



ROSALÍA

¿nace un nuevo canon de belleza?

Que la artista es puro talento, no lo duda nadie, consiguiendo con su prodigiosa voz y su particular estilo revolucionar la música (su última proeza ha sido la de convertirse en la primera española en ganar dos premios MTV). Pero Rosalía también es la responsable de haber provocado un tsunami estético, transformando lo que podría calificarse de *chonismo* en una moda de masas. Lo analizamos.

—Vis Molina.



FOTO: JAVIER BIOSCA

No hay más que pasear por el céntrico barrio de Chueca en Madrid para comprobar la proliferación de centros de uñas en este último año. En sus escaparates, muestrarios de las llamadas *uñas stiletto* con diferentes dibujos para elegir. Lejos de ser una extravagancia reservada a las *chonis*, adolescentes de toda condición acuden a ponerse 'las uñas de Rosalía'.

Y es que sus atrevidos maquillajes, sus curvas, la melena larga y las hiperdecoradas manicuras XL que luce siempre han sentado las bases de un nuevo canon de belleza. Y no es fruto del azar: obedece a un estudiado libro de estilo que Rosalía y su hermana Pili (su *alter ego*, @daikyri en Instagram) han elaborado concienzudamente. Para las hermanas Vila trabajar juntas es una continuación de sus juegos de niñas, y Daikyri es quien marca la pauta de su peculiar *look beauty*, decide los estilismos, visita a los diseñadores (María Escoté, Yolan Cris, Versace o Palomo Spain, entre sus favoritos)... Analizamos con los mejores expertos su código y desciframos el mensaje.

6 HORAS DE TRABAJO PARA SUS UÑAS STILETTO

Uno de los mayores elementos identificadores de la estética Rosalía son sus uñas largas, afiladas y decoradas con extravagancia. Así es que si para Madonna y Beyoncé los bodys fueron sus señas de identidad, para Rosalía

ese valor añadido vendrá dado por la exageración de sus uñas.

La historia de sus extravagantes manicuras empezó cuando conoció a Maritza Paz (Chiclayo, Perú, 1993), la dueña del salón *Dvine Nails* (Cerdanyola y Barcelona), y ésta nos cuenta en entrevista telefónica que "unas uñas tan decoradas cómo las que llevó Rosalía en la última gala de los

Grammy Latinos pueden costar unos 150 euros y requieren de seis horas de trabajo. Ella empezó a venir a mi salón de Cerdanyola hace 7 años, cuando estaba empezando su carrera como cantante. Me propuso una colaboración: yo le decoraba las uñas y ella las sacaba en su cuenta de Instagram. Y desde entonces, trabajamos juntas. Al principio no era tan atrevida, apostaba más bien por los porcelanas discretos, pero poco a poco se ha ido animando y ha convertido esa parte de su *look* en una de sus señas de identidad. Es una chica muy natural y sencilla, con la que es muy fácil llevarse bien". La fama de Maritza ha ido en ascenso desde entonces y son muchas las famosas que se han acercado a ella para solicitarle sus servicios de manicura, entre otras las mujeres de varios futbolistas como Messi, Rakitic, Coutinho y Jordi Alba.

Cuando está en Madrid, Rosalía recurre al salón Be Boo (Plaza Pedro Zero, 1), el favorito de famosas e *influencers*. "Llegó a nosotros (nos cuenta Héctor González, propietario del salón) cuando estaba preparando la presentación de su segundo disco, *El mal querer*, y su posterior aparición en el programa *El Hormiguero*. Le hi-



FOTO: JAVIER BIOSCA

Con curvas
Rosalía es el nuevo icono del fenómeno *curvy*.



Pendientes de aro doble topacio oro, 135 € Aristocrazy.



Su última colaboración, llamada *Yo x Ti, Tu x Mi*, ha sido con el cantante trap Ozuna.



Labios rojos
Su favorito es Rouge Couture The Slim, de Yves Saint Laurent.



timos una extensión de acrílico con una decoración muy elaborada, en la que se mezclaban *piercings* y otros elementos muy rebuscados. Quedó muy contenta del resultado. Varias semanas después nos contrató durante tres días para el rodaje de un *videoclip*, y le hicimos varios modelos de uñas”.

