

**FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E
DESIGN
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

Hayandra Klein Monteiro Miguel

**O IMPACTO DO ÁLBUM *FOLKLORE* NA IMAGEM PÚBLICA DA
CANTORA TAYLOR SWIFT**

BAURU
2024

Hayandra Klein Monteiro Miguel

O IMPACTO DO ÁLBUM *FOLKLORE* NA IMAGEM PÚBLICA DA CANTORA TAYLOR SWIFT

Trabalho de conclusão de curso apresentado à
Faculdade de Arquitetura, Artes,
Comunicação e Design, da UNESP, como
requisito para obtenção do título de Bacharel
em Relações Públicas.

Orientadora: Profa. Dra. Roseane Andrelo

BAURU
2024

M636i

Miguel, Hayandra

O IMPACTO DO ÁLBUM FOLKLORE NA IMAGEM PÚBLICA
DA CANTORA TAYLOR SWIFT / Hayandra Miguel. -- Bauru, 2024
44 p. : tabs.

Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado - Relações Públicas) -
Universidade Estadual Paulista (UNESP), Faculdade de Arquitetura,
Artes, Comunicação e Design, Bauru

Orientadora: Roseane Andrelo

1. Taylor Swift. 2. Celebridades. 3. Imagem Pública. 4. Mídia. I.
Título.

Hayandra Klein Monteiro Miguel

O IMPACTO DO ÁLBUM *FOLKLORE* NA IMAGEM PÚBLICA DA CANTORA TAYLOR SWIFT

Trabalho de conclusão de curso apresentado à Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, da UNESP, como requisito para obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

BANCA EXAMINADORA

Profª. Dra. Roseane Andrelo

Doutora em Educação Escolar - UNESP

Departamento de Comunicação Social - DCSO/ FAAC/UNESP Bauru

Prof. Assoc. Nelson Russo de Moraes

Doutor em Comunicação - UFBA

Departamento de Comunicação Social - DCSO/ FAAC/UNESP Bauru

Mestra Raquel da Cruz

Mestra em Comunicação - UNESP

Especialista em Comunicação Organizacional - USP

RESUMO

Este trabalho analisa como o álbum *folklore* da Taylor Swift impactou sua imagem pública. A cantora, que é um fenômeno de fãs, vendas e sucesso, foi considerada pessoa do ano pela revista *Time* em 2023, título já recebido por figuras públicas importantes como Martin Luther King, Barack Obama e o Papa Francisco, e se destacou como a primeira artista a ganhar o prêmio de Álbum do Ano no *Grammy* quatro vezes, um feito inédito na história da premiação mais importante do mundo da música. Como base teórica para a pesquisa, foram explorados os conceitos de celebridade e imagem pública, discutindo se o fenômeno da fama existe desde os primórdios da civilização, as teorias que explicam a força das celebridades na sociedade moderna, como se constrói a imagem pública e como a mídia atua nesse processo. Para chegar aos resultados, foi realizada a análise de seis críticas jornalísticas, publicadas em sites de notícias do Brasil e dos Estados Unidos, previamente selecionadas, e utilizando como base a metodologia de Análise de Conteúdo, proposta por Bardin. A análise revelou que o álbum solidificou a imagem da cantora como a de uma artista versátil e talentosa, e ajudou no afastamento de polêmicas vinculadas a sua carreira.

Palavras-Chave: Celebridade, Imagem Pública, Mídia, Taylor Swift.

ABSTRACT

This study analyzes how Taylor Swift's album *Folklore* impacted her public image. The singer, who is a phenomenon in terms of fans, sales, and success, was named Person of the Year by Time magazine in 2023, a title previously awarded to important public figures such as Martin Luther King, Barack Obama, and Pope Francis. She also stood out as the first artist to win the Album of the Year award at the Grammys four times, an unprecedented achievement in the history of the most important music awards. As the theoretical foundation for this research, the concepts of celebrity and public image were explored, discussing whether the phenomenon of fame has existed since the dawn of civilization, the theories that explain the power of celebrities in modern society, how public image is built, and how the media plays a role in this process. To arrive at the results, six journalistic reviews were analyzed, published on news sites from Brazil and the United States, previously selected, using Bardin's Content Analysis methodology as a basis. The analysis revealed that the album solidified the singer's image as a versatile and talented artist and helped her distance herself from controversies tied to her career.

Keywords: Celebrity, Public Image, Media, Taylor Swift

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, gostaria de expressar minha sincera gratidão à Universidade Estadual Paulista (UNESP), sempre acreditei que a educação pública é um pilar essencial para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária, e sou imensamente grata por ter tido acesso a um ensino de qualidade que me proporcionou conhecimento, desenvolvimento e oportunidades.

Ao refletir sobre este projeto, percebo que segui a voz do meu coração e não posso deixar de expressar minha profunda gratidão à Taylor Swift. Escrever uma monografia sobre minha cantora favorita desde os 15 anos, que me apresentou ao fascinante mundo das Relações Públicas, foi um marco especial para mim. Acredito que minha jornada acadêmica teria sido diferente se não tivesse assistido a um vídeo sobre as táticas de RP que ela utilizou em sua carreira. Por isso, encerrar este ciclo com esse tema é, sem dúvida, a escolha mais significativa.

Agradeço também à minha orientadora, Roseane Andrelo, cujo apoio, orientação e incentivo foram decisivos para o desenvolvimento deste trabalho. E por fim, não poderia deixar de agradecer à minha família. À minha mãe, Adriana, que sempre incentivou os meus estudos e lutou para me dar uma educação de qualidade. À minha avó, Osvaldina, e ao meu avô, José, por todo o apoio e por serem exemplos de força e determinação. Não chegaria até aqui sem vocês. Muito obrigada.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURAS

FIGURA 1 - Processo de Construção da Imagem Pública.....	18
FIGURA 2 - Instagram de Taylor Swift em 2016.....	25
FIGURA 3 - Anúncio do Reputation.....	26

DIAGRAMAS

DIAGRAMA 1 - Construção e Desconstrução da Imagem Pública	19
---	----

QUADROS

QUADRO 1 - Críticas Jornalísticas Seleccionadas para a Análise.....	31
QUADRO 2 - Codificação e Categorização.....	33
QUADRO 3 - Impacto e Frequência das Categorias.....	36

GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Impacto das Categorias na Imagem Pública.....	38
---	----

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. CELEBRIDADES: TEORIAS E EVOLUÇÃO.....	11
2.1 A EVOLUÇÃO E A CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE CELEBRIDADE.....	11
2.2 TEORIAS SOBRE CELEBRIDADES.....	13
2.3 CELEBRIDADES MUDIÁTICAS.....	15
3. AFINAL, O QUE É IMAGEM PÚBLICA?.....	17
3.1 REPERCUSSÃO PÚBLICA.....	19
3.2 PARTICIPAÇÃO DA MÍDIA.....	20
4. UMA BREVE CONSTRUÇÃO DA TAYLOR SWIFT COMO CELEBRIDADE MUDIÁTICA.....	23
5. METODOLOGIA.....	29
6. ANÁLISE DE RESULTADOS.....	33
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	40
REFERÊNCIAS.....	43

1 INTRODUÇÃO

Como surge a celebridade? O que faz com que uma pessoa seja capaz de atrair multidões ao redor do mundo? A celebridade é um fenômeno exclusivo da modernidade? Essas figuras, que ocupam um lugar de destaque na sociedade contemporânea, levantam inúmeras questões sobre seu papel e significado.

Segundo Rojek (2008), a celebridade não é apenas uma manifestação de talento individual, mas o resultado de uma complexa fabricação cultural. Ela emerge da intersecção entre os meios de comunicação de massa, as habilidades do indivíduo e as estratégias cuidadosamente planejadas por empresários, produtores e relações públicas. Além disso, Poyares (1998) afirma que, no mundo dos negócios atual, nenhuma palavra é mais relevante do que imagem, sendo assim, é um elemento central na construção de uma celebridade.

Em síntese, a celebridade é uma fabricação cultural de grande impacto sobre o público. Taylor Swift, inegavelmente, se enquadra nessa categoria, sendo reconhecida como uma das artistas mais influentes da atualidade, tanto por sua música quanto por sua marcante presença na cultura pop. Ao longo de sua carreira, Taylor lançou diversos álbuns aclamados, transitando entre os estilos country e pop e conquistando uma enorme base de fãs, chamados "Swifties". Conhecida por suas letras confessionais e autobiográficas, a cantora aborda temas como amor, decepção, amizade e empoderamento feminino, criando uma forte conexão com os seus fãs.

As polêmicas que cercam Swift também fazem parte de sua complexa trajetória como celebridade. A cantora já enfrentou rivalidades com outros artistas, com destaque para o incidente no *MTV Video Music Awards* de 2009, quando Kanye West interrompeu seu discurso para afirmar que outra artista merecia o prêmio em seu lugar. Além disso, Taylor também é alvo constante de críticas por escrever e cantar sobre relacionamentos amorosos em suas músicas.

Em 2020, em meio à pandemia global de COVID-19, a artista surpreendeu o mundo da música com o lançamento do disco *folklore*,¹ que marcou uma virada significativa em sua carreira, não apenas em termos de estilo musical, mas também em relação ao processo criativo por trás do álbum. Diferentemente de seus trabalhos anteriores, que muitas vezes eram marcados por um som pop mais convencional e letras sobre experiências pessoais,

¹ Disponível em:

<https://g1.globo.com/pop-arte/musica/noticia/2020/07/23/taylor-swift-anuncia-lancamento-de-folklore-seu-oitavo-album-de-estudio.ghtml>. Acesso em: 02/09/2024

folklore apresenta uma abordagem mais voltada para o folk, com narrativas sobre personagens que não existem.

Por se diferenciar significativamente de seus trabalhos anteriores, o disco representou uma virada de chave na carreira da artista, afetando sua imagem, pois segundo Gomes (2004), a imagem pública de um ator social não é constante. Dessa forma, considerando a importância das celebridades na sociedade e a notoriedade de Swift, torna-se relevante investigar como o lançamento do álbum afetou a imagem pública da cantora.

Assim, esta monografia tem como objetivo principal analisar o impacto do álbum *folklore* na imagem pública de Taylor Swift. Além disso, propõe-se explorar os seguintes objetivos específicos: primeiro, realizar um levantamento teórico sobre a construção das celebridades midiáticas; segundo, compreender a relação entre imagem pública, celebridades e mídia; terceiro, descrever a construção da imagem de Taylor Swift como celebridade midiática; e por fim, investigar a forma como três jornais brasileiros e três jornais americanos retrataram e interpretaram o álbum. Os veículos de notícias foram escolhidos com base em critérios de número de acessos e na publicação de críticas entre os dias 24 e 26 de julho de 2020.

