolizada por el resto de las lágrimas en su tez. Sus gestos fluidos y ondulantes sustituyen la tensión y la rigidez de las escenas anteriores; ahora prevalece un estado de calma.</p>
<p>Fase iconológica</p>	<p>De esta escena podríamos inferir dos significados trascendentales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Flamenca ha muerto y ascendido a los cielos, donde ha hallado la paz eterna. 2) Tras su experiencia traumática (la muerte del yo), Flamenca ha renacido y ha experimentado un «despertar de la conciencia». <p>Dado que «los psicólogos y analistas han observado que a la ascensión están ligadas imágenes luminosas acompañadas de un sentimiento de euforia» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 667), la temática de la ascensión nos conecta con el imaginario cristiano-católico ya presente en <i>Malamente</i>: la asunción de la Virgen y el renacimiento de Jesucristo. Tal y como señala Gómez Lizarraga (<i>Los40</i>, 5 de diciembre de 2018), el cuadro de <i>La Inmaculada Colosal</i> del pintor Esteban Murillo es el punto de referencia visual para el video de <i>Bagdad</i>: el fondo dorado-anaranjado de luz cálida, la piel y tez blanca característica de una figura sagrada, el gesto facial hierático y ausente de dolor, las manos juntas en gesto de misericordia y rezo, o los colores azul y blanco que caracterizan la vestimenta de La Inmaculada Concepción —el vestido que porta Flamenca es una reinterpretación del hábito de tela propio de los santos y las figuras religiosas—. Todas</p>

estas características mencionadas conforman un contraste respecto al aspecto sórdido de las escenas anteriores, donde observábamos luces de neón y claroscuros, el predominio del color gris, gestos de aflicción y tensión, etc.

Este significado trascendente parte del significado de la luz como «primer aspecto del mundo informal» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 663), y representa el mundo celestial y la eternidad —más allá de la materia— donde «las almas separadas del cuerpo serán, según San Bernardo, “zambullidas en un océano inmenso de luz eterna y de eterna luminosidad”» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 667).

En definitiva, este aspecto lumínico nos acerca a la experiencia de la iluminación o «despertar del alma» que vive Flamenca. Dado que las tinieblas o la oscuridad simbolizan lo desconocido (el caos incomprensible y aterrador), por contrapartida, la luz representa la adquisición del conocimiento, pues permite al ojo ver en la oscuridad. La adquisición de un conocimiento clarividente nace de la comprensión de la propia ignorancia e inconsciencia, la cual ata al ser humano al sufrimiento continuo (el infierno en vida). El dolor —representado por el conflicto y el llanto— es el mensajero que nos incita a despertar, mientras que el ahogo por las lágrimas representa la saturación de sufrimiento que precede a la muerte del yo en tanto estructura egoica de la personalidad.

Capítulo 6: Análisis musical de *El mal querer*

Procedemos al análisis musical centrándonos en los aspectos señalados en la metodología (capítulo 2): textura, armonía, melodía, ritmo, contenido textual, timbre, dinámicas y agógica, así como la producción musical bajo los parámetros expuestos por Findeisen (2016).

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

Introducción [0:01 - 0:11]	<p>Se establece el carácter y la armonía de la obra en do menor armónico (notas de la escala: Do - Re - Mib - Fa - Sol - Lab - Si - Do). Bajo una solución compositiva más convencional, los acordes del piano eléctrico y el bajo subgrave hubieran marcado una progresión descendente desde la tónica (Do - Si - Lab - Sol), donde el último el último acorde, Sol V7 (dominante), resolvería mediante cadencia perfecta en Do menor. En lugar de esto, y a fin de evitar el sonido del acorde V de dominante más típico, el bajo subgrave introduce las notas Mib - Re - Do - Si, produciendo una sonoridad de acordes invertidos y un dibujo melódico de semitono - tono - semitono.</p> <p>Esta interválica, que forma en en el rango total un salto de tercera mayor de Mib (III) a Si (VII), dota a la pieza del sabor de la escala menor armónica en su tercer modo —esto es, comenzando desde la tercera nota (Mib) en lugar de desde la nota raíz de la escala (Do)—. Esta incursión armónica resulta menos obvia —es una sonoridad flamenca menos típica—, generando un contexto armónico de acordes acordes invertidos más inusual en el contexto del <i>pop</i>.</p>
--------------------------------------	---

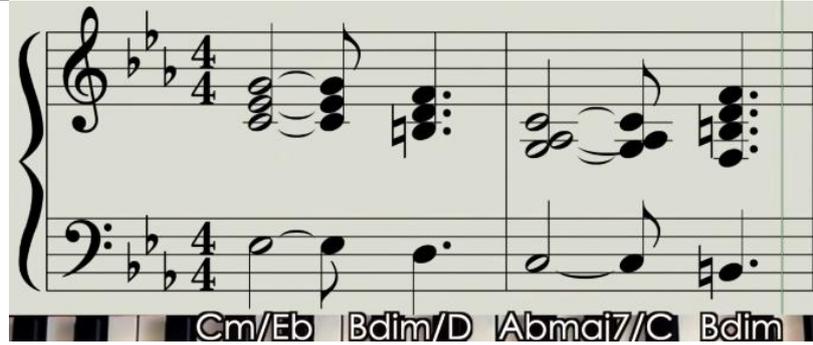


Figura 10: acordes de *Malamente*. Fuente: Altozano (2018).

Contrastando con el sonido del piano eléctrico, en la sección rítmica nos encontramos con unas palmas flamencas realizando el siguiente ritmo por tangos:



Figura 11: rítmica de las palmas de *Malamente*. Fuente: elaboración propia

El sonido orgánico de las palmas contrasta con los sonidos electrónicos del teclado (que sustituye al convencional sonido de la guitarra española) y del bajo subgrave, resultando en el carácter híbrido propio del universo sonoro de *El mal querer*.

Verso 1

[0:12 - 0:30]

En referencia al aspecto vocal, la influencia de autores como el Corruco de Algeciras, Pepe Aznalcóllar o José Palanca se hace patente en *Malamente*, donde «encontramos esa dicción tirada gustosa que hizo las delicias de los fandangueros de preguerra» (Vergillos, 2018: párr. 1). Este tipo de vocalización, presente en los versos y el puente de la canción, contrasta con la dicción relajada del estribillo, la cual evoca la actitud «dejada» y *laid back* propia de géneros urbanos como el *R&B*, el *hip hop* y el *trap*. La melodía del verso tiene un sabor flamenco y de copla muy marcado: ésta utiliza la escala menor armónica e insiste sobre las segundas menores y el

	<p>uso de la nota sensible en el modo menor (del Do al Si natural).</p>
<p>Estribillo 1 [0:31- 0:50]</p>	<p>Los tres estribillos de la canción se desarrollan a través de un original contrapunto de <i>ad libs</i> o interjecciones:</p>  <p>Figura 12: estribillo de <i>ad libs</i> de <i>Malamente</i>. Fuente: elaboración propia</p> <p>Dentro de este entramado de voces destacamos varios aspectos:</p> <p>a) El «HMM» con asterisco en la figura 9 señala una nota media-grave (un Fa3 con efecto <i>reverb</i>) <i>sampleada</i> a partir de la propia voz de Rosalía, nota bajada de tono con el efecto <i>pitch</i>. Como Jaime Altozano señala, la prominencia de esta nota a comienzo y mitad del estribillo transporta la progresión armónica y su centro tonal de Do (primer grado) a Fa (cuarto grado o grado subdominante). Este efecto provoca un sutil desplazamiento armónico que recuerda a la sonoridad del blues y otorga novedad a la canción cada vez que aparece el estribillo (Altozano, 2018).</p> <p>b) La presencia de la voz del artista C. Tangana en las expresiones de color naranja («Eso e'», «Vámonos» y «Vamo'»). Este artista madrileño es coescritor de ocho de las once canciones del álbum junto a Rosalía y «El Guincho». La presencia velada de C. Tangana en el trabajo de la artista</p>

	<p>catalana amplía la dimensión de <i>El mal querer</i> como nexo entre el universo flamenco y la escena urbana española.</p> <p>c) El «Trá-trá» se alza como la interjección cumbre del fenómeno Rosalía. Dicha expresión tiene origen en las clases de flamenco que Rosalía tomaba en la academia de baile La Tani de Barcelona. Es a partir de esta pequeña locución del estribillo de Malamente —la cual forma ya parte del imaginario colectivo <i>millennial</i> español— que se han creado numerosos memes por parte la comunidad <i>fandom</i>, impulsando la <i>viralidad</i> del fenómeno Rosalía a través de las redes sociales.</p> <p>Adicionalmente, en el acompañamiento rítmico del estribillo vemos cómo se incorpora un bombo (acentuando: <u>1</u> + 2 + 3 <u>±</u> 4 +) y una caja electrónica (1 + <u>2</u> + 3 <u>±</u> 4), fusionando el cariz <i>dance</i> electrónico al resto de sonidos más orgánicos.</p>
<p>Verso 2 [0:51 - 1:10]</p>	<p>Este segundo verso introduce un aumento del <i>hype</i> de la mano de los coros introducidos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Primera parte (0:51 a 1:00): vemos cómo una melodía superior dobla la línea principal a distancia de tercera. Hallamos una ausencia de la sección rítmica en los dos compases del comienzo del segundo verso (0:51 - 0:55), lo que genera tensión implícita y sensación de novedad en el segundo verso. Mediante la reintroducción de ciertos golpes de bombo y palmas se juega con la anticipación antes de retomar de nuevo el ritmo de tangos en el tercer compás del segundo verso (0:56). - Segunda parte (1:00 a 1:10): observamos un cambio de la melodía principal a su registro grave mientras una voz lejana con eco y <i>reverb</i> dobla sus palabras a distancia de octava superior. La ausencia momentánea de bajo en esta parte junto al registro grave de la voz genera tensión implícita al sugerir el advenimiento de una zona próxima con mas <i>hype</i>¹¹⁴.

¹¹⁴ Recordemos que, según las reglas de producción Friedemann Findeisen (2016), el registro grave genera menos *hype* que el agudo. Así mismo, al aligerar una textura —quitando el bajo momentáneamente, por ejemplo— conseguimos una bajada de *hype*

<p>Estribillo 2 [1:10 - 1:29]</p>	 <p>Mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal, mu' mal</p> <p>Uh Malamente hmm Vamo'</p> <p>¡Trá-trá!</p> <p>Mira</p> <p>Malamente Malamente</p> <p>Ahh-ah-ah-ah</p> <p>Así sí</p> <p>HMM*</p> <p>Toma que toma</p> <p>Malamente</p> <p>Eso e'</p> <p>Vámonos</p> <p>Ay</p> <p>¡illo!</p> <p>Está en la mente</p> <p>HMM*</p> <p>Eso e'</p> <p>Figura 13: estribillo de <i>ad libs</i> de <i>Malamente</i>. Fuente: elaboración propia</p> <p>Encontramos una repetición de esta sección idéntica al estribillo primero.</p>
<p>Puente [1:30 - 1:49]</p>	<p>Se introduce nueva melodía que incrementa el <i>hype</i> (ésta explora un registro más agudo que los versos 1 y 2). La primera parte de esta nueva línea (1:30 - 1:40) se construye sobre un motivo que se inicia con un salto de cuarta (Sol - Do - Do - Sib - Lab - So - Fa) y que es cantado con unas dinámicas de <i>mezzoforte</i>.</p> <p>A partir de 1:38 se introducen bombos que aumentan el <i>hype</i> y la tensión se la sección mientras la intensidad de la voz se desvanece hasta un <i>mezzopiano</i>. En 1:44 desaparece el bombo y en 1:46 desaparece toda la base y se queda el sonido «HMM» (Fa3) reverberando bajo la voz de Rosalía. Esta desaparición escalonada del material musical es una notable forma de generar tensión previa al clímax final propio del <i>pop</i>: el último estribillo.</p>
<p>Estribillo 3 [1:49-2:28]</p>	<p>Volvemos a ver una repetición de esta sección con toda la instrumentación de manera idéntica (palmas, bombos, bajo subgrave, piano eléctrico y contrapunto de <i>ad libs</i>).</p>

que se compensa mediante una subida de la tensión y la anticipación de la próxima sección.

Mal, mu' mal,
 mu' mal, mu' mal,
 mu' mal

¡Trá-trá! Mira

Malamente **Malamente**

Así sí Ahh-ah-ah-ah

Eso e' **HMM***

Malamente Toma que toma

HMM* **Vámonos**

Uh **Malamente**

Mal, mu' mal,
 mu' mal, mu' mal,
 mu' mal

Malamente

Ay

Está en la mente

¡jillo!
 Eso e'

Figura 14: estribillo de *ad libs* de *Malamente*. Fuente: elaboración propia

Destaca una segunda repetición del mismo material, como es propio en los versos finales. Debido al carácter pre-grabado o *sampleado* de todos los instrumentos nos encontramos una adición de más elementos de *hype* o una mayor intensidad en la ejecución de los instrumentos. Respecto a esta característica de la música basada en el *sampling*, David Byrne recuerda como «hay un inevitable tope de emoción, al menos en lo musical, pues no existe la posibilidad de que la música supere su nivel preprogramado» (Byrne, 2017: 126). La pieza finaliza cuando el instrumental se desvanece y queda sola la voz de Rosalía pronunciando el último «Malamente» (2:28).

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

Introducción [0:00 - 0:07]	La introducción es un <i>sample</i> del rasgueo de guitarra de la canción <i>Mi canto por bulerías</i> de La Paquera de Jerez (ejecutado en los segundos 0:06-0:010 de la canción original). Como vemos, se introduce un diálogo intertextual con la tradición del canon flamenco ya «consagrado». El sonido mantiene el grano típico de las grabaciones antiguas, sumándose a la estética <i>retrofolk</i> (Castro, 2019).
--	---

Riff de guitarra

[0:07 - 0:30]

Se introducen todos los elementos del acompañamiento instrumental de la pieza: un bajo subgrave continuo (Mi1 / Re1) realizado por un sintetizador, un bombo que acentúa el ritmo de bulerías —introduciendo, junto al bajo, la polaridad inferior de la pieza—, el *loop* de guitarra, las palmas, los jaleos y la voz de Rosalía.

El acompañamiento de guitarra es un *loop* grabado —se repite en bucle a lo largo de toda la pieza—, donde destacan las notas superiores del *riff*. La - Sol - Fa - Mi - Fa.



Figura 15: Riff de guitarra de Que no salga la luna. Fuente: elaboración propia

Además de escucharse el jaleo de los palmeros, la pieza muestra una influencia de las bulerías caracoleras en el rasgueo enérgico de la guitarra, así como en el empleo del modo frigio, en el que Rosalía introduce ciertos adornos vocales: «li, li, li, ali, ali, ali».

A partir de 0:20 escuchamos un efecto de ecualización, conocido como *low-pass filter*, donde progresivamente desaparecen las frecuencias agudas y medias de la guitarra y las palmas. Este efecto introduce el recurso de la «tensión negativa» (Friedemann, 2016: 60), lo que genera el «sumergimiento» del acompañamiento dejando que destaque la voz sin efectos de Rosalía. Desde una perspectiva semiótica, este aislamiento de la voz femenina —provocado por el efecto de oscilación de las frecuencias del *low-pass filter*— nos «sumerge» en el «mundo interior» de la protagonista, donde emergen los sentimientos verdaderos. Este plano de intimismo sonoro también nos comunica el aislamiento que siente la protagonista femenina respecto al entorno festivo que la rodea, una forma

	<p>de premonición de la soledad e incomprensión que sentirá dentro de la cárcel emocional que supone la relación de amor tóxica. En esta sección destacan las locuciones de la protagonista, a través de las cuales se expresa su admiración por las joyas y los bienes materiales:</p> <p style="padding-left: 40px;">A ver, a ver, a ver Enséñame ese ¡Como brilla! ¡Madre mía, qué guapo! Diamantes, ahora sí que Con diamantes, me gusta</p> <p>A lo que se suma el mensaje del estribillo:</p> <p style="padding-left: 40px;">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</p> <p>Podemos interpretar que estas últimas palabras provienen del personaje masculino (el esposo), reflejando su afán oscuro de dominación y poder sobre su mujer. Por otro lado, la parte «sombra»¹¹⁵ de Flamenca se muestra a través de su ansia material por las joyas y las riquezas. El efecto de «sumergimiento» de la música puede revelarnos estas intenciones ocultas de los personajes, disimuladas por el carácter aparentemente festivo de la boda.</p>
<p>Verso 1 [0:30 - 1:01]</p>	<p>Esta sección también se sumerge en el efecto <i>low-pass filter</i>. Observamos la repetición de los dos últimos versos propia del cante flamenco:</p> <p style="padding-left: 40px;">Señala' estuve a punta de navaja</p>

¹¹⁵ Como explicamos en el análisis del *artwork* de este capítulo, el pacto entre las dos Flamenca —la luminosa y la oscura, en referencia a la obra de Kahlo *Las dos Fridas* (1939)—, refleja este acuerdo entre la parte masculina y femenina, así como el malogrado intento de mantener a raya los impulsos destructivos y oscuros de ambas partes.

	<p>Prima, sobre la pared</p> <p>Gradualmente vuelven las frecuencias medias y agudas. Dicho «descubrimiento» crea una sensación de anticipación, propiciada por la tensión inherente a la desaparición momentánea de ciertos efectos sonoros antes introducidos (Findeisen, 2016).</p>
<p>Verso 2 [0:55 - 2:22]</p>	<p>Hay un amago de clímax (gratificación) pero tras un breve <i>ad lib</i> («¡Eh!») vuelven a caer las frecuencias superiores bajo el <i>low-pass filter</i>. La tensión sonora no llega a romper debido a esta oscilación de las frecuencias, lo que otorga a la pieza un carácter poco convencional y enigmático en el contexto <i>mainstream</i>.</p> <p>Este verso segundo prolonga la narrativa expuesta en el primer verso. De nuevo, se remarca cómo la relación entre Flamenca y su marido se fundamenta en sus impulsos más oscuros: la sed material material y el afán de dominación, respectivamente. Como es característico del universo de <i>El mal querer</i>, se introducen sonidos grabados (una cuchilla desenvainándose) y palabras propias de la lengua caló¹¹⁶ (la palabra <i>sacais</i>, traducida como «ojos»):</p> <p style="text-align: center;">Como las hojas de un cuchillo Brillaban los sacais suyos cuando le di el anillo</p> <p>Se introducen coros femeninos al unísono remarcando la frase: «Brillaban los sacais».</p>
<p>Estribillo 1 [1:23 - 2:10]</p>	<p>Aumenta la tensión (a punto de romper) y vuelve a desvanecerse (con el <i>low-pass filter</i>) para entrar en la próxima sección. Escuchamos una reminiscencia de la frase «Brillaban los sacais». La voz de Rosalía continúa cantando: «Si hay alguien que aquí se oponga, que no levante la voz».</p> <p>Gradualmente aumenta la tensión mientras volvemos a salir del <i>low-pass filter</i>. Hallamos un nivel de <i>hype</i> moderado donde suena el <i>loop</i> de guitarra,</p>

¹¹⁶ Morales Gálvez (2019: 9) señala dicho elemento, junto a la dicción charneca, como un efecto de andalucismo con atractivo internacional.

