

Rosalía y su 'Lux' el fenómeno no solo musical de 2025

Rosalía pulverizó todos los récords en 2025 con 'Lux', una obra monumental inspirada en el misticismo femenino que la consagra como el fenómeno cultural del año, y confirma sus habilidades de marketing para convertir cada lanzamiento en un acontecimiento global que va más allá de la música.

El 27 de octubre, la catalana sacudió la escena musical con 'Berghain', un adelanto de su nuevo disco, que dejó desconcertados a quienes esperaban una continuación natural del tono urbano que empleó en 'Motomami'.

En su lugar, Rosalía emergió cantando ópera, acompañada por la maestría de la Orquesta Sinfónica de Londres y con las colaboraciones de Björk o Yves Tumor.

Un universo propio

Con 'Lux' -luz en latín-, Rosalía ha vuelto a demostrar que concibe cada proyecto como un universo único.

El disco no es solo un disco, sino un proyecto completo que incluye cosas como su atuendo -desde el anuncio del álbum, la artista viste solo prendas que recuerdan a un hábito religioso-, o el pelo, que lleva decolorado para simular una corona.

Cada una de sus apariciones de la catalana refuerza la narrativa de mística que vertebra el disco. La 'listening party' celebrada en el Museo Nacional de Arte de Cataluña, en Barcelona, fue concebida como un hipnótico ritual religioso con más tintes de performance que de presentación de disco al uso.

Lux rompe las costuras del pop

Aparte de todo lo que envuelve 'Lux', el disco también se desmarca por su contenido.

En un momento en el que el pop global apuesta por la inmediatez, Rosalía ha elaborado un trabajo que pide mucho de sus oyentes, como ella misma ha reconocido. «Cuanto más nos adentramos en la era de la dopamina, más deseo lo contrario», dijo en una entrevista con el New York Times.

‘Lux’ desafía cualquier convención, canta en 14 idiomas, mezcla recitaciones operísticas con canto coral y hay más música clásica que ‘beats’ electrónicos. Sus letras beben de fuentes tan diversas como la vida de santas, poetas místicas y figuras visionarias como Hildegarda de Bingen.

Los números han respondido al riesgo artístico de la catalana: ‘Lux’ se situó en el número uno en su debut en cinco listas diferentes de Billboard, y ‘Berghain’ supera ya los 30 millones de visualizaciones en YouTube.

Y la crítica también ha dictado su sentencia: Rolling Stone, The New York Times y referentes como Andrew Lloyd Webber han incluido ‘Lux’ entre los mejores proyectos del año, subrayando la valentía de la artista y su capacidad para romper moldes en la música.

Pero lo que más ha destacado es la habilidad de Rosalía para subvertir las reglas del marketing tradicional y llevarlas a su terreno narrativo.

Buena música, mejor marketing

‘Lux’ ha llegado precedida por una campaña mediática milimétricamente orquestada desde sus redes y aupada por sus millones de seguidores, llena de símbolos y guiños. La artista ha ido dejando como un reguero de migas que, a la vez, ha hecho explotar internet de teorías y confabulaciones.

A lo largo de meses, la artista ha ido sembrando pistas para sus millones de seguidores. Primero fue la partitura de ‘Berghain’, que compartió en su perfil de la plataforma Substack y que inspiró a centenares de fans a interpretarla en TikTok y YouTube, convirtiendo al público en partícipe del fenómeno del disco.

Después llegó la misteriosa convocatoria en la Gran Vía madrileña, donde apareció en un coche blanco, vestida también de blanco y con zapatos rojos. Las teorías en redes explotaron, ¿Estaría emulando al papa?.

Esa ansiedad por interpretar cada gesto que protagoniza se remonta incluso a la campaña que hizo en septiembre para Calvin Klein, donde fue fotografiada junto a una serpiente -que ahora muchos identifican como una referencia directa a la inspiración religiosa de ‘Lux’- u otra imagen de aquella campaña en la que la catalana forma lo que parece las letra de la palabra Lux en tres poses distintas.

2026, ¿Año Lux?

2026 promete ser una continuación del fenómeno cultural de 'Lux'. Rosalía, que creó para 'Motomami' toda una innovadora propuesta audiovisual que combinaba imagen, música y baile, ha anunciado una gira que contará con un escenario inspirado en la planta de una catedral.

La expectación -como todo lo que rodea a la artista- es máxima, y la fiebre de Lux ha hecho que las entradas para la gira del disco -que comenzará en Europa y terminará en América- se agotaran en pocas horas. Todo apunta a que la fiebre continuará alrededor de todo lo que Rosalía toque.