Esta pesquisa está dividida em seis capítulos. Nos dois primeiros, serão explorados os conceitos de celebridade, os processos de celebrização de uma figura e de construção da imagem pública, e como a mídia está presente em ambos os conceitos, evidenciando seu papel fundamental na formação e manutenção das celebridades midiáticas. Nesses dois capítulos, alguns teóricos foram utilizados, dentre os principais: Rojek (2008), Simões e França (2020), Ortiz (2016), Marshall (1997), Gomes (2004), Weber (2004), Poyares (1998) e Jenkins (2008).

O terceiro capítulo se concentrará na trajetória de Taylor Swift, destacando o início da sua carreira e como se deu o seu processo de celebrização. No quarto capítulo, apresentaremos a metodologia adotada para a verificação dos resultados, que consiste na análise de conteúdo de Bardin, detalhando como ela será utilizada para examinar as críticas selecionadas. O quinto capítulo apresentará os códigos e categorias empregados na análise, juntamente com os resultados obtidos. Por fim, no capítulo final, serão oferecidas considerações que sintetizam as principais descobertas do estudo.

2 CELEBRIDADES: TEORIAS E EVOLUÇÃO

Todos os dias, estamos imersos na presença de celebridades, seja por meio da televisão, revistas, outdoors, cinema, rádio, redes sociais ou até mesmo em conversas do cotidiano. É comum discutirmos sobre filmes estrelados por celebridades, novos álbuns ou até mesmo a vida pessoal de figuras públicas. Segundo Rojek (2008), em um cenário onde a religião perdeu o papel central que antes ocupava na vida de muitos, o destaque das celebridades ocupa um espaço semelhante, com todos conhecendo pelo menos uma história de uma figura pública influente.

Portanto, neste primeiro capítulo teórico, é crucial traçar um panorama histórico sobre o fenômeno da fama, examinar o papel da mídia nesse processo e as teorias acadêmicas que estudam as celebridades. Assim, conseguiremos entender como essa figura evoluiu e se tornou central na sociedade contemporânea.

2.1 A EVOLUÇÃO E A CONSTRUÇÃO DO CONCEITO DE CELEBRIDADE

Rojek (2008) entende a celebridade como um acontecimento, sendo possível reduzir esse acontecimento a uma equação bastante simples: “celebridade = impacto sobre a consciência pública” (Rojek, 2008, p. 12). Segundo o autor, uma celebridade não é apenas o resultado do talento de um indivíduo, mas sim uma fabricação cultural cuidadosamente gerenciada por intermediários culturais. Esses intermediários culturais seriam os empresários, relações públicas, produtores, e outros. O autor explora a etimologia do termo, destacando sua origem latina, “celebrem”, que carrega conotações de “fama” e “estar aglomerado”. Ele observa que a palavra também se relaciona com “célere”, que implica velocidade, ou seja, mostra a natureza efêmera da fama.

Já David Marshall (1997), traça a evolução do termo nos dicionários ingleses, destacando que, até o século XIX, a palavra celebridade tinha conotações ligadas à solenidade, à pompa e ao respeito. No entanto, o uso moderno do termo, como identificado no *Oxford English Dictionary*, começou a surgir apenas em 1849, quando a celebridade passou a ser reconhecida como uma figura pública destacada por suas qualidades individuais.

Heinich (2012, apud Simões e França, 2020) observa que, originalmente, a celebridade era uma condição. Hoje em dia, essa qualidade se incorporou à própria identidade da pessoa, transformando-a em uma parte intrínseca do seu ser: agora, dizemos que alguém “é uma celebridade”. Assim, a celebridade evoluiu de uma mera condição para um modo de ser.

O conceito de celebridade, tal como entendemos hoje, segundo muitos estudiosos (Rojek, Marshall, Ortiz, Boorstin), está profundamente conectado à modernidade e ao desenvolvimento das mídias de massa. No entanto, autores como Braudy (2007), argumentam que a busca pela fama não é um fenômeno exclusivo dos tempos modernos.

Para Braudy (2007), a necessidade de reconhecimento é uma característica inerente ao ser humano. Em sua análise histórica do fenômeno da fama, o pesquisador destaca que seus primórdios podem ser encontrados na trajetória de Alexandre, o Grande, rei da Macedônia, considerado a primeira pessoa famosa do mundo antigo. Segundo Braudy, naquela época, a "fama significava uma grandeza quase totalmente separada da natureza humana ordinária" (Braudy, 1986, p. 29.). Do tempo de Alexandre a Júlio César, passando por Jesus Cristo, Braudy explora como a fama era um privilégio reservado a certos grupos, principalmente as elites políticas e religiosas, que buscavam alcançar e manter uma distinção em relação aos demais.

Rojek, no entanto, argumenta que os veículos de massa são essenciais para a existência do conceito de celebridade, sugerindo que figuras como Alexandre, o Grande, são apenas protótipos de celebridades:

Em resumo, o século XVIII estabeleceu plateias nacionais populares e globais de massa, e celebridades para esse público. Crucialmente, isso esteve ausente das primeiras formações sociais que só foram capazes de produzir formas prefigurativas de celebridade. (Rojek, 2008, p. 114)

Rojek sustenta que essas formas prefigurativas de celebridade possuem renome, visto que o renome é uma forma de distinção social restrita a um grupo específico e pequeno de indivíduos, possuindo fronteiras claramente definidas. Já a celebridade moderna alcança um público amplo e diversificado, transcendendo até mesmo barreiras territoriais.

Rojek (2008) também destaca que existem três tipos de celebridade: conferida, atribuída e adquirida. A primeira relaciona-se com a descendência biológica, é o caso de príncipes e princesas. O segundo tipo, a celebridade adquirida, é aquela com talentos e habilidades reconhecidas e aclamadas. Encaixam-se nessa categoria os atletas, músicos e atores. Já a celebridade atribuída pode existir independentemente de seu talento ou da sua descendência biológica, como explica:

A celebridade adquirida não é exclusivamente uma questão de talento ou habilidade especial. Em alguns casos ela resulta da concentrada representação de um indivíduo como digno de nota ou excepcional por intermediários culturais. Quando é assim, é celebridade atribuída (Rojek, 2008, p. 20)

Ao classificar as celebridades, Rojek indica ainda uma subcategoria: os celótides, que possuem fama passageira, frequentemente ligada a escândalos.

Além disso, também é essencial compreendermos o processo de celebração, ou seja, a transformação de uma pessoa em uma celebridade, que se desdobra em três etapas: conhecimento, reconhecimento e culto. Primeiramente, é necessário alcançar um nível de visibilidade pública para que uma figura comece a se estabelecer como celebridade. A seguir, uma vez que essa visibilidade é alcançada, entra-se na fase de reconhecimento, onde a figura é identificada e valorizada por suas realizações ou por quem é. Por fim, ao manter e cultivar o reconhecimento ao longo do tempo, a figura atinge o estágio do culto, tornando-se objeto de adoração e lealdade tanto dos fãs quanto da mídia (Simões e França, 2020).

As celebridades atribuídas, conferidas e adquiridas passam por todas as etapas do processo de celebração, incluindo o culto, enquanto os celótides geralmente permanecem apenas na fase inicial, ficam conhecidos por um pequeno período de tempo, sendo assim, não conseguem sustentar o reconhecimento ao longo do tempo e acabam sendo rapidamente esquecidos.

2.2 TEORIAS SOBRE CELEBRIDADES

Rojek explica três abordagens sobre a celebridade contemporânea que são defendidas pela literatura acadêmica. São elas: subjetivismo, estruturalismo e pós-estruturalismo.

A teoria subjetivista, defendida por autores como Max Weber (1947) e Edgar Morin (1989), destaca o talento inato das celebridades, focando em dons naturais que os distinguem dos demais. Segundo os defensores dessa linha de pensamento, o fanatismo que pessoas comuns desenvolvem por figuras públicas não pode ser explicado de forma racional. Esse fenômeno, de acordo com a teoria subjetivista, é resultado de uma "química especial" que inspira uma conexão intensa e quase mágica. (Rojek, 2008).

Max Weber (1947, apud Rojek, 2008) contribuiu para essa teoria ao descrever o carisma. Segundo o autor, o carisma pode ser definido como um dom que inspira os outros, podendo ser atribuído a forças sobrenaturais. Já Edgar Morin (1989), introduziu o conceito dos "olimpianos" que, lembrando os mitos gregos, define as celebridades com uma "dupla natureza divina e humana". Isso faz com que as celebridades sejam vistas como figuras excepcionais, quase sobre-humanas.

A segunda abordagem sustentada pelos estudos acadêmicos, chamada de estruturalismo, é uma abordagem crítica. Defendida por autores como Guy Debord, Marcuse, Morin, David Marshall, Orrin Klapp e a Escola de Frankfurt, surgiu nas décadas de 1960 e 1980, e enxerga as celebridades como figuras moldadas por regras e estruturas. Nesse

sentido, as celebridades são consideradas construções sociais que desempenham papéis específicos na sociedade.

O estruturalismo identifica três principais estruturas sociais que moldam o conceito de celebridade, sendo necessário discorrer um pouco sobre cada para entender essa abordagem. A primeira das estruturas é a Indústria Cultural, teoria que se popularizou com a Escola de Frankfurt e sustenta que a produção cultural se tornou um meio de controle social e manipulação. Nesse sentido, de acordo com essa teoria Frankfuriana, as celebridades são usadas, por meio dos veículos de comunicação, para explorar as massas, reforçar o domínio do capital e moldar comportamento. Elas são vistas como invenções planejadas para manipulação.

Outra estrutura fundamental defendida pelo estruturalismo é a Governabilidade, que explora como as celebridades são usadas como instrumentos políticos. Segundo David Marshall (1997), a celebridade é predominantemente uma invenção social, e também por meio da comunicação de massa, funciona como uma ferramenta para governar a população.

Por fim, a terceira e última estrutura destacada pelo estruturalismo é a Teoria dos Tipos, e sugere que as celebridades representam tipos de comportamento social, como heróis e vilões. O principal autor que defende a Teoria dos Tipos é Orrin Klapp (1954), e segundo ele, todos os grupos sociais criam tipos de caráter que funcionam como modelos de liderança. No passado, essas figuras eram frequentemente representadas por deuses ou heróis mitológicos, mas na era moderna, celebridades assumiram esse papel, sendo transformadas em figuras quase divinas que servem como um exemplo a ser seguido (Klapp, 1954, apud Rojek, 2008).