	<p>las palmas, el bajo subgrave y los juegos de pregunta-respuesta entre la voz principal y las coristas. El coro de voces femeninas canta «Que no lo escuche la novia», mientras que las voces masculinas continúan: «Que no salga la luna, que no tiene pa' qué».</p> <p>Dado que la base de guitarra se basa en un bucle pregrabado y <i>sampleado</i> de la canción de la Paquera de Jerez, este material musical no puede incrementar su sonoridad a un nivel de mayor intensidad. Por ello, los cambios de <i>hype</i> y tensión vienen determinados por su manipulación sonora a través del filtro <i>low-pass</i>. A través de un melisma vocal y un mayor énfasis en el apartado rítmico (más volumen y un contrapunto más complejo en las palmas) logramos una mayor <i>hype</i> al final de esta sección, conduciéndonos al puente.</p>
<p>Puente primero (parte 1) [2:11 - 2:23]</p>	<p>Cesa el <i>loop</i> de guitarra, dejando vacías las frecuencias intermedias y todo el acompañamiento armónico. Igualmente, escuchamos un cambio de ritmo: pasamos de bulerías de 12 a 6 tiempos. Se quedan sola la sección rítmica con las palmas y los bombos (que acentúan cada seis golpes el inicio del compás). El volumen alto de la sección rítmica y el jaleo de las voces de fondo contrasta con el vacío armónico, lo que produce una sección de alta tensión y expectación.</p> <p>En esta sección se introduce la locución hablada de la protagonista femenina, remarcando de nuevo la sed material de Flamenca el día de su boda:</p> <p style="padding-left: 40px;">A ver, a ver, a ver Enséñame ese ¡Como brilla! ¡Madre mía, qué guapo! Diamantes, ahora sí que Con diamantes, me gusta</p>

<p>Puente primero (parte 2) [2:24 - 2:45]</p>	<p>Escuchamos un canto grupal formado por voces femeninas —las mujeres de la boda— a máxima potencia (<i>forte</i>); con este coro femenino escuchamos un cambio de modo: pasamos de Mi frigio a Mi mixolidio (notas del modo: Mi - Fa# - Sol# - La - Si - Do# y Re). Igualmente, destaca la presencia de una nueva nota aguda: Re5. Como recuerda Friedemann Findeisen (2016), el puente es una sección estructural de gran potencial creativo caracterizada por la búsqueda de «terrenos inexplorados»; zona narrativa que «sirve como contraste, a fin de mostrar una faceta distinta del problema y de sorprendernos» (Findeisen, 2016: 84-85).</p> <p>CORO - MIXOLIDIO: ¡Que bonita está mi novia (Re5) que se parece un trono! (¡Reina!) Corona'a de brillantes y es con perlas y oro Corona'a (Re5) de brillantes y es con perlas y oro ROSALÍA Quiera o no quiera, lo quiera ella o no quiera FRIGIO: Va a estar conmigo y hasta que se muera</p> <p>Observamos cómo Rosalía canta las dos últimas frases del puente, poniendo voz a los deseos de posesión y dominación del hombre. Si bien la primera frase que canta mantiene el modo mixolidio («Quiera o no quiera...»), la segunda frase conecta de nuevo con el <i>riff</i> de guitarra <i>sampleado</i> inicial y su carácter más enigmático a través del cambio al modo frigio («Va a estar conmigo...»). Es en este punto donde reaparece el Fa natural y el Sol gravitando en torno al Mi.</p>
<p>Riff + Verso 2 [2:46 - 3:15]</p>	<p>Se reintroduce de nuevo el riff principal de la guitarra (el <i>loop</i> de «La - Sol - Fa - Mi - Fa»), el acompañamiento de bajo subgrave (Mi1 / Re1), los bombos acentuando el ritmo de bulerías, las palmas, el coro de voces femeninas y la voz de Rosalía:</p> <p>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</p>

	<p>En la última línea de este verso se reduce toda la textura musical mediante el <i>low-pass filter</i>.</p>
<p>Puente 2 [3:16 - 3:39]</p>	<p>Se introduce la voz de Rosalía con <i>autotune</i> (pronunciando la letra «Mmmm») mientras aparece ruido de voces femeninas sin efecto de fondo. Este recurso puede interpretarse como el contraste entre lo festivo (la algarabía de la celebración y el coro femenino) y la enajenación interna de Flamenca (una voz robótica y fría, pues la protagonista no se halla realmente enamorada de su prometido).</p> <p>A lo largo de la pieza hallamos testigos de la boda representados a través de los coros masculinos y los coros femeninos, (en ningún momento escuchamos coros mixtos). De tal forma, estos personajes —que parecen conocer el mundo «sumergido» de la protagonista y las intenciones oscuras de su futuro marido— se transforman en cómplices de esta unión ya inexorable. Incluso la propia Flamenca parece autoconsciente del tipo de «penitencia» amorosa a la que está a punto de someterse. De tal forma, la protagonista femenina pide piedad ante la virgencita de la Merced, también conocida como Virgen de la Misericordia la cual es símbolo del cautiverio y la liberación:</p> <p style="text-align: center;">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</p> <p>Va desapareciendo el efecto de «sumergimiento» de nuevo. Hay un amago de un aumento de tensión que culmina en el minuto 3:37 con un «Hey» cortante, un golpe de bombo y el silencio de toda la instrumentación —salvo la sección rítmica de palmas—.</p>
<p>Estribillo 2 [3:40 - 4:15]</p>	<p>Vuelve a repetirse igual que en el estribillo primero. Observamos un comienzo más tenue (con <i>low-pass filter</i>), donde las frecuencias van emergiendo hacia el punto álgido de la coda.</p>

Coda [4:16 - 4:25]	Rosalía ejecuta un melisma vocal mientras el <i>loop</i> de guitarra y el bajo subgrave desaparecen en 4:21, la sección rítmica (palmas, bombo y un cajón flamenco) ejecuta un <i>crescendo</i> hasta desaparecer igualmente en 4:23. Al final se queda sola la voz de Rosalía resonando con reverberación.
----------------------------------	---

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

Introducción [0:00 - 0:17]	<p>Durante toda la pieza encontramos la siguiente progresión de acordes Eb - Gm - F - Ab (add9/#11) dispuesta a lo largo de un compás de bulerías de doce tiempos (3+3+2+2+2). Junto a la melodía del verso «Me da miedo cuando sales...», encontramos las siguientes <i>voicings</i> armónicas interpretadas por un sintetizador con sonido de órgano:</p>  <p style="text-align: center;">Figura 16: acordes y melodía de la introducción de <i>Pienso en tu mirá</i>. Fuente: elaboración propia</p> <p>El primer acorde (Mi bemol mayor) actúa como un IV grado, el Sol menor como un VI grado, Fa mayor como un V y el acorde de Ab (add9/#11) funciona como una sustitución modal del séptimo grado (que en la tonalidad de Sib mayor sería La disminuido bajo la tríada La - Do - Mib). Al bajar el séptimo acorde un semitono (de La a Lab) y tornarlo mayor</p>
--	--

	<p>(añadiendo además las tensiones de novena y cuarta aumentada) nos encontramos con la sonoridad de la resolución conocida como <i>back door</i> propia del jazz. Esta sonoridad toma prestada acordes de modos como el dórico, el mixolidio, el eólico o el frigio, donde el grado séptimo se halla con un bemol (VIIb) y en una disposición mayor.</p>
<p>Verso 1 [0:18 . 0:34]</p>	<p>En el comienzo del primer verso (en el segundo 0:18) hallamos un incremento repentino del <i>hype</i>. Con el inicio del compás en golpe fuerte vemos como desaparece el sonido de órgano de la introducción. Además, escuchamos un sonido incisivo y <i>sampleado</i> —similar al sonido de un corte o un derrape— que suena cada seis golpes dando la nota Sib 4. A este sonido se añade el impacto del bajo subgrave, el bombo electrónico y las palmas flamencas, las cuales realizan el siguiente ritmo de bulerías:</p>  <p>Figura 17: ritmo de bulerías en el verso de <i>Pienso en tu mirá</i>. Fuente: elaboración propia</p> <p>Adicionalmente, en esta sección encontramos la incorporación de coros vocales a través de una línea construida con <i>vocoder</i> (lo que también provoca un aumento del <i>hype</i>). Estas armonías vocales con dinámicas <i>piano</i> crean un sutil efecto de sonido procesado/electrónico que apoya al sonido natural y orgánico de la voz principal.</p> <p>En general hallamos una textura muy polarizada en la que destaca la prominencia de las frecuencias graves y agudas. Por un lado, tenemos el sonido del bajo subgrave y el bombo, que dotan al conjunto de la potencia sonora propia de géneros como la música electrónica y el <i>dance</i>. En el rango intermedio hallamos el piano eléctrico con un timbre poco estridente (sustituyendo la sonoridad más brillante propia de la guitarra flamenca). Esto ayuda a crear una textura semi-vacía y minimalista donde cobra</p>

	<p>mucho protagonismo la parte aguda de la textura: la voz de Rosalía, los coros y las palmas.</p>
<p>Estribillo 1 [0:35 - 50]</p>	<p>Comienza la melodía del estribillo («Pienso en tu mirá...») y se añade un coro de voces blancas al unísono. Hallamos tensión implícita en el primer compás del estribillo (0:35-0:39), sensación creada mediante los siguientes recursos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se simplifica el ritmo de las palmas (desaparece la polirritmia), y ahora las palmas marcan de forma constante cada corchea del compás de 12 golpes. - Se añade el coro de voces blancas doblando la melodía de la voz principal - El bajo se vuelve más prominente (insistiendo sobre las notas Re - Fa - Re - Sol) y sus movimientos se hallan marcado por el nuevo timbre introducido con el cajón flamenco. - Desaparece el piano eléctrico y su efecto de relleno armónico, dejando la textura «al aire» con una sensación de expectación. <p>Esta ausencia momentánea en el primer compás permite un mayor crecimiento de la curva de energía de la canción, haciendo que el estribillo impacte con toda su potencia en el minuto 0:40. A partir de aquí se recupera la polirritmia de las palmas y se suma por completo el cajón flamenco al ritmo. Encontramos una alternancia entre la voz de Rosalía sola y su voz junto a los coros de voces blancas. En las dos últimas frases («Pienso en tu mirá, pienso en tu mirá») hallamos un efecto de <i>reverb</i> en la voz, además del sonido grabado de una pistola cargándose y un casquillo golpeando contra el suelo.</p> <p>A nivel rítmico, el estribillo alterna entre compases de 12/8 y compases de amalgama de 10/8, generando un efecto de asimetría muy novedoso en el contexto de la música <i>pop</i>:</p>

	 <p>Figura 18: acentos rítmicos en el estribillo de <i>Pienso en tu mirá</i>, ritmo de bulerías. Fuente: elaboración propia</p>
<p>Puente 1 [0:51 - 1:25]</p>	<p>Reaparece el piano eléctrico con timbre de órgano. También se retoma la melodía de la introducción, la cual funciona como un puente melódico que contrasta con la melodía más silábica y hablada de los versos. Como nuevo elemento hallamos el sonido «Eh», pronunciado por Rosalía como <i>ad lib</i> (recurso típico de la música urbana).</p> <p>El <i>hype</i> de esta sección aumenta debido a la presencia del cajón flamenco (incorporado durante el primer estribillo). Ahora el bajo subgrave se mantiene en un continuum (Mib - Sol - Fa y Lab), lo que otorga a la atmósfera sonora global más plenitud.</p> <p>En la segunda parte de este puente (1:09-1:26) se añade una línea de voz procesada con la vocal «Mmm», funcionando como un colchón armónico. Esta voz se incorpora una corchea antes de que comience la segunda mitad del puente (comienzo anacrúsico), lo cual añade anticipación y fluidez a la estructura de la canción.</p>
<p>Verso 2 [1:26 - 1:43]</p>	<p>Escuchamos la misma melodía del verso 1 introduciendo una letra distinta. El contenido narrativo sigue incidiendo sobre los sentimientos de celos que el marido de Flamenca siente respecto a su mujer:</p> <p>Tan bonita que amenaza Cuando callas me das miedo</p>

	<p>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</p> <p>El bajo subgrave desaparece durante un compás (1:26-1:31). Desaparece el órgano electrónico en toda esta sección. Se quedan las palmas y el cajón flamenco acompañando a la melodía principal y los coros procesados (textura de melodía acompañada). En 1:31 reaparece el bajo junto a la grabación del sonido cortante del primer verso (Sib4). Además, se añaden coros procesados por encima de la voz principal.</p>
<p>Estrillo 2 [1:44 - 2:16]</p>	<p>Se repite con una textura idéntica al estrillo 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Escuchamos a la voz principal y las voces blancas alternándose, siguiendo el modelo de pregunta (coro y voz de Rosalía) y respuesta (solo voz de Rosalía). - Bajo rítmico y prominente. - Volvemos a encontrar el <i>sample</i> de la pistola y el casquillo cayendo. <p>El estrillo se repite dos veces a fin de enfatizar el clímax final (momento de máximo <i>hype</i> de la canción), estableciendo una duración total de ocho compases.</p>
<p>Puente 2 [2:16 - 2:50]</p>	<p>Volvemos a escuchar el material sonoro de esta sección más atmosférica que contrasta con el ritmo más cortante de los versos y estrillos. Vuelven a destacar los acordes mantenidos del órgano, el bajo continuo y la inclusión de una voz procesada de acompañamiento en 2:33.</p> <p>Este puente segundo tiene un mayor nivel de <i>hype</i> respecto al primero, pues integra el sonido de <i>sampling</i> cortante (Sib4) al inicio de cada compás. También hallamos el sonido «Eh» añadido como <i>ad lib</i>, que es un recurso</p>

	típico de la música urbana.
Final/Outro [2:51 - 3:14]	Se quedan los acordes del piano eléctrico junto a la voz procesada que en otras secciones actuaba como relleno armónico («Mmm»). Esta voz, ahora en primer plano, se queda realizando una pequeña improvisación vocal. El efecto de <i>autotune</i> y la ecualización hiper-procesada de la voz otorgan a esta sección final un sonido robótico y urbano de textura minimalista. Dado que la «M» es una vocal muy utilizada en los coros de música negra y <i>gospel</i> , la canción también refleja las influencias del <i>R&B</i> y el <i>soul</i> .

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

Verso (parte 1) [0:00 - 0:32]	<p>Escuchamos un comienzo acéfalo y monofónico de una melodía de acompañamiento que funciona como un <i>cantus firmus</i>. Esta forma de utilizar líneas vocales cíclicas a modo de acompañamiento nos conecta con el estilo de los motetes isorrítmicos típicos del <i>ars nova</i> y los madrigales renacentistas. En este caso, las líneas de acompañamiento se hallan procesadas y mantienen un color robótico (utilizando efectos como <i>pitch</i>, <i>autotune</i>, <i>reverb</i>, <i>sampling</i>, etc.), contrastando con la voz principal más natural (la cual solo tiene <i>reverb</i>). A continuación, citamos una transcripción de este <i>cantus firmus</i> autotuneado en modo Mi frigio:</p>  <p>Figura 19: transcripción del acompañamiento en <i>De aquí no sales</i>. Fuente: elaboración propia.</p> <p>Mientras se repite este patrón ternario, escuchamos como la voz principal de Rosalía desarrolla una melodía al estilo <i>toná</i> libre. Esto implica que, a</p>
---	---

	<p>pesar de la sensación ternaria del acompañamiento, sentimos la disolución de un tempo estricto en la voz principal. Este uso de la agógica mediante el tempo libre es un recurso propio de la música popular (p. ej.: tonadas, folk irlandés, etc.) y del canto gregoriano en su etapa inicial monofónica, donde formas como los salmos permitían cierta libertad rítmica respecto a un tempo fijo. La voz principal de Rosalía entra de manera anacrúsica cantando:</p> <p style="text-align: center;">Yo que tanto te <u>came</u>lo Y tú me la <u>vi</u>enes haciendo</p> <p>En dos momentos de estos versos escuchamos un silencio cortante en el acompañamiento y la melodía principal (señalados con negrita y subrayados). Esto refuerza la gravedad de las palabras del maltratador mientras sentencia a su esposa Flamenca. Entre 0:16 y 0:18 escuchamos la aparición del primer sonido de moto, creando una anticipación tímbrica del material sonoro posterior.</p>
<p>Verso (parte 2) [0:33-0:56]</p>	<p>Hay insinuaciones al ritmo de bulerías a través del ritmo creado con el <i>sampling</i> de los motores, efecto que genera tensión implícita. Se mantiene un bajo en <i>Mi</i> como eje vertebrador armónico sobre el que se introducen los sonidos de motores. Este bajo acentúa cuatro golpes (con la nota Mi), insinuando la acentuación del ritmo de bulería:</p> <p style="text-align: center;">Que tú de aquí no sales 12 12 123 12</p> <p style="text-align: center;">De lo que a ti te está doliendo 12 12 123 12</p>
<p>Pre-estribillo [0:57 - 1:09]</p>	<p>Escuchamos a dos voces haciendo un mismo melisma en paralelo: La primera canta dentro de un registro de cuarta (Mi - La), más grave y sin efectos; la otra voz, procesada con efectos, realiza el mismo dibujo melódico a un intervalo de cuarta más agudo (La - Re). Las voces pronuncian las siguientes líneas en referencia al <i>Pregón de los</i></p>

	<p><i>caramelos</i>¹¹⁷ del cantautor Gabriel Díaz Fernández, (también conocido como Macandé):</p> <p>Amargas penas te vendo Caramelos también tengo</p> <p>Antes del pronunciamiento de estas dos líneas vemos cómo el acompañamiento previo se desvanece —las voces suenan sobre el silencio—, ausencia conocida como tensión implícita o <i>implied tension</i> (Findeisen, 2016).</p>
<p>Estribillo (parte 1)</p> <p>[1:09 - 1:44]</p>	<p>Escuchamos una entrada anacrúsica¹¹⁸ del compás de bulería (6 78 9 10 1 <u>2</u> 12<u>3</u> 456 <u>78</u> 9 10, etc.). Vemos como las palmas acentúan a modo de alegrías, es decir, marcando el séptimo y octavo golpe del compás (1<u>2</u> 12<u>3</u> 456 78 910). Por otro lado, el <i>beat</i> o bombo grave marca los acentos de la bulería (1<u>2</u> 12<u>3</u> 45<u>6</u> 78 910) mediante un timbre electrónico (en sustitución del cajón o taconeo más típico). Esta mezcla de sonidos orgánicos y electrónicos vuelve a transmitir el carácter híbrido de la pieza.</p> <p>En esta sección encontramos una textura vaciada de acompañamiento armónico. La sonoridad se basa principalmente en el juego rítmico de las palmas y los contrapuntos vocales, elementos acompañados por un bajo subgrave que mantiene la nota pedal Mi 2 (asentando el centro tonal en Mi frigio). En el minuto 1:13 entra la voz de manera muy rítmica, sincopada y ejecutando valores muy cortos (semicorcheas). Vemos cómo la voz de Rosalía ha sido <i>sampleada</i> y ahora sirve como un instrumento musical que repite cíclicamente el siguiente motivo:</p> 

¹¹⁷ La referencia al cante original puede escucharse en el siguiente enlace:
<https://www.youtube.com/watch?v=fGEHS75b2IY>

¹¹⁸ El **color verde** muestra las pulsaciones del ritmo que entran de manera anacrúsica antes del tiempo fuerte (también identificado con el «1»). A partir del tiempo fuerte se repite cíclicamente el ritmo de bulería con acento de alegrías de manera regular: 1 2 123 456 78 9 10...



Figura 20: transcripción de la voz 1 de Rosalía en el estribillo de *De aquí no sales*. Fuente: elaboración propia.

Como hemos dicho antes, el uso de ciclos melódicos recuerda al procedimiento de los *cantus firmus* de la música vocal antigua (motetes medievales, madrigales renacentistas, etc.). En el minuto 1:23 vemos que, sobre el ciclo melódico de la figura 17, se despliega una segunda voz procesada que comienza a una distancia superior de cuarta. Si la primera voz se mueve alrededor de la nota La, esta segunda melodía improvisa sobre la nota Re, lo que dota al conjunto de una sonoridad paralela cercana a la música medieval propia de la Escuela de Notre Dame (*organum paralelo*) y el Ars Antiqua.

**Estribillo /
Clímax (parte
2)**

[1:45 - 2:25]

Esta segunda parte añade más *hype* y tensión al ir incorporando nuevos elementos musicales de forma acumulativa. Se introducen interjecciones de Rosalía que pronuncian «¡Eh!» a contratiempo. También asistimos a la vuelta de la melodía cíclica de la introducción de la canción, esta vez transportada un octava abajo mediante un efecto de *pitch*, efecto que dota a la voz de un carácter andrógino y *cyborg*:



Figura 21: melodía cíclica de la introducción en *De aquí no sales*. Fuente: elaboración propia

Adicionalmente, se introduce una voz intermedia más, produciendo melismas con el mismo carácter procesado o *cyborg*. Esta voz intermedia ejecuta intervalos justos de cuarta (La) y quinta (Si) sobre la la voz principal y el bajo (ambos asentados en Mi). Vemos cómo se repite este contrapunto

modal —anidando entre la sonoridad ultramoderna y la música pre-tonal medieval del Ars Antiqua— hasta la pronunciación de un «¡Eh!» final, dejando que el eco y el silencio cierren la canción.

6. 5. RENIEGO (Cap. 5: *Lamento*)

Introducción (parte 1)

[0:00 - 0:21]

Introducimos la transcripción de los 8 compases de esta primera sección:

Violin I

Violin II

Viola I

Viola II

Cello

Double Bass

Figura 22: cc. 1-4 de *Reniego*. Fuente: elaboración propia

Figura 23: cc. 5-8 de *Reniego*. Fuente: elaboración propia

Observamos una apertura instrumental de la pieza conformada por un sexteto de cuerda. Comienza el violín interpretando con el arco un Sib5 continuo, acto seguido se suma el segundo violín con un Lab5. Esta superposición de notas (intervalo de segunda mayor) crea la atmósfera propia de la armonía tintinnabuli¹¹⁹ y del minimalismo sacro de Arvo Pärt. Véase, por ejemplo, la pieza *Cantus in Memoriam Benjamin Britten* (1977), donde destaca este mismo intervalo de segunda mayor (La6 y Sol6) entre los violines mientras el resto de las cuerdas van sumándose de forma escalonada.

Al igual que sucede en la pieza orquestal del compositor estonio, *Reniego* destaca por su sonoridad solemne y su despliegue aditivo de instrumentos.

¹¹⁹ Otras piezas de Arvo Pärt que utilizan este tipo de sonoridad son *Für Alina* (1976) o *Tabula Rasa* (1977). Tal y como señala Serrano Herrera, este tipo de sonoridad «está desarrollada con armonías muy simples basadas en triadas, que es al fin y al cabo la base de la armonía tradicional occidental, y emplea notas largas, sonido y silencio, intervalos amplios, notas pedales y generalmente con un pulso lento y meditativo» (Serrano Herrera, 2014: 3-4).

