

El fenómeno del *Swiftie fandom* y su influencia en la carrera de Taylor Swift:
Una mirada psicológica a la fanaticada de la artista

Adriana Sophia Zambrana Delgado

Sometido a la Facultad de Comunicación e Información de la Universidad de Puerto Rico
Recinto de Río Piedras en cumplimiento parcial de los requisitos para obtener el grado de
Maestría en Artes de la Comunicación con especialización en Periodismo

Submitted to the Faculty of Communication and Information of the University of Puerto
Rico, Río Piedras in partial compliance of the requirements of the degree of
Master of Arts in Communication with specialization in Journalism

9 de mayo de 2024

Rubén Ramírez Sánchez, Ph.D.

©2024

Adriana Sophia Zambrana Delgado
Todos los derechos reservados

Agradecimientos

Quiero agradecer a mis amigos Amanda, Santiago y Yoreinaliz por apoyarme en estos últimos dos años: la maestría hubiese sido tediosa sin ustedes. Al profesor Rubén Ramírez Sánchez, muchas gracias por su mentoría a lo largo de este trabajo. A mi familia por su apoyo incondicional. A la Dra. Jessika Talavera y a Dani y Olivia de *Taylorlearning* podcast, por permitirme entrevistarlas y brindar su conocimiento sobre mi tema de estudio. También deseo agradecer a las personas que me han soportado durante estos meses cuando lo único que podía discutir estaba relacionado a Taylor Swift, en especial a aquellos que se burlaron y me dijeron que una investigación sobre ella era una pérdida de tiempo, me dieron la motivación necesaria para realizar un gran análisis sobre Swift y los *Swifties*.

Last, but not least, and most important of all, my deepest thanks to the music industry herself, Taylor Swift, for constantly inspiring me with her music and for creating such an amazing, supportive, and loyal fanbase. Thank you for teaching me that even though the bad news is that I'm on my own now, the good news is that I'm on my own now, that I have no reason to be afraid, that I need to take the moment and taste it and that I can face this. Know that I gave my blood, sweat, and tears for this thesis and I'm extremely proud of it.

Tabla de Contenidos

Resumen	4
Introducción	5
Los <i>fandoms</i> como agentes publicitarios.....	6
<i>Swiftie fandom</i>	12
<i>Fanship</i> y por qué los <i>Swifties</i> se relacionan con Taylor Swift	13
Influencia de los <i>Swifties</i> en la carrera y música de Taylor Swift.....	17
El <i>Swiftie fandom</i> y el capitalismo van de la mano.....	20
Dentro de la mente de los <i>Swifties</i>	24
Conclusión	32
Referencias	35

Resumen

En la actualidad, todos los artistas tienen una base de seguidores, mejor conocida como un *fandom*. Con esta investigación se busca estudiar este fenómeno, usando como foco de estudio a Taylor Swift y el *Swiftie fandom*. Se utilizará a la cantante y su fanaticada por la gran popularidad que han ganado en los pasados años. Para realizar el trabajo se analizará el rol que tienen los *fans* en la carrera de Swift y cuán importante es desde un punto de vista psicológico, para comprender que los fomenta a ser parte de esa comunidad. Asimismo, se explorarán temas como los *fanships* y porque los *Swifties* se identifican con ella, la influencia que tienen en la carrera de Swift y en la política. Además, se investigará el vínculo que tienen con el capitalismo y Taylor Swift. El análisis terminará con un estudio de la manera de pensar de los *Swifties*.

Palabras claves: *fandom*, *fanships*, *Swiftie fandom*, *Swifties*, *easter eggs*, Taylor Swift, *Taylor's Version*, teoría de la identidad social.

Introducción

Taylor Alison Swift es una cantante y compositora estadounidense. Comenzó su carrera en 2006 con la publicación de su primer álbum, titulado *Taylor Swift*, y desde entonces ha lanzado otros 12 discos que la han llevado a ser una de las cantautoras más reconocidas alrededor del mundo. Es una de las pocas cantantes que ha logrado realizar el cambio de música *country* a *pop* exitosamente y gran parte ha sido por la manera en que interactúa con su fanática para que su discografía gane más atención y ventas.