Partindo para uma corrente mais recente, o pós-estruturalismo, representado por autores como Richard Dyer e Richard deCordova, aborda a celebridade como uma construção cultural complexa e em constante transformação. Nas palavras de Rojek:

Existe, então, uma interação entre a narrativa da celebridade e os contextos históricos, culturais, socioeconômicos aos quais a celebridade está vinculada. Para usar um termo do pós-estruturalismo, a celebridade é “intertextualmente” construída e desenvolvida. (Rojek, 2008, p. 49)

Em resumo, o pós-estruturalismo vê as celebridades como mercadorias planejadas, que dependem do contexto histórico, socioeconômico e cultural, e cujas imagens são moldadas pela mídia.

2.3 CELEBRIDADES MUDIÁTICAS

Como vimos, apesar de discordâncias na função da celebridade na sociedade, grande parte das abordagens acadêmicas sobre esse fenômeno concorda quanto à importância dos meios de comunicação de massa na construção desse conceito. Deste modo, este trabalho abordará a celebridade como um fenômeno moderno, explorando em maior profundidade como os estudiosos relacionam o conceito com a modernidade e sua relação com a mídia.

Rojek destaca que a figura da celebridade se tornou uma preocupação pública devido a três processos históricos principais: "a democratização da sociedade, o declínio da religião organizada e a transformação do cotidiano em mercadoria" (Rojek, 2008, p. 15). Esses fatores ocasionaram mudanças profundas nas dinâmicas sociais e culturais, e contribuíram para que a celebridade ganhasse destaque e relevância na sociedade contemporânea.

Explicando esse processo histórico, que é altamente interligado, Rojek ressalta que a queda da aristocracia e a diminuição do poder da Igreja, em grande parte devido à Revolução Francesa e ao Iluminismo, levou a uma valorização da meritocracia, com a sociedade passando a valorizar indivíduos que alcançavam sucesso com seus próprios esforços. Essa mudança de paradigma legitimou o novo sistema político, o capitalismo, que tem como bases o comércio e a indústria. Nesse sentido, o capitalismo impulsionou a criação de uma cultura de consumo onde as celebridades passaram a ser promovidas como símbolos de prestígio e posição social. Assim, com o desenvolvimento da sociedade moderna, as celebridades preencheram a ausência gerada pela decadência da monarquia e da Igreja como novos símbolos de reconhecimento e pertencimento.

Os avanços do capitalismo e da democracia também são destacados por David Marshall (1997) como fatores essenciais na ampliação do status de celebridade. De acordo com Marshall, "a celebridade é um meio efetivo para a mercadorização do eu e de sentimentos democráticos, em que a celebridade é a personificação do potencial de uma cultura acessível" (Marshall, 1997, p. 26). Nesse contexto, as figuras públicas modernas emergem como representações dos valores democráticos e capitalistas, refletindo a ascensão do indivíduo comum ao estrelato.

Também é crucial ressaltar que a noção de celebridade como a entendemos hoje é indissociável da mídia moderna. Márcia Cristina Pimentel (2005, p. 2) explora a construção da celebridade midiática, definindo-a como "termo corrente para indicar aqueles indivíduos que se transformam em alvo privilegiado das mídias". A estudiosa destaca que a visibilidade

midiática é crucial para o reconhecimento e a construção da identidade de figuras públicas na contemporaneidade.

Da mesma forma, Ortiz (2016) e Rojek (2008) enfatizam que as celebridades dependem de uma alta visibilidade, um fator que só é possível com um fluxo intenso de informações para o grande público. Ambos sugerem que o avanço dos meios de comunicação é intrínseco ao fenômeno da fama. Ortiz (2016, p. 672) afirma: “As celebridades dependeriam da alta visibilidade de suas individualidades, isso só seria possível se o fluxo de informação para o grande público fosse realmente intenso”. Complementando essa ideia, Rojek pontua que as culturas impressas, inicialmente locais, mas que rapidamente se expandiram nacionalmente e globalmente, foram fundamentais na ascensão das celebridades.

Para Boorstin (1971), vivemos em uma era em que a fama pode ser manufaturada rapidamente, graças à revolução gráfica e ao poder dos meios de comunicação de massa. Segundo o autor, a fama não é mais um atributo de grandeza, mas um produto fabricado pela televisão, pelo rádio, pela internet e pela imprensa. Ele argumenta que a habilidade de transformar uma pessoa em uma figura amplamente conhecida é uma característica da modernidade.

Complementando essa perspectiva, Ruebsaat (2007, apud Ortiz, 2016) aponta que a celebridade começou a ser moldada pela mídia de massa com o advento da fotografia no início do século XIX. A fotografia permitiu que as pessoas vissem suas próprias imagens e as de outros de maneira que antes só era possível por meio de um espelho, o que revolucionou a maneira como as figuras públicas eram percebidas e admiradas.

Assim, a celebridade é um produto da mídia de massa, sendo também, um produto da modernidade, cuja existência e manutenção dependem da constante exposição e visibilidade. Sem a mídia, a celebridade, tal como a conhecemos, simplesmente não existiria.

3. AFINAL, O QUE É IMAGEM PÚBLICA?

A vida pública pode trazer tanto aspectos positivos quanto negativos, a depender da imagem pública projetada e da forma como é recebida pelo público. A imagem de uma celebridade pode ser idealizada, mas também pode sofrer críticas e controvérsias. Por ser um componente tão importante para a manutenção das celebridades, neste capítulo, exploraremos em detalhes o seu conceito, abordando como ele é formado, gerido e impactado pela mídia e pela percepção da sociedade.

Primeiramente, a imagem pública não se restringe a componentes visuais, como a aparência de um indivíduo, e embora esses elementos possam contribuir para sua construção, é possível ter uma imagem pública mesmo na ausência de qualquer representação visual concreta. Ela se refere a “um conjunto de conceitos e construtos que representam um indivíduo ou uma instituição” (Barbosa, 2006, p. 27). A imagem pública envolve as percepções, valores e convicções que a sociedade tem sobre uma pessoa, produto ou organização, e se constrói por meio de ações e discursos, portanto a imagem visual não é um elemento essencial para a construção da imagem pública. (Gomes, 2004). Exemplificando essa ideia, mesmo que uma organização invista em uma excelente identidade visual, isso não garante que sua imagem pública será positiva.

O relações públicas Walter Poyares reforça essa perspectiva ao afirmar que a imagem pública é uma construção abstrata, uma “representação simplificada que emerge na mente como síntese de uma ou várias sensações ou percepções”, e, portanto, está profundamente enraizada nas percepções individuais (Poyares, 1998, p. 87).

Além disso, a imagem pública está relacionada à compreensão da personalidade, pois para se compor a imagem, observamos comportamentos constantes e habituais. Para nós, a imagem de uma pessoa reflete o seu caráter. Contudo, a imagem pública não deve ser vista como uma cópia exata da identidade. Em vez disso, ela funciona como um intermediário cognitivo, através do qual buscamos conhecer as coisas e as pessoas (Gomes, 2004).

O fenômeno da imagem pública adquiriu uma importância significativa na sociedade contemporânea, especialmente no campo político, devido a três fatores principais: o surgimento da democracia, que demanda uma participação pública ativa, o desenvolvimento das sociedades de massa, e o domínio da comunicação de massa como principal meio de expressão da visibilidade social (Mickey, 1997; Olson et al., 2000, apud Gomes, 2004, p. 159).

Os dois primeiros fatores referem-se às eleições e à participação ativa da sociedade civil. Em sociedades democráticas, a construção da imagem pública ganhou grande importância, pois a decisão de um eleitor sobre em quem votar está diretamente ligada à percepção que ele tem do político. A imagem pública de um candidato pode influenciar significativamente a opinião do eleitor e, por consequência, o resultado eleitoral. No mundo das celebridades, embora não existam eleições, a participação da sociedade também é crucial. Sem um público, uma celebridade não tem força e é facilmente esquecida.

O terceiro fator, o domínio da comunicação de massa, evidencia como a imagem pública hoje é predominantemente moldada pelos veículos de comunicação. Nesse cenário, a construção da imagem pública raramente ocorre por meio de experiências diretas, mas sim através daquilo que é difundido pelos meios de comunicação.

Weber (2004) complementa ao destacar que a imagem pública é construída a partir das certezas e dúvidas do espectador, destacando como esse conceito é individual e depende do contexto em que cada um está inserido, e não ocorre sem a participação dos meios de comunicação. Nesse sentido, a dinâmica de formação da imagem pública pode ser representada por uma equação, conforme exposto na Figura 1.

FIGURA 1 - Processo de construção da Imagem Pública

AÇÕES DE INSTITUIÇÕES E SUJEITOS PÚBLICOS=INFORMAÇÃO DE INTERESSE PÚBLICO = PARTICIPAÇÃO DA MÍDIA =REPERCUSSÃO PÚBLICA

Fonte: Weber (2004, p. 262)

Tanto Weber (2004), quanto Poyares (1998) e Gomes (2004) concordam na importância desses fatores. A relação entre imagem pública e mídia e a repercussão pública será aprofundada adiante, porém também é importante destacar o papel da comunicação nesse processo.

A imagem pública é inicialmente constituída por informações e ações emitidas por instituições e indivíduos, visando criar uma "imagem desejada". No entanto, essa imagem só se completa quando é recebida e interpretada pelos indivíduos, que somam às informações visuais, auditivas e emocionais, ou as rejeitam, formando a "imagem percebida". Assim, a imagem pública é um fenômeno dinâmico e multifacetado, influenciado tanto pela emissão de mensagens quanto pela recepção e interpretação dessas mensagens pelo público (Weber, 2004, p. 173).

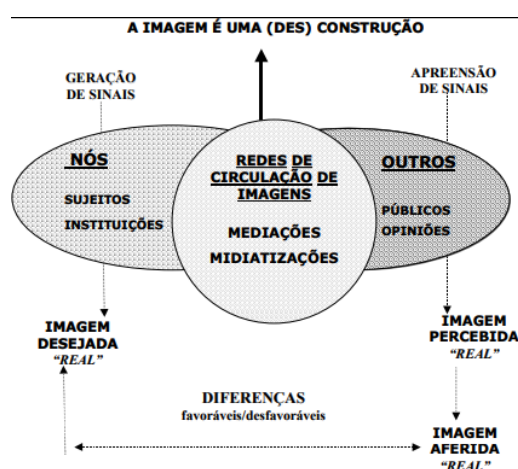
É possível afirmar que a comunicação desempenha um papel vital na construção de uma imagem pública positiva, pois é através dela que a imagem é transmitida, moldada e ajustada. Gomes afirma que “a imagem pública começa a existir apenas na recepção, ainda que certamente possa ser programada [...] na emissão” (Gomes, 2004, p. 267), e Poyares (1997) enfatiza que a formação da imagem passa, primeiramente, por intermediários que adaptam a realidade, para que chegue da melhor forma ao receptor final. A comunicação eficaz pode reforçar a imagem desejada, enquanto falhas na transmissão de mensagens podem levar a interpretações negativas ou distorcidas da imagem projetada.

