

Las surcoreanas NewJeans lanzan «Get up»

La banda femenina de K-pop NewJeans lanzó hoy «Get up», su esperado segundo EP, un trabajo compuesto de seis cortes que ve la luz apenas un día antes del primer aniversario de la fundación del grupo.

El álbum cuenta con tres sencillos principales; «Super shy», una pegadiza canción que se lanzó hace dos semanas, y otros dos presentados hoy.

Uno es «Cool with you», un tema romántico con texturas de drum & bass del que se ha hecho un vídeo rodado en dos partes con escenas que transcurren en el Barrio Gótico o la Derecha del Ensanche en Barcelona y que incluye la aparición de dos estrellas asiáticas, la actriz y modelo surcoreana Jung Ho-yeon («El juego del calamar»), y el galán hongkonés Tony Leung Chiu Wai.

El otro es «ETA», una canción que se mueve dentro de los estándares más habituales del K-pop de años recientes, bailes incluidos, y cuyo vídeo también fue rodado en España, en este caso usando solo teléfonos iPhone 14 Pro.

«En este álbum la parte vocal es muy diferente de lo que hemos hecho hasta ahora. Las voces livianas de las componentes suenan más atractivas, y también hemos intentado usar varios géneros de baile,» dijo Hanni, una de las cinco integrantes del grupo, en un comunicado publicado por Ador, la agencia que representa a la banda y que es subsidiaria de Hybe, el sello detrás del fenómeno global BTS.

«Get up» se lanza precisamente para celebrar el primer aniversario del nacimiento del NewJeans, que el 22 de julio del año pasado lanzó su primer tema, «Attention».

El miniálbum ya suma 1,72 millones de pedidos anticipados, por lo que la banda supera ya el millón de copias vendidas al igual que sucedió con su primer EP, «New Jeans», y el sencillo «OMG».

El grupo formado por las surcoreanas Minji, Haerin y Hyein y las australianas Hanni y Danielle ha generado enormes expectativas en la industria desde su creación bajo la dirección de Min Hee-jin, la exdirectora creativa de SM Entertainment que fue fichada en 2019 por Hybe.

Este año NewJeans se han convertido en Corea del Sur en la imagen de marcas como Nike, Levi's, Coca-Cola o McDonald's y sus integrantes han firmado además contratos individuales con firmas de lujo como Chanel, Dior, Gucci o Louis Vuiton.

EFE