

---

**“Como eu faço isso ser sobre a Taylor?<sup>1</sup>”:  
Uma análise da participação dos fãs na comunicação da cantora Taylor Swift<sup>2</sup>**

Elias Lopes Gonçalves<sup>3</sup>

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS

**RESUMO**

Este trabalho teve como objetivo observar as mudanças nos processos comunicativos e o modo como os indivíduos se relacionam nos ambientes digitais, a partir do surgimento de novas tecnologias. O objeto de estudo foi o conteúdo disseminado por fãs de Taylor Swift nas redes sociais na Internet, por meio de uma análise de conteúdo, utilizando teorias presentes no campo da comunicação, defendidas por autores como Jenkins (2006), Toffler (1980), Bortholuzzi (2018).

**PALAVRAS-CHAVE**

Taylor Swift; fãs; Redes Sociais na Internet.

**CORPO DO TEXTO**

O interesse das pessoas em participar da difusão de informação, aliado ao surgimento de novas tecnologias, vem modificando a forma como nos comunicamos na Internet e, conseqüentemente, produtores e consumidores de conteúdo agora interagem de maneiras imprevisíveis nos ambientes digitais. Esses novos indivíduos tendem a propagar, com mais facilidade, informações de diversos formatos, como vídeos, fotos, comentários, áudios, dentre outros. Tais materiais podem ser divulgados por mídias tradicionais e/ou digitais, empresas e/ou pessoas.

Recuero (2009) aborda a comunicação nos ambientes digitais, explicando que as redes sociais sempre estiveram presentes na sociedade, mas que a Internet tornou possível que atores "[...] pudessem construir-se, interagir e comunicar com outros atores, deixando, na rede de computadores, rastros que permitem o reconhecimento dos padrões de suas conexões e a visualização de suas redes sociais" (RECUERO, 2009, p. 24). Castells (2016) corrobora, defendendo que as redes não são algo presente apenas no mundo moderno, mas que as redes sociais na Internet se organizam a partir da união de perfis de usuários que se relacionam entre si, com objetivos semelhantes.

---

<sup>1</sup> Frase constantemente utilizada por fãs de Taylor Swift para divulgar conteúdos sobre a cantora nos ambientes digitais.

<sup>2</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>3</sup> Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRGS, e-mail: elias.lopes.goncalves@gmail.com

---

Vemos as novas tecnologias modificando o modo como nos relacionamos com as nossas redes de contatos, além de influenciar na maneira como nos conectamos com artistas e celebridades. A relação entre a cantora Taylor Swift e seu público exemplifica essas mudanças, seus fãs são denominados *Swifties* e possuem uma relação de proximidade com a artista. Esses indivíduos não somente consomem suas músicas, produtos ou garantem presença em seus shows, mas também desempenham um trabalho constante na divulgação de suas obras para o restante do público.

Como objeto empírico, analisamos o conteúdo disseminado por fãs de Taylor Swift nas redes sociais na Internet, após o agradecimento da cantora ao receber seu décimo terceiro Grammy<sup>4</sup>, buscando identificar características que exponham a relação de participação do público com a obra da artista. Nosso problema de pesquisa parte da observação de que as novas tecnologias tendem a contribuir para que indivíduos disseminem informações na Internet de maneira ativa, colaborando para uma mudança na forma como artistas se relacionam com o seu público, e visa responder: de que maneira a produção de conteúdo dos fãs de Taylor Swift contribui para o sucesso da cantora?

Buscamos compreender como as redes sociais na Internet potencializam o discurso de consumidores, que outrora não teriam participação no compartilhamento de informações nos ambientes digitais, por meio de uma análise de conteúdo de publicações de fãs da Taylor Swift, relacionando seus vídeos com conceitos presentes no referencial teórico do estudo. Bardin (1997) afirma que qualquer mensagem disseminada de um emissor para um receptor pode ser estudada por meio de uma análise de conteúdo, apontando que a técnica consiste em um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que busca obter, por meio de procedimentos sistemáticos, informações que possibilitem o conhecimento necessário para a compreensão das mensagens divulgadas.