3.1 REPERCUSSÃO PÚBLICA

Uma etapa, se não for a mais importante, da formação da imagem, é a repercussão pública. Sem a interpretação dos indivíduos, não existe imagem pública. Desse modo, a imagem pública é um fenômeno instável e sujeito a constantes transformações. Isso significa que, mesmo que as instituições e figuras públicas se esforcem para construir uma imagem desejada, sempre existirão variadas interpretações e percepções possíveis, que diferem conforme o indivíduo, sua cultura e o contexto social em que está inserido.

Os sujeitos ou a organização podem modificar sua imagem por meio de ações, ou discursos, enquanto o público pode alterar suas opiniões e adotar diferentes interpretações ao longo da vida. Emoções como amor e admiração podem se transformar em ódio e desprezo, e vice-versa, evidenciando a instabilidade na recepção das mensagens. A imagem pública, portanto, não é estática nem permanente, e segundo Weber (2004), é um processo contínuo de construção e desconstrução, conforme diagrama abaixo:

Diagrama 1 - Construção e Desconstrução da Imagem Pública



Fonte: Weber (2004, p. 294)

Para Weber (2004), a "Imagem Desejada" — cuidadosamente projetada — confronta-se com a "Imagem Percebida", que é moldada pelas interpretações, opiniões e experiências de diversos públicos. A mídia, através de mediações, desempenha um papel fundamental nesse processo ao controlar o que é exposto ou oculto, influenciando a percepção do público e amplificando ou minimizando a repercussão de eventos e ações. Portanto, por ser influenciada por uma complexa rede de interações entre sujeito, mídia e público, a imagem possui uma natureza instável. Gomes (2004, p. 157) também destaca essa instabilidade ao afirmar que “há uma dificuldade de paralisar ou fixar uma imagem de um ator social, porque este ator é um constante produtor de atos e expressões que sempre podem ser lidos de modo diferente do que costumavam ser, gerando, portanto, uma outra imagem”.

Thompson (2008, apud Santana, 2020) agrega a discussão ao observar que, no cenário atual, amplamente influenciado pelas redes de comunicação, os atores políticos enfrentam desafios ainda maiores para controlar a repercussão pública de suas ações. A rapidez na disseminação das informações e o potencial para distorções intensificam o desafio de manter um controle eficaz sobre a imagem pública. Porém, apesar da sua instabilidade e dinamicidade, conforme diagrama de Weber (2004), é possível chegar-se a “Imagem Aferida” através de pesquisas e monitoramento da repercussão pública.

3.2 PARTICIPAÇÃO DA MÍDIA

A formação da imagem pública está intrinsecamente ligada ao papel central da mídia na sociedade contemporânea. Weber (2004), conforme mencionado anteriormente, destaca que o processo de construção desse fenômeno é inseparável da “participação da mídia”, sendo esta uma etapa crucial e inevitável. A mídia atua como a principal intermediária entre as figuras públicas e o público.

Para contextualizar a importância da mídia, segundo Lopes (2004), vivemos em uma era em que as mídias tradicionais e eletrônicas se tornaram mediadores essenciais das relações sociais, criando um "culto às mídias". Essa entronização das mídias transformou os meios de comunicação em instrumentos “sacralizados”, venerados pelo público e capazes de moldar percepções e realidades sociais (Lopes, 2004, p. 49-52).

Lopes (2004) argumenta que a influência das mídias modernas transcende a de qualquer credo religioso tradicional, exercendo poder em todas as camadas sociais, conforme destaca:

O culto às mídias implica na naturalização dos meios de comunicação, no fortalecimento da ideia de que temos que nos submeter acriticamente às suas regras,

principalmente de mercado. Não se trata de algo compartilhado apenas pelas classes mais pobres, atingindo a maioria dos estratos sociais, com diferenças e muitas similaridades (Lopes, 2004, p. 53)

Essa naturalização dos meios de comunicação reforça a noção de que a imagem pública, hoje em dia, é cada vez mais um reflexo dinâmico das narrativas que a mídia escolhe promover. E nesse mundo dinâmico, "a imagem é fundamental" (Lopes, 2004, p. 50).

Gomes (2004) corrobora essa ideia ao destacar que a imagem pública chega até nós "mediada pelo sistema institucional e expressivo da comunicação, instrumento predominante onde e por onde se realiza a visibilidade social" (Gomes, 2004, p.264). E Simões (2001) afirma que "é na interlocução entre mídia e sociedade que a imagem pública é constituída, controlada e atualizada" (Simões, 2011, p. 133). A mídia não apenas veicula a imagem pública, mas também a organiza de acordo com o contexto e seus interesses sociais e políticos.

Além disso, segundo Jenkins (2008), vivemos imersos na cultura da convergência, onde houve uma mudança significativa no modo como a mídia é produzida, consumida e compartilhada. A comunicação de massa, que antes era dominada por grandes corporações, agora é desafiada por redes sociais, blogs e fóruns digitais. Nesses espaços, qualquer pessoa pode criar e disseminar conteúdo, influenciando a percepção do público de forma rápida e abrangente. Segundo Jenkins (2008, p. 325), "a convergência representa uma mudança de paradigma — um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a um conteúdo que flui por vários canais", o que altera drasticamente o controle sobre a informação.

Nesse sentido, com as redes sociais, muitos indivíduos têm acesso a plataformas que amplificam suas vozes. Essa amplificação permite que qualquer pessoa tenha capacidade de influenciar percepções, questionar narrativas e gerar debates, o que resulta em uma democratização do espaço de comunicação. Como destaca Jenkins (2008, p. 332), "o que irá motivar as empresas de mídia serão seus próprios interesses econômicos. O que irá motivar a política dos consumidores serão nossos interesses culturais e políticas comuns."

Entretanto, essa nova realidade traz desafios, especialmente no que diz respeito à manutenção da imagem pública. A instantaneidade das redes sociais permite que qualquer informação, seja ela verdadeira ou falsa, possa ser disseminada rapidamente, tornando-se viral em questão de minutos. Isso torna o fenômeno de construção da imagem pública cada vez mais dinâmico, exigindo respostas rápidas e estratégias eficazes de comunicação para lidar com a instabilidade desse ambiente.

Em suma, figuras públicas preocupadas com sua imagem devem entender que ela não é estática; ao contrário, é constantemente moldada pelas narrativas que circulam tanto nas mídias tradicionais quanto nas mídias sociais. Uma gestão de imagem eficaz envolve monitorar e controlar essas narrativas para garantir que elas reflitam a imagem desejada. Do contrário, com a rapidez com que as informações se propagam na atualidade, o risco de uma crise se torna iminente.

4. UMA BREVE CONSTRUÇÃO DA TAYLOR SWIFT COMO CELEBRIDADE MIDIÁTICA

Antes de entrarmos na análise do álbum da cantora, é necessário contextualizar quem ela é, seus feitos, seu processo de celebração e a construção da sua imagem ao longo do tempo.

Taylor Alison Swift nasceu em 13 de dezembro de 1989, no estado da Pensilvânia, e deveria ter se tornado corretora financeira. Sua mãe, Andrea Swift, escolheu um nome neutro para a filha, pensando na discriminação que mulheres muitas vezes acabam sofrendo no mercado de trabalho, assim, ao enviar um currículo, ninguém identificaria que ela é uma mulher (Burden, 2024). Em vez disso, milhões de pessoas no mundo inteiro acabaram conhecendo o nome da cantora e formando uma imagem dela.

A carreira musical de Taylor começou quando ela era muito nova, com apenas 3 anos, e já aos 10, cantava em vários eventos locais, como feiras e concursos. Apesar de seus pais trabalharem com o mercado financeiro, Swift seguiu os passos da avó materna, Marjorie Finlay, uma grande cantora de ópera. Sua infância foi feliz, Swift morou muitos anos em uma grande fazenda e, segundo Burden (2024, p. 13), “Enquanto a infância pode ser um período que suprime toda a aspiração artística de algumas crianças, a de Taylor protegeu e incentivou seus sonhos”. Desde pequena, a artista também desenvolveu uma fascinação pela escrita. Como ela mesma contou ao *Washington Post*, a escrita sempre foi algo natural e compulsivo para ela: “Estou sempre escrevendo.” (Burden, 2024)

Além da sua avó, outras grandes inspirações para Swift eram as cantoras de country, como Shania Twain, Dixie Chicks, LeAnn Rimes, que escreviam suas próprias músicas. Aos 16 anos, após convencer seus pais a se mudarem para Nashville, a capital do country, Taylor se destacou ao cantar o hino nacional em partidas de futebol americano, e começou a enviar demos para várias gravadoras, mesmo sem receber respostas imediatas. Sua dedicação foi recompensada quando assinou contrato com a *Big Machine Records*, uma nova gravadora do empresário Scott Borchetta, e lançou seu álbum de estreia em 2006 (Burden, 2024).

Taylor entrou na primeira fase da celebração com seu disco de estreia, que estreou na 19ª posição da parada *Billboard 200*², a parada que classifica os 200 álbuns mais populares nos EUA. Foi nesse momento que ela começou a adquirir um nível mais alto de notoriedade no país. Nos anos seguintes, Swift lançou seu segundo álbum, *Fearless*, onde entrou na fase

² Disponível em: <https://www.billboard.com/charts/billboard-200/2006-11-11/>. Acesso em: 02/09/2024

de reconhecimento, visto que foi com esse trabalho que a cantora garantiu seu primeiro prêmio de álbum do ano no *Grammy*, premiação mais importante do mundo da música.³

No entanto, embora suas habilidades estivessem sendo reconhecidas com grandes prêmios e vendas expressivas, Taylor também começou a ser alvo de julgamentos pela mídia. Durante seus dois primeiros álbuns, Taylor cultivou uma imagem de “boa garota”, era conhecida como “queridinha da América”, com uma aura de pureza, reforçada por sua presença em eventos familiares e sua maneira de se apresentar publicamente. Porém, sua habilidade de escrever suas próprias músicas, muitas vezes inspiradas em suas experiências pessoais e relacionamentos, acabou levando a imprensa a representá-la na mídia como “a garota que transforma seus ex-namorados em canções”, com uma vida amorosa agitada (Burden, 2024). Ou seja, seu talento em composição, por um lado, aumentou sua popularidade e conexão com o público, mas, por outro, começou a moldar sua imagem pública de maneira crítica, muitas vezes focando mais em sua vida amorosa do que em sua capacidade artística.