	<p>Si bien esta canción parece pertenecer al modo menor debido al despliegue inicial de una tercera menor entre ambas violas (Mib y Solb), a partir de 0:06 se desvela progresivamente la tendencia de la pieza hacia la sonoridad frigia y su énfasis en el intervalo de semitono: véase la voz cromática Mi - Fa - Solb - Fa de la viola II en el compás 3 o el descenso a las notas Fa y Mi —tónica frigia y su sensible— de esta misma voz en los compases 5 y 6.</p> <p>El contrabajo aparece con una entrada anacrúsica en tiempo débil. Éste apoya con un pedal sobre la tónica (Fa) en los compases 4-6 y, al final de la sección, desciende hacia la dominante (Do) para generar tensión. El silencio cortante de todo el sexteto en el minuto 0:21 le otorga a la pieza un efecto dramático, aumentando la tensión y anticipación antes de que entre la voz.</p>
<p>Introducción parte 2 [0:21 - 0:50]</p>	<p>Aparece la voz de Rosalía sin efectos realizando un floreo vocal. Destaca el temperamento <i>sentío</i> y dramático de la interpretación, muy cercano a la tradición de la copla. Hallamos de gran interés el juego de contraste vocal entre <i>forte</i> y <i>piano</i>, donde el timbre de la voz de la artista catalana reluce en ambas polaridades: una voz gruesa y potente en el registro <i>forte</i>, que contrasta con un timbre sedoso y con textura de aire en las zonas <i>piano</i>.</p> <p style="text-align: center;">Tiri, tiri, tiri, ay Ay, ay ya, ya ya ya ay</p> <p style="text-align: center;">Forte / Piano</p> <p>El virtuosismo vocal de esta sección se hace patente en el minuto 0:44 donde Rosalía realiza un floreo repetitivo en semicorcheas mientras se reduce la textura orquestal a un violín y viola, generando una textura más vacía que permite a la línea vocal destacar. El acompañamiento instrumental resulta en una sonoridad que mezcla las texturas del</p>

	<p>minimalismo sacro y los giros orquestales de la zarzuela española.</p>
<p>Verso 1 [0: 50 - 1:19]</p>	<p>En esta sección observamos una profundización en dicho juego de dinámicas:</p> <p style="text-align: center;"> Ay, yo río por fuera Y lloro por dentro Yo río por fuera Y lloro por dentro </p> <p style="text-align: center;">Forte / Transición / Piano</p> <p>La letra refleja esa misma polaridad: al cantar «yo río» la voz en <i>forte</i> se muestra decidida y pasional —mostrando la cara externa de Flamenca—. Al cantar «... por fuera y lloro por dentro» la protagonista revela sus verdaderos sentimientos y la voz se torna tierna e intimista. Este es un ejemplo de <i>word painting</i> propio de la música vocal renacentista y barroca.</p> <p>Escuchamos cómo el acompañamiento instrumental es sensible a los fraseos de Rosalía, acompañando los cortes y cadencias como si se tratara de una guitarra flamenca en simbiosis con un cante improvisado.</p>
<p>Verso 2 [1:20 - 1:51]</p>	<p>Observamos la utilización de palabras procedentes del caló, donde «ducas» y «duquelas» hacen referencia a las penas o pesares:</p>

	<p style="text-align: center;"> Y por más ducas Por más duquelas De esta pena mía Remedio no encuentro Yo río por fuera Y lloro por dentro </p> <p style="text-align: center;">Forte / Transición / Piano</p> <p>Seguimos encontrando el juego de contraste y <i>word painting</i> alternando las dinámicas de <i>piano</i> y <i>forte</i> de acuerdo con la emoción contenida en la letra.</p>
<p>Puente 1 [1:52 - 2:14]</p>	<p>Volvemos a encontrarnos con el material de la introducción, donde el sexteto de cuerdas recobra su protagonismo instrumental. Los violines vuelven a realizar un pedal agudo de segunda mayor (Sib5 y Lab5), mientras la viola II esboza un motivo muy similar al realizado en los compases 3 - 6 de la introducción, esto es, una melodía con carácter semitonado y que tiende hacia la sonoridad frígida y las notas sensibles.</p>
<p>Estribillo 1 [2:15 - 2:44]</p>	<p>Esta canción, <i>Reniego</i>, parte de la influencia de las seguiriyas de Antonio Cagancho, y en ella vemos mantenido ese carácter de resignación y lamento, anidando entre el modo menor eólico y el frígido. La potencia de la línea vocal y su tristeza pasional también es influencia de los tientos <i>Reniego haberte conocido</i> de Camarón de la Isla. Cada tema del álbum de Rosalía renueva la tradición tomando influencias de los «aires», los palos, y el repertorio de cantaores del canon flamenco.</p> <p>Entre 2:27 - 2:34 escuchamos unos floreos vocales que vuelven a demostrar el virtuosismo vocal de Rosalía. El único efecto vocal que escuchamos en la ecualización de la voz en esta canción consiste en un sutil <i>reverb</i>.</p>

Estribillo 2 [2:45 - 3:22]	Entre 2:45 - 2:51 presenciamos el clímax de la pieza (momento de máximo <i>hype</i>): la voz canta en <i>forte</i> , mientras que el sexteto de cuerdas interpreta pasajes obligados que imitan la voz y responden con carácter <i>stacatto</i> . A partir de 2:53 continua la voz de Rosalía desarrollando un virtuosismo vocal a un nivel de volumen <i>mezzopiano</i> . Escuchamos un obligado instrumental final en 3:19 - 3:21, el cual evidencia cómo la pieza entera —incluyendo la parte vocal— guarda mucha influencia respecto a la música orquestal escrita de la zarzuela y el <i>pathos</i> pasional de la copla.
--------------------------------------	---

Capítulo 7: Resultados y conclusiones

7.1. Discusión de los resultados

Durante esta investigación hemos tratado de alinearnos con la visión interdisciplinaria, global y holística de los *star studies* (Marshall y Redmond, 2016: 5). Nuestro enfoque ha intentado trascender la lectura que contempla el estrellato únicamente como fenómeno económico propio de la industria cultural y el tardo-capitalismo —visión crítica profundizada por autores como Illescas (2011; 2014)—. Más bien, nuestro enfoque trata de observar el estrellato como una forma de mitología contemporánea (Terrasa *et al.*, 2021), siendo un fenómeno que integra nociones como la creación de identidad cultural (Hall, 2001; Dyer, 2004), la presentación del individuo en sociedad (Marshall, 2010) o los rituales de adoración (Jenkins, 2006, 2016 [1992]; Rojek, 2004). Como hemos discutido en nuestro marco teórico, el estrellato se alza como una «religión embrionaria» (Morin, 1972), recogiendo la necesidad afectivo-mítica del individuo (Busquet-Duran, 2012) en la era posmasiva y digital.

7. 1. 1. Análisis de frames periodísticos sobre Rosalía en *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*

A la hora de contemplar el fenómeno Rosalía y el universo de *El mal querer* de manera holística hemos considerado necesario analizar las narrativas periodísticas¹²⁰ encargada de cocrear mediáticamente dicho fenómeno —así como identificar los *frames* subyacentes a dicho discurso mediático—. Al trabajar con la noción de *frames* culturalmente imbuidos (*culturally embedded frames*) (Van Gorp, 2010), hemos podido conectar los encuadres periodísticos con narrativas, mitos, arquetipos, metáforas y

¹²⁰ Fueron analizados un total de 331 artículos pertenecientes a los medios *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia* y *ABC*. Acotamos las fechas de publicación del 1 de enero de 2018 al 15 de marzo de 2020.

símbolos que subyacen a un tema determinado, guiándonos hacia significados y estructuras de pensamiento más profundas y existentes más allá del marco de los textos analizados (Van Gorp 2010; Van Gorp y Vercruyssen, 2012). De esta forma, nuestra labor ha consistido en recomponer las partes del poliédrico *tool-kit* de valores culturales a los que los periodistas (y las audiencias) recurren a la hora de construir un sentido de la realidad social (Gamson y Modigliani, 1989).

En el caso del estrellato de Rosalía¹²¹, no cabe duda de que esta labor de análisis hizo emerger narrativas aparentemente excluyentes entre sí — incluso dentro de los mismos medios analizados—. Por ejemplo, observamos diversos *frames* que definen a Rosalía como un individuo investido con agencia mediante cualidades extraordinarias y proactivas, (1A. El ídolo; 1B. La heroína y su ejército; 2A. El artista revolucionario [tradición y modernidad] y 5. La liberadora de los oprimidos). Por otro lado, ciertos *frames* reflejan el estrellato en la era digital bajo una visión pesimista cercana a la visión de la Escuela de Frankfurt y su crítica sobre los productos culturales de masas (Horkheimer y Adorno, 1988 [1944]). Bajo este último tipo de encuadres, estrellas como Rosalía son reducidas a objetos pasivos de adoración y de consumo orquestados por el interés de la industria cultural (7. La hipérbole y 8. El producto de masas).

Otros *frames* como 1C. La embajadora (local/global) y 4. Universalismo cultural se hallan en las antípodas de una visión pesimista o apocalíptica, considerando favorable la internacionalización de la cultura española y flamenca. Dichos encuadres conciben el triunfo global de la artista catalana —fiel reflejo del proceso conocido como glocalización— como el triunfo de «la reafirmación identitaria de los colectivos humanos y la

¹²¹ Citamos los once *frames* hallados a través de nuestro análisis: 1A. El ídolo; 1B. La heroína y su ejército; 1C. La embajadora (local/global); 2A. El artista revolucionario (tradición y modernidad); 2B. El nexo generacional; 3. El invasor (la muerte del flamenco); 4. Universalismo cultural; 5. La liberadora de los oprimidos; 6. La obra de arte total; 7. La hipérbole; 8. El producto de masas; 9. El fanático narcisista; 10. El caballo de Troya y 11. La caja de Pandora.

localización» (Martí, 2000: 55). Por otro lado, el *frame* 3. El invasor (la muerte del flamenco) —principalmente sostenido en los medios *ABC* y *El Mundo*— nos muestra la idea de Rosalía como una «falsa revolucionaria» del flamenco, alegando que debido a su desconocimiento de las reglas de lo jondo¹²², la artista catalana supone una amenaza para la tradición del flamenco. La gran variedad de *frames* hallados confirma la necesidad del investigador de poder sostener las «ambivalencias y contradicciones» (Figueroa, 2015: 23) que emergen al tratar de analizar un fenómeno complejo y multi-nivel como es el estrellato en la era digital. Por otro lado, se verifica el papel decisivo de la prensa en la configuración del fenómeno Rosalía, confirmando la H3¹²³ planteada al inicio de nuestra investigación.

7. 1. 2. Análisis iconográfico-iconológico de *El mal querer*

Mediante nuestra aplicación del método iconológico-iconográfico de Panofsky (1939) hemos podido desvelar múltiples capas de significación respecto a los videos musicales y *artworks* de *El mal querer*:

- a) Desde una perspectiva pre-iconográfica hemos podido analizar características como el color, la luz, la composición, la escenografía y el *atrezzo*, los personajes, la vestimenta y la estética general de las escenas/imágenes analizadas.
- b) Desde una perspectiva iconográfica hemos podido desvelar el hilo narrativo o diegético que vertebra el diseño conceptual que subyace a las once canciones del álbum.
- c) Desde una perspectiva iconológica hemos podido descubrir significados profundos en relación con el contexto cultural de la obra y

¹²² Este *frame* utiliza el recurso discursivo de la polarización entre endogrupo y exogrupo (Van Dijk, 2016); generando la urgencia de excluir todo agente heterodoxo y reforzar el sentimiento identitario de «lo puro» dentro del campo de lo flamenco.

¹²³ Hipótesis 3: El fenómeno Rosalía es cocreado por los *frames* construidos por la prensa generalista española.

nuestro bagaje cultural en tanto espectadores (p. ej.: referencias intertextuales, símbolos polisémicos, narrativas religiosas, arquetipos y guiños).

Artworks

Los doce *artworks* diseñados por Filip Cusic (que acompañan a la portada y las once canciones del álbum) refuerzan los diversos *leitmotivs* a partir de los cuales se establece el «habla mítica» (Barthes, 1999 [1957]) propia del universo de *El mal querer* y el fenómeno Rosalía. Estos elementos, que consolidan la propuesta de H1¹²⁴, pueden ser agrupados en cuatro categorías:

- Lo estético: todos los *artworks* muestran atributos característicos de Flamenca (*alter ego* de Rosalía) como son su pelo negro-azabache largo, los grandes pendientes de aro, el pintalabios rojo, las uñas hipertrofiadas, las joyas y alhajas de oro, la sensualidad de lo femenino, la estética *curvy*, los *mudras* y gestos flamencos, así como la piel blanquecina de la protagonista, último elemento que nos conecta con aspecto marmóleo de las esculturas mitológicas del Barroco, el Renacimiento y la Antigüedad Clásica.

- El desarrollo del carácter de la heroína: en el *artwork* de la portada de *El mal querer* vemos a una Flamenca triunfal, que simboliza el triunfo de la vida sobre la muerte. El diseño es una referencia directa a la carta del tarot el Mundo (Arcano XXI), carta que nos habla de la evolución final del individuo y del cierre perfecto de un ciclo, connotando ideas como la transmutación de la oscuridad en luz, la armonía, la victoria y la gloria. Este significado se alinea con el fin del sufrimiento de Flamenca y su maduración completa como sujeto que ha experimentado el «viaje del héroe» (Campbell, 1973).

¹²⁴ Hipótesis 1: El estrellato de Rosalía se construye como una forma de mitología contemporánea.

- La narrativa: mediante el desarrollo visual de una historia escrita con imágenes, los *artworks* condensan puntos de inflexión en la historia de Flamenca que siguen el esquema arquetípico del «viaje del héroe». Algunos momentos destacables son la encarnación de la protagonista en un cuerpo humano y su experimentación de los celos de su marido (*artwork 3. Pienso en tu mirá*), el renacimiento y la clarividencia del espíritu (*artwork 7. Bagdad*) o el enfrentamiento a su marido y la consumación de la justicia sagrada (*artwork 10. Maldición*), como expresó Dante Alighieri: «El camino al paraíso comienza en el infierno».

- La filosofía: *El mal querer* introduce constantes referencias esotéricas pertenecientes a varias corrientes espirituales como el catolicismo, el misticismo cristiano, el budismo o la espiritualidad *new age*. Algunos ejemplos son la referencia a la predestinación del alma y la encarnación (*artwork 1. Malamente*), los pactos kármicos entre el yo divino y el yo terrenal (*artwork 2. Que no salga la luna*), la rendición ante el sufrimiento y la aceptación del dolor propia del santo (*artwork 4. De aquí no sales*), la sexualidad divina y el amor como fuerza vivificante (*artwork 8. Éxtasis*), la transmutación de dolor mediante la alquimia del espíritu y el amor cósmico (*artwork 9. Nana*), entre otros.

Videos musicales

El videoclip de *Malamente* (Cap. 1 *Augurio*) funciona como una obertura operística, es decir, condensa de manera sintética el arco narrativo que desplegarán posteriormente las otras diez canciones del álbum. A lo largo del video observamos una evolución de Flamenca: la protagonista comienza encarnando el arquetipo de la feminidad ornamental y pasiva (reflejada por las flores en macetas de porcelana de la escena 3), continúa con su muerte (atropellada por un coche y enterrada en el tráiler de un camión en la escena 4) y su posterior renacimiento como una heroína empoderada y libre, retando con su moto al torero masculino que simboliza el peso de la tradición y del patriarcado (escena 6).

A lo largo del video predomina el concepto de performatividad aplicado al discurso sobre sexo/género y a la tensión tradición/modernidad. Podemos sintetizar estos dos aspectos de la siguiente manera:

1) Observamos la ocupación de espacios heteronormativos —talleres de mecánica, cabinas de camión, camping en polígonos, etc. —, así como la reapropiación de acciones y actitudes tradicionalmente asociadas a la masculinidad: el *manspreading* (ahora transformado en *womanspreading*), el estilo corporal duro y una actitud provocativa, referencias a las bebidas espirituosas, el símbolo del toro como nuevo emblema de la heroína protagonista y la asociación del motor y el peligro con la feminidad subversiva. La iteración de estos símbolos —tradicionalmente asociados a la masculinidad— bajo un nuevo contexto y un nuevo agente (esto es, el sujeto femenino históricamente excluidos de tales acciones y espacios) genera una recontextualización de dichos símbolos. Esta reescritura paródica «puede convertirse en el lugar de una *performance* disonante y desnaturalizada que revele el estatus igualmente performado del modelo natural» (Butler, 1990: 146). De tal forma, observamos cómo opera una crítica a los roles masculinos y femeninos histórica y discursivamente edificados bajo la noción de lo *natural* o tradicional.

2) Una forma de reescritura de los símbolos nacionales, gesto que podríamos definir como «la modernidad pixelando la tradición» (Hutchinson, 2018). En este sentido, la actualización de símbolos como la plaza de toros —releída bajo la óptica *quinqui* del *parking* poligonero de extrarradio— o la figura del nazareno en *skateboard* —en quien su color púrpura hace referencia tanto a la Pasión de Cristo como a las víctimas de la violencia machista del 8M— reflejan una tensión entre tradición y la modernidad que la artista catalana decide no resolver (Romero, 2021).

Respecto al video musical de *Pienso en tu mirá* (Cap. 3: *Celos*), observamos cómo dicha pieza audiovisual sublima el arquetipo de un tipo de feminidad «fracasada» —socialmente leída como la mujer «poligonera» o *choni*, indecorosa y perteneciente a un estrato social

bajo—, ahora convertida, mediante un ejercicio de performatividad, en una forma de femineidad empoderada que reescribe su propia norma. Más allá de la afinidad biográfica de Rosalía con el contexto de la clase obrera y la periferia urbana, se hace patente cómo la cantante catalana aglutina bajo un giro femenino una confluencia de diversos elementos en su único universo artístico: el pintoresquismo español, el charneguismo y su propio acento, la estética del cine quinquí, la mística propia de Camarón, o la obsesión por el lujo y el oro (Cuesta, 2021).

Al igual que sucede en el video de *Malamente*, las imágenes de *Pienso en tu mirá* apuntan a una colectivización del enemigo común: el machismo y la violencia sexista, lo que nos acerca a una visión más sistémica del propio patriarcado que evita fijar el punto de mira en un único sujeto culpable y fácilmente identificable. Mediante el uso de planos POV (*point of view*), como vemos en la escena 1, el video trata de hacer partícipe al propio espectador de esta problemática social. Por otro lado, el video de *Pienso en tu mirá* también revela que la sed material de riquezas y la propia inconsciencia de Flamenca son elementos que conducen a la protagonista femenina a casarse con su marido y caer en la relación de amor tóxica. En este sentido, las figuras vestidas con un hábito negro (véase las escenas 2, 4, 5 y 9) representan una externalización de esta «sombra» psicológica de Flamenca. Entendiendo que, en sus estadios iniciales de inconsciencia, la protagonista ha sido guiada por sus impulsos más oscuros e inconsciente hacia el inexorable desastre. Punto de partida que supone la «llamada a la aventura» y el inicio del «viaje del héroe» (Campbell, 1973).

Por último, el videoclip de *Bagdad* (Cap. 7 *Liturgia*) nos presenta de nuevo la idea de la muerte y renacimiento de Flamenca. Esta vez, la idea se representa a través del ahogo de la protagonista en un mar de lágrimas en el cuarto de baño de un club de striptease. El video recurre al imaginario católico de nuevo para mostrarnos el renacimiento de Flamenca bajo un estado beatífico, muy similar al cuadro de *La*

Inmaculada Colosal del pintor barroco Esteban Murillo. La protagonista accede a la clarividencia del conocimiento (estado representado por la luz del sol en la escena 6, símbolo también presente en el *artwork* de la misma canción) tras experimentar la muerte simbólica del yo y la posterior trascendencia de su sufrimiento egoico. Ahora consciente de su poder interno, la heroína se alza sobre las tinieblas mediante un gesto de ascensión, pues «tales imágenes significan que en todos los niveles de la vida humana, como también en los planos cósmicos, una época sombría va seguida de una época luminosa, pura, regenerada» (Chevalier y Gheerbrant, 1986: 663).

7. 1. 3. Análisis musicológico de *El mal querer*

1) *Malamente* (Cap. 1: *Augurio*): destaca el estribillo construido en base a un contrapunto de *ad libs* o interjecciones (recurso muy empleado en la música urbana y en el jaleo flamenco). La canción respeta la fórmula de la adicción (Findeisen, 2016), siguiendo una estructura de amplio uso en la música *mainstream* mientras se explora el registro de géneros como los tangos flamencos, la copla, el *hip-hop* y el *R&B*.

2) *Que no salga la luna* (Cap. 2: *Boda*): esta canción se basa en el *sampling* del rasgueo de guitarra de la canción *Mi canto por bulerías* de la Paquera de Jerez. En este sentido, encontramos técnicas de producción modernas (*sampling*, *looping*, ecualización y efectos) aplicadas a un material sonoro tradicional. Esto introduce una referencia intertextual a una pieza consagrada del canon flamenco. Por otro lado, observamos que las diversas secciones y las dinámicas de esta segunda canción se ven determinadas por la oscilación de un *low-pass filter* (efecto que elimina las frecuencias agudas y medias del espectro sonoro), siguiendo una estructura musical poco convencional (hay una ausencia de clímax prevalente hasta el final de la canción).