Desde o início de sua carreira, Taylor Swift já transitou por diferentes estilos musicais, com atualizações em suas melodias e seus visuais, dentre outras coisas, mas sempre teve sua carreira diretamente afetada, positiva ou negativamente, pela mídia, conforme apontado por Bee e Santos (2018, p. 2):

Desde sua primeira aparição na mídia, no ano de 2006, até seu mais recente álbum, em 2017, a artista passou por diversas fases em sua carreira. De

---

<sup>4</sup> Grammy é o nome dado ao prêmio distribuído a artistas musicais na premiação anual denominada Grammy Awards.

---

menina frágil a mulher empoderada, a mídia, que acompanhou de perto seus passos, tem papel importante nas mudanças enfrentadas por Swift. Mesmo estando do outro lado da cultura da mídia, as celebridades também são julgadas por seus atos e passam a ter sua vida cotidiana espetacularizada como forma de entretenimento. A imagem do sujeito Taylor passa por uma transformação constante que torna difícil distinguir qual é a identidade da artista ou quem ela é.

Desse modo, se torna interessante compreender de que maneira a cantora dialoga com sua base de fãs para construir sua imagem diante à mídia tradicional e digital nos dias atuais. Observarmos a frase *Taylor Swift is the music industry*, presente no conteúdo da revista *Bloomberg Businessweek*<sup>5</sup> e popularizada pela apresentadora Barbara Walters, ser constantemente disseminada pelos fãs da cantora nas redes sociais na Internet, assim, vemos as mídias tradicionais e digitais dialogando. Essa e outras afirmações exemplificam a relação entre a cantora e seu público que, cada vez mais, se coloca em um papel participativo na carreira dela, seja pelo consumo de seus álbuns, indo a shows ou divulgando seu material nas redes sociais na Internet, com o intuito de torná-la ainda mais conhecida pela sociedade.

Essa não é uma característica presente apenas na relação de Taylor Swift com seu público, assim como a cantora, diversos artistas criam laços participativos com seus fãs na divulgação de seus álbuns. Entretanto, aprofundaremos nosso estudo na relação da artista com seus seguidores, a partir de teorias presentes no campo da comunicação. Diversos autores já abordaram a participação dos fãs na disseminação de informação sobre artistas presentes na cultura pop. Cunha (2008) define essa união de fãs a partir da cultura participativa como *fandoms*, esses, se unem para abordar diversos assuntos de interesse em comum.

Cristofari e Guitton (2016) explicam que o avanço das novas tecnologias contribuiu para que os indivíduos tivessem a possibilidade de participar nessa disseminação de cultura, gerando impacto social e econômico. Jenkins (2006) corrobora, apontando que essa criação está ligada não somente ao advento de novas tecnologias, mas também ao interesse desse público em participar ativamente na produção de conteúdo.

Compreendemos que fãs são consumidores de determinado produto midiático que criam um envolvimento afetivo com os itens consumidos, os levando ao papel de divulgadores do mesmo. A frase *como eu faço isso ser sobre a Taylor?* é amplamente

---

<sup>5</sup> Bloomberg Businessweek é uma revista sobre negócios norte-americana, fundada em 1929.

---

comentada pelo seu público, indicando a sua participação na divulgação de conteúdos sobre a cantora. Sendo assim, os *Swifties* não somente contribuem economicamente para a ascensão de Taylor Swift, mas socialmente, à medida que se unem em comunidades para falar sobre a cantora, fazem mutirões para colocá-la em primeiro lugar nas paradas musicais, além de contribuírem para seu ganho de prêmios, como a própria cantora aponta. Em 4 de fevereiro de 2024, ao subir ao palco da 66.ª cerimônia anual do *Grammy Awards* para receber o prêmio da categoria *Best Pop Vocal Album* pelo disco *Midnights*, a cantora afirmou:

“[...] quero agradecer aos membros da *Recording Academy* por votarem desta forma, mas sei que a forma como a *Recording Academy* votou é um reflexo direto da paixão dos fãs. Então, quero agradecer aos fãs, contando um segredo que venho escondendo de vocês nos últimos dois anos, que é que meu novo álbum será lançado em 19 de abril [...]”<sup>6</sup>.

Observamos Taylor não somente agradecer a participação direta de seu público com o prêmio, conforme já foi apontado pela mesma em diversos discursos, mas, também, anunciar o lançamento de um novo álbum como presente aos *Swifties* por tanta dedicação. Seus fãs responderam rapidamente nas redes sociais na Internet, tornando a cantora o assunto mais falado no X<sup>7</sup>.

No TikTok<sup>8</sup> a cantora teve seu discurso frequentemente compartilhado pelos fãs, além disso, usuários criaram vídeos falando sobre o tema no formato característico da plataforma. Heloisa Jandl (Figura 1) comemorou a vitória de Taylor Swift na categoria *Best Pop Vocal Album*, apontando que estava assistindo a cerimônia com sua camiseta da artista. A usuária ainda ressalta o discurso de Taylor agradecendo aos seus fãs e comemora o anúncio do lançamento de um novo álbum, afirmando “a gente vai ter um álbum novo da nossa loirinha<sup>9</sup>”.

---

<sup>6</sup> Tradução nossa. No original em inglês: “[...] I want to say thank you to the members of the Recording Academy for voting this way, but I know that the way that the Recording Academy voted is a direct reflection of the passion of the fans. So I want to say thank you to the fans by telling you a secret that I have been keeping from you for the last two years, which is that my brand-new album comes out April 19th. [...]”. Disponível em: <<https://www.inc.com/jason-aten/taylor-swift-dropped-a-surprise-album-during-her-grammy-acceptance-speech-its-a-masterful-lesson-in-delightingher-fans.html>>. Acesso em: 14 jun. 2024.

<sup>7</sup> X, anteriormente conhecido como Twitter, é uma rede social destinada ao compartilhamento de mensagens, lançada em 2006.

<sup>8</sup> TikTok é uma plataforma de entretenimento, com conteúdos disponibilizados em formatos de vídeos curtos sobre variados assuntos, lançado em 2016.

<sup>9</sup> Loirinha é um dos apelidos usados pelos fãs ao falar sobre Taylor Swift.

Figura 1 – Print do vídeo de Heloisa Jandl, publicado em 04/02/2024



Fonte: perfil da usuária no TikTok (2024)<sup>10</sup>

Tal prática dialoga com teorias apontadas por Jenkins (2006), que defende essa participação ativa dos fãs enquanto disseminadores de informações nos ambientes digitais, sendo possível a percepção de uma mudança no processo comunicativo, tendo em vista que, outrora, indivíduos comuns recebiam a informação de maneira passiva, não se apropriando da mesma. Entretanto, agora, pessoas comuns recebem, se apropriam e divulgam informações nos ambientes digitais, criando diálogo com novos indivíduos nessa cultura participativa. Observamos fãs, artistas, empresas e mídias tradicionais – como jornais e revistas – ocupando papéis imprevisíveis nos processos comunicativos.

O vídeo contou com um engajamento de 3.941 curtidas, 185 comentários, 98 *saves* e 10 compartilhamentos. Os comentários se dividiram entre comemorações sobre a vitória da cantora, especulações sobre o novo álbum, além de teorias de anúncio de novos lançamentos, dentre outros assuntos relacionados a Taylor Swift (Figura 2).

Figura 2 – Print dos comentários do vídeo de Heloisa Jandl, publicado em 04/02/2024



Fonte: perfil da usuária no TikTok (2024)<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Disponível em:

<[https://www.tiktok.com/@helojandl/video/7331944819280907526?\\_r=1&\\_t=8nBC6cMdHFt](https://www.tiktok.com/@helojandl/video/7331944819280907526?_r=1&_t=8nBC6cMdHFt)>. Acesso em: 12 jun. 2024.

---

Conforme apontado por alguns fãs nos comentários, o público de Taylor Swift é muito fiel a cantora, trocando informações e teorias diariamente sobre ela. Vemos comentários como “ESSA MULHER É IMPREVISÍVEL”; “Como é bom ser Swiftieeeeeee” e “Ser fã dela é pura emoção, queria ter entrado antes nessa *fanbase*<sup>12</sup>”. Assim, vemos o público cada vez mais feliz por fazer parte da história da artista, corroborando autores de outras pesquisas sobre a cantora, como Bee e Santos (2018) que apontam que ela lançou o álbum *Red*<sup>13</sup> primeiramente para seus fãs em um pequeno evento em sua casa, estreitando mais esse laço de proximidade com os *Swifties*.

Esse público engajado por Taylor Swift, além de consumir seu material e comprar produtos, passa a participar de maneira ativa na propagação de seus conteúdos, se assemelhando ao que foi denominado por Alvin Toffler (1980) como *Prosumer*, sendo consumidor e produtor nesse processo comunicativo. Sobre isso, Bortholuzzi (2018, p. 84) explica que:

“[...] são os consumidores engajados no processo de coprodução de produtos, significados e identidades. São consumidores proativos e dinâmicos em compartilhar seus pontos de vista, tanto através de conteúdo no ambiente digital quanto com relação ao produto”.

O meio digital proporcionou novas relações entre os indivíduos através das conexões presentes nas redes sociais na Internet. Nos *fandoms*, observamos os sujeitos criando relações com pessoas de diferentes ambientes, que outrora não estariam presentes em seus círculos sociais. Percebemos que os usuários conseguem expandir seus contatos, se comunicar com facilidade com indivíduos de diferentes partes do mundo, além de manter suas relações com pessoas próximas ao seu círculo de contato, por meio das ferramentas digitais.

Assim, observamos, cada vez mais, a proximidade da cantora com seu público, sendo pelas letras de suas músicas, teorias de lançamentos de álbuns criados por eles, agradecimentos direcionados para seu público exaltando sua participação direta em seu sucesso, dentre outros fatores que criam essa relação de cocriação entre a artista e seus fãs, conforme podemos observar ao decorrer desta pesquisa, a partir de teorias de coparticipação defendidas por autores como Jenkins (2006), Toffler (1980), Bortholuzzi (2018), etc.

---

<sup>11</sup> Disponível em:

<[https://www.tiktok.com/@helojandl/video/7331944819280907526?\\_r=1&\\_t=8nBC6cMdHFt](https://www.tiktok.com/@helojandl/video/7331944819280907526?_r=1&_t=8nBC6cMdHFt)>. Acesso em: 12 jun. 2024.

<sup>12</sup> Fanbase é uma das variações de nomes utilizados para *Fandom*.

<sup>13</sup> *Red* é o quarto álbum de Taylor Swift, lançado em 2012.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BEE, J. C., SANTOS, H. J. **A reputação de Taylor: uma análise sobre a construção da identidade da cantora Taylor Swift**. Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, 2023. Disponível em: <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://portalintercom.org.br/anais/sul2018/resumos/R60-1421-1.pdf>. Acesso em 14 Jun. 2024.

BORTHOLUZZI, Juliana. **Processos sociomidiáticos no sistema da moda**. Disponível em: <[https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/BRCRIS\\_ab4d91b85b68e67eeb681b5edcd3bb5](https://www.oasisbr.ibict.br/vufind/Record/BRCRIS_ab4d91b85b68e67eeb681b5edcd3bb5)>. Acesso em 14 jun. 2024.

CASTELLS, Manuel. **O poder da comunicação**. São Paulo: Editora Paz & Terra, 2016.

CUNHA, M. I. V. da. **A figura do fã enquanto criador**. 2008. 7 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Gestão Cultural - Média, Públicos e Audiências) – Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2008.

CRISTOFARI, C.; GUITTON, M. **Aca-fans and fan communities: An operative framework**. Journal of Consumer Culture, vol. 0, pp. 1-19. 2016.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Editora Aleph, 2006.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009.

TOFFLER, A. **A Terceira Vaga**. Lisboa: Livros do Brasil, 1980.