Um episódio marcante na vida da cantora aconteceu no *MTV Video Music Awards (VMAs)* de 2009. Durante a cerimônia, Taylor estava recebendo o prêmio de Melhor Vídeo Feminino por seu single “*You Belong with Me*” e, enquanto ela estava no palco fazendo seu discurso de agradecimento, o cantor Kanye West interrompeu a apresentação, subindo ao palco e dizendo que acreditava que o prêmio deveria ter ido para Beyoncé, por seu vídeo “*Single Ladies (Put a Ring on It)*”. A interrupção do cantor causou uma grande controvérsia, e ambos, tanto Kanye quanto Taylor, começaram a receber críticas na mídia pelo episódio.

Apesar de o episódio ter afetado a cantora, ele também evidenciou como ela estava alcançando o estágio de culto com rapidez, já que a premiação, baseada em votos de fãs, demonstrou o empenho deles para garantir sua vitória. E para tentar mudar a imagem de não merecedora e rebater críticas que Taylor estava recebendo da mídia, ela buscou reafirmar seu talento e sua habilidade como compositora, lançando, em 2010, o *Speak Now*, álbum escrito inteiramente por ela, sem coautores.

Em 2012, a cantora começou a realizar sua transição do country para o pop com o álbum *Red*, que só terminou completamente em 2015 com o álbum *1989*. No *1989*, Taylor não apenas abraçou um novo gênero musical, mas também passou a confrontar as narrativas que a mídia havia construído ao longo dos anos. Em faixas como “*Blank Space*”, ela ironiza a percepção pública de sua vida amorosa, cantando sobre o estereótipo da “ex maluca”: “*Got a*

³ Disponível em: <https://www.grammy.com/artists/taylor-swift/15450> Acesso em: 02/09/2024

long list of ex lovers / They'll tell you I'm insane"⁴. Ademais, podemos dizer que nesta época, foi quando Taylor atingiu por fim o seu processo de celebração, atingindo completamente a última etapa: o culto, já que a cantora conseguiu sustentar seu reconhecimento por muito tempo, conquistando uma grande legião de fãs e um sucesso de vendas.

Mas, como o sucesso das celebridades é instável, em 2016, ela enfrentou um período de intensa controvérsia, que culminou no que muitos chamaram de seu "cancelamento". O mal-entendido entre ela e Kanye West voltou à tona e tomou novos desdobramentos, quando o cantor lançou a música *Famous*, onde canta: *"I feel like me and Taylor might still have sex/ Why? Because I made that bitch famous"*⁵. Swift se ofendeu, mas Kanye e sua esposa na época, Kim Kardashian, divulgaram uma ligação onde a cantora parecia aprovar parte da música. Isso levou o público a acreditar que Taylor estava sendo falsa e só queria se vitimizar.

A controvérsia rapidamente escalou, com Kim Kardashian chamando Taylor de "cobra" nas redes sociais. A hashtag *"#TaylorSwiftIsOverParty"* se tornou viral, e Taylor foi rotulada como mentirosa e manipuladora, o que levou a uma onda de críticas e ódio online. O símbolo da cobra também passou a ser associado à sua imagem, e seu Instagram ficou repleto de emojis do animal nos comentários:

Figura 2: Instagram de Taylor Swift em 2016



Fonte: BuzzFeed⁶

Após o ocorrido, Taylor se afastou da vida pública por um longo período, evitando eventos e outros locais movimentados. Foi apenas no final de 2017 que ela anunciou o álbum

⁴ Tenho uma lista grande de ex namorados / eles irão te dizer que sou maluca.

⁵ Eu sinto que talvez eu e Taylor ainda vamos fazer sexo/Por quê? Eu fiz aquela vadia famosa.

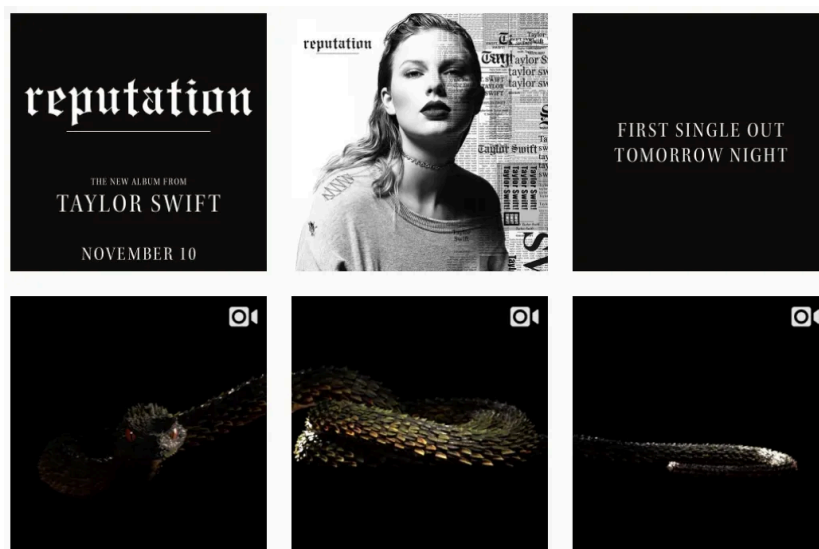
⁶ Disponível em:

<https://www.buzzfeed.com/elliewoodward/people-are-spamming-taylor-swifts-instagram-with-the-snake-e>.

Acesso em: 05/09/2024

Reputation, onde não apenas aceitou, mas incorporou a característica de "cobra" que a mídia e seus críticos haviam lhe atribuído, conforme anúncio do álbum na figura 3.

Figura 3: anúncio do *Reputation*, em 2017



Fonte: Teen Vogue⁷

O símbolo que antes representava uma queda em sua carreira agora se tornava uma força, fazendo com que boa parte do público que passou a odiá-la voltasse a gostar da cantora. Para Taylor, o álbum foi mais do que apenas música: ele serviu como uma defesa contra os ataques da mídia e uma maneira de enfrentar o impacto emocional causado por eles. No entanto, apesar de reconquistar muitos fãs, a cantora ainda enfrentava críticas, o público sentia-se saturado pela sua presença na mídia. Como mencionado pelo *The New York Times* em 2013, “a onipresença de Taylor, para não falar da cobertura de sua vida amorosa, começou a meio que se voltar contra ela”, e, durante a era *Reputation*, essa reação negativa continuava a crescer, mesmo com o sucesso do álbum e a consolidação de sua imagem para muitos como uma artista resiliente. (Burden, 2024).

Porém, as polêmicas em volta do nome da cantora estavam longe de acabar. Em 2018, após o *Reputation*, seu contrato com a gravadora *Big Machine Records* chegou ao fim, e Swift assinou com a *Republic Records*. No entanto, em junho de 2019, a artista surpreendeu o mundo com um post em seu *Tumblr*⁸, onde expôs abertamente sua frustração com a venda da

⁷ Disponível em: <https://www.teenvogue.com/story/taylor-swift-announces-new-album-reputation>. Acesso em 05/09/2024

⁸ Disponível em: <https://taylorswift.tumblr.com/post/185958366550/for-years-i-asked-pleaded-for-a-chance-to-own-my>. Acesso em 10/09/2024

sua antiga gravadora para o empresário Scooter Braun. Ela declarou que foi informada sobre o negócio ao mesmo tempo que o público, o que a fez se sentir traída por Scott Borchetta, fundador da *Big Machine*, e quem ela considerava um mentor. No post, Swift acusou Braun de anos de bullying, fazendo referência ao envolvimento dele com Kanye West. A cantora lamentou que todo o trabalho de sua vida estivesse agora nas mãos de alguém que ela detestava, vendo toda a situação como uma estratégia de dois homens para tentar exercer controle sobre ela.

Por ter assinado o contrato muito nova, com apenas 15 anos, os termos do contrato beneficiavam mais a gravadora, que tinha o total controle sobre o uso comercial de suas músicas. Portanto, com a gestão agora nas mãos de alguém que desprezava a cantora, isso poderia significar que todo o trabalho de sua vida não seria utilizado e promovido corretamente, o que realmente acabou acontecendo. Em abril do ano seguinte, a *Big Machine* lançou um álbum de canções ao vivo, gravado por Taylor em 2008, sem sua aprovação prévia. Além disso, a companhia proibiu o uso de suas músicas em um documentário da Netflix sobre a vida de Swift, que estava em produção.

A disputa se intensificou quando Taylor anunciou que regravaria seus álbuns antigos, oferecendo aos fãs uma maneira de adquirir suas músicas sem beneficiar Braun. A imagem da artista, que já estava dividida por conta das polêmicas com Kanye West, polarizou-se ainda mais com o novo conflito. De um lado, havia seus apoiadores, que se mobilizaram nas redes sociais com a hashtag *#IStandWithTaylor*⁹ e afirmavam que o caso e a decisão de Swift de gravar seus álbuns era um símbolo de luta pela autonomia dos artistas. De outro, celebridades próximas a Braun, como Justin Bieber e Demi Lovato, saíram em defesa do empresário¹⁰, afirmando que Taylor estava errada em trazer o assunto para as redes sociais, pois ela sabia que isso resultaria em ataques à Scooter, o que acabou gerando críticas para a cantora.

Após todas as polêmicas, Taylor lançou 5 álbuns inéditos, foram eles: *Lover* (2019), *folklore* (2020), *evermore* (2020), *Midnights* (2022) e *The Tortured Poets Department* (2024), além das regravações de seus trabalhos anteriores. Ela finalmente possuía o total controle de suas canções. Porém, o primeiro álbum que quebrou o padrão de música pop e composição que a cantora estava acostumada após sua transição para o gênero foi o *folklore*. Lançado de

⁹ Disponível em:

<https://www.etonline.com/istandwithtaylor-twitter-and-celebs-react-to-taylor-swifts-music-battle-with-scooter-brun-136383>. Acesso em: 10/09/2024

¹⁰ Disponível em:

https://www.huffpost.com/entry/demi-lovato-justin-bieber-taylor-swift_n_5d1a3f1de4b03d61163fe1f1. Acesso em 10/09/2024

surpresa em meio à pandemia, o disco trouxe um som mais *folk* e alternativo, com letras não autobiográficas. Nele, Taylor usa seu maior dom, a composição, para contar diferentes histórias, criando um mundo e personagens imaginários.

Dessa forma, o que será analisado a seguir é se o lançamento do *folklore*, completamente diferente de tudo que a cantora já havia feito, foi capaz de mudar a imagem pública que muitos nutriam dela — a da “ex maluca”, manipuladora, que só escrevia sobre relacionamentos amorosos e dedicada à produção de música apenas para fins comerciais.