Swift ha creado un juego con sus *fans*, mejor conocidos como *Swifties*, en el que ella deja pistas en cada presentación que hace o cada álbum que publica, por ejemplo. Estos mensajes secretos, si sus fanáticos los descifran, ofrecen pistas de cuándo será la presentación de un video musical o cuándo habrá, un nuevo lanzamiento entre otras informaciones. La mayor parte del triunfo musical de Swift se debe a su *fandom*, los *Swifties*, y cómo estos han adoptado como su misión que Swift ocupe la primera posición en todas las listas de música a nivel global y que las ventas de sus discos y de la mercancía de la cantante sean exitosas.

En esta investigación se busca analizar el fenómeno de los *fandoms*, indagando en el comportamiento de la fanática hacia los artistas que ellos apoyan. Esto se logrará estudiando estos grupos, pero utilizando el fenómeno de Taylor Swift y a los *Swifties* como punto de enfoque. Se estudiará por qué este grupo de fanáticos han tomado como tarea el promover a Swift para que salga victoriosa en cada ámbito de su carrera. Además, se desea investigar qué los motiva a ejercer esta labor, debido a que no es solo comprar los discos y escuchar la música de la cantante, sino que algunos fanáticos han creado cuentas en diversas plataformas para promover la imagen de Swift. Cabe destacar que con este estudio no se busca criticar el éxito de Taylor Swift, sino comprender la influencia de sus seguidores.

Los *fandoms* como agentes publicitarios

Un *fandom* es una subcultura integrada por *fans*, término que se puede definir como “una subcultura basada en identificación comunitaria entre individuos que construyen sobre sus intereses compartidos en un medio objeto” (Medium, 2024). Estos grupos establecen una cohesión alrededor de artistas musicales, actores, películas, series de televisión, videojuegos, libros, entre otros, porque el entretenimiento a menudo funciona como motivo de rituales y prácticas culturales de fanáticos (Vogel & Sanders, 2017). La creación de esas subculturas tiene consecuencias en las formaciones de identidades sociales, la autoestima, el sentido comunitario y el prestigio social (Vogel & Sanders, 2017). La exposición de estas comunidades a los medios puede variar, pero la fanática es dinámica en su consumo de las redes sociales que usan. El involucrarse en las narrativas que ven en las diversas plataformas deja una marca en los valores de los seguidores, que son la manera de ellos pensar y ser como miembros de la sociedad, algunos de ellos son la lealtad, la honestidad y el respeto.

El foco de este trabajo es el *Swiftie fandom* y su impacto en la carrera de Taylor Swift. Este grupo de fanáticos existe desde los comienzos de la carrera de ella y, según la página de internet Huffpost, ha ido *in crescendo* en los últimos años (Prats, 2023). Se conoce por “ser una cultura, una identidad para los fanáticos un profundo amor y conexión con la música de Swift” (Taylorium, 2023). Menciona como se caracteriza por ser una base de seguidores leales “que están dedicados a cada palabra que dice y canta el ícono cultural. Están profundamente conectados con su arte musical y los mensajes que transmite en sus canciones” (Taylorium, 2023). Esto explica cómo trabajan en decodificar los famosos *easter eggs* que deja Swift en sus discos, videos, redes sociales o entrevistas que realiza, para “descubrir significados ocultos y pistas sobre sus próximos proyectos”, como establece Taylorium (Taylorium, 2023).