El efecto de sumergimiento que genera este efecto *low-pass filter* nos concede el acceso a una nueva dimensión semiótica: el mundo interior de Flamenca y sus sentimientos verdaderos. En este sentido, vemos como la protagonista se halla separada emocionalmente del entorno festivo que la rodea (la boda y el jaleo). Triste en su interior por la boda incipiente, la protagonista femenina evita hacerse consciente de su verdad interior (fase arquetípica del héroe conocida como el «rechazo a la llamada») mientras los invitados a la boda cantan «Que no salga la luna». Un llamamiento a que no se revele aquello que se halla oculto dentro de ella: los sentimientos de infelicidad y mal augurio respecto a su casamiento con su marido celoso.

3) *Pienso en tu mirá* (Cap. 3: *Celos*): destacamos la producción vanguardista de esta canción, donde resulta llamativa la hibridación sonora entre elementos orgánicos (palmas, coro de voces blancas y la voz de Rosalía) junto a los sonidos electrónicos (bajo subgrave, piano eléctrico y *sampling* de ruidos). La textura musical se halla altamente polarizada entre el registro grave y agudo, generando una actualización tímbrica del sonido flamenco canónico. Igualmente, destaca la introducción del ritmo de bulerías y los ritmos irregulares (alternando 12/8 y 10/8 en los estribillos de la canción). En la última sección somos testigos de la dimensión de lo *cyborg* que introduce la voz robótica e hiperprocesada con *autotune* de Rosalía, cualidad que contrasta con las otras voces sin efectos agresivos en el resto de la canción.

4) *De aquí no sales* (Cap. 4: *Disputa*): El concepto de hibridación sonora se lleva al paroxismo en esta canción. Observamos un eclecticismo sonoro que mezcla influencias de la música vocal antigua (recursos de melodías cíclicas o *cantus firmus* propios del repertorio medieval del Ars Antiqua y los motetes renacentistas), la música popular (el empleo de la toná libre y la inspiración en el *Pregón de los caramelos* de Macandé) y el lenguaje del pop urbano y la música *mainstream* (la presencia de *autotune*, *sampling*, bajos subgraves, bombos electrónicos, etc.). Además,

hallamos la inclusión de sonidos cortantes y agresivos de motores, sirenas, derrapes y otros efectos, ruidos que en un plano semiótico simbolizan la violencia física que el marido de Flamenca ejerce sobre la protagonista (estableciendo un nuevo punto de diálogo intertextual entre la música y la narrativa conceptual). *De aquí no sales* refleja el recurso del contrapunto flamenco donde la melodía principal es acompañada por otra línea vocal cíclica. Adicionalmente, la canción combina de forma constante dualidades sonoras: el sonido natural y procesado; lo orgánico y lo sintético; las palmas flamencas y los *beats* electrónicos.

5. *Reniego* (Cap. 5: *Lamento*): esta pieza destaca por el carácter orquestal del acompañamiento instrumental (interpretado por un sexteto de cuerda) que acompaña la voz sin efectos de Rosalía. La letra de la canción expresa en forma de lamento la escisión emocional que siente Flamenca entre su mundo interno y su externo: «Ay, yo río por fuera y lloro por dentro», como dice la letra. Este texto se acompaña de una correspondencia entre el registro *forte* (que se asemeja con el concepto de «fuera», lo externo) y *piano* de la voz (que representa la parte íntima de flamenca, toda la tristeza que lleva «por dentro»). Adicionalmente, destaca la combinación del carácter orquestal del minimalismo sacro, con una cita armónica a la pieza *Cantus in Memoriam Benjamin Britten* (1977) del compositor estonio Arvo Pärt, el lenguaje orquestal y la interpretación pasional de géneros como la zarzuela y la copla.

7. 2. Conclusiones: claves del estrellato de Rosalía

1. El arquetipo de *El viaje del héroe* como eje vertebrador del álbum

La estructura narrativa y conceptual de *El mal querer* adapta a la historia de Flamenca este mito arquetípico definido por Joseph Campbell en *The Hero with a Thousand Faces* (1973). El monomito del héroe es la estructura narrativa presente más común en la diversidad de tradiciones

orales, literarias y ficcionales en gran parte de culturas a lo largo del globo —ejemplo de ello son las historias de Hércules, Buddha, Jesucristo o Neo en *Matrix* (1999)—. Al adaptar este mito al *storytelling* y la narrativa del *El mal querer*, vemos como este álbum conceptual se presenta como una versión contemporánea de dicho mito, dejando en el espectador un familiar «aroma a *déjà vu*» propio de las obras de culto y su uso de arquetipos culturalmente compartidos (Eco, 1985: 10).

De tal forma, El viaje de el héroe mito condensa ciertas fases arquetípicas que la narrativa de *El mal querer* replica:

- 1) La llamada a la aventura
- 2) El rechazo de la llamada
- 3) El descenso a los infiernos
- 4) La batalla contra el dragón y la muerte del héroe
- 5) El renacimiento y la obtención del botín
- 6) La vuelta al mundo normal y la entrega del elixir (integración de la psique, reconstrucción, empoderamiento)

Además de atravesar las diversas fases arquetípicas de este monomito, la evolución de Flamenca (*alter ego* de Rosalía) en tanto personaje femenino en busca de redención atestigua la condición moderna de la mujer y su esfuerzo por hacerse dueña de sí misma en un mundo marcado por el machismo y la violencia heteropatriarcal. A nivel colectivo¹²⁵, el álbum refleja elementos del *zeitgeist* tales como la búsqueda de paridad social, así como la contienda social y la agenda política de la cuarta ola feminista que busca erradicar el fantasma de la violencia de género (Sternadori, 2019).

¹²⁵ El reflejo de *El mal querer* sobre este aspecto individual y colectivo acerca de la construcción identitaria de mujer refuerzan la validez de la H2 de esta investigación: El universo de *El mal querer* refleja las dinámicas que experimenta la identidad en el seno de la cultura digital e hiperconectada.

2. Su transmedialidad y carácter hipertextual. La inteligencia colectiva

Como recuerda José María Barbat, director de Sony Music España: «ahora, el proceso de lanzamiento de las estrellas digitales es fruto de una inteligencia colectiva» (Barbat, 2019). En el caso de Rosalía, advertimos cómo la propuesta de su universo transmedia conforma ya una mitología nacional propia de la generación *millennial*: su *leitmotiv* intergeneracional —el «trá trá» del estribillo de *Malamente*—, el retrato *faceless* de la cantante creado por la popular artista Coco Dávez o sus largas uñas de gel, constituyen ya un «signo de reconocimiento o "contraseña" entre gente hospitalaria (*tessera hospitalis*)» (Han, 2020: 11).

Entre los elementos que han conformado el fenómeno Rosalía podemos enumerar: su lenguaje altamente *viralizable* y *memeizable*, los diseños artísticos de cada canción y la baraja del tarot creada por Filip Custic, el poder semiótico de la moda y sus diseñadores —Palomo Spain, Dominnico, Burberry—, el baile y coreografías de Charm La' Donna, el imaginario *quinqui* posmoderno de los videoclips realizados por la productora Canadá, la actividad de Rosalía en redes sociales —Instagram y TikTok, principalmente—, su sonido flamenco-urbano con referencias al pop y la música antigua, y su diálogo narrativo e intertextual con la obra occitana *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]). Desde el punto de vista de la recepción, tampoco podemos dejar de mencionar la cocreación de su obra por parte de los *fans* —donde destaca el análisis musical del *youtuber* Jaime Altozano al que la propia Rosalía respondió vía Instagram—, así como los *frames* periodísticos que los medios han generado a su alrededor (Terrasa Rico, 2021b).

Teniendo en cuenta todos estos elementos, no cabe duda de que asistimos a un caso paradigmático del concepto de narrativa transmedia propuesto por Henry Jenkins (2003, 2006) y ampliado por Carlos Scolari (2013). Bajo esta acepción contemplamos «el flujo de contenidos a través

de múltiples canales» (Jenkins, 2003: párr. 3) como la característica principal que permite generar un universo complejo y rico que «no se puede explorar o agotar por completo en una sola obra o incluso en un solo medio» (Jenkins, 2006: 114). El álbum de *El mal querer* (2018, Sony Music) es una *grand oeuvre* transmedia que ha dotado a Rosalía de la autoridad carismática (Weber, 2002 [1922]) necesaria para cosechar una masiva audiencia dentro del territorio nacional y allende sus fronteras.

Cabe destacar que la discusión en redes realizada por la cantante Rosalía y el *influencer* musical Jaime Altozano¹²⁶ (véase el caso Rosalía-Altozano en el capítulo III) replica un modelo de conversación digital que hemos diseccionado en nuestro marco teórico del capítulo III a través del concepto de circularidad cultural (Hall, 1980). En este sentido, somos testigos de la visión abierta e interrelacionada —definitivamente no lineal— de los diferentes momentos de gestación/recepción de un fenómeno cultural: producción, consumo, regulación, representación e identidad (Champ, 2008). Esta conceptualización circular, donde cada parte del proceso se halla sujeta a interferencias y contaminaciones por otros agentes (incluidas potencialmente las audiencias), nos sitúa de lleno en dinámicas replicadas por *El mal querer* que nos conducen a confirmar H2 y H4¹²⁷: la cocreación por parte del público, el concepto de «obra abierta» (Eco, 1992) y la «muerte del autor» (Barthes, 1977), el diálogo horizontal entre usuarios *emirec* (1973) y el principio de heterogeneidad de las audiencias en la era digital (Terrasa Rico, 2021a).

¹²⁶ El *youtuber* musical subió a su cuenta de YouTube un video-análisis sobre el álbum titulado «ROSALÍA: Lo que nadie está diciendo sobre EL MAL QUERER | Jaime Altozano». La propia cantante Rosalía pudo responder a dicho video mediante *stories* a través de su cuenta de Instagram pública (@rosalia.vt).

¹²⁷ H2: El universo de *El mal querer* refleja las dinámicas que experimenta la identidad en el seno de la cultura digital e hiperconectada.
H4: El análisis transversal del universo transmedia de *El mal querer* nos lleva a extraer las claves del fenómeno Rosalía.

3. El uso de la polaridad y la tensión

El mal querer se fundamenta en la utilización de lo dicotómico a múltiples niveles —sonoro, estético, conceptual, narrativo, etc.—. La polarización como recurso creativo habilita múltiples lecturas de la obra, imposibilitando la fijación unívoca de un único significado hegemónico por parte de la audiencia. Ejemplo de ello es la puesta en escena de la masculinidad tradicional y de ciertas prácticas asociadas a su *performance* (p. ej.: la práctica de la tauromaquia, el abuso de sustancias, el credo católico o la implicación de la violencia) y, a su vez, la presentación antagónica de otros elementos como *performances* de género subversivas, símbolos de lo *millennial* y, en general, la práctica del *remix* cultural como forma de reescritura de lo normativo (véase el análisis de los videos de *Malamente* y *Pienso en tu mirá* en el capítulo V).

La presencia de estas tensiones conceptuales y estéticas habilitan el poder de la paradoja y la contradicción como germen de múltiples niveles de lectura de la obra. Tal y como Pedro G. Romero (2021) afirma: «Las tensiones son productivas, construyen». Y, respecto a la presencia de símbolos taurinos en el álbum, este experto continúa: «es algo estupendo que Rosalía sea capaz de mantener la tensión entre elementos aparentemente opuestos... y no intentar resolverla (y poder asumir las críticas), sino dejar que sigan operando en tensión» (Romero, 2021).

En este sentido, *El mal querer* funciona como una obra abierta (Eco, 1992) que invita al público a tratar de construir significados y continuar cocreando la obra más allá de un punto de sutura fijado por el autor. A continuación, exponemos algunos de los elementos polarizados hallados en los análisis:

1. En el plano sonoro:

- Sofisticación musical / sencillez musical
- Registro *mainstream* / lo experimental
- Dinámicas en la voz de Rosalía con la presencia de tonos *piano* y dulces con mucho aire / voz de pecho, el *belting* y dinámicas *forte*
- Presencia de la voz natural (que representa lo humano) / la voz con *autotune* (representando lo *cyborg*)
- Atmósfera de música sacra y música flamenca tradicional / música electrónica y urbana, la presencia de la producción contemporánea *mainstream*

2. En el plano conceptual y visual:

- Lo masculino / lo femenino
- Lo humano y natural / la máquina y lo *cyborg*
- Los impulsos terrenales / la iluminación espiritual
- Violencia / amor
- El *status quo* y la parte consciente de Flamenca / El inframundo y el lado inconsciente de Flamenca (representado por el símbolo de la luna)
- El descenso a los infiernos / la subida al cielo
- Dolor / placer
- Muerte / renacimiento
- Femenidad pasiva y cosificada / feminidad empoderada y poder de agencia.
- Alta costura / moda urbana (estilo *choni*).

- Lo sagrado (cruces, santos, aureolas, liturgia, éxtasis espiritual, etc.) / Lo secular y pagano (cartas del tarot, *smartphones*, alcohol, prostitución, éxtasis, lo carnal, etc.)

4. El factor diferencial, la indeterminación y el estatus de autor

El poder disruptivo de *El mal querer* reside en su factor diferencial, aquello que en marketing es conocido como el principio de la vaca púrpura (Godin, 2011). A saber: la capacidad de ser extraordinario, único y arriesgado, logrando así destacar respecto al del resto de la competencia. Aplicado al universo sonoro de *El mal querer*, su mezcla de los géneros pop, flamenco, *R&B* y música experimental nos conduce a un bello punto de indeterminación, sin que ninguno de estos géneros domine por encima del otro, lo que dificulta categorizar a Rosalía dentro de un único género o nicho dominante (Blánquez, 2021). Este elemento de diferenciación e indeterminación, junto al poder de agencia de Rosalía como líder de su propio proyecto, nos conecta con el concepto del autor/a, figura considerada como la cúspide de la jerarquía musical y creativa (Shuker, 2001). Dicho reconocimiento es aplicado a individuos capaces de generar un universo único e innovador que pueda reflejar su sensibilidad y trascender la industria del entretenimiento (Shuker, 2001). Este estatus es otorgado a individuos que van más allá de los límites de su campo artístico y que generan una propulsión creativa (Harrison, 2018) — ejemplo de ello son artistas musicales como Madonna, Bob Dylan, David Bowie o Prince.

De tal forma, el eclecticismo patente de *El mal querer* supuso una fórmula sonora vanguardista y de impacto dentro del paisaje urbano *mainstream* en 2018, el año de su lanzamiento (Novoa, 2020). Tal y como recuerda José Luís Ortiz Nuevo (2021) en la entrevista a nuestro panel de expertos: «Rosalía recupera la inmediatez y el carácter popular del flamenco, donde el patio y el barrio vuelven a ser los espacios que engendraron el

flamenco del pueblo». Este flamencólogo insiste en la idea de que Rosalía no traiciona a este arte y que, por el contrario, lo desanquilosa de la estética del pasado y los dogmas en los que esta música se hallaba atrapada:

Poder bailar flamenco en chándal y deportivas es recuperar el gozo del flamenco liberándolo de la excesiva sacralización y los clichés —la pena, el *quejío* continuo, el abuso de la audiencia a través de la interpretación excesivamente larga, etc.— que han rigidizado a este arte en base a unos códigos promulgados en la década de 1950 y de 1960 y, que en base a las ideas del Mairenismo, trataban de preservar *lo puro*. (Ortiz Nuevo, 2021)

5. Clave final: «¡Yo también quiero ser una estrella!». Cultura participativa y la promesa de la democratización del estrellato

El caso del fenómeno Rosalía es un reflejo de las dinámicas de la cultura participativa, en el que el individuo se topa con la promesa de poder alcanzar el parnaso mediático de las estrellas, *celebrities* e *influencers* a cambio de emprender la senda del *entrepreneur* digital y la cultura de la autopromoción. De tal forma, la expansión de las dinámicas de la cultura participativa (Jenkins, 2010 [1992]) prometen al individuo libre de la sociedad posmasiva digital —antaoño llamado *hombre-masa* (Ortega y Gasset, 2002 [1929])— un lugar propio en el imaginario colectivo. La apertura y circulación de la cultura en sus diversas fases de producción, promoción y consumo (Hall, 1980; Champ, 2008) favorecen la democratización del estrellato, inaugurando un nuevo paradigma de movilidad social más líquido. Tal y como hipotetizamos con H2, Rosalía refleja de manera clara la condición participativa del individuo contemporáneo, ahora amparado bajo la eterna promesa de poder convertirse en una rutilante estrella digital:

Si hoy tuviera que definir la posmodernidad diría: Rosalía [...]. En realidad Rosalía y lo que desarrolla artísticamente, es un enfrentamiento a la aristocracia creativa, a la élite de la cultura que hasta ahora ha sido elegante, clasista y distante. La lógica cultural del capitalismo. (Viladecans, La *Vanguardia*, 29 de junio de 2019)

Chapter 7. Results and Conclusions

7. 1. Discussion of the Results

Throughout this research, we have sought to align our ideas with the interdisciplinary and comprehensive vision of Star Studies (Marshall and Redmond, 2016: 5). Our approach has attempted to transcend the vision of stardom solely as an economic phenomenon inherent to the culture industry and late capitalism, which is a critical view that has been deeply explored by authors such as Illescas (2011; 2014). Instead, our strategy envisions stardom as a form of contemporary mythology (Terrasa *et al.*, 2021), as well as a phenomenon that integrates notions such as the creation of cultural identity (Hall, 2001; Dyer, 2004), the presentation of the individual in society (Marshall, 2010), and ritualistic adoration (Jenkins, 2006; 2016 [1992], Rojek, 2004;). As we discussed in our theoretical framework, stardom is becoming a type of "budding religion" (Morin, 1972), fulfilling the affective-mythical needs of individuals (Busquet-Duran, 2012) in the post-mass and digital era.

7. 1. 1. Analysis of the Journalistic Frames regarding Rosalía in *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, and *ABC*

After thoroughly contemplating the phenomenon of Rosalía and the universe of "El mal querer", we deemed it necessary to analyze the journalistic narratives¹²⁸ that led to the co-creation of this phenomenon in the media, and to identify the underlying frames within this media discourse. By working with the notion of culturally embedded frames (Van Gorp, 2010), we were able to connect journalistic framings with narratives, myths, archetypes, metaphors, and symbols that underlie a specific theme, thereby guiding us toward deeper meanings and thought structures beyond the scope of the analyzed texts (Van Gorp, 2010; Van Gorp and Vercruyssen, 2012). Thus, our task consisted of reconstructing the facets of the polyhedral tool-kit of cultural values that journalists and audiences resort to when constructing a sense of social reality (Gamson and Modigliani, 1989).

In the case of Rosalía's stardom¹²⁹, there is no doubt that the present analysis brought forth seemingly conflicting narratives, even within the media outlets analyzed. For example, we observed various frames that depict Rosalía as an individual vested with authority through her extraordinary, proactive qualities, as reflected in 1A The Idol, 1B The Heroine and Her Army, 2A The Revolutionary Artist (tradition and modernity), and 5 The Liberator of the Oppressed. On the other hand, certain frames reflect stardom in the digital era with a pessimistic view similar to the Frankfurt School's critique of mass cultural products (Horkheimer and Adorno, 1988 [1944]). With this latter type of framing,

¹²⁸ A total of 331 articles from the media outlets *El País*, *El Mundo*, *La Vanguardia*, and *ABC* were analyzed. We narrowed down the publication dates between January 1, 2018 and March 15, 2020.

¹²⁹ We cite the eleven frames found during our analysis: 1A The Idol, 1B The Heroine and Her Army, 1C The Ambassador (local/global), 2A The Revolutionary Artist [tradition and modernity], 2B The Generational Nexus, The Invader (the death of flamenco), 4 Cultural Universalism, 5 The Liberator of the Oppressed, 6 The Total Work of Art, 7 The Hyperbole, 8 The Mass Product, 9 The Narcissistic Fanatic, 10 The Trojan Horse, and 11 The Pandora's Box.

stars like Rosalía are reduced to passive objects of adoration and consumption orchestrated by the interests of the culture industry (7 The Hyperbole and 8 The Mass Product).

Other frames, such as 1C The Ambassador (local/global) and 4 Cultural Universalism, are at the opposite end of a pessimistic or apocalyptic view, perceiving the internationalization of Spanish and flamenco in a positive way. These frames envision the global success of the Catalan artist, which is a faithful reflection of the process known as glocalization, or a triumph of "the reaffirmation of the identity of human collectives and localization" (Martí, 2000: 55). On the other hand, Frame 3 The Invader (the death of flamenco), which mostly appeared in *ABC* and *El Mundo*, conveys the idea of Rosalía as a "false revolutionary" of flamenco, alleging that due to her ignorance of the rules of the "jondo" art¹³⁰, the Catalan artist poses a threat to the tradition of flamenco. The wide variety of frames encountered confirm the researcher's need to sustain the "ambivalence and contradictions" (Figueroa, 2015: 23), which emerge when trying to analyze a complex and multi-level phenomenon such as stardom in the digital era. On the other hand, the decisive role of the press in shaping the Rosalía phenomenon has been confirmed, supporting the validity of Hypothesis 3 (H3)¹³¹ posed at the beginning of our research.

7. 1. 2. The Iconographic-Iconological Analysis of "El mal querer"

By applying Panofsky's iconographic-iconological method (1939), we have unveiled multiple layers of significance regarding the music videos and artworks of "El mal querer":

¹³⁰ This frame uses the discursive resource of polarization between in-groups and out-groups (Van Dijk, 2016), generating the urgency to exclude any heterodox agent and reinforce the identity sentiment of "the pure" in the field of flamenco.