5. METODOLOGIA

No presente trabalho, a metodologia foi estruturada em três etapas. Inicialmente, realizou-se uma pesquisa bibliográfica que abordou os conceitos de imagem pública e celebridades, com o objetivo de construir uma base teórica sólida. A pesquisa bibliográfica foi desenvolvida com base em materiais já elaborados, consistindo principalmente em livros e artigos científicos (Gil, 2022). Portanto, neste estudo, foram explorados trabalhos de autores das áreas de comunicação e estudos culturais, buscando entender a história das celebridades, como se define uma imagem pública e o papel da mídia nesse processo. A seguir, executou-se uma pesquisa documental, baseada em biografias, reportagens e entrevistas, a fim de entender como se construiu a celebridade Taylor Swift, destacando seus principais marcos na carreira e a sua imagem pública ao longo dos anos. Por último, a análise de conteúdo foi aplicada para examinar críticas do álbum *folklore*.

Para a investigação das críticas, a análise de conteúdo seguiu os procedimentos estabelecidos por Bardin. Segundo a autora, “desde que se começou a lidar com comunicações, que se pretende compreender para além dos seus significados imediatos” (Bardin, 1977, p. 29). Nesse sentido, a análise de conteúdo não é uma técnica recente e teve suas raízes nos Estados Unidos, na Escola de Jornalismo de Columbia. A Segunda Guerra Mundial exponenciou o seu desenvolvimento, uma vez que a necessidade de compreender e analisar a comunicação de massa tornou-se essencial nesse contexto de guerra. Desde então, a técnica tem se destacado por sua capacidade de proporcionar uma compreensão detalhada das mensagens (Bardin, 1977). Portanto, a metodologia permite o desenvolvimento de uma investigação profunda.

A análise de conteúdo segue três etapas essenciais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, que foram utilizadas. A pré-análise envolve a escolha dos materiais, a formulação de hipóteses e objetivos, e a elaboração de indicadores. Nessa fase, realiza-se uma leitura flutuante, permitindo que o pesquisador tenha um primeiro contato com os textos e identifique impressões iniciais. Na sequência, a seleção dos documentos precisa seguir critérios de homogeneidade e pertinência; ou seja, os itens a serem analisados precisam ser relevantes à pesquisa. Além disso, são formuladas hipóteses a serem verificadas e indicadores, como a recorrência de temas ou palavras (Bardin, 1977).

Concluída a primeira etapa, segue-se para a codificação das informações, em que são estabelecidas as categorias e identificadas as unidades de registro e contexto dentro dos documentos. Segundo Bardin (1977, p.103), “A codificação corresponde a uma

transformação - efetuada segundo regras precisas - dos dados brutos do texto”. Partindo para a última fase, o tratamento dos resultados consiste na interpretação e inferência a partir das informações codificadas. O pesquisador pode condensar as informações e relacioná-las com as hipóteses e objetivos traçados inicialmente, permitindo a obtenção de conclusões relevantes.

Para este trabalho, foi feita uma pesquisa com as palavras “*folklore*” e “Taylor Swift” no Google, que trouxeram aproximadamente 12.300.000 resultados em 0,39 segundos. Dessa maneira, fez-se necessário um recorte para a análise. Este estudo focou no gênero jornalístico da resenha, ou crítica, que se define como uma análise argumentativa com o objetivo de orientar o leitor sobre produtos culturais atuais (Seixas e Carvalho, 2019). Segundo as autoras, a origem deste gênero está relacionada à crítica literária, por isso é muito comum, principalmente no Brasil, que se utilize a nomenclatura “crítica”. A principal diferença entre a crítica literária e a crítica jornalística está na ênfase na atualidade: enquanto a primeira analisa obras passadas, a segunda se concentra em lançamentos recentes, alinhando-se à periodicidade e à urgência que são características fundamentais do jornalismo.

A força da argumentação em uma crítica vem da autoridade de quem a escreve (Seixas e Carvalho, 2019), portanto, tanto pela credibilidade do autor quanto pelo grande alcance dos veículos em que foram publicados, as críticas acabam influenciando muitas pessoas. Conforme mencionado no capítulo sobre imagem pública, a sua construção não se dá apenas pela ação da mídia, visto que o fenômeno de interpretação da imagem pública é altamente individual, mas a mídia desempenha um papel essencial nesse processo, por isso, será utilizada para esta análise.

Foram selecionadas críticas jornalísticas publicadas em três sites de notícias americanos e três brasileiros, seguindo dois critérios de escolha: primeiro, que tenham sido divulgadas entre 24 e 26 de julho de 2020; segundo, que os portais escolhidos possuam um expressivo número de acessos. De acordo com informações da ComScore de 2020¹¹, ano do lançamento do álbum *folklore*, o Grupo Globo, incluindo o G1, foi o portal mais acessado no Brasil, seguido pelo UOL. O Metrôpoles ficou na quinta posição no ranking de visualizações. No entanto, durante o período analisado, não foram encontradas críticas sobre o disco nos portais que ocupavam a terceira e quarta posições, o R7 e o Terra. Já os veículos de comunicação americanos, conforme seus relatórios anuais de 2020, também apresentaram um

¹¹ Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/imprensa/comscore-metropoles-e-o-5o-portal-de-noticias-mais-acessado-do-brasil>. Acesso em: 10/10/2024

considerável volume de acessos. O *The New York Times* atingiu uma média mensal de aproximadamente 118 milhões de visitantes em seu website,¹² considerando apenas o público dos Estados Unidos. O *USA Today* alcançou a notável marca de 150 milhões de visitantes online por mês¹³ Por fim, o *Vox* registrou uma média de 68 milhões de visualizações de páginas mensais na sua plataforma online¹⁴. As críticas selecionadas foram resumidas no quadro 1:

Quadro 1 - Críticas jornalísticas selecionadas para a análise

Veículo	Título	País	Autor	Data da publicação
G1	Taylor Swift lança 'Folklore', com indie folk melancólico e letras muito bem escritas; G1 Ouviu	Brasil	Braulio Lorentz	24/07/2020
Metrópoles	Taylor Swift vingativa e rebelde sai de cena em folklore: e resultado é bom	Brasil	Luiz Prisco	24/07/2020
UOL	A vida é muito curta pra ter ranço da Taylor Swift em 2020	Brasil	Gustavo Frank	24/07/2020
<i>The New York Times</i>	Taylor Swift, uma estrela pop cansada do pop	Estados Unidos	Jon Caramanica	26/07/2020
<i>Vox</i>	Como Taylor Swift redefiniu sua imagem com Folklore	Estados Unidos	Constance Grady	24/07/2020
<i>USA Today</i>	Crítica: 'Folklore' é o álbum que Taylor Swift nasceu para fazer	Estados Unidos	Patrick Ryan	24/07/2020

Fonte: Autora

A escolha dos veículos americanos deve-se ao fato de estarem situados no país natal da cantora, enquanto a seleção dos veículos brasileiros reflete o interesse em compreender como a imagem de Taylor Swift é percebida em um contexto cultural diferente. É importante ressaltar que a base de fãs da artista no Brasil é considerável, evidenciada pela movimentação econômica gerada por sua vinda ao país. No Rio de Janeiro, a ocupação dos hotéis superou

¹² Disponível em: <https://nytcassets.nytimes.com/2021/03/Final-NYT-2020-Annual-Report.pdf> . Acesso em: 10/10/2024

¹³ Disponível em: <https://investors.gannett.com/financials/annual-reports/default.aspx> . Acesso em: 10/10/2024

¹⁴ Disponível em: <https://www.victorware.co/vox-annual-report> . Acesso em: 10/10/2024

97%, e em São Paulo, seus shows geraram cerca de R\$ 240 milhões na economia local.¹⁵ Uma crise de imagem em ambos os países faria a artista sofrer uma perda significativa de fãs, enquanto uma imagem positiva refletiria cada vez mais em seu sucesso. A combinação dessas duas perspectivas de regiões distintas enriquecerá a análise, proporcionando uma abordagem mais completa.

Após a leitura flutuante e a escolha dos documentos, foram formuladas duas hipóteses, primeiro, que o álbum *Folklore*, por ser diferente dos anteriores da cantora, contribuiu para afastar sua imagem das controvérsias associadas à sua carreira; e segundo, que a mudança de gênero para o indie/folk ajudou a solidificar sua imagem como uma artista respeitada na indústria. Para a exploração do material, foram analisados os temas presentes nos textos, que foram organizados em códigos e categorias. Sendo assim, a análise utilizada foi a temática. Além disso, a frequência com que esses temas surgem foi avaliada, servindo como fundamento para a interpretação dos dados.

¹⁵ Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/apos-turbulenta-passagem-pelo-brasil-taylor-swift-segue-gigante-no-pop/>. Acesso em: 10/09/2024

6. ANÁLISE DE RESULTADOS

Conforme a etapa de exploração do material, proposta por Bardin, as críticas foram separadas em códigos e categorias. As categorias escolhidas foram: Reinvenção, que visa identificar mudanças significativas na carreira de Taylor Swift; Reconhecimento Artístico, que analisa os aspectos artísticos em *folklore*; Honestidade, voltada para avaliar a personalidade da artista no álbum; e Decepção, que examina elementos negativos do trabalho.

Essas categorias foram selecionadas, pois, conforme Gomes (2004), a imagem pública é moldada por discursos e ações e está intimamente ligada à compreensão da personalidade. Assim, elas refletem as ações de Swift em relação à sua carreira, evidenciadas nas categorias “Reinvenção”, “Reconhecimento Artístico” e “Decepção”, e sua personalidade, abordada nas categorias “Honestidade” e “Decepção”. Os resultados desta etapa foram sintetizados no quadro 2:

Quadro 2 - Codificação e categorização

Código	Categoria principal	Exemplos
Distanciamento do pop convencional	Reinvenção	“Jack Antonoff auxiliou Swift em outra migração: ela vem se deslocando de um pop mais histriônico para um som mais alternativo, com mais camadas” G1 “ <i>folklore</i> ” é a primeira tentativa de uma Swift pós-pop” <i>The New York Times</i>
Distanciamento de narrativas pessoais	Reinvenção	“Swift também encontrou uma maneira de criar intimidade com seu público sem extrair material diretamente de sua própria vida.” <i>Vox</i> “Apoia-se mais nas narrativas que ela canta, do que nas que ela vive.” G1
Distanciamento de polêmicas	Reinvenção	“Gosto musical não se discute, cada um com o seu, mas alimentar uma onda que surgiu em 2016 com a hashtag <i>#TaylorSwiftIsOverParty</i> já não vale mais a pena” UOL “A cantora deixou a polêmica de lado em um disco lançado de surpresa nesta sexta (24/07)” <i>Metrópoles</i>