Asimismo, el contexto de la comunidad *Swiftie* es que es inclusiva, porque no tiene distinción de edad; al contrario, ha causado un encuentro entre generaciones por la música de Swift, al igual que aceptan miembros de cualquier género o trasfondo social, en la página se explica que, “son una micropoblación transnacional superdiversa, lo que significa que son un grupo diverso de personas de diferentes orígenes, culturas y ubicaciones que comparten un interés común en la música y el mensaje de Taylor Swift. Esta diversidad es una característica de las subculturas” (Taylorium, 2023). Además, mencionan que tienen su propio “lenguaje” y simbolismos, como las pulseras de amistad, las cuales Swift menciona en la canción *You're On Your Own Kid* y que, usualmente, portan líricas, títulos de las melodías o mensajes de la cantante. Para conectar entre sí, tienen una sociedad activa en el internet y organizan eventos exclusivos para fanáticos de Swift, “como fiestas de escuchar, encuentros para conocer y saludar y viajes grupales a conciertos y eventos de Taylor Swift, creando experiencias inolvidables para la comunidad” (Taylorium, 2023).

El comportamiento de los *Swifties* puede examinarse desde la teoría de la identidad social. La conjetura fue creada por Henri Tajfel y John Turner en 1979 (Chen & Xin Li, 2009), es mejor conocida como “el conocimiento que tiene el individuo de que pertenece a ciertos grupos sociales junto con algún significado emocional y valorativo para él acerca de la membresía de este grupo” (Hogg & Terry, 2000). La conjetura se compone de tres factores. El primero, es el proceso por el cual se contrastan grupos con otros, creando una inclinación hacia el equipo al que pertenezca el individuo. El segundo es la categorización, es el acto de dividir a las personas en clases o niveles dentro de la comunidad, mientras que el tercero; la identificación, es la forma en que los fanáticos se identifican con diversos *fandoms* (Chen & Xin Li, 2009). La teoría de identidad social también establece que hay una predilección individual para alcanzar una autoestima positiva. La predisposición ocurre cuando, para propósitos de la investigación, un *fan*, al considerarse miembro de un colectivo, gana esa

valoración propia por ser parte de la comunidad y genera un comportamiento que va de acuerdo con los estereotipos vinculados al *fandom* (Chen & Xin Li, 2009).

Asimismo, para conseguir una identidad social positiva, los fanáticos pueden trabajar con tres maneras cuando esta es atacada. La primera es la movilidad social, que se refiere a búsqueda del individuo en convertirse en el integrante con mayor estatus del grupo al que pertenece. En el ámbito de los *fandoms*, sería el seguidor tratando de convertirse en el fanático número uno del artista. La segunda es la creatividad social, que incluye cuando se aplican técnicas, como la búsqueda de nuevas maneras de comparación dentro del grupo, una reevaluación propia y el modificar con que otro *fandom* se contrastan, en este caso, el *Swiftie*. La tercera, y última, destreza es la competición social, en momentos en que la fanaticada siente que su autoestima está siendo atacado o se encuentra en una posición negativa en la sociedad, tratara de crear rivalidad con otros *fandoms* o entre sí mismos, para ganar reconocimiento como el grupo más dedicado a la cantante o que equipos dentro de la comunidad *Swiftie* emplean más su tiempo a Swift (Dietz-Uhler & Murell, 1998).

Con estos métodos, la comunidad de fanáticos busca compararse no solo con otros grupos de *fans* de otros artistas, sino que también entre sí misma, para definir las categorías de *Swifties* que hay dentro de esta. Con la significación ellos quieren brindarle nuevos valores a la simbología que define el *fandom*; por ejemplo, los brazaletes de amistad, que son inspirados por la canción *You're On Your Own Kid*, en la que la cantante los menciona; el adoptar una "era" de la música de Swift y la colección de la discografía entera de ella. Por último, en la cuarta estrategia, que también pertenece a la transformación social, se aplican nuevas formas de rebasar a cualquier otro *fandom* que compita con el de Taylor Swift, como el *BTS Army*, los *Harries* (Harry Styles), los grupos de KPOP, el *Beehive* (Beyoncé), entre otros.