¹³¹ Hypothesis 3: The Rosalía phenomenon is co-created by the frames constructed by the Spanish mainstream press.

a) At the pre-iconographic level, we analyzed characteristics such as color, light, composition, set design, props, characters, attire, and the general aesthetics of the scenes and images analyzed.

b) At the iconographic level, we were able to unravel the narrative or diegetic thread that underpins the conceptual design of the eleven songs on the album.

c) At the iconological level, we discovered profound meanings with regard to the cultural context of the work and our cultural background as spectators (e.g., intertextual references, polysemic symbols, religious narratives, archetypes, and metaphors).

Artwork

The 12 pieces of artwork designed by Filip Cusic, which accompany the cover and the eleven songs of the album, reinforce the various leitmotifs from which the "mythical speech" (Barthes, 1999 [1957]) of the universe of "El mal querer", as well as the Rosalía phenomenon, are established. These features, which consolidate Hypothesis 1 (H1)¹³², can be grouped into four categories:

- Aesthetics: all the artworks display typical attributes of Flamenca (Rosalía's alter ego), such as her long, black-as-night hair, large hoop earrings, red lipstick, overgrown nails, gold jewelry and trinkets, feminine sensuality, curvy aesthetics, flamenco gestures and *mudras*, as well as the protagonist's fair skin, which is the last aspect connecting us to the marble-like appearance of mythological sculptures from the eras of the Baroque, Renaissance, and Classical Antiquity.
- The heroine's character development: in the artwork for the cover of "El mal querer," we see a victorious Flamenca, symbolizing the

¹³² Hypothesis 1: Rosalía's stardom is constructed as a type of contemporary mythology.

triumph of life over death. The design is a direct reference to the tarot card known as The World (Arcanum XXI), which alludes to the individual's ultimate evolution and the perfect closure of a cycle, connoting ideas such as the transmutation of darkness into light, harmony, victory, and glory. This meaning is consistent with the end of Flamenca's suffering and her complete maturation as a subject who has undertaken the Hero's Journey (Campbell, 1973).

- Narrative: through the visual development of a story told with images, the artwork condenses pivotal moments in Flamenca's tale that follow the archetypical plot of the Hero's Journey. Some notable moments include the protagonist's incarnation into a human body and the experience of her husband's jealousy (Artwork 3, "Pienso en tu mirá"), the rebirth and clairvoyance of the spirit (Artwork 7, "Bagdad"), and the confrontation with her husband followed by the consummation of sacred justice (Artwork 10, "Maldición"). As Dante Alighieri put it, "The road to paradise begins in hell."
- Philosophy: "El mal querer" constantly introduces esoteric allusions to various spiritual currents such as Catholicism, Christian mysticism, Buddhism, and New Age spirituality. Examples include a reference to the predestination of the soul and incarnation (Artwork 1, of "Malamente"), karmic pacts between the divine and earthly selves (Artwork 2, "Que no salga la luna"), the surrender to suffering and acceptance of pain, akin to the saintly realm (Artwork 4, "De aquí no sales"), divine sexuality and love as a life-giving force (Artwork 8, "Éxtasis"), and the transmutation of pain through the alchemy of the spirit and cosmic love (Artwork 9, "Nana"), among others.

Music Videos

The music video for "Malamente" (Chapter 1, Augurio) is similar to an opera overture, succinctly condensing the narrative arc that unfolds into the ten other songs on the album. Throughout the video, we see how Flamenca evolves: the protagonist begins by embodying the archetype of ornamental and passive femininity (reflected by the porcelain flowerpots in Scene 3); this is followed by her death, as she is run over by a car and buried in the trailer of a truck in Scene 4; then she is reborn as an empowered and liberated heroine, using her motorcycle to challenge the male bullfighter, who symbolizes the authority of tradition and patriarchy (Scene 6).

The concept of performativity applied to the discourse on sex and gender, as well as the tension between tradition and modernity, dominate throughout the video. We can see the way these two aspects are synthesized as follows:

1. We observe heteronormative spaces, such as mechanics' workshops, truck cabins, campsites in industrial areas, etc., as well as the appropriation of actions and attitudes traditionally associated with masculinity: manspreading (now transformed into womanspreading), tough body styles, an aggressive attitude, references to alcohol use, the symbol of the bull as the new emblem of the heroine, and the association between an engine and the danger of subversive femininity. Although these symbols are traditionally associated with masculinity, their repetition in a new context with a new agent, which is the female who has been excluded from such actions and spaces throughout history, generates a re-contextualization of these hallmarks. This parodic rewriting "can become the site of a dissonant and denaturalized performance that reveals the equally performed status of the natural model" (Butler, 1990: 146). Thus, we observe the inner workings of critique focused on historically and discursively

constructed masculine and feminine roles under the notion of what is considered natural or traditional.

2. We see a type of rewriting of national symbols, which is a gesture that we might define as "modernity pixelating tradition" (Hutchinson, 2018). In this sense, the updating of symbols such as the bullfighting arena, reinterpreted from the viewpoint of the *quinqui* style of suburban parking lots, as well as the figure of a Nazarene on a skateboard in which the color purple refers to both The Passion of Christ and the victims of gender-based violence on March 8th, reflects tension between tradition and modernity that the Catalan artist chooses not to resolve (Romero, 2021).

Regarding the music video "Pienso en tu mirá" (Chapter 3, Jealousy), we observe how this audiovisual piece sublimates the archetype of a somewhat "failed" femininity, socially interpreted as a *poligona* or *choni* woman, indecorous and belonging to a low social class, which is now transformed through performativity into a type of empowered femininity that rewrites its own norms. Beyond Rosalía's biographical affinity with the working class and the urban fringe, it is evident that the Catalan singer puts a feminine twist on the convergence of various elements in her unique artistic universe: Spanish eccentricity and picturesque, *charneguismo* and her own accent, the aesthetics of *quinqui* cinema, the mystique of Camarón, and the obsession with luxury and gold (Cuesta, 2021).

As in the "Malamente" video, the images of "Pienso en tu mirá" point to a collectivization of the common enemy: sexist violence. This brings us closer to a more systemic view of patriarchy itself, which avoids focusing on a single guilty party and easily identifiable subject. Through the use of POV (point of view) shots, as observed in Scene 1, the video tries to involve the viewer in this social problem. On the other hand, the video "Pienso en tu mirá" also reveals how the lust for riches and Flamenca's own unconsciousness are factors that lead the female protagonist to marry

her husband and fall into a toxic love relationship. In this sense, the figures dressed in black (see Scenes 2, 4, 5, and 9) represent an externalization of this psychological "shadow" of Flamenca. With this in mind, in the initial stages of unconsciousness the protagonist is guided by her darkest, incognizant impulses toward inevitable disaster. This is the starting point that represents The Call to Adventure and the beginning of The Hero's Journey (Campbell, 1973).

Finally, the music video "Bagdad" (Chapter 7, Liturgia) once again presents the idea of Flamenca's death and rebirth. This time, the idea is depicted by the drowning of the protagonist in a sea of tears in the bathroom of a strip club. The video again alludes to Catholic imagery in showing us the rebirth of Flamenca in a beatific state, very similar to the painting of *The Colossal Immaculate* by Baroque artist Esteban Murillo. The protagonist gains access to the clairvoyance of knowledge (a state represented by the sunlight in Scene 6, a symbol which is also present in the artwork of the same song), after experiencing the symbolic death of the self and the subsequent transcendence of her egoic suffering. Aware of her internal power, the heroine now rises above the darkness through a gesture of ascension, for "such images mean that at all levels of human life, as well as on cosmic planes, a dark period is followed by a luminous, pure, regenerated stage" (Chevalier and Gheerbrant, 1986: 663).

7. 1. 3. Musicological Analysis of "El mal querer"

1. "Malamente" (Chapter 1, Augurio): The highlight here is the composition of the chorus based on a counterpoint of ad-libs and interjections (a technique commonly used in urban music and flamenco *jaleo*). The song uses a pattern of addiction (Findeisen, 2016), following a structure widely used in mainstream music, while exploring the genres of flamenco tangos, copla, hip-hop, and R&B.

2. "Que no salga la luna" (Chapter 2, Boda): This song is based on a sampling of the guitar strumming from the song "Mi canto por bulerías" by La Paquera de Jerez. In this sense, we find modern production techniques (sampling, looping, equalization, and effects) applied to traditional sound material. This introduces an intertextual reference to a consecrated piece of a flamenco canon. On the other hand, we can see how the various sections and dynamics of this second song are determined by the oscillation of a low-pass filter, an effect that eliminates the high and mid-level frequencies of the sound spectrum, which follow an unconventional musical structure, as there is an absence of a prevailing climax until the end of the song.

The immersion effect generated by this low-pass filter gives us access to a new semiotic dimension: Flamenca's inner world and her true feelings. As such, we see how the protagonist is emotionally separated from the festive environment around her, which is the wedding and the *jaleo*. On the inside, she is melancholic about the impending wedding, as the female protagonist fails to realize her inner truth, which is an archetypical phase of the hero known as The Refusal of the Call. At the same time, the wedding guests sing *que no salga la luna*, translated as *shall the moon not come out*. This is a call not to reveal what is hidden within her: feelings of unhappiness and bad omens related to her marriage to a jealous husband.

3. "Pienso en tu mirá" (Chapter 3, Jealousy): Here we highlight the avant-garde production of the song, where the hybridization of organic elements such as clapping, a choir of young voices, and Rosalía's own voice, combined with electronic sounds such as sub-bass, electric piano, and noise sampling, is striking. The musical texture is highly polarized between the low and high registers, generating a timbral-update of canonical flamenco sounds. Similarly, the introduction of the *bulerías* rhythm and irregular cadences (alternating between 12/8 and 10/8 in the song's

choruses), also stands out. In the last section, we see the cyborg aspect of Rosalía's robotic, hyper-processed voice enabled by Auto Tune, a quality that contrasts with the other voices without aggressive effects to the rest of the song.

4. "De aquí no sales" (Chapter 4, Dispute): The concept of sound hybridization is taken to its extreme in this song. We observe sonic eclecticism that combines influences from ancient vocal music, such as resources of cyclical melodies or *cantus firmus* typical of the medieval Ars Antiqua repertoire and Renaissance motets, together with popular music, such as the use of *free toná* and inspiration from Macandé's "Pregón de los caramelos", as well as the language of urban pop and mainstream music with the presence of Auto Tune, sampling, sub-bass, electronic kicks, and more. In addition, we find sharp, aggressive sounds of engines, sirens, skids, and other effects, which are noises that semiotically represent the physical violence perpetrated on the protagonist by Flamenca's husband, thereby establishing a new point of intertextual dialogue between music and the conceptual narrative. "De aquí no sales" reflects the flamenco counterpoint where the main melody is accompanied by another cyclical vocal line. Moreover, the song continuously merges sonic dualities: natural and processed sound; organic and synthetic aspects; flamenco claps and electronic beats.
5. "Reniego" (Chapter 5, Lament): This piece stands out for the orchestral nature of the instrumental sounds, played by a string sextet, which accompany Rosalía's voice without effects. In the form of a lamentation, the song's lyrics express the emotional schism that Flamenca feels between her inner and outer worlds: *Ay, yo río por fuera y lloro por dentro*, translated as "My God, I laugh on the outside and cry on the inside!". This text is accompanied by a correlation between the *forte* register, which resembles the concept

of "outside", or external, and the *piano* of the voice, which represents Flamenca's inner being, or the sadness she carries "inside". Additionally, the combination of sacred orchestral minimalism, which adds a harmonic quote from the piece entitled "Cantus in Memoriam Benjamin Britten" (1977) by Estonian composer Arvo Pärt, along with the passionate interpretation and orchestral language from genres such as zarzuela and copla, create an experience that is unique, stylistic, and aesthetic.

7. 2. Conclusions: the Keys to Rosalía's Stardom.

1. The Hero's Journey archetype as the backbone of the album

The narrative and conceptual structure of "El mal querer" adapts the story of Flamenca to the quintessential myth defined by Joseph Campbell in *The Hero with a Thousand Faces* (1973). The hero's monomyth is the most common narrative in the diversity of oral, literary, and fictional traditions in many cultures around the globe, examples of which include the stories of Hercules, Buddha, Jesus Christ, and Neo *The Matrix* (1999). By adapting this myth to the storytelling and narrative of "El mal querer", we see how this conceptual album presents itself as a contemporary version of the monomyth, leaving the viewer with a familiar feeling of "déjà vu", which is typical of cult works and their use of culturally shared archetypes (Eco, 1985: 10). Thus, the myth of The Hero's Journey condenses certain archetypical phases that is replicated by the narrative of "El mal querer":

1. The Call to Adventure.
2. The Refusal of the Call.
3. The Descent into the Underworld.
4. The Battle against the Dragon and the Hero's Death.

5. Rebirth and the Attainment of the Boon.
6. The Return to the Normal World and the Delivery of the Elixir (Integration of the Psyche, Reconstruction, and Empowerment).

In addition to traversing the various archetypal phases of this monomyth, the evolution of Flamenca (Rosalía's alter ego) as a female character seeking redemption attests to the modern condition of women and their efforts to take control of their own destiny in a world characterized by sexism and hetero-patriarchal aggression and violence. At the collective level¹³³, the album reflects elements of the zeitgeist, such as the pursuit of social parity, as well as the social struggle and political agenda of the fourth wave of feminism, which seeks to eradicate the specter of gender violence (Sternadori, 2019).

2. Transmediality and hypertextual nature; the collective intelligence

As recalled by José María Barbat, director of Sony Music Spain, "Nowadays, the process of launching digital stars is the result of collective intelligence" (Barbat, 2019). In the case of Rosalía, we see how her transmedia universe has created a national mythology characteristic of the millennial generation: her intergenerational leitmotif with the "trá trá" of the Malamente chorus, the faceless portrayal of the singer created by the popular artist Coco Dávez, and her long gel fingernails all represent a "sign of recognition", or "password", among like-minded people (*tessera hospitalis*)" (Han, 2020: 11).

Among the features that have shaped the Rosalía phenomenon are the following: her highly viralized and memeable language; the artistic designs

¹³³ The reflection of "El mal querer" on this individual, as well as the collective aspect regarding the construction of female identity, reinforces the validity of H2 in this research: The universe of "El mal querer" reflects the dynamics experienced by identity within the digital and hyper-connected culture.

of each song along with the tarot card deck created by Filip Cusic; the semiotic power of fashion and its designers, Palomo Spain, Dominnico, and Burberry; the dance and choreography of Charm La' Donna; the postmodern *quinqui* imagery of the music videos made by the production company Canadá; Rosalía's activity on social networks, mostly Instagram and TikTok; her flamenco-urban sound with references to pop together with music from the ancient world; and her narrative and intertextual dialogue with the Occitan work known as *El román de Flamenca* (Covarsí Carbonero, 2019 [1287]). From the reception standpoint, we must comment on the co-creation of her work by fans, in which the musical analysis of YouTuber Jaime Altozano stands out (to which Rosalía herself responded by Instagram), as well as the journalistic frames that the media have generated with regard to the singer (Terrasa Rico, 2021a).

If we take all of these elements into account, there is no doubt that we are witnessing a paradigmatic case of the transmedia narrative proposed by Henry Jenkins (2003, 2006), and further developed by Carlos Scolari (2013). According to this theory, we observe "the flow of content through multiple channels" (Jenkins, 2003: para. 3), which is the main characteristic that allows for the creation of a complex and rich universe that "cannot be explored or exhausted completely in a single work or even in a single medium" (Jenkins, 2006: 114). The album "El mal querer" (2018, Sony Music) is a *grand oeuvre* that has endowed Rosalía with the charismatic authority (Weber, 2002 [1922]) necessary to garner a massive national audience, and followers beyond its borders as well.

It is worth noting that the discussion on social media between the singer Rosalía and musical influencer Jaime Altozano¹³⁴ (see the Rosalía-Altozano case in Chapter III) reproduces a model of digital conversation that we have meticulously analyzed in our theoretical framework in Chapter III, based on the concept of cultural circularity (Hall, 1980). In this

¹³⁴ This musical YouTuber uploaded a video to his YouTube channel titled "ROSALÍA: Lo que nadie está diciendo sobre EL MAL QUERER | Jaime Altozano" The singer Rosalía herself was able to respond to this video through stories on her public Instagram account (@rosalia.vt).

sense, we can see the open and interconnected vision, which is definitely non-linear, of the different moments of the birth and reception of a cultural phenomenon: production, consumption, regulation, representation, and identity (Champ, 2008). This circular concept, where each part of the process is subject to interferences and adulterations by other agents (potentially audiences as well), places us squarely in the dynamics reproduced by "El mal querer", which that leads us to confirm H2 and H4¹³⁵: co-creation by the public; the concepts inherent to the Open Work (Eco, 1992) and The Death of the Author (Barthes, 1977); the horizontal dialogue between users (Emirec, 1973); and the principle of audience heterogeneity in the digital age (Terrasa Rico, 2021b).

3. The use of polarity and tension

"El mal querer" is based on the utilization of the dichotomy at multiple levels— auditory, aesthetic, conceptual, narrative, etc. Polarization as a creative resource enables multiple interpretations of the work, making it impossible for the audience to fixate on a single hegemonic meaning. An example of this is the portrayal of traditional masculinity and certain practices associated with its performance (e.g., bullfighting, substance abuse, the Catholic creed, and violence), juxtaposed with antagonistic elements such as subversive gender performances, millennial symbols, and the cultural remix as a way of rewriting norms (see the analysis of the "Malamente" and "Pienso en tu mirá" music videos in Chapter V).

The presence of this conceptual and aesthetic tensions enables the power of paradox and contradiction as the genesis of multiple levels of interpretation. As Pedro G. Romero asserts: "Tensions are productive; they construct" (Romero, 2021). Regarding the presence of bullfighting

¹³⁵ H2: The universe of "El mal querer" reflects the dynamics experienced by identity within the digital and hyper-connected culture.

H4: The interdisciplinary analysis of the transmedia universe of "El mal querer" enabled us to discover the keys to the Rosalía phenomenon.

symbols in the album, this same expert continues: "It's incredible that Rosalía is able to maintain tension between seemingly opposite elements... and not try to resolve it, and be willing to accept criticism; instead, she lets them continue operating with tension" (Romero, 2021).

In this sense, "El mal querer" is as an open work (Eco, 1992), which invites the audience to construct meanings and continue co-creating the work beyond a point established by the author. Below, we outline some of the polarized elements found in the analyses:

1. At the sonic level:

- Musical sophistication / musical simplicity.
- Mainstream register / experimental register.
- Dynamics in Rosalía's voice with the presence of soft and airy tones / chest voice, belting, and strong dynamics.
- Expression-wise, the presence of natural voice (representing humanity) / autotuned voice (representing the cyborg).
- Atmosphere of sacred music and traditional flamenco / electronic and urban music, and contemporary mainstream production.

2. At the conceptual and visual level:

- Masculine / feminine.
- Human and natural / machine and cyborg.
- Earthly impulses / spiritual enlightenment.
- Violence / love.
- The status quo and the conscious part of Flamenca / the underworld and the unconscious side of Flamenca (represented by symbol of the moon).

- Descent into hell / ascent into heaven.
- Pain / pleasure.
- Death / rebirth.
- Passive and objectified femininity / empowered femininity and agency.
- Haute couture / urban fashion (*choni* style).
- Sacred elements (crosses, saints, halos, liturgy, spiritual ecstasy, etc.) / Secular and pagan elements (tarot cards, smartphones, alcohol, prostitution, carnal ecstasy, etc.).

4. The differential factor, indeterminacy, and authorial status

The disruptive power of "El mal querer" lies in its differential factor, which is known as the *purple cow* principle in marketing (Godin, 2011). Namely, it involves the ability to be extraordinary, unique, and risky, thus standing out from the rest of the competition. Applied to the sonic universe of "El mal querer", its blend of pop, flamenco, R&B, and experimental music leads us to a lovely point of indeterminacy, where none of these genres dominates over the others, making it difficult to categorize Rosalía within a single genre or dominant niche (Blánquez, 2021). This element of differentiation and indeterminacy, along with Rosalía's agency as the leader of her own project, connects us with the concept of the author, who is considered the pinnacle of musical and creative hierarchy (Shuker, 2001). This recognition is applied to individuals capable of generating a unique and innovative universe that is able to reflect their sensitivity and transcend the entertainment industry (Shuker, 2001). This status is bestowed on individuals who go beyond the boundaries of their artistic field and display a creative propulsion (Harrison, 2018), examples of which include musical artists Madonna, Bob Dylan, David Bowie, and Prince.

Thus, the unmistakable eclecticism of "El mal querer" represented a groundbreaking and impactful sonic strategy within the mainstream urban landscape in 2018, the year of its release (Novoa, 2020). As José Luís Ortiz Nuevo recalls: "Rosalía brings back the immediacy and popular character of flamenco, where the courtyard and the neighborhood once again become the spaces that gave birth to the people's flamenco" (Ortiz Nuevo, 2021). As an expert in this genre, Ortiz insists that Rosalía does not betray the flamenco art; on the contrary, she frees it from the aesthetics of the past and the dogmas in which this music was trapped:

Being able to dance flamenco in sweatpants and sneakers is to recover the joy of the genre, liberating it from excessive consecration and clichés, such as sorrow, continuous lament, derision of the audience through excessively long performances, etc., which rigidify the art according to codes promulgated in the 1950s and 1960s based on the ideas of Mairenism that tried to preserve the purity of the art (Ortiz Nuevo, 2021).