LABIOS ROJOS

Rosalía es, desde noviembre de 2018, embajadora de *YSL Beauté*, y se pone en manos de los maquilladores de esta marca para sus apariciones públicas y la grabación de sus vídeos. Principalmente con Javier Ceferino, su maquillador y peluquero de confianza. Miguel Álvarez, también maquillador de la firma, nos cuenta cómo la maquillan: “Le gusta la piel jugosa, unificada y luminosa, buscando siempre una textura perfecta. Solemos aplicarle la hidratante *Top Secrets Instant Moisture Glow*, que tiene una textura muy particular gracias a la que los poros aparecen unificados, no engrasa y aporta agua. Luego *Touche Éclat Le Teint*, una base de maquillaje muy ligera, el iluminador *Touche Éclat Shimmer Stick* en tono champán, dando toques en

sienes, lagrimal, arco de las cejas, pómulos y contorno labial, de este modo creamos puntos de luz en esas zonas concretas. Otro de los grandes atrevimientos de Rosalía es provocar con colores en las cejas. Para lograrlo, aplicamos la *Máscara Vinyl Couture* rosa flúor o azul. Después hacemos un trazo difuminado de lapicero muy a ras de las pestañas y le aplicamos una buena dosis de máscara de pestañas voluminizadora. Para los labios (tan característicos en su caso) su tono favorito es el *Rouge Couture The Slim*. Siempre apuesta por el rojo, en verano con un toque más anaranjado y en invierno uno con un matiz de frutos del bosque. En definitiva, podríamos resumir el mensaje que nos envía Rosalía con su maquillaje diciendo que es natural y clásico, con toques rebeldes y provocadores que revelan una per-

sonalidad desbordante y atrevida. Y el toque de fuerza y sofisticación lo dan los labios rojos”.

COLETA FUENTE

No sólo crea tendencias en maquillajes y manicuras, sino que sus estilismos capilares también están marcando un estilo muy concreto. Desde sus inicios Rosalía siempre se muestra con una melena XXL, ondulada al estilo natural y en tono negro azabache totalmente informal y “chandalera”. Y es en sus *videoclips*, actuaciones o para desfilarse por la alfombra roja cuando pone toda

Uñas decoradas

A la dcha., la manicura creada por @guitonails (Verónica Marcalla en Instagram) y que lució Rosalía en el *Mad Cool* de Madrid este año para la que utilizaron hasta pendientes.



Rosalía es asidua al centro Be Boo en Madrid. Hacен desde imitaciones de mármol en las uñas hasta incrustaciones de piezas metálicas y brillantes. (Desde 150 € uñas fantasía).



Coletero
6,49 € en
[asos.com/es/](https://www.asos.com/es/).



Zapatillas Triple S de piel,
745 € Balenciaga.



la carne en el asador y sorprende con sus peinados atrevidos, inspirados en Jennifer López o Britney Spears: melena cristal (pelo liso cómo una tabla), *pony tail* agitanada (coleta alta y ondulada, probablemente con extensiones), pelo suelto y alborotado que hace oscilar estudiadamente en sus actuaciones, doble *bun* en la parte superior (que le da aspecto aniñado, en un deliberado guiño a la inocencia), muchas trenzas repartidas por toda la cabeza, raya al lado y melena natural al estilo colegiala, o con dos pequeñas trenzas en forma de tirabuzón recorriendo su rostro, que es cómo aparece en su videoclip.