Con el propósito de comprender mejor los efectos de este fenómeno en la psicosis de los seguidores de los artistas, en este caso el *Swiftie Fandom* y Taylor Swift, se entrevistó a la Dra. Jessika Talavera, psicóloga y fundadora de Relaciones Flexibles. La doctora analizó y opinó como profesional sobre estos grupos. Expresó que, a su entender, este tipo de apego ocurre porque hoy estamos cada vez en un mundo más dividido, en especial la gente joven, quienes están solos e invierten más su tiempo en las redes sociales y en internet, por lo que están desconectados de la gente de su entorno. Según ella, las redes no tienen un aspecto negativo completamente, porque muchos jóvenes se sienten solos y no comprendidos, algo que la doctora ha visto en su práctica, y donde solo han hallado un espacio para expresarse, recibir apoyo o ser aceptados son esas plataformas, más si no lo son en su entorno.

Básicamente, todo lo que buscan lo hallan ahí, porque han encontrado una comunidad que, por medio de los *likes*, le dan esa aprobación y los refuerzan para continuar estando conectados a esa sociedad virtual. Esto conlleva un vínculo emocional que se presenta por medio de la liberación de oxitocina, que es una hormona, mejor conocida como la droga u hormona del amor, que cuando es liberada al torrente sanguíneo promueve sentimientos positivos (LeWine, 2023). Como consecuencia, una vez la oxitocina está en su sistema, los adolescentes comienzan a sentirse acompañados en las redes y crean una fidelidad a ese grupo al que pertenecen. Luego proceden a proteger y cuidarlo para mantener esa comunidad en la que han descubierto un espacio seguro para ellos.

Si se aplica esto al *Swiftie Fandom* y Taylor Swift, pues todo lo que ella publique o cualquier mensaje secreto que le deje a sus fanáticos ellos lo van a apoyar, sin saber si es ella quién realmente lo escribe o su equipo de mercadeo. La Dra. Talavera, expresó que como requisito para su formación profesional en Psicología tuvo que tomar clases de mercadeo en la universidad, para aprender los componentes psicológicos detrás del comercio. Ella estableció que esos datos sobre la psicosis de los fanáticos son conocidos por los creadores de

contenido y por los artistas que los *fandoms* apoyan, ya que en sus equipos trabajan personas de mercadeo y publicidad y ese tipo de persona conoce sobre la psicología, por lo que conocen cómo funciona la mente del ser humano, que le atrae y que no, trabajando para impulsar a través de la verdad el capitalismo. Y por consiguiente esa conexión social que se crea en esas redes se utiliza para ventas, porque generan ingresos.

“El problema con eso es que promueve el fanatismo y si tú ves hoy día, los jóvenes no van a seguir las religiones, las nuevas religiones están a través de las redes con estos *influencers* que seguimos”, expresó la doctora, acerca del fanatismo. Mencionó como ejemplo diversos cultos que se crearon para la década de los 70, por ejemplo, Jim Jones y el Templo del Pueblo, quienes cometieron uno de los asesinatos/suicidios en masa más grandes en la historia; la familia Manson, que asesinaron a celebridades de la época, entre ellas Sharon Tate, Abigail Folger y Leno y Rosemary LaBianca (Jablon, R. & Rogers, J., 2023); y Bhagwan Shree Rajneesh, un gurú que era seguido y defendido por una multitud, que creó mucha irritabilidad y conflictos, que resultó en el grupo tratando de envenenar con salmonella a una sociedad que no apoyaba su creencia (Palmer, S. & Bird, F., 1992). El fanatismo en estas comunidades pasa a ser un problema cuando los jóvenes comienzan a seguir a los artistas a ciegas y se olvidan de que esas celebridades, siguen siendo humanas y “que se equivocan, que tienen sus situaciones”. Añadió lo siguiente con respecto a los fanáticos: “Cuando tú te vuelves *follower* o seguidor de otro dejaste de ser *follower* de tu propia vida. Yo le digo a los jóvenes: recuerda tú puedes seguir a esos *influencers*, pero yo no quiero tener la vida de ellos, porque yo quiero tener mi propia vida, porque esas personas en algún momento pasan de moda. Entonces, cuando esas personas pasan de moda, ¿dónde quedaste tú en ese movimiento y dónde estarás tú en tu vida?”. Además, añadió que la parte más difícil de pertenecer a este tipo de comunidad, en este caso los *fandoms*, es que los integrantes pierden su norte, su propia dirección y su enfoque en la vida.

