

EL FLORIDA Clasificados **47** Aniversario
\$9.95 X2 Semanas
Horóscopo BUSCALO EN ESTA EDICION

Año XLVII 7 al 13 de Abril del 2023 6 Paginas Número 2162

SEMANAL

Cómo Taylor Swift convirtió su carrera en una máquina de amasar dinero sin apenas contratos publicitarios



La única vez que la estadounidense Taylor Swift actuó en España fue el 19 de marzo de 2011 en el Palacio de Deportes de la Comunidad de Madrid, el actual WiZink Center, con motivo de su Speak Now World Tour. Pese a que ya atesoraba varios Grammys —entre ellos, el de Álbum del Año por Fearless, su segundo trabajo editado en 2008—, apenas 4.000 personas acudieron a la cita, una cifra muy por debajo de las algo más de 15.500 que puede albergar el recinto. Lo mismo ocurrió en la mayoría del resto de conciertos programados en Europa.

En aquel momento, vis- to en perspectiva, se la consideraba una inofensiva cantautora country, un producto para púberes que anhelaban hallar su príncipe azul. Infravalorarla era la tónica habitual. Prueba de ello pudo comprobarse en los MTV Video Music Awards de 2009: la noche que Kanye West irrumpió en el escenario vociferando que el premio al Mejor Video Femenino se lo merecía Beyoncé por Single Ladies (Put a Ring on It), y no ella por You Belong With Me, algunos defendieron las palabras que no las formas— del rapero. Mucho, demasiado, ha llovido desde entonces.

Como Shania Twain hiciera a mediados de los noventa, Swift decidió alejarse de sus raíces country para abrazar el pop de masas. Lo hizo tímidamente en 2012, con la ayuda del todopoderoso productor sueco Max Martin —el artífice de hits como ...Baby One More Time, de Britney Spears, o I Kissed a Girl, de Katy Perry—, en el álbum Red. Tal fue la buena acogida de aquella reinención que, en 2014, la perfeccionó en 1989: además de alzarse nuevamente con el Grammy al Álbum del Año en 2016, continúa siendo su disco más vendido con más de 10 millones de copias en todo el mundo.

Un nuevo icono pop había llegado para quedarse. Pero, ante la pobre acogida de su Speak Now World Tour en Europa, las siguientes giras de Swift contaron con escasas fechas en el Viejo Continente. En concreto, el Red Tour visitó pabellones de Londres y Berlín, mientras que The 1989 World Tour hizo lo propio en Colonia, Ámsterdam, Glasgow, Manchester, Dublín y la capital británica, donde sí se dio un baño de masas en Hyde Park. A finales de 2017, cuando anunció que al año siguiente saldría a la carretera y daría el salto a los estadios, a nadie le chocó por estos lares que el Reputation Tour sólo recalara en

Mánchester, Dublín y Londres. Con 53 conciertos en total, 40 de ellos en Norteamérica, entre mayo y noviembre de 2018 recaudó 345 millones de dólares. Siempre quedará la duda de cómo, en el verano de 2020, hubiera funcionado su periplo por festivales europeos. Por culpa de la pandemia nos quedamos con las ganas de verla presentando Lover en el madrileño Mad Cool. Ahora bien, analizando los datos que maneja al otro lado del Atlántico, se sobreentiende que anteponga ese mercado a cualquier otro. Con su décimo álbum de estudio, *Midnights*, despidió 2022 batiendo varios récords:

más allá de convertirse en el trabajo más escuchado en la historia de Spotify el día de su lanzamiento —184,6 millones de reproducciones en apenas 24 horas—, en Estados Unidos despachó 1.578.000 de unidades físicas en una semana y, por si fuera poco, coló diez de sus temas en el top ten del Billboard Hot 100. También, en su país natal, uno de cada 25 vinilos vendidos en 2022 llevaba su firma: *Midnights* encabezó la lista con 1,7 millones de copias, y *Folklore*, editado originalmente en 2020, ocupó el séptimo puesto con 174.000.