5. Final key point: "I want to be a star too!". Participatory culture and the promise of democratizing stardom

The Rosalía phenomenon reflects the dynamics of the participatory culture, where individuals find the promise of being able to reach the media pantheon of the stars, celebrities, and influencers by embarking on the path of digital entrepreneurship and the self-promotion culture. Thus, the spread of participatory cultural dynamics (Jenkins, 2010 [1992]) offers a place in the collective imaginary of free individuals from the digital, post-massive society, formerly known as the domain of the *mass man* (Ortega y Gasset, 2002 [1929]). Opening the door of culture and allowing it to circulate in its various stages of production, promotion, and consumption (Hall, 1980; Champ, 2008) fosters the democratization of stardom, inaugurating a new paradigm of more fluid social mobility. As we

hypothesized in H2, Rosalía clearly reflects the participatory status of contemporary individuals, now sheltered under the eternal promise of becoming a dazzling digital star:

If I had to define postmodernity today, I would say Rosalía [...]. In reality, Rosalía and what she develops artistically, is a confrontation with the creative aristocracy, or the cultural elite of the culture, which has been elegant, classist, and distant until now. That is the cultural logic of capitalism. (Viladecans, La Vanguardia, June 29, 2019)

BIBLIOGRAFÍA

Abbate, C. (1991). *Unsung Voices: Opera and Musical Narrative in the Nineteenth Century*. Princeton, Nueva Jersey: Princeton University Press.

Abril González, J. C. (2015). El espíritu de la reforma litúrgica. *Cuestiones Teológicas*, 42(97), 101-132.

Abruzzese, A. (2004). Cultura de Masas. *CIC*, 189-192.

Alger, D.E. (1989). *The Media and Politics*. Nueva Jersey: Prentice Hall.

Adler, M. (2006). Stardom and Talent. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, 1, 895-906. doi:10.1016/S1574-0676(06)01025-8

Ahmed, S. (2015). *La política cultural de las emociones*. México D.F.: Edinburgh University Press. (Versión original de 2004).

Alonso, J. (2018). La individuación desde el enfoque de Carl G. Jung. *Revista de Psicología Universidad de Antioquia*, 10(1), 325-343. doi:10.17533/udea.rp.v10n1a13

Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado (notas para una investigación)*. Buenos Aires: Nueva Visión.

Altozano, J. (9 de noviembre de 2018). *ROSALÍA: Lo que nadie está diciendo sobre EL MAL QUERER | Jaime Altozano* [Video]. Recuperado de <https://bit.ly/3gkwYcF>

Álvarez-Cueva, P. y Guerra, P. (2021). Rosalía's Kaleidoscope in the Crossroads of Late Modernity. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 13(1), pp. 3-21.

Andrea Sereni, C. (2021). Digital Nomos and the New World Order: Towards a Theological Critique of Silicon Valley. *Tapuya: Latin American Science, Technology and Society*, 4(1). doi:10.1080/25729861.2020.1843870

Ardèvol-Abreu, A. (2016). Framing de las crisis humanitarias en los medios de comunicación españoles: una aproximación inductiva. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 155, 37-54. doi:10.5477/cis/reis.155.37

Arméndariz, C., Sosa, R. y Puca, C. (2013). Análisis y aplicación del método Panofsky en la actividad turística: plan piloto en museos del centro histórico de Quito. *RICIT*, 5, 27-39.

Armstrong, K. (2020). *Breve historia del mito*. Madrid: Siruela.

Austin, J. W. (1962). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.

Azpiazu-Carballo, J. (2017). *Masculinidades y Feminismo*. Barcelona: Virus Editorial.

Azpíroz, M. L. (2014). Framing and Political Discourse Analysis: Bush's trip to Europe in 2005. *Observatorio*, 8, 75-96. doi:10.15847/obsOBS832014763

Baden, C. (2010) *Communication, Contextualization, & Cognition. Patterns & Processes of Frames' Influence on People's Interpretations of the EU constitution*. Delft: Eburon

Bamberger, M. (2012). *Introduction to Mixed Methods in Impact Evaluation*. Nueva York: The Rockefeller Foundation.

Barthes, R. (1977). The Death of The Author. En S. Heath (Ed.), *Image Music Text* (pp. 142-148). Londres: Fontana Press.

____ (1980). *Camera Lucida: Reflections on Photography*. Nueva York: Hill and Wang.

____ (1999). *Mitologías*. Siglo xii editores: Ciudad de México. Versión original de 1957.

Bauman, R. y Briggs, C. L. (1990). Poetics and Performances as Critical Perspectives on Language and Social Life. *Annual Review of Anthropology*, 19(1), 59-88.

Bauman, Z. (2003). *Amor líquido. Acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Bazerman, C. (1988). *Shaping Written Knowledge: The Genre and Activity of the Experimental Article in Science*. Madison: University of Wisconsin Press.

Bowler, P. y Rhys Morus, I. (2007). *Panorama general de la ciencia moderna*. Barcelona: Crítica.

Bateson, G. (1972). A Theory of Play and Fantasy. En G. Bateson, *Steps to an Ecology of Mind: A Revolutionary Approach to Man's Understanding of Himself* (pp. 177–193). Nueva York: Ballantine Books. (Versión original de 1955).

Beauvoir, S. D. (1987). *El segundo sexo*. Buenos Aires: Siglo Veinte. (Versión original de 1949).

Belmonte Jiménez, A. M. (2011). Marilyn Monroe y los estereotipos de género. *Razón y palabra*, 77.

Bennett, W. L., y Edelman, M. (1985). Toward a New Political Narrative. *Journal of Communication*, 35(4), 156–172.

Besigiroha, S. (2010). Independent Women? Feminist Discourse in Music Video. En M. Gymnich, K. Ruhl y K. Scheunemann (Eds.), *Gendered (Re)Visions: Constructions of Gender in Audiovisual Media* (pp.227 – 251). Bonn, Alemania: Bonn University Press.

Blánquez, (2021). Nada es verdad, todo está permitido: sobre la mezcla libre de estilos en «El mal querer». En Carrión (Coord.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 53-68). Madrid: Errata Naturae.

Bordwell, D. (2006). *The Way Hollywood Tells it: Story and Style in Modern Movies*. Oakland, California: University of California Press.

Bowie, A (Ed.) (1998). *Schleiermacher: Hermeneutics and Criticism: And Other Writings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brea, M. (2009). Flamenca. En A. Rossell (Ed.), *El román de Flamenca* (pp. 5-20). Teotihuacan, México: Arlequín Editorial y Servicios. (Versión original de 1287).

Bronstein, C. (2005). Representing the Third Wave: Mainstream Print Media Framing of a New Feminist Movement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 783-803. doi:10.1177/107769900508200403

Bryant, J. y Miron, D. (2004). Theory and Research in Mass Communication. *Journal of Communication*, 54, 662-704. doi: 10.1111/j.1460-2466.2004.tb02650.x

Burch, N. (1981). *Theory of Film Practice*. Nueva Jersey: Princeton University Press. (Versión original de 1969).

Burns, L. A. y Hawkins, S. (2019). *The Bloomsbury Handbook of Popular Music Video Analysis*. Nueva York: Bloomsbury Academic.

Busquet Duran, J. (2012). El fenómeno de los fans e ídolos mediáticos: evolución conceptual y génesis histórica. *Revista de estudios de juventud*, 96, 13-29.

Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo*. Barcelona: Paidós. (Versión original de 1993).

____ (2007): *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós. (Versión original de 1990).

Byrne, D. (2017). *Cómo funciona la música*. Barcelona: Random House.

Cabrera González, M. A. (2001). Convivencia de la prensa escrita y la prensa «on line» en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 71-78.

Campbell, J. (1973). *The Hero with a Thousand Faces*. Nueva York: Princeton University Press.

Carr, N. (2000). Hypermediation: Commerce as Clickstream. *Harvard Business Review*, enero-febrero, 46-47.

Carrión, J. (2021). El fenómeno Rosalía. En: J. Carrión (Ed.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 9-22). Madrid: Errata Naturae.

Cassirer, E. (1968). *Antropología filosófica. Introducción a una filosofía de la cultura*. México: Fondo de Cultura Económica. (Versión original de 1994).

Castells, M. (1997). *El poder de la identidad, Vol. II. La era de la identidad. Economía, sociedad y cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Castro, E. (2019). *El trap. filosofía millennial para la crisis en España*. Errata Naturae: Madrid.

Champ, J. G. (2008). Horizontal Power, Vertical Weakness: Enhancing the "Circuit of Culture". *Popular Communication: The International Journal of Media and Culture*, 6(2), 85-102. doi:10.1080/15405700801977426

Chevalier, J. y Gheerbrant, A. (1986). *Diccionario de símbolos*. Barcelona: Herder.

Chillón, A. (2001). El «giro lingüístico» en periodismo y su incidencia en la comunicación periodística. *Cuadernos.Info*, 14. doi:10.7764/cdi.14.180

Cloutier, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self média*. Montreal: Les Presses de l'Université de Montreal.

Cohen, G. (2015). Expansive Form in Pink Floyd's "Dogs". *Music Theory Online*, 21(2). doi:21. 10.30535/mto.21.2.2.

Córdoba García, D. (2009). Teoría «queer»: reflexiones sobre sexo, sexualidad e identidad. Hacia una politización de la sexualidad. En D. Córdoba, J. Sáez y P. Vidarte (Eds.), *Teoría Queer. Políticas bolleras, maricas, trans, mestizas* (pp. 21-66). Barcelona: Egales.

Córdoba Hernández, A. M. (2009). *La línea editorial de ABC, El País, El Mundo y La Vanguardia frente al conflicto palestino-israelí: 1993-2004*. (Tesis doctoral). Universidad de Navarra, Pamplona.

Correa, G. (1957). El Simbolismo de la Luna en la Poesía de Federico García Lorca. *PMLA/Publications of the Modern Language Association of America*, 72(5), pp.1060-1084. doi:10.2307/460379

Courtwright, C. T. (2019). *The Age of Addiction: How Bad Habits Became Big Business*. Cambridge: Harvard University Press.

Covarsí Carbonero, J. (Ed.) (2019). *El román de Flamenca*. Murcia: Servicio de Publicaciones Universidad de Murcia. (Versión original de 1287).

Crawley, A. T. (2016). *Blackpentecostal Breath: The Aesthetics of Possibility*. Nueva York: Fordham University Press.

Cuesta, M. (2021). «Chándal, oro y mantilla». Las conexiones de Rosalía con el universo quinqui y el mito de la juventud de extrarradio. En Carrión (Coord.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 195-214). Madrid: Errata Naturae.

Cusack, C. (2011). Celebrity, the Popular Media, and Scientology: Making Familiar the Unfamiliar. En J. R. Lewis (Ed.), *Scientology* (pp. 389-410). Universidad de Tromso, Noruega: Oxford Scholarship Online. doi:0.1093/acprof:oso/9780195331493.003.0021

Dalby, B. (2021). Holarchic Media: When Transmedia Just isn't Transmedia Enough. *Academia Letters*, 22(10).

Dantas Guedes, D., y Moreira, V. (2009). El Método Fenomenológico Crítico de Investigación con Base en el Pensamiento de Merleau-Ponty. *Terapia Psicológica*, 27(2), 247-257.

De Aguilera, M., Adell, J. E., y Borges, E. (2010) Apropiaciones imaginativas de la música en los nuevos escenarios comunicativos. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 34, 35-44.

Debord, G. (1967). *La société du spectacle*. París: Buchet-Chastel.

Decker, H. E. (2012). Gendered Spaces: Analyzing the Iconography of Music Videos. *Feminist Media Studies*, 12(1), 139-153. doi:10.1080/14680777.2011.554186

De Diego, E. (2016). Idea: Contribución a la historia del arte [Reseña del libro «Idea: Contribución a la historia del arte», por Panofsky. E.]. *Caleidoscopio*, 12, pp. 152-154.

Deleuze, G. y Guattari, F. (2013): *Rizoma. Introducción*. Valencia: Pre-Textos. (Versión original de 1976).

Denzin, N. K. (1970). *Sociological Methods: a Source Book*. Chicago: Aldine Publishing Company.

Derrida, J. (1967). *Firma, acontecimiento, contexto*. Madrid: Cátedra.

_____ (1986). *De la Gramatología*. Coyoacán: Siglo Veintiuno Ediciones.

De Sousa Santos, B. (2000). *Crítica de la razón indolente. Contra el desperdicio de la experiencia*. Bilbao: Editora Desclée de Brouwer.

De Zutter, S. (2016). *La influencia de la ideología y la línea editorial en la selección de artículos periodísticos traducidos: estudio de caso a partir de dos diarios españoles*. (Tesis doctoral). Universiteit Gent, Gante.

Dobson, A. S. (2015). *Postfeminist Digital Cultures: Femininity, Social Media, and Self-representation*. Nueva York: Palgrave Macmillan.

Dondis, D. A. (1978). *La sintaxis de la imagen. Introducción al alfabeto visual*. Editorial Gustavo Gili: Barcelona.

Dyer, R. (1998). *Stars*. Londres: British Film Institute.

_____ (2004). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. Abingdon: Routledge.

Duffett, M. (2013). Introduction: Directions in Music Fan Research: Undiscovered Territories and Hard Problems. *Popular Music and Society*, 36(3), 299-304.

Durkheim, E. (2007). *Las formas elementales de la vida religiosa*. México D. F.: Colofón S.A. (Versión original de 1912).

Dyer, R. (2004). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society*. Abingdon: Routledge.

Eco, U. (1983). *The name of the rose*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.

_____ (1984). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.

_____ (1985). "Casablanca": Cult Movies and Intertextual Collage. *SubStance*, 14(2), 3-12.

_____ (1992). *Obra abierta*. Barcelona: Planeta De Agostini.

Elias, A., Gill, R. y Scharff, C. (2017). Aesthetic Labour: Beauty Politics in Neoliberalism. En A. S. Elias, R. Gill, R. y C. Scharff (Eds.), *Aesthetic Labour: Rethinking Beauty Politics in Neoliberalism* (pp. 3-50). Nueva York: Palgrave Macmillan.

Ellingson, L. L. [ALTAS.ti]. (17 de junio de 2021). *Embodiment in qualitative research* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=IGX6FbXPtdk>

- Entman, R. (1993). Framing Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Erickson, K. (2019). Framing Feminism: How U.S. and French Media Frame #MeToo and #BalanceTonPorc from a Feminist Perspective. *WWU Honors Program Senior Projects*, 119.
- Evans, C. (1993). *The mechanical smile: Modernism and the first fashion shows in France and America, 1900-1929*. Connecticut: Yale University Press.
- Everett, W. (1999). *The Beatles as Musicians: Revolver through the Anthology*. Oxford: Oxford University Press.
- Ezzy, D. (2010). Qualitative Interviewing as an Embodied Emotional Performance. *Qualitative Inquiry*, 16(3), 163-170. doi:10.1177/1077800409351970
- Fast, S. (2001). *In the Houses of the Holy: Led Zeppelin and the Power of Rock Music*. Oxford University Press.
- Fernández Díez, F. y Martínez Abadía, J. (1999). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- Ferretti, S. (1989). *Cassirer, Panofsky, and Warburg. Symbol, Art, and History*. New Haven y Londres: Yale University Press.
- Feuerbach, L. (2013). *La esencia del cristianismo. Crítica filosófica de la religión*. Omegalfa Biblioteca Libre. (Versión original de 1841).
- Figuroa, M. G. M. (2015). On Dancing, Lipstick and Feminism: A Response to Kathy Davis. *Feminist Theory*, 16(1), 23-25.
- Findeisen, F. (2016). *The Addiction Formula: A Holistic Approach to Writing Captivating, Memorable Hit Songs*. Oslo: CreateSpace Independent Publishing Platform.

Fiske, S. T. y Taylor, S. E. (1991). *Social Cognition*. Nueva York: Mcgraw-Hill Book Company.

Flick, Uwe (2002). *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications: Michigan.

Flores Guerrero, R. (1997). Alcances para una conceptualización constructivista del concepto de acción social. *Cinta moebio*, 2, 135-151.

Foer, F. (2017). *Un mundo sin ideas. La amenaza de las grandes empresas tecnológicas a nuestra identidad*. Barcelona: Paidós.

Ford, P. (2019). Style as Analysis. En C. Scotto, K. Smith y J. Brackett (Eds.), *The Routledge Companion to Popular Music Analysis: Expanding Approaches* (pp. 15-28). Londres: Routledge.

Foss, S. K. (1983). Criteria for Adequacy in Rhetorical Criticism. *The Souther Communication Journal*, 48, 283-295.

Freud, S. (1984). Introducción del narcisismo. En J. L. Etcheverry (Traduc.), *Obras completas: Sigmund Freud (Vol. 14)*. Buenos Aires: Amorrortu. (Versión original de 1914).

Frith, S. (1983). *Sound effects: Youth, Leisure, and the Politics of Rock 'n' Roll*. Nueva York: Pantheon Books.

_____ (1996a) *Music and identity*. En S. Hall y P. Du Gay (Eds.), *Questions of Cultural Identity* (pp. 108–127). California: Sage Publications, Inc.

_____ (1996b). *Performing Rites: On the Value of Popular Music*. Harvard University Press.

_____ (2007). *Taking Popular Music Seriously: Selected Essays*. Ashgate Publishing.

Frye, N. (1957). *Anatomy of Criticism: Four Essays*. Nueva Jersey: Princeton University Press.

Galindo, B. (2021). Historia industrial de un éxito global. En: Carrión (Coord.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 69-88). Madrid: Errata Naturae.

Gamson, W. A. y Modigliani, A. (1989). Media Discourse and Public Opinion on Nuclear Power: A Constructionist Approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1–37. doi.org/10.1086/229213

Godin, S. (2004). *Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable*. Nueva York: ePenguin.

Goffman, E. (1986). *Frame Analysis. An Essay on the Organization of Experience*. Boston: Northeastern University Press. (Versión original de 1972).

_____ (1997). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Goldhaber, M. H. (1997). The Attention Economy and the Net». *First Monday*, 2(4). doi:10.5210/fm.v2i4.519

Gómez-Diago, G. (2010). Triangulación metodológica: paradigma para investigar desde la ciencia de la comunicación. *Razón y palabra*, 72.

Grosz, E. (1994). *Volatile Bodies: Toward a Corporeal Feminism*. Bloomington: Indiana University Press.

Gurevitch, M. y Levy, M. R. (1985). Introduction. En M. Gurevitch y M. R. Levy (Eds.), *Mass Communication Yearbook* (pp. 11–22). Beverly Hills, CA: Sage.

Gutiérrez de Terán, J. O. (2013). *Fundamentos de narrativa audiovisual*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

Hakim, C. (2012). *Capital erótico. El poder de fascinar a los demás*. Barcelona: Debate.

Hall, S., y Jefferson, T. (Eds.). (1976). *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. Hutchinson.

Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. En S. Hall, D. Hobson, A. Lowe y P. Willis (Eds), *Culture, Media, Language* (pp. 128-138). Londres: Hutchinson.

_____ (2003). ¿Quién necesita identidad? En S. Hall y P. D. Gay (Eds.), *Cuestiones de identidad cultural*, (pp. 13-39). Buenos Aires: Amorrortu.

Han, B. C. (2014). *En el enjambre*. Barcelona: Herder.

_____ (2015): *La salvación de lo bello*. Barcelona: Herder.

_____ (2017). *La expulsión de los distintos*. Barcelona: Herder.

_____ (2018). *Hiperculturalidad*. Barcelona: Herder.

_____ (2020). *La desaparición de los rituales*. Barcelona: Herder.

_____ (2021). *No-cosas*. Barcelona: Taurus.

_____ (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Barcelona: Taurus.

Haraway, D. (1991). *Simians, Cyborgs, and Women: The Reinvention of Nature*. Londres: Routledge.

Harrison, C. (2018). Interstellar Songwriting: What Propels a Song Beyond Escape Velocity? En S. Loy, *Popular Music, Stars and Stardom* (pp. 21-36). Australia: ANU Press.

Hassler-Forest, D. (2016). *Science Fiction, Fantasy and Politics: Transmedia World-Building Beyond Capitalism*. Londres: Rowman and Littlefield International.

Hawkins, B. (2016). *Framing the Pre-Olympic News Coverage of Tokyo 2020: A Comparative Analysis of Tokyo's Successful Bid and the Olympic*

Stadium Design. [Conferencia] The International Conference on Japan and Japan Studies 2016. Universidad de Temple, Tokio.

Hennion, A. (2010). Gustos musicales: de una sociología de la mediación a una pragmática del gusto. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 34, 25-33.

Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. Routledge.

Heller, E. (2004). *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Editorial Gustavo Gil.

Hills, M. (2015). From Para-Social to Multisocial Interaction: Theorizing Material/Digital Fandom and Celebrity». En: D. Marshall y S. Redmond (Eds.), *A Companion to Celebrity* (pp. 463-482). Nueva Jersey: John Wiley & Sons.