EL MENSAJE

El Dr. Swen Seebach (profesor de Sociología en la UAO CEU, experto en Estudios Culturales Contemporáneos y responsable de las Relaciones Internacionales de la UAO CEU), afirma que Rosalía “está jugando con la feminidad, extrapola lo femenino. Hay una evidente similitud entre lo que hace ella y lo que Baudrillard llama la fuerza de la seducción, un tipo de poder que nace de referencias simbólicas potentes. Ella tiene este estilo seductor que demuestra que está empoderada y no quiere esconderse. Hay otras cantantes del mundo del trap y del reguetón que encajan en el mismo perfil, pero Rosalía lo hace con un estilo diferente: Nicki Minaj comunica sexualidad, Alicia Keys transmite un mensaje natural y Lady Gaga se centra en la extravagancia y la sobre estilización femenina. Rosalía encuentra el equilibrio entre las tres y explota la simbología del poder de la feminidad, de la mujer gitana, de la mujer de la calle, todos ellos referentes de feminidad entendidos como sumisos. Pero ella los convierte en expresión de poder”, sentencia. Por su parte el Dr. Javier Herrero Jover, cirujano plástico de la Clínica Teknon de Barcelona, señala que “en cuanto al canon estético femenino más reciente, se pasó de la exaltación de las curvas femeninas y de las aclamadas 90-60-90 que imperaron en los años 50 y 60 a la androginia de la década de los 80. En los años 90 llegó Madonna con su mensaje anti-princesa y en los 2010 la

sofisticada extravagancia de Lady Gaga. Ahora aparece Rosalía, que se sabe mujer y se gusta como mujer. La sociedad está cansada de iconos inalcanzables y lo que busca es cercanía y autenticidad, y eso es lo que representa esta chica de barrio con un gran talento artístico”.

La propia Rosalía reconoció (en una entrevista concedida a Jordi Bianco, *El Periódico de Cataluña*, el 29 de octubre de 2018): “Me siento cómoda con una imagen de mujer poderosa, fuerte. Eso siempre lo reivindicaré. Cuando me llaman diva... ¿Qué es una diva? ¿Una figura de mujer fuerte? Eso me parece positivo”, aseguraba. Por su parte, la Dra. Mel Solé (directo-



Hace historia

Primera española en ganar dos de los tres premios MYV a los que estaba nominada (mejor vídeo latino y mejor coreografía), con un minivestido de terciopelo de Burberry.

ra de la sección de Marketing del Departamento de Empresa de la Facultad de Economía y Empresa de la UB), afirma que “llamar la atención del público hoy en día es mucho más complejo que antes, debido a la proliferación de información a la que estamos sometidos, visual y virtualmente. Madonna, uno de los iconos de Rosalía junto a Lady Gaga, consiguió atraer las miradas en su día con *Like a Vir-*

gin, que transmitía un mensaje muy provocador con una estética rompedora. Rosalía ha conseguido ponerse en el foco con una propuesta muy trabajada y muy bien construida en el que la mujer está en el centro de todas las miradas. La puesta en escena de sus vídeos está muy bien construida, a base de imágenes basadas en el rejoneo, el toreo, las motos, el *skate*, los camiones y en el centro de todo este mundo, aparentemente masculino está ella, una mujer fuerte, valiente y poderosa vestida para reivindicar sus atributos femeninos con seguridad y aplomo”.

Su segundo disco se anunció con un vídeo promocional en la mítica *Times Square* neoyorquina, ha debutado en el cine de la mano de Pedro Almodóvar, protagonizado *stories* en Instagram a cargo de Kourtney Kardashian y Halle Berry en los que aparecen bailando al compás de *Malamente*, fue citada para reunirse con Tim Cook, presidente de Apple, durante su visita a Madrid en octubre de 2018 (la otra cita de Cook fue con Pedro Sánchez), ha sido calificada por YouTube cómo “la artista emergente del momento”, es la “niña bonita” del *The New York Times* que escogió el tema *Malamente* cómo recomendación musical de la semana (en agosto de 2018), y acaba de ser la primera mujer españolas en la historia en ganar dos premios MTV.

¿Hasta dónde va a llegar el fenómeno? Alba Barneda, directora de producción de Canadá, la productora barcelonesa responsable de los dos vídeos de *Malamente* y *Pienso en tu mirada*, nos confirma su éxito presente y futuro. “Conocimos a Rosalía cuando acababa de sacar al mercado su primer disco, *Los Ángeles*, y grabamos juntos algún vídeo. Luego, un buen día apareció en nuestra oficina con los temas de su segundo disco bajo el brazo, cuando no tenía ni siquiera discográfica. Con esa naturalidad tan aplastante que tiene nos puso *Malamente* directamente en su iPhone. Trabajar con ella es fácil. Tiene las cosas muy claras, sabe perfectamente dónde quiere llegar y lucha por su objetivo sin descanso, y ese objetivo es ser una artista internacional.” **T**