Código	Categoria principal	Exemplos
Retorno às raízes	Honestidade	“<i>folklore</i> nos leva até a cantora que virou ídolo dos adolescentes em 2007: dando melodia às anotações que ela escrevia em seu diário” UOL “O disco apresenta uma cantora mais próxima da sua origem no country” Metrôpoles
Comparação com lendas da indústria musical	Reconhecimento artístico	“O oitavo álbum de Taylor nos faz lembrar o porquê de o jornal inglês <i>“The Guardian”</i> tê-la comparado a Bruce Springsteen.” G1 “Desta vez, ela está pegando uma página de alguns de seus heróis compositores, incluindo Joni Mitchell, Carly Simon e Carole King.” <i>USA Today</i>
Canções emocionalmente sinceras	Honestidade	<i>“My tears ricochet”</i> é um pop fantasmagórico sobre insônia, depressão, lágrimas que ricocheteiam.” G1 “Essas músicas ainda têm a conexão emocional visceral que os fãs de Swift esperam dela” <i>Vox</i>
Produção durante a quarentena	Reconhecimento artístico	<i>“folklore”</i> — que Swift concebeu e produziu durante a quarentena enquanto a pandemia de Covid-19 forçava bloqueios em todo o mundo — chegou ao mundo menos de 24 horas depois que Swift o anunciou” <i>Vox</i>
Falta de profundidade	Decepção	“No fim, <i>“Exile”</i> é mais pueril do que emocionante.” G1
Mudança na estratégia de divulgação	Reinvenção	<i>“folklore”</i> se anunciou como algo diferente dos tradicionais álbuns de Taylor Swift antes mesmo de ele chegar.” <i>Vox</i> “Taylor tem costume de lançar álbuns uma vez a cada dois anos. Para ter mudado essa estratégia, há pelo menos duas explicações.” G1
Empoderamento	Reconhecimento artístico	“Depois de anos sendo o saco de pancadas da mídia, é incrivelmente comovente ouvir Swift retomar seu poder em <i>“folklore”</i> <i>USA Today</i>

Código	Categoria principal	Exemplos
Colaboração com artistas do indie/folk	Reconhecimento artístico	“Aaron Dessner, músicas dessa banda de indie rock arrastado com vocal grave, coassina com Taylor 11 das 16 novas músicas” G1
Mudança de estética	Reinvenção	“Taylor apareceu nas redes sociais para anunciar a novidade e exibir a nova estética do trabalho. Essa, que é bem diferente do que havíamos visto em "Lover", em que cores e elementos vibrantes marcavam a era.” UOL
Habilidade como compositora	Reconhecimento artístico	“Mas a força e a coesão de "Folklore" não estão no som, estão nas letras.” G1
Amadurecimento	Reconhecimento artístico	“Mas a cantora de 30 anos também nunca souu mais confiante ou madura.” <i>USA Today</i>
Produção pesada	Decepção	“Muito mais frequentemente, no entanto, a produção dita os limites de Swift” <i>The New York Times</i>
Criatividade	Reconhecimento artístico	“ <i>folklore</i> não é o melhor disco de Taylor, mas apresenta uma cantora com capacidade criativa para oscilar entre suas personalidades criadoras.” G1
Produção eficaz	Reconhecimento artístico	“Mas a gentileza e o ritmo sem pressa de "folklore" dão às suas palavras mais espaço para respirar, permitindo que elas nos atinjam de maneira muito mais forte.” <i>USA Today</i>
Perda da essência	Decepção	“No entanto, esses traços característicos muitas vezes se perdem aqui” <i>The New York Times</i>

Fonte: Autora

Inicialmente, para mensurar o impacto das temáticas presentes nas críticas, consideramos se ele foi positivo, negativo ou neutro, conforme ilustrado no Quadro 3. Não foi identificado um impacto neutro, portanto, o quadro apresenta dois possíveis cenários: uma imagem positiva ou negativa.

Quadro 3 - Impacto e frequência das categorias

Categoria	Impacto na imagem	Frequência de aparecimento
Reconhecimento artístico	Positivo	42x
Decepção	Negativo	10x
Reinvenção	Positivo	34x
Honestidade	Positivo	17x

Fonte: Autora

Segundo o quadro 3, a categoria “Reinvenção” foi avaliada como favorável, pois, no contexto analisado, ajudou a reverter uma imagem negativa para uma positiva. Sabemos que a imagem pública é instável, e no caso de Taylor Swift, como destacado na crítica do UOL, há uma pressão adicional por ela ser mulher e estar há muitos anos na indústria musical, o que aumenta as expectativas e cobranças sobre sua carreira. Dessa forma, para se manter estável na indústria, se reinventar é visto como algo necessário e benéfico para artistas femininas.

Além disso, nesta categoria, foram identificados trechos das críticas que ressaltam a capacidade da cantora de se desvincular de narrativas antigas que prejudicaram sua imagem, como, por exemplo, temas de vingança e relacionamentos pessoais. Portanto, esse afastamento de narrativas negativas e a habilidade da cantora de trazer tanto uma mudança de estética, como uma mudança de gênero musical, conseguindo um alto nível de sucesso com um álbum novo após mais de 10 anos de carreira, refletem um impacto positivo, sendo uma categoria que aparece pelo menos uma vez em todas as críticas:

- “A presença de Bon Iver e Dessner, parceiros desde 2016 na banda de indie folk *Big Red Machine*, reforça esse papo de que Taylor está cada vez mais indie.” (G1)
- “Iniciou-se no country, ainda adolescente, amadureceu com o pop, cresceu em *"Red"* e foi consolidada na indústria com o lançamento de *"1989"* e agora desbrava além com o folk.” (UOL)
- “Sai de cena a Taylor pop-dançante-vingativa (vista em 1989 e *Reputation*) e entra uma cantora disposta a pensar o momento atual.” (Metrópoles)
- “Depois de abraçar seu lado pop em seus últimos três álbuns, incluindo *"Lover"* do ano passado, a ex-estrela country está mudando seu som mais uma vez.” (*US Today*)

- “Além disso, *folklore* não foi precedido por nenhum single e não contém nenhuma música que soe como um hit clássico do Top 40 de Taylor Swift. Isso é um afastamento da estratégia de álbum cada vez mais bifurcada de Swift.” (*Vox*)
- “Em “*folklore*”, um álbum de quarentena feito em grande parte com Aaron Dessner do *The National*, ela se afasta de seus últimos lançamentos, abraçando o rock atmosférico — e os pontos de vista de outros personagens.” (*The New York Times*)

Em relação ao “Reconhecimento artístico”, esta categoria refere-se à capacidade de Taylor de fazer arte de boa qualidade, portanto traz uma imagem positiva para a artista. Utilizando como exemplo o trecho retirado da crítica do *Metrópoles*: “(...) de certa forma, seu talento musical acabou caindo em um perigoso segundo plano. Bom, isso parece mudar com *folklore*”, é possível concluir que essa capacidade tenha sido passada despercebida em trabalhos anteriores da cantora, principalmente devido às polêmicas em volta de seu nome, mas voltou à tona com o álbum novo. As críticas também usam o artifício da comparação com lendas musicais, como Bruce Springsteen e Beyoncé, para elogiar a cantora e solidificá-la como uma potência no cenário musical.

Um ponto interessante é que o código “Empoderamento” desta categoria, é o único que esteve presente apenas em críticas americanas, aparecendo nas três selecionadas, mas em nenhuma brasileira. Isso pode ser explicado pelo fato de a cantora ser dos Estados Unidos, o que permite à mídia dos EUA um maior entendimento de sua trajetória, acompanhando-a desde o início. Para os autores americanos, Taylor está totalmente no controle de sua arte e de sua narrativa com o novo álbum.

Já a “Honestidade” se manifesta em trechos que refletem a habilidade de Taylor Swift em manter sua autenticidade, mesmo ao transitar para um gênero diferente. Sempre que é mencionada nos textos, a categoria traz um viés positivo. Embora a categoria “Reinvenção” seja recorrente nas críticas, ressaltando a capacidade de adaptação de Taylor, a mudança não comprometeu sua essência. Alguns autores destacam que suas letras permanecem íntimas, líricas e vulneráveis, assim como em trabalhos anteriores. A capacidade da cantora de conectar-se emocionalmente com seus ouvintes, mesmo ao explorar novos estilos, demonstra que sua honestidade como artista permanece intacta, sendo um elemento que reforça sua identidade pessoal e artística.

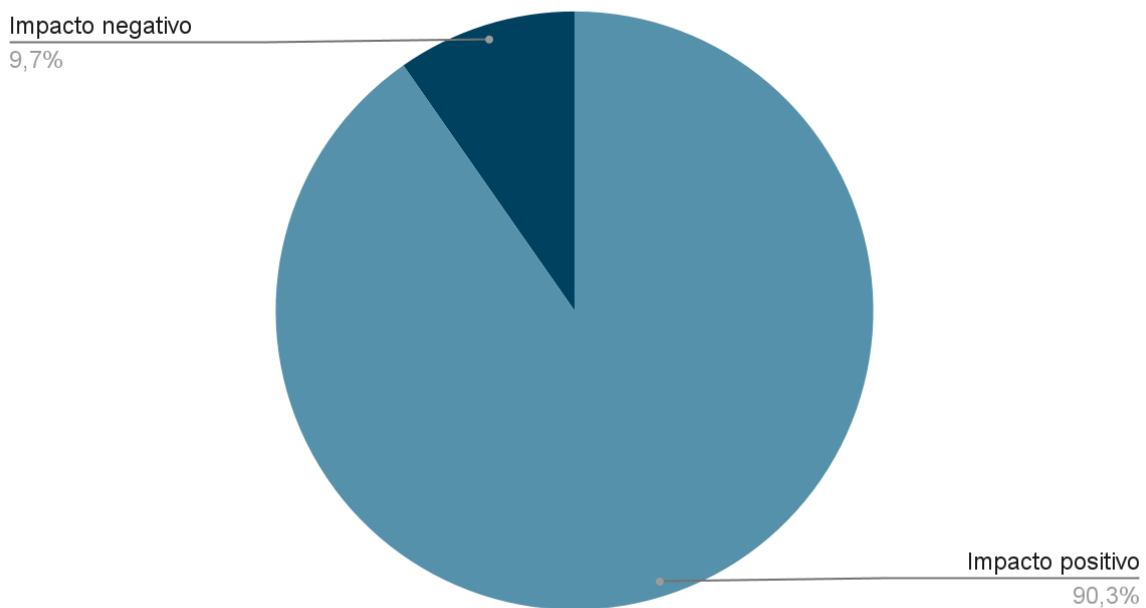
Por fim, os aspectos negativos do disco também merecem atenção, sendo agrupados sob a categoria “Decepção”. Mesmo com muitos pontos positivos, citados em todas as críticas analisadas, os autores do *G1* e do *The New York Times* esperavam mais de alguns

aspectos do trabalho, destacando momentos em que a produção foi vista como pesada, ou músicas que foram vistas como infantis. Ademais, a crítica do *The New York Times* considera que em momentos do álbum, a cantora está se forçando a ser alguém que ela não é. Para exemplificar melhor, segundo o autor, a música "*The Last Great American Dynasty*" é contida, e que se estivesse presente em outros trabalhos da cantora, seria mais caótica e explosiva. A crítica finaliza com a afirmação de que, quando o álbum sufoca a essência de Swift dessa maneira, merece “todos os revirar de olhos que recebe”. Portanto, ao refletir uma insatisfação relacionada à produção e narrativas em determinadas músicas, a categoria contribui para uma percepção negativa da artista.