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana. (Versión original de 1944).

Hormigos, J. (2010). Distribución musical en la sociedad de consumo. La creación de identidades culturales a través del sonido. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, 34, 91-98.

Horton, D. y Wohl, R. R. (1965). Mass-Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance. *Psychiatry*, 19, 215-229.

Ifpi (2023). *Global Music Report 2023*. Recuperado de: https://www.ifpi.org/wp-content/uploads/2020/03/Global_Music_Report_2023_State_of_the_Industry.pdf

Igartua, J., Muñiz, C., Cheng, L. (2005). La inmigración en la prensa española. Aportaciones empíricas y metodológicas desde la teoría del encuadre noticioso. *Revista Migraciones*, 17, 143-181.

Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Bosh comunicación: Barcelona.

Illescas Martínez, J. E (2011). *Las industrias culturales hegemónicas como generadoras de un nuevo concepto de «lo latino» en el sistema mundial: el caso del videoclip en la primera década del siglo XX*. [Tesis doctoral]. Universidad de Alicante, Alicante.

____ (2014). *Industrias culturales y juventud en el sistema-mundo. El videoclip mainstream como mercancía y como reproductor de ideología*. Alicante: Universidad de Alicante.

Iyengar, S., Peters, M. D., y Kinder, D. R. (1982). Experimental Demonstrations of the “Not-So-Minimal” Consequences of Television News Programs. *The American Political Science Review*, 76(4), 848–858. doi:10.2307/1962976

James, W. (1950). *The Principles of Psychology*. Nueva York: Dover Publications. (Versión original de 1890).

Jameson, F. (1991). *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.

Jenkins, H. (15 de enero de 2003): Transmedia Storytelling: Moving Characters from Books to Films to Video Games Can Make Them Stronger and More Compelling. *MIT Technology Review*. Recuperado de <https://bit.ly/3wll1J6>

____ (2006): *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. Nueva York: New York University Press.

____ (2010 [1992]): *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós.

____ (2012). Cultural Acupuncture: Fan activism and the Harry Potter Alliance. *Popular Media Cultures*, 206-229. Recuperado de <<https://doi.org/10.3983/twc.2012.0305>>.

____ Clinton, K., Purushotma, R., Robinson, A. J. y Weigel, M (2009). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. Illinois: MacArthur.

____ Ito, M. y Boyd, D. (2014): *Participatory Culture in a Networked Era*. Cambridge: Polity Press.

Jiménez-Yáñez, R. (2017). *Las representaciones de la religión en editoriales de cuatro periódicos españoles (2009-2010)*. [Tesis doctoral]. Universidad de Navarra, Pamplona.

Jorge Alonso, A., Samaniego Espinosa, J. y Vega Durán, S. (2020). Feminismo Mainstream: la representación de la mujer y su empoderamiento en el videoclip musical de habla hispana. En F. Sierra Caballero (Ed.), *Ciberactivismo, libertad y Derechos Humanos. Retos de la democracia informativa. XI Congreso Internacional ULEPICC* (pp. 299-327). Sevilla: ULEPICC.

Jung, C. G. (1988). *Arquetipos e inconsciente colectivo*. Barcelona: Paidós Ibérica.

____ (2007). *Dos escritos sobre Psicología Analítica. En Obra Completa (Vol.7)*. Madrid: Trotta.

Kaluza, J. (2018). Reality of Trap: Trap and its Emancipatory Potential. *IAFOR, Journal of Media, Communication and Film*. 5(1), pp. 23-42.

Kandinsky, V. (1979). *De lo espiritual en el arte*. México: Premia Editora S.A. (Versión original de 1911).

Keller, R. (2004). *Mapping the Soundscape: Ryhtm and Formal Structure in Electronic Dance Music*. [Tesis]. Florida State University.

Knobel, M. y Lankshear, C. (2008). Remix: The Art and Craft of Endless Hybridization. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 52(1), pp. 22-33.

Kuypers, J. A., Cooper, S. D. y Althouse, M. T. (2008). The President and the Press: The Framing of George W. Bush's Speech to the United Nations on November 10, 2001. *The American Communication Journal*, 10(3).

Kuypers, J. A. (2010). Framing analysis from a rhetorical perspective. En P. D'Angelo y J. A. Kuypers (Eds.), *Doing New Framing Analysis: Empirical and Theoretical Perspectives* (pp. 286–311). Nueva York: Routledge.

Laclau, E. (1989). Prefacio. En S. Žižek (Ed.), *El sublime objeto de la ideología. México* (pp. 11-19). México DF: Siglo XXI Editores.

Laddaga, R. (2021). Mostrar las uñas. En: Carrión (Coord.), *La Rosalía. Ensayos sobre el buen querer* (pp. 103-110). Madrid: Errata Naturae.

Lakoff, G. y Johnson, M. (1981). *Metaphors we Live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, George (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid: Editorial Complutense. (Versión original de 2004).

Lasswell, H. D. (2013). *Propaganda Technique in the World War*. Connecticut: Martino Fine Books. (Versión original de 1927).

Latour, B. (2021). *¿Dónde estoy? Una guía para habitar el planeta*. Barcelona: Taurus.

Lazarsfeld, P., Berelson, B. y Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes up His Mind in a Presidential Campaign*. Columbia University Press, New York.

Ledin, P. y Machin, D. (2018). *Doing Visual Analysis. From Theory to Practice*. Londres: Sage Publications.

Lembke, A. (2021). *Dopamine Nation: Finding Balance in the Age of Indulgence*. Nueva York: E. P. Dutton.

Levin, D. (2005). Framing Peace Policies: The Competition for Resonate Themes». *Political Communication*, 22, 83-108.

Lévy, P. (2004) *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud. (Versión original de 1956).

Liamputtong, P. y Ezzy, D. (2005). *Qualitative Research Methods*. Victoria, Australia: Oxford University Press.

Lind, R. y Salo, C. (2002). The Framing of Feminists and Feminism in News and Public Affairs Programs in U.S. Electronic Medi». *Journal of Communication*, 52. doi:211 - 228. 10.1111/j.1460-2466.2002.tb02540.x.

Lipovetsky, G. (1983). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.

Llorca, G. (2005). Comunicación interpersonal y comunicación de masas en Internet. Emisor y receptor en el entorno virtual. En G. López García (Ed.), *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet* (pp. 21-30). Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.

Loy, S., Rickwood, J., y Bennett, S. (2018). *Popular Music, Stars and Stardom*. Australia: Australian National University Press.

Luchetti, M. F. (2009). La alteridad como configuradora de la identidad [Conferencia]. *V Jornadas de Jóvenes Investigadores*. Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Macrossan, P. (2018). Intimacy, Authenticity and "Worlding" in Beyoncé's Star Project. En S. Loy, J. Rickwood y S. Bennett (Eds.), *Popular Music, Stars and Stardom* (pp. 137-152). Australia: Australian National University Press.

Marks, L. U. (2000). *The Skin of the Film: Intercultural Cinema, Embodiment, and the Senses*. Carolina del Norte: Duke University Press.

Márquez, I. V. (2010). Hipermúsica: la música en la era digital. *Trans. Revista Transcultural de Música*, 14, 1-8.

Marshall, P. D. (2002). The New Intertextual Commodity. En D. Harries (Ed.), *The New Media Book* (pp. 69-82). Berkeley: University of California Press/ British Film Institute.

____ (2010). The Promotion and Presentation of the Self: Celebrity as Marker of Presentational Media. *Celebrity Studies*, 1(1), 35-48. doi.org/10.1080/19392390903519057

Marshall, P. D. y Redmond, S. (2015). Celebrity Intersections. Road, Paths, Fields, and Landscapes. En P. D. Marshall y S. Redmond (Eds.), *A Companion to Celebrity* (pp. 1-13). Sussex: John Wiley & Sons.

Martí, J. (2000). *Más allá del arte. El arte como generadora de realidades sociales*. San Cugat del Vallès: Deriva Editorial.

Martín Sevillano, A. B. (2020). Son ilusiones: identidad cultural en la periferia urbana española desde Los Chichos hasta Estopa. *Cultura, Lenguaje y Representación*, 24, 105-121.

May, R. (1992). *La necesidad del mito. La influencia de los modelos culturales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Paidós.

Mbembe, A. (2016). *Crítica de la razón negra. Ensayo sobre racismo contemporáneo*. Barcelona: Futuro Anterior Ediciones.

McChesney, R. W. (2008). *The Political Economy of Media: Enduring Issues, Emerging Dilemmas*. Nueva York: Monthly Review Press.

McClain, J. (2016). Framing in Music Journalism: Making Sense of Phish's "Left-Field Success Story". *The Journal of Popular Culture*, 49(6). doi:1206-1223. 10.1111/jpcu.12489.

_____ y Lascity, M. (2019). Toward the Study of Framing Found in Music Journalism. *Popular Music and Society*. doi:43. 1-14. doi:10.1080/03007766.2019.1581899.

McCombs, M., y Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *The Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.

_____ (1992). Explorers and Surveyors: Expanding Strategies for Agenda-Setting Research. *Journalism Quarterly*, 69(4), 813-824. doi:10.1177/107769909206900402

_____ y Ghanem, S. I. (2001): The Convergence of Agenda Setting and Framing. En S. Reese, O. Gandy y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 67-82). London: Lawrence Erlbaum Associates.

_____ y Reynolds, A. (2002). News influence on our pictures of the world. En J. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 1–18). Mahwah, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

McKernan, J. (2001). *Investigación-acción y currículum. Métodos y recursos para profesionales reflexivos*. Madrid: Ediciones Morata.

McLaren, P. (1997). *Pedagogía crítica y cultura depredadora. Políticas de oposición en la era posmoderna*. Barcelona: Paidós educador.

McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Ibérica. (Versión original de 1964).

McRobbie, A. (1991). *Feminism and Youth Culture: From "Jackie" to "Just Seventeen"*. Macmillan.

Mendes, K. (2011). Framing Feminism: News Coverage of the Women's Movement in British and American Newspapers, 1968–1982. *Social Movement Studies*, 10(1), 81-98, doi:10.1080/14742837.2011.545228

Mercado Sáez M. T. y Sánchez Castillo S. (2013). El análisis crítico de la cuestión energética: internacionalización y competencias profesionales en Periodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 19, 309-318. doi:10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42038

Merleau-Ponty, M. (1994). *Fenomenología de la percepción*. Barcelona: Planeta-De Agostini. (Versión original de 1945).

Meyers, C. y Abrams, (2010). Feeding the Debate: A Qualitative Framing Analysis of Organic Food News Media Coverage. *Journal of Applied Communications*, 94, 22-36. doi:10.4148/1051-0834.1190.

Miller, D. P . (1991). Lo que sabe la sombra: entrevista con John A. Sanford. En C. Zweig y J. Abrams (Eds.), *Encuentro con la sombra. El poder del lado oculto de la naturaleza humana* (pp. 24-29). Psikolibro.

Moernaut, R., y Pauwels, L. (2017). Framing Climate Change: A Multi-level Model. *Handbook of Climate Change Communication*, 1, 215-271. doi:10.1007/978-3-319-69838-0_14

Moles, A. (1967). *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.

Monelle, R. (2000). *The Musical Topic: Hunt, Military and Pastoral*. Bloomington, Indiana: Indiana University Press.

Moore, A. F. (1993). *Rock: The Primary Text*. Hampshire: Ashgate Publishing.

Moreno, I. (2002). *La globalización y Andalucía. Entre el mercado y la identidad*. Sevilla: Mergablum.

Moreno Espinosa, P. (2002). Géneros para la persuasión en prensa: los editoriales del diario "El País". *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 9-10, 225-238.

Morin, E. (1972). *Las stars. Servidumbres y mitos*. Barcelona: Dopesa.

Mukherjee, R. y Banet-Weiser, S. (2012). *Commodity Activism. Cultural Resistance in Neoliberal times*. Nueva York y Londres: New York University Press.

Muller, M. (1873). The Philosophy of Mythology. *The Science of Religion*, 353-355.

Mulvey, L. (1975). Visual pleasure and narrative cinema. *Screen*, 16(3), 6-18. doi.org/10.1093/screen/16.3.6

Nelson, T. H. (1987). *Dream Machines*. Washington: Redmond.

Neuman, R., Just, M. y Crigler, A. (1992). *Common Knowledge: News and the Construction of Political Meaning*. Chicago: University of Chicago Press.

Nogales-Bocio, A.y Chávez, R. (2014). Los diarios de referencia en el mercado de la prensa española. Propiedad, grupos mediáticos y conexiones estructurales. *Correspondencias & Análisis*, 4, 307-333. doi: 10.24265/cian.2014.n4.15

Núñez Ladevéze, L. e Irisarri, J. A. (2015). Industria cultural y relaciones "cara a cara" en las redes: la continuidad del cambio en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 21(1), 471-490.

NyD Entretenimiento (26 de noviembre de 2018). *ROSALÍA te cuenta los SECRETOS de su Disco EL MAL QUERER. (ENG SUBS!)* [Video]. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jinrRF5BaU8>

Oller Alonso, M., Chavero Ramírez, P., Ortega, E., y Pullas, T. (2014). La idea de objetividad de los periodistas en Ecuador. *index.Comunicación*, 4(1), 237–262.

Ortega y Gasset, J. (2002). *La rebelión de las masas*. Madrid: Diario El País S.L. (Versión original de 1929).

Panofsky, E. (1939). *Studies in Iconology: Humanistic Themes in the Art of the Renaissance*. Oxford: Oxford University Press.

Paredes Cáceres, T. M. (2004). De la comunicación de masas al individuo digita». *Comunicar*, 23, pp. 83-87.

Pérez Curiel, C., Jiménez Marín, G. y García Medina, I. (2020). Influencia de agendas y estudio de framing en el marco electoral del Procés de Cataluña. *Revista Latina De Comunicación Social*, 75, 27–51. doi:10.4185/RLCS-2020-1415

Pérez-Ordóñez, C., Castro-Martínez, A. y Torres-Martín, J. L. (2022). Nuevas estrategias de promoción en las Industrias Culturales. El lanzamiento en TikTok del álbum Motomami de Rosalía. *Zer*, 27(53), 189-211. doi:10.1387/zer.23811

Perkins, V. F. (2005). Where is the World? The Horizon of Events in Movie Fiction. En J. Gibbs y D. Pye (Ed.), *Style and Meaning: Studies in the Detailed Analysis of Film* (pp. 1-41). Manchester: Manchester U.P.

Peterson, J. B. (2017a). Introduction to the Idea of God. *The Psychological Significance of the Biblical Stories* [Conferencia]. Teatro Isabel Bader, Toronto. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=f-wWBG06a2w>

_____ (2017b). Genesis: Chaos and Order. *The Psychological Significance of the Biblical Stories* [Conferencia]. Teatro Isabel Bader, Toronto. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=hdrLQ7DpiWs>

_____ (2019). *12 Rules for Life. An Antidote to Chaos*. Penguin Books: Canadá.

_____ (2021). *Beyond Order: 12 More Rules for Life*. Dublin: Penguin Random House.

Pilcher, J. y Whelehan, I. (2004). *Fifty Key Concepts in Gender Studies*. Londres: SAGE Publications.

Polletta, F. (2004). Culture is not just in your head. En J. Goodwin, y J. M. Jasper (Eds.), *Rethinking Social Movements: Structure, Meaning, and Emotion* (pp. 97-110). Nueva York: Rowman and Littlefield.

Pope, C., y Mays, N. (2020). *Qualitative Research in Health Care*. Nueva Jersey: Blackwell Publishing.

Preciado, P. B. (2000). *Manifiesto contrasexual*. Barcelona: Anagrama.

____ (2008). *Testo yonqui*. Madrid: Espasa Calpe.

Prior, M. (2017). Accomplishing “Rapport” in Qualitative Research Interviews: Empathic Moments in Interaction. *Applied Linguistics Review*, 9. doi:10.1515/applirev-2017-0029

Promusicae (2022). *Radiografía del mercado de la música grabada. La evolución de la industria discográfica en España durante 2022*. Recuperado de: <https://www.promusicae.es/download-informes/radiografia-de-la-musica-grabada-en-espana-2022-n255/>

Radford, S. K., y Bloch, P. H. (2012). Grief, Commiseration, and Consumption Following the Death of a Celebrity. *Journal of Consumer Culture*, 12(2), 137-155. doi.org/10.1177/1469540512446879

Railton, D., y Watson, P. (2011). *Music Video and The Politics of Representation*. Edimburgo: Edinburgh University Press.

Ramírez, S. S. (2007). *El periodismo en la era digital: Los periódicos digitales regionales: El caso de Hoy. es* [Tesis doctoral]. Universidad de Valladolid, Valladolid.

Reese, S. (2001). Framing Public Life: A Bridging Model for Media Research. En S. Reese, O. Gandy, y A. Grant (Eds.), *Framing Public Life* (pp. 7–31). Mahwah, NJ: Erlbaum.

Reguero Sanz, I. (2013). La cuestión autonómica a través de La Vanguardia y ABC: el debate de la LOAPA (1981). En M. Vicente-Mariño,

T. González-Hortigüela y Marta Pacheco-Rueda (Ed.). *Investigar la comunicación hoy: revisión de políticas científicas y aportaciones metodológicas* (pp. 38-56). Segovia: Uva-Segovia

Reynolds, S. (2014). *Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado*. Buenos Aires: Caja Negra.

Rheingold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Barcelona: Gedisa.

Richardson, J. (2016). When you're Strange: Iconography and Mythology in the Music Videos of The Doors. *Popular Music and Society*, 39(1), 101-115. doi:10.1080/03007766.2015.1070071

Rimbaud, A. (1970). *Una temporada en el infierno*. Buenos Aires: EDICOM. (Versión original de 1873).

Rizo García, M. (2013). Comunicación interpersonal digital y nuevas formas de comunidad. Reflexiones sobre la comunicación pos-masiva. *Imagonautas: revista interdisciplinaria sobre imaginarios sociales*, 3 (2), 52-65.

Rodríguez-López, J. (2016). Audiovisual y semiótica: el videoclip como texto. *Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica*, 25, 943–958. doi:10.5944/signa.vol25.2016.16949

Rodríguez Pérez, C. (2015). La teoría del framing aplicada al 'rescate' a España. *MARCO (Marketing y Comunicación Política)*, 1, 63- doi:10.15304/marco.id2768

Rojek, C. (2001). *Celebrity*. Londres: Reaktion Books.

Rosen, S. (1981). The Economics of Superstars. *The American Economic Review*, 71(5), 845-858.

Sabrina Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 1-25.

Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la “teoría del encuadre” (*framing*) en comunicación. *Comunicacion y Sociedad*, 14(2), 143-175.

Sadin, E. 2018. *La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital*. Buenos Aires: Caja Negra Editora.

Sayer, A. (1999). *Long Live to Postdisciplinary Studies! Sociology and the Curse of Disciplinary Parochialism/Imperialism* [publicado por el departamento de sociología de la Universidad de Lancaster]. Lancaster, Reino Unido.

Scheufele, D. e Iyengar, S. (2014). The State of Framing Research: A Call for New Directions. En K. Kenski y K. H. Jamieson (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Communication* (pp. 619-632). Oxford: Oxford Academic. doi:10.1093/oxfordhb/9780199793471.013.47

Scheufele, D y Tewksbury, D. (2007). Framing, Agenda Setting, and Priming: The Evolution of Three Media Effects Models. *Journal of Communication*, 57, 9-20. doi:10.1111/j.0021-9916.2007.00326.x

Schudson, M. (1989). The Sociology of News Production. *Media, Culture & Society*, 11(3), 263-282. doi.org/10.1177/016344389011003002

Schutz, A. (1964). On multiple realities. En A. Schutz, *Collected papers (Vol. 1)* (pp. 331-354). La Haya, Países Bajos: Martinus Nijhoff. (Versión original de 1945).

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

_____ (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Selting, M. (2010). Affectivity in conversational storytelling. An analysis of displays of anger or indignation in complaint stories. *Pragmatics*, 20(2), 229-277.

Serrano Herrera, M. A. (2014). Arvo Pärt: la música tintinnabuli. *Temas para la educación*, 27, 1-7.

Shuker, R. (2001). *Understanding Popular Music (2nd Edition)*. Londres y Nueva York: Routledge.

Siles González, I. (2005). Internet, virtualidad y comunidad. *Revista Ciencias Sociales*, 108, 55-69.

Silva, J. M (2012). *Coming Up Short: Working-Class Adulthood in an Age of Uncertainty*. Oxford: Oxford University Press.

Singer, J., y Ashman, I. (2009). Comment Is Free, but Facts Are Sacred!: User-generated Content and Ethical Constructs at the Guardian. *Journal of Mass Media Ethics*, 24(1), pp. 3-21. doi:10.1080/08900520802644345

Simon, H. A. (1971). Designing Organizations for an Information-Rich World, En Martin Greenberger (Ed.). *Computers, Communications, and the Public Interest* (37-72). Baltimore: Johns Hopkins Press.

Sloane, T. O. (1980). *The Iconography of American Advertising*. Lexington, Kentucky: The University of Kentucky Press.

Sokolowski, M. (2011). *Mass culture versus popular culture* [Conferencia]. Proceedings of the 7th Annual International Scientific Conference (308-315). Jelgava, Letonia.