La idolatría se define como amar o admirar con exaltación a alguien o algo. A la psicóloga le ha llamado mucho la atención que los seres humanos pensamos en cosas que idolatrar. Para explicar su visión mejor, utilizó de ejemplo la religión cristiana y cómo muchas veces los creyentes no siguen a Dios, sino al pastor. Otro ejemplo que empleó fue el de una película basada en Moisés y cómo los egipcios comienzan a idolatrar a un burro de oro que crearon en honor al discípulo cuando éste los libera. En la actualidad, el animal sería todos los *influencers*, artistas, políticos, entre otros. A lo largo de la entrevista, se discutió el nuevo disco de Taylor Swift, lanzado el 19 de abril, y cómo los *Swifties* crearon una teoría de que el álbum se trata de los cinco estados de duelo, la negación, la ira, la negociación, la depresión y la aceptación. Swift confirmó esta hipótesis recientemente y creó unas listas de reproducción musical con sus canciones para cada una de esas condiciones. La Dra. Talavera sugiere que la cantante lo que busca es apelar al estado emocional con esas cinco actitudes, porque todo humano pasa por ellas en algún punto en su vida.

Asimismo, mencionó que Swift utiliza las etapas del desarrollo psicosocial de Erikson, ocho etapas que van desde la adolescencia hasta la adultez y por las cuales toda persona pasa, para a través de sus relaciones “apelar a la parte emocional de la etapa en la que sus fanáticos están como seres humanos”. El objetivo de Swift es que su *fandom* se sienta identificado con su dolor, su alegría, su coraje, lo que emana de la parte emocional de la fanaticada al escuchar las canciones. Según Talavera, estas “van a apelar a lo emocional y le van a dar una voz a la emoción de sus seguidores, porque el capitalismo siempre va a apelar a lo emocional”. Además, para que los *Swifties* continúen siguiendo esa proyección de Swift que les ha introducido el capitalismo, la cantante cuando les deja saber que va a sacar una canción o les deja un *easter egg* está dejándole saber a ellos que confía en ellos, “está apelando a la confianza. Yo confío en ustedes, ustedes pueden recibir primero que nadie.

Mira yo te estoy dando esto, te estoy dejando entrar en mi intimidad”, expresó la psicóloga acerca de cómo Swift recurre a una conexión emocional con su fanaticada.

Swiftie fandom

El *Swiftie fandom* ha estado presente desde el comienzo de la carrera de la cantante en 2006. Con el paso de los años la fanaticada, ha ido en aumento hasta convertirse en el icono actual. El grupo se caracteriza por fomentar la expresión de ideas, experiencias y sentimientos propios de los miembros y el resto de la sociedad, mientras que a la misma vez busca establecer caminos para motivar cambios para un bien común, como por ejemplo igualdad social, feminismo y apoyo a la comunidad LGBTQ+ o víctimas de abuso, entre otros.

La característica más importante del *Swiftie fandom* es que trabajan arduamente en fomentar la imagen de Taylor Swift a través de las plataformas sociales. Los fanáticos promueven a la cantante creando cuentas en las diversas redes sociales, con la intención de mantener al día al *fandom* en cuanto a los movimientos de Swift, en dónde se le vio, con quién y otras actualizaciones que involucren a la cantante. Algunas cuentas reconocidas, en Instagram y X, son The Swift Society ([theswiftsociety](https://www.instagram.com/theswiftsociety/)), Taylor Swift Updates ([taylor.swift.updates.13](https://twitter.com/taylor.swift.updates.13)), Taylorerastour ([taylorerastour](https://twitter.com/taylorerastour)) o Olivia Levin/ Swifties for Eternity ([swiftiesforeternity](https://www.instagram.com/swiftiesforeternity/)). Además, han creado podcasts en los que explican temas relacionados a Swift, como lo hace el *Taylearning: A Taylor Swift Podcast*. Otro ejemplo es el crear