

Look

Taylor Swift y la bufanda roja más buscada

Desde el lanzamiento del álbum *Red (Taylor's Version)* el pasado 12 de noviembre, las búsquedas en Google relacionadas con bufandas rojas y la marca favorita de pintalabios de la artista, dos elementos clave en la narrativa del disco, se han disparado.

Modaes
25 nov 2021 - 05:00



Taylor Swift también rompe récords en Google. El pasado 12 de noviembre, la artista lanzó *Red (Taylor's Version)*, una regrabación de su álbum del mismo nombre que publicó originalmente en 2012. En las últimas semanas, **las búsquedas en Google de la bufanda roja de Swift y su marca de pintalabios, dos elementos clave en la narrativa de *Red*, se han disparado**, según datos del buscador recogidos por *WWD*.

Concretamente, **el número de búsquedas de “significado de la bufanda roja de Taylor Swift” se multiplicó por quince tras el lanzamiento del álbum**. El accesorio aparece en una de las canciones más críticamente aclamadas del proyecto, *All Too Well*

1/2

<https://www.modaes.com/look/taylor-swift-y-la-bufanda-roja-mas-buscada>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Modaes

, de la que Swift publicó una versión de diez minutos con su último álbum, acompañada de un corto dirigido por la artista.

El *film*, también de diez minutos de largo, es protagonizado por Sadie Sink y Dylan O'Brien, cuyos nombres han alcanzado máximos en Google en el último mes, coincidiendo con el anuncio del vídeo musical.

Taylor Swift disparó las búsquedas en Google de su marca favorita de pintalabios, que se multiplicaron por nueve

Las palabras “qué marca de pintalabios lleva Taylor Swift” (en inglés) fueron **googleadas nueve veces más** en las últimas dos semanas que en el periodo de quince días anterior al lanzamiento de *Red (Taylor's Version)*. La artista incorporó este color de labios (el color *Ruby Woo* de Mac, propiedad de Estée Lauder) en el concepto original del álbum en 2012 y lo ha recuperado recientemente.

También las búsquedas de “Taylor Swift rebeca roja” han aumentado significativamente con el lanzamiento del último álbum de la artista, **multiplicándose por más de cinco**. Se trata de uno de los artículos de *merchandising* que Swift puso a la venta en su página web el 12 de noviembre y que continúa sin existencias desde ese día.

En los últimos años, numerosos personajes célebres de la música y el cine se han aventurado en la moda y la cosmética con una marca propia. Uno de los más exitosos casos es el de Rihanna y Fenty, que comenzó en 2018 como una firma de moda íntima y diversificó hasta entrar en la cosmética rosa de la mano de Kendo, la aceleradora de LVMH. El cantante **Harry Styles es el último personaje en sumarse a la tendencia y anunció la semana pasada Pleasing**, una línea de perfumería y esmalte de uñas.