Spotify, (2018). *Spotify for Brands Understanding People Through Music: Millennial Edition*. Recuperado de: https://assets.ctfassets.net/ziwa9xqm84y1/2O734MltRSYq0sSeYeE4eY/9a4769cdf150b59d6621551af24f3d8f/Spotify_Millennial_Edition_May_2018.pdf

Stein, L. E. (2017). Fandom and the Transtext. En B. W. L. Derhy Kurtz y M- Bourdaa (Eds.), *The Rise of Transtexts. Challenges and Opportunities* (pp. 71-89). Abingdon, Inglaterra: Routledge.

Sternadori, M. (2019). *Situating the Fourth Wave of Feminism in Popular Media Discourses*. En M. B. Marron (Ed.), *Misogyny and Media in the Age of Trump*, (pp. 31–55). Mayland, Estados Unidos: Lexington Books.

Sternberg, R. y Kaufman, J. y Pretz, J. (2001). The Propulsion Model of Creative Contributions Applied to the Arts and Letters. *The Journal of Creative Behavior*, 35. doi:75-101. 10.1002/j.2162-6057.2001.tb01223.x.

Stiegler, B. (2002). *La Técnica y el Tiempo I. El pecado de Epimeteo*. Hondarribia: Cultura Libre.

Strauss, A. L. y Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques*. Newbury Park, California: Sage.

Swidler, A. (1986). Culture in Action: Symbols and Strategies. *American Sociological Review*, 51(2), 273-286.

Tagg, P. (2012). *Music's meanings: A modern musicology for non-musos*. Nueva York y Huddersfield: Mass Media Music Scholars' Press.

Tankard, J.W. (2001). The Empirical Approach to the Study of Media Framing. En S.D. Reese, O.H. Gandy, y A.E. Grant (Eds.), *Framing Public Life* (pp. 95-106). Mahway, Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum.

Temperley, D. (2001). *The Cognition of Basic Musical Structures*. Massachusetts: MIT Press.

Terranova, T. (2017). Red Stack Attack! Algoritmos, capital y la automatización del común. En A. Avanesian y M. Reis (Eds.): *Aceleracionismo. Estrategias para una transición hacia el postcapitalismo* (pp. 91-109). Buenos Aires: Caja Negra.

Terrasa Rico, M. (2021a). Apocalípticos e integrados en el seno de las comunidades virtuales. "El mal querer" de Rosalía como narrativa transmedia. En A. Vizcaíno-Verdú, M. Bonilla-Del-Río y N. Ibarra-Rius

(Eds.), *Cultura participativa, fandom y narrativas emergentes* (pp. 450-476). Barcelona: Dykinson.

_____ (2021b). Framing and Production of Stardom in the Digital Age. Case Study: Rosalía's *El Mal Querer* in the Spanish Written Press (2018-2020). *Doxa Comunicación*, 32, pp. 381-404.

_____ (2023). Tres propuestas para una futura comunicación posdisciplinaria: del metaverso a una ecología de saberes críticos. En J. F. Serrano Oceja y C. Jaramillo Sánchez (Eds.), *Innovar en Periodismo: de la Desinformación al Metaverso* (pp. 307-328). Madrid: Tirant Lo Blanch.

_____ y Blanco Alfonso, I. y Garbisu Buesa, M. (2021). Stardom as Mythology of the Digital Age: Hyperculturality and Rosalía's "El Mal Querer". *Icono 14*, 19(2), 388-410. doi:10.7195/ri14.v19i2.1734

Thorp, M. (1954). *America at the Movies*. Londres: Faber and Faber.

Till, R. (2010). The Personality Cult of Prince: Purple Rain, Sex and the Sacred, and the Implicit Religion Surrounding a Popular Icon. *Implicit Religion*, 13(2). doi:10.1558/imre.v13i2.141

Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.

Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study in the Construction of Reality*. New York: Free Press.

Turner, G. (2014). *Understanding Celebrity*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications Ltd.

Valbuena, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noésis.

Val Cubero, S. (2010). Una aproximación metodológica en el análisis de las obras de arte. *Arte, individuo y sociedad*, 22.2: 63-72.

Van Dijk, T. A. (1996). Discourse, Cognition and Society. *Discourse & Society*, 7(1), 5-6. doi:10.1177/0957926596007001001

____ (1999). El análisis crítico del discurso. *Anthropos*, 186, 26-36.

____ (2016). Estudios críticos del discurso: Un enfoque sociocognitivo. *Discurso & Sociedad*, 10(1), 167-193.

Van Gorp, B. (2006). The Constructionist Approach to Framing: Bringing Culture Back In. *Journal of Communication*, 57(1), 60–78. doi:10.1111/j.0021-9916.2007.00329.x

____ (2010). Strategies to Take Subjectivity out of Framing Analysis. En P. D'Angelo Y J. A. Kuypers (Eds.), *Doing news framing analysis: Empirical and theoretical perspectives* (pp. 84-109). Nueva York: Routledge.

____ y Vercruyse, T. (2012). Frames and Counter-Frames Giving Meaning to Dementia: A Framing Analysis of Media Content. *Social Science & Medicine* (1982). 74. 1274-81. doi:10.1016/j.socscimed.2011.12.045.

Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.

Vernallis, C. (2013a). Music Video's Second Aesthetic?. En J. Mittell y A. McAlister (Eds.), *How to Watch Television* (pp. 278-290). Nueva York: NYU Press.

Vernallis, C. (2013b). *Unruly Media: YouTube, Music video, and the New Digital Cinema*. Oxford University Press.

Vernallis, C. (2017). Music Video and YouTube: New Aesthetics and Generic Transformations. En M. Kackman, L. Ryan, y N. Sammond (Eds.), *Keywords in Remix Studies* (pp. 191-202). Londres: Routledge.

VEVO, (2015). *Vevo Music Fan Report: The Millennial Fan Tribes*. Recuperado de http://aws-cache.vevocdn.com/assets/file/VEVO_Millennial_Tribe_Whitepaper_V9_9.25_CMYK.pdf?curator=MusicREDEF

Vilaseca, B. (2021). *Las casualidades no existen. Espiritualidad para escépticos*. Barcelona: Penguin Random House.

Wagner, R. (2000). *La obra de arte del futuro*. Valencia: Universitat de València. (Versión original de 1849).

Waisbord, S. (2019): *Communication: A Post-Discipline*. Cambridge: Polity Press.

Wallerstein, I. (1979). *El moderno sistema mundial I: La agricultura capitalista y los orígenes de la economía-mundo europea en el siglo XVI*. México D.F: Siglo XXI.

Walser, R. (1993). *Running with the Devil: Power, Gender, and Madness in Heavy Metal Music*. Wesleyan University Press.

Weathers, M.R., y Kendall, B.E. (2015). Developments in the Framing of Climate Change as a Public Health Issue in US Newspapers. *Environmental Communication*, 10, 593-611

Weber, M. (2002). *Economía y sociedad. Esbozo de sociología comprensiva*. Madrid: Fondo de cultura económica. (Versión original de 1922).

Whiteley, S. (2005). *Too Much Too Young: Popular Music, Age and Gender*. Londres: Routledge.

Willis, P. (1978). *Profane Culture*. Londres: Routledge & Kegan Paul.

Wittgenstein, L. (2001). *Tractatus Logico-Philosophicus*. Madrid: Alianza. (Versión original de 1921).

Wittkower, R. (1971). *Architectural Principles in the Age of Humanism*. Nueva York: W.W. Norton & Company.

Wohlfeil, M., Patterson, A. y Gould, S. J. (2019). The Allure of Celebrities: Unpacking their Polysemic Consumer Appeal. *European Journal of Marketing*, 53(10), 2025-2053. doi:10.1108/EJM-01-2017-0052

Wolfe, T. (2018). *El reino del lenguaje*. Barcelona: Anagrama.

Wright Mills, C. (1969). *White Collar. The American Middle Classes*. Londres: Oxford University Press. (Versión original de 1951).

Bibliografía de prensa

El País

Avedaño, T. C. (28 de agosto de 2019). Rosalía, un éxito en formato vídeo. *El País (revista v)*, pp. 21-22.

Congostrina, A. L. (10 de enero de 2019). Rosalía, santa en el templo del secesionismo. *El País*, portada.

Cultura (6 de agosto 2019). Rosalía se convierte en chica de calendario para Pirelli. *El País*, p. 27.

De Sandoval, P. X. (11 de diciembre de 2019). Jaycen Joshua, el mago que convierte el «hip hop» en lujo. *El País*, p. 50.

Hidalgo, L. (16 de julio de 2018). El flamenco electrónico de Rosalía echa a volar en el Sónar. *El País*, p. 27.

____ (8 de diciembre de 2019). Rosalía, poderosa, carnal, moderna. *El País*, p. 30.

López Enano, V. (16 de septiembre de 2018). Rosalía, viaje del flamenco al trap. *El País (Semanal)*, pp. 5 y 30-37.

López Morales, T. (30 de enero de 2019). Por qué Sony no fichó a Rosalía, sino Rosalía a Sony. *El País (Retina)*.

Manrique, D. A. (11 de diciembre de 2019). Rosalía, audacia y sobrexposición. *El País*, p. 34.

Música, (6 de diciembre de 2019). El final del «año Rosalía». *El País*, p. 57.

Neira, F. (18 de enero de 2018). Rosalía, Premio Ruido. *El País*, p. 8.

_____ (11 de julio de 2019). Rosalía se instala en la hipérbole. *El País*, p. 5.

Rupérez, A. (28 de julio de 2019). Dos Rosalías. *El País*, p. 14.

Semanal (25 de febrero de 2018). La melodía del talento. *El País (Semanal)*, pp. 7-8.

Navarro, F. (1 de noviembre de 2018). Así se hizo el fenómeno Rosalía. *El País - Cultura*, p. 27.

_____ (5 de noviembre de 2018). La gala MTV, una apuesta por dejar alucinado al público. *El País*, p. 28.

_____ (3 de enero de 2021). La consagración Planetaria de Rosalía. *El País*, p. 32.

Porcel, M. (7 de noviembre de 2018). El huracán Rosalía llega a la moda. *El País*, p. 30.

El Mundo

Cobo, I. (10 de noviembre de 2019). Rosalía, los nombres que hay detrás del éxito de la cantante. *El Mundo (La Otra Crónica)*, p. 10.

Del Barrio, A. (25 de marzo de 2019). La entrevista final. José Mercé. *El Mundo*, p. 19.

Del Pozo, R. (4 de febrero de 2019). Rosalía o Carmen Amaya. *El Mundo*, portada.

Engel, P. (8 de diciembre de 2019). Epílogo: Rosalía vuelve a casa. *El Mundo (Cultura)*, p. 34.

Fajardo, J. (29 de junio de 2018). Hay una nueva generación que rompe fronteras. *El Mundo (Metrópoli)*, p. 58.

Gil, P. (30 de octubre de 2018). La ley de Rosalía. *El Mundo (Papel)*, pp. 23-25.

____ (1 de junio de 2019). Primavera Sound no es un festival, es una fiesta. *El Mundo (Papel)*, p. 29.

____ (2 de junio de 2019). Rosalía tiene el poder. *El Mundo*, p. 54.

____ (27 de diciembre de 2019). 9 canciones para dominar el mundo. *El Mundo*, pp. 22-23

Martínez, R. (11 de noviembre de 2018). Rosalía en órbita. *El Mundo*, p. 15.

Mini-Mundo (23 de marzo de 2019). Trá, trá (Rosalía). *El Mundo (Mini Mundo)*, p. 3.

Moreno, S. (5 de febrero de 2019). La entrevista final. Cristina Heeren. *El Mundo*, p. 12.

____ (30 de junio de 2019). Las Ketchup: «Mientras haya vida, hay Ketchup». *ABC*, pp. 28-29.

Prieto, D. (11 de julio de 2019). Rosalía de los huevos de oro. *El Mundo (Papel)*, p. 34.

Rigalt, C. (10 de febrero 2019). Rosalía, flamenca, que no charnega. *El Mundo*.

Rosa del Pino, A. M. (16 de noviembre de 2019). Rosalía, nueve millones de euros sin patrimonio ni avión privado. *El Mundo (La otra crónica)*, p. 12.

Sotillo, M. (5 de enero de 2019). Rosalía, objetivo conseguido. *El Mundo (Yo Dona)*, pp. 1 y 28-29.

Torío, S. (9 de mayo de 2019). Mayte Martín: «Revolucionario del flamenco fue Morente, no Rosalía». *El Mundo*, p. 13.

Verbo Marbella, E. (26 de agosto de 2018). ¿El "trá trá" de Rosalía o la emoción de Rozalén? *El Mundo (Papel)*, p. 33.

Vox Populi. (5 de marzo de 2018). *El Mundo*, p. 20.

La Vanguardia

Álvarez, N. (14 de diciembre de 2019). La reina Rosalía. *La Vanguardia*, p. 10.

Arbat, S. (28 de agosto de 2019). Folklore con capa y corsé. *La Vanguardia*, p. 27.

Chavarría, M. (4 de febrero de 2019). Rosalía eleva el listón. *La Vanguardia*, p. 33.

Corzo, B. (4 de diciembre de 2019). Rosalía marca el paso del tiempo. *La Vanguardia (Gente)*, p. 6.

Cultura (15 de junio de 2018). «Hay gente que se cree que la cultura es suya». *La Vanguardia*, p. 35.

_____ (10 de enero de 2019). Rosalía, «santificada» en el Fossar de les Moreres. *La Vanguardia*, p. 32.

Domènech, A. (28 de agosto de 2019). Rosalía sigue haciendo historia. *La Vanguardia*, p. 26.

_____ (25 de septiembre 2019). Rosalía, un «cumpleanys» con una historia de oro. *La Vanguardia*, p. 7.

Linés, E. (16 de julio de 2018). Rosalía deslumbra en el Sónar con su arte de raíz. *La Vanguardia*, p. 41.

_____ (3 de marzo de 2019). Conciencia musical y feminista. *La Vanguardia*, p. 48.

_____ (13 de noviembre de 2019) Dos palabras le bastan a Rosalía para armarla. *La Vanguardia*, p. 38.

_____ (7 de diciembre de 2019). Arte y poderío de un icono global. *La Vanguardia*, p. 38.

_____ (22 de enero de 2020). Rosalía, la más flamenca. *La Vanguardia*, p. 33.

Peirón, F. (17 de noviembre de 2018). Las Vegas corona el flamenco catalán. *La Vanguardia*, p. 36-38.

_____ (1 de mayo de 2019). ¿Beyoncé? Nooo, Rosalía. *La Vanguardia*, p. 32.

Redacción (22 de julio de 2018). La cantaora catalana Rosalía, la nueva chica Almodóvar. *La Vanguardia*, p. 7.

Cultura (10 de enero de 2019). Rosalía, 'santificada' en el Fossar de les Moreres. *La Vanguardia*, p. 32.

Serra, M. (9 de julio de 2019). Stephen Fry y Rosalía. *La Vanguardia*, p. 18.

Viladecans, J. P. (29 de junio de 2019). Rosalía y la posmodernidad. *La Vanguardia (Cultura|s)*, p 5.

Zanón, C. (8 de diciembre de 2019). Rosalía de todos, Rosalía de nadie. *La Vanguardia*, p. 43.

ABC

Ansorena, J. (1 de mayo de 2019). Nueva York también se rinde ante el genio de Rosalía. *ABC*, p. 62.

_____ (28 de agosto de 2019). Rosalía se doctora en unos MTV. *ABC (de Verano)*, pp. 48-49.

Belmonte, R. (5 de febrero de 2019). Desgitanizar. *ABC*, p. 12.

Benito, C. (13 de julio de 2019). BBK La apoteosis de Rosalía en Bilbao. *ABC*, 46.

Contreras, I. (21 de enero de 2019). Las nuevas músicas urbanas se hace un hueco en Córdoba. *ABC*, p. 57.

Córdoba, R. R. (8 de junio de 2019). Los requisitos de una estrella. *ABC*, p. 65.

Cultura (3 de noviembre de 2018). La aristocracia del pop se da cita en la gala de Fibes. *ABC*, p. 75.

EFE (5 de abril de 2019). Rosalía se pronuncia sobre la «apropiación cultural». *ABC*, p. 84.

Escribano, A. (11 de diciembre de 2019) Rosalía, bienvenidos al flamenco del siglo XXI. *ABC*, p. 65.

García Reyes, A. (30 de septiembre de 2018). Rosalía, cantante de flamenco. *ABC*, p. 83.

_____ (2 de octubre de 2018). Reunión de fracasos históricos. *ABC*, p. 71.

_____ (25 de noviembre de 2018). Por qué Rosalía no es flamenca: un viaje del cante al *pop*. *ABC*, p. 58.

_____ (6 de julio de 2019). Para caerse de culo. *ABC*, p. 12.

Higuera, A. (17 de junio de 2019). Noche Blanca del Flamenco. *ABC*, p. 58.

López, B. (17 de noviembre de 2018). Arcángel hace vibrar al Gran Teatro horas después del Grammy. *ABC*, p. 71.

Mellado, A. (15 de febrero de 2019). Rosalía, entre los jóvenes más influyentes de Europa. *ABC*, p. 76.

Miranda, L. (15 de junio de 2019). Noche Blanca. Rosalía lidera un cartel con muchos nombres de mujer. *ABC (Cultura)*, p. 64.

____ (13 de julio de 2019). Cerveza con Rosalía. *ABC*, p. 17.

____ (15 de junio de 2019a). Caos y polémica por el millonario concierto de Rosalía en Córdoba. *ABC*, p. 49.

Morán, D. (2 de junio de 2019b). Rosalía hace historia en el Fórum y se consagra como diva global. *ABC*, p. 58.

— (6 de diciembre de 2019). Un año en la cima del pop internacional. *ABC (de ocio)*, p. 56.

—. (8 de diciembre de 2019). Una Rosalía pletórica conquista a lo grande su primer Palau de Sant Jordi. *ABC*, p. 59.

Porta Perales, M. (12 de julio de 2019). Rosalía. El oasis catalán. *ABC*, p. 10.

Portada (28 de agosto de 2019). Rosalía, la nueva diva «millennial». *ABC (de Verano)*.

Poyato, F. J. (9 de junio de 2019). Malamente. *ABC*, p. 17.

Ruiz, R. (7 de junio de 2019). Una parte de las invitaciones para Rosalía se entregarán por internet. *ABC*, p. 62.

____ (18 de septiembre 2019). El concierto de Ricky Martin va camino de costar como el de Rosalía. *ABC*, p. 16.

Serrano, N. (5 de julio de 2018). Rosalía «me cabrea que digan que he tenido privilegios». *ABC*, p. 71.

____ (14 de agosto de 2019). Cómo ser una estrella de la música sin pasar por O.T. *ABC (de verano)*, p. 50

_____ (30 de octubre de 2018). «Para mí el flamenco no es un fin ni un medio: lo es todo, es mi vida». *ABC*, p. 53.

_____ (11 de julio de 2019). Rosalía, el juguete irrompible se come el arranque del Mad Cool Festival. *ABC*, pp. 44-45.

_____ (31 de agosto de 2019). En la corte de Rosalía. *ABC*, pp. 55-56.

_____ (12 de septiembre de 2019). El regreso de «The Face», la última gran revista musical. *ABC (vocento)*, portada.

Viana, I. (9 de marzo de 2019). Desmontando la ortodoxia flamenca. *ABC*, p. 24.

_____ (13 de junio de 2019). 'Mad Cool' cita de alto voltaje para los nostálgicos del grunge. *ABC*, p. 46.

Prensa miscelánea

Alabao, N. (2 de febrero de 2018). Escopofilia: nacidas para ser miradas. *CTXT: Contexto y Acción*, 154. Recuperado de <https://ctxt.es/es/20180131/Politica/17614/Escopofilia-mujeres-cuerpos-feminismo-canonos-Nuria-Alabao.htm>

Castro, E. (27 de febrero de 2022). Naranjas, bromas durante el rodaje y conexiones con la Mafia. *Cadena Ser*. Recuperado de <https://cadenaser.com/2022/02/27/naranjas-bromas-durante-el-rodaje-y-conexiones-con-la-mafia/>

Gómez Lizarraga, A. (5 de diciembre de 2018). Cinco claves fundamentales para comprender el videoclip de «Bagdad» de Rosalía.

Los40. recuperado de
https://los40.com/los40/2018/12/05/musica/1544006333_620834.html

Moda (30 de septiembre de 2019). Rosalía, bandera del fenómeno «curvy». *EFE*. Recuperado de
<https://efs.efeservicios.com/reportaje/rosalia-bandera-fenomeno-curvy/55002175892>

Renedo, J. (6 de noviembre de 2018). Los récords de «El mal querer»: Rosalía se escucha un 665% más que antes. Recuperado de *Cadena SER*.
https://cadenaser.com/ser/2018/11/05/cultura/1541437769_761870.html

Rosalía hace historia en streaming con el debut de «El mal querer» (3 de noviembre de 2018). *Vinilo Negro*. Recuperado de
<https://www.vinilonegro.com/2018/11/rosalia-hace-historia-en-streaming-con-el-debut-de-el-mal-querer/>

Vergillos A. (19 de noviembre de 2018). En busca de la Atlántida. Diario de Sevilla (mapa de músicas). *Diario de Sevilla*. Recuperado de
https://www.diariodesevilla.es/mapademusicas/Rosalia-mal-querer-flamenco_0_1300370234.html