

ESTUDIO DE CASO

Rosalía

"¿Quedamos hipnotizados con ella desde un primer momento!".

Rosalía es una artista española que tiene sus raíces y su corazón en la cultura folclórica del flamenco, y que fusiona esa tradición con otros géneros para trascender con su sonido y estilo inigualables a todo el mundo.

Estudió baile flamenco de pequeña y comenzó a cantar de adolescente. Hasta hace seis años daba clases de flamenco, reivindicando en cada aula este género musical tan arraigado en la cultura española.

Hoy día, de la mano de Sony Music, Rosalía ha conseguido popularizar y modernizar la música flamenca en todo el mundo, país por país, a un paso mucho más veloz y con mayor espectacularidad.

Su primer álbum, *Los ángeles*, se lanzó en 2017 y concitó cierta atención y elogios de la crítica. Pero fue su segundo trabajo, *El mal querer*, el que la catapultó a la fama: fue aclamado en todo el mundo y encabezó las listas de álbumes pop latinos en Estados Unidos. En los premios Grammy 2020 (donde ofreció una actuación), Rosalía ganó el premio al Mejor Álbum de Rock Latino, Urbano o Alternativo, un logro al que sin duda le seguirán muchos otros en su carrera.

El influyente medio especializado *Pitchfork* incluyó *El mal querer* entre los 10 mejores álbumes de 2018 y describió acertadamente a Rosalía como "la inventora de un fascinante híbrido, más que una embajadora del flamenco".

Jen Mallory, vicepresidenta ejecutiva y gerente general de Columbia Records, destaca que Rosalía "es una artista que rompe todos los moldes y redefine por completo la música pop". La ejecutiva afirma que "literalmente, nadie hizo antes este tipo de música" y admite que "[en Columbia] quedamos hipnotizados con ella desde un primer momento".

Mallory continúa: "José María Barbat y Afo Verde cerraron la etapa de Rosalía con Sony España y, una vez concluido el ciclo del álbum *El mal querer*, la trajimos a Columbia EE. UU.

"Es una artista que rompe todos los moldes y redefine por completo la música pop".

JEN MALLORY
Vicepresidenta ejecutiva y gerente general, Columbia Records

"Rosalía ya era una superestrella en España cuando firmó contrato con nosotros, y empezaba a tener proyección internacional. Primero nos enfocamos en instalar su figura en EE. UU., tanto a través de la prensa gráfica como de las radios de música latina. Con algunos pequeños conciertos en las principales ciudades, fuimos generando un runrún entre

los creadores de tendencias y los líderes de la industria. Así logramos que se le abrieran importantes puertas para su arte y que adquiriera visibilidad en EE. UU. rápidamente.

"No fue una coincidencia que su primera portada en los medios de EE. UU. haya sido en la revista *The Fader*. Queríamos que esa portada tuviera mucha onda, que fuera algo genuino, antes de presentar a Rosalía al gran público. Ellos fueron de los primeros en hablar de su álbum *Los ángeles* y le dedicaron una amplia cobertura en línea, incluso antes de que se lanzara *Malamente* [su principal sencillo]. Desde entonces, esa exposición mediática no hizo más que crecer en publicaciones tan variadas como *Pitchfork*, el *New York Times*, *Billboard* y *Elle*".

Mallory subraya que es Rosalía quien marca el pulso de sus campañas y decide la agenda vinculada con su carrera, mientras que Columbia se encarga de hacer que las cosas sucedan. "Rosalía tiene una visión muy específica de lo que quiere en términos creativos: desde la tipografía hasta cada coreografía, trabajamos en total sincronía con ella para poner en sus manos la mejor curaduría de su obra.

"Es una de las pocas artistas capaces de hallar un equilibrio armonioso entre su presencia fuera de línea y su presencia digital. Elige fragmentos de sus conciertos y de su vida cotidiana, y genera contenidos muy fáciles de asimilar. Nuestro equipo digital ha podido trabajar desde el primer momento con todos nuestros socios (YouTube, Instagram, Twitter, etc.) para invertir en su éxito —ella y su equipo tienen una mirada colaborativa respecto de la gestión de sus redes sociales—, sin comprometer jamás su visión artística.

"Nos aseguramos de apoyar sus lanzamientos a través de los 'estrenos de YouTube' para sus videos, con listas de reproducción y en las redes sociales; los

resultados están a la vista: *Con altura* (en colaboración con J Balvin) cosechó más de mil millones de visualizaciones".

El año pasado, Rosalía actuó en festivales como Lollapalooza, Glastonbury, Coachella y Primavera. Además, a *Con altura* le siguieron otros tres sencillos, entre los que se encuentra *Yo x ti, tú x mí*, una colaboración con Ozuna, la estrella puertorriqueña del reguetón, otro artista de Sony.

De cara al futuro, Mallory prevé que "Rosalía seguirá innovando, encontrando formas originales de fusionar géneros y eligiendo nuevas colaboraciones con artistas. Tendrá muchas oportunidades fantásticas por delante, de la mano de socios y equipos de apoyo que la ayuden a llevar su visión artística cada vez más lejos".



Rosalía. Foto de Península.Work.



Rosalía. Foto de Berta Pfirsich