No gráfico 1, está ilustrada a frequência com que o impacto das categorias de análise foi positivo ou negativo na imagem pública da cantora.

Gráfico 1 - Impacto das categorias na Imagem Pública

Impacto nas categorias



Fonte: Autora

Dessa forma, podemos afirmar que o impacto do álbum na imagem pública da cantora foi positivo. Apesar de alguns aspectos do trabalho terem gerado insatisfação, como observado na categoria "Decepção", os elementos positivos dominaram as críticas, reforçando sua autenticidade e versatilidade como cantora. As categorias de análise com maior frequência de aparecimento mostram como o disco não apenas redefiniu a narrativa em

torno de Taylor Swift, mas também solidificou sua posição como uma artista versátil e respeitada na indústria musical.

Em relação às hipóteses formuladas, a primeira — que o álbum *folklore*, por ser diferente dos anteriores da cantora, ajudou a afastar sua imagem das controvérsias associadas à sua carreira — foi confirmada. As críticas destacaram bastante esse distanciamento de polêmicas e de narrativas pessoais como um aspecto positivo.

Por outro lado, a segunda hipótese, que sugeria que a mudança de gênero para o indie/folk ajudou a solidificar sua imagem como uma artista respeitada na indústria, não foi totalmente confirmada. Alguns trechos indicaram que essa transição resultou em uma perda parcial de sua essência musical, levando a questionamentos sobre sua identidade como artista. Contudo, o que se destacou como crucial para a solidificação de sua imagem foi, principalmente, sua habilidade excepcional como compositora.

Em conclusão, apesar de algumas críticas pontuais sobre a produção e o direcionamento artístico, *folklore* foi majoritariamente recebido como uma obra de grande qualidade, que afastou a cantora de polêmicas e fortaleceu sua imagem como uma artista talentosa. As críticas destacam que o álbum permitiu à cantora explorar novos territórios musicais, resultando em uma imagem pública renovada e amplamente positiva.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Não há dúvidas de que atualmente Taylor Swift é um fenômeno mundial, apesar de sua carreira ter passado por altos e baixos que impactaram sua imagem pública. Este trabalho teve como objetivo geral analisar o impacto do lançamento de seu álbum *folklore* em sua imagem. Também foram definidos objetivos específicos para otimizar a estrutura da monografia: realizar um levantamento teórico sobre a construção das celebridades midiáticas; compreender a relação entre imagem pública, celebridades e mídia; descrever a construção da imagem de Taylor Swift como celebridade midiática; e investigar a forma como três jornais brasileiros e três jornais americanos retrataram e interpretaram o disco.

As seis críticas escolhidas destacaram, principalmente, aspectos positivos em relação ao álbum. Acerca das críticas brasileiras, a de Braulio Lorentz, do G1, enfatizou que a força do disco está nas letras, ressaltando o talento de Swift como compositora, e discutiu o porquê da cantora ter mudado a sua estratégia de lançamento, dando dois motivos possíveis para isso: a quarentena durante a pandemia da Covid-19, que despertou uma inquietude criativa, e seu último trabalho não ter tido um desempenho tão bom quanto esperado, tanto em termos comerciais quanto artísticos. Já a crítica do Luiz Prisco, do UOL, menciona que é hora de esquecer as polêmicas por trás do nome de Taylor, e destaca como a cantora esteve sempre se reinventando ao longo de sua carreira. Por sua vez, a análise de Gustavo Frank, do Metrôpoles, também menciona essas polêmicas, enfatizando que agora é hora de focar apenas no talento de Swift. Embora o autor considere que o álbum não seja o melhor da artista, ele elogia a criatividade de Taylor ao desenvolvê-lo.

Em relação às críticas americanas, a de Patrick Ryan, do *USA Today*, destaca a habilidade de Taylor como compositora ao longo de sua carreira, porém defende que além da composição excelente, o *folklore* traz uma Taylor mais madura. A crítica de Constance Grady, da *VOX*, resalta que, no álbum, Taylor mantém a conexão emocional que seus fãs esperam, mas sem incentivar a busca por detalhes de sua vida pessoal ou indiretas sobre seus relacionamentos. Segundo a autora, o disco marca uma mudança significativa no foco de sua música, priorizando as narrativas ficcionais e afastando-se da especulação sobre sua vida privada. Por fim, a crítica de Jon Caramanica, do *The New York Times*, menciona que *folklore* representa uma mudança significativa para a artista, onde a produção densa de Aaron Dessner, em alguns momentos, sobrecarrega a sagacidade característica da cantora. Em outros, porém, para o autor, o disco revela instantes de brilho que remetem a suas raízes no country e destacam sua habilidade em contar histórias íntimas.

Em suma, conforme analisado, é possível identificar elementos em comum nas críticas: o amadurecimento da artista, a sonoridade mais voltada para o indie rock, o afastamento das polêmicas, e o reconhecimento do talento singular de Swift como compositora e narradora. Portanto, as críticas evidenciam como a mudança de estilo e a abordagem mais introspectiva da artista ajudaram a consolidar uma imagem de uma artista madura e talentosa.

Utilizando como exemplo as estratégias adotadas por Taylor Swift durante o lançamento do álbum, o estudo revela como a artista conseguiu se desvincular das narrativas superficiais e polêmicas frequentemente associadas à sua figura, redirecionando o foco de sua imagem pública para seu talento artístico. Dessa forma, a pesquisa fornece uma base para discussões sobre as estratégias que as celebridades adotam para se adaptarem à rápida transformação do cenário midiático, incluindo as novas exigências do público.

Além disso, durante a pesquisa, foi possível compreender como se constroem as celebridades, e o impacto da mídia em relação à imagem pública dessas figuras, destacando como tanto o processo de construção da imagem pública, como o processo de celebração são inseparáveis da mídia. Esse papel da mídia é particularmente relevante no caso de artistas como Taylor Swift, cuja imagem evoluiu ao longo dos anos, indo de queridinha da América a cobra manipuladora, devido à cobertura midiática ao redor da sua vida, suas intrigas e de seus relacionamentos.

Nesse sentido, a pesquisa contribui para a área da comunicação, evidenciando a importância da construção da imagem de celebridades, que ocupam cada vez mais espaço no mundo contemporâneo. Em complemento, uma das áreas de atuação de relações públicas é a assessoria de imprensa de celebridades, onde o profissional participa ativamente da construção de uma imagem positiva dessa figura. Portanto, este estudo amplia o conhecimento sobre o processo de manutenção da imagem pública e oferece um panorama valioso para futuras investigações nas áreas de relações públicas, comunicação, marketing e estudos culturais.

Ademais, a crítica jornalística desempenha um papel essencial na formação da imagem pública de figuras conhecidas, influenciando diretamente a percepção do público sobre elas. Além de fornecer análises detalhadas e contextualizadas das obras dessas personalidades, as críticas ajudam a moldar opiniões, destacando aspectos positivos e negativos que podem fortalecer ou prejudicar a percepção sobre uma celebridade. Para os profissionais de comunicação e relações públicas, o acompanhamento de críticas é fundamental para auxiliar na construção e na gestão de uma imagem consistente.

Por fim, a carreira de Taylor Swift é extensa e oferece inúmeras oportunidades para investigações futuras. Existem ainda muitos aspectos e abordagens que podem ser explorados tanto em relação à trajetória da cantora quanto ao impacto do álbum estudado. É importante ressaltar que, levando em consideração os aspectos abordados, os objetivos inicialmente propostos foram alcançados. Porém, devido à natureza limitada de um trabalho de conclusão de curso, a análise se concentrou em um número restrito de críticas e em um período específico da carreira da artista. Pesquisadores interessados em dar continuidade podem investigar a recepção do álbum nas redes sociais, entre os fãs da cantora, analisando as conversas e interações em plataformas como Twitter, Instagram e TikTok. Essa abordagem pode revelar como a comunidade de fãs interpreta e discute as letras e temas do álbum.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, Diana Teixeira. **Uma análise sobre a construção da imagem pública de Severino Cavalcanti**. 2006.
- BARDIN, Lawrence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: edições, v. 70, p. 225, 1977.
- BOORSTIN, Daniel. **The image: or what happened to the American dream**. Nova York: Atheneum, 1971.
- BRAUDY, L. **The Frenzy of Renown: Fame and Its History**. New York: Vintage Books, 1986.
- BURDEN, Newkey Chas. **Taylor Swift: A História Completa**. São Paulo: Gutenberg, 2024.
- GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. Pia Sociedade de São Paulo-Editora Paulus, 2004.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.
- LOPES, Luís Carlos. **O culto às mídias: interpretação, cultura e contratos**. EDUFSCAR, 2004.
- MARSHALL, David P. **Celebrity and power: fame in contemporary culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1997.
- MORIN, E. **As estrelas: mito e sedução no cinema**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1989.
- ORTIZ, Renato. As celebridades como emblema sociológico. **Sociologia & Antropologia**, v. 6, p. 669-697, 2016.
- PIMENTEL, Márcia Cristina. A construção da celebridade midiática. **Contemporânea (Título não-corrente)**, n. 4, p. 193-203, 2005.
- POYARES, Walter. **Imagem Pública - Glória para uns, ruína para outros**. SP: Editora Globo, 1998.
- ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Editora Rocco, 2008.
- SANTANA, Paulo Henrique Basilio. “BOLSOMITO”: A imagem pública da celebridade política Jair Bolsonaro no Twitter. 2020.
- SIMÕES, Paula Guimarães. A potencialidade do conceito de acontecimento para a análise da imagem pública das celebridades. **LÍBERO**, n. 28, p. 129-140, 2016.
- SIMÕES, Paula Guimarães; FRANÇA, Vera Regina Veiga. Celebridades, acontecimentos e valores na sociedade contemporânea. In: **E-Compós**. Universidade Federal de Minas Gerais, 2020.

WEBER, Maria Helena. Imagem pública. **Comunicação e política: conceitos e abordagens.** Salvador: Edufba, p. 259-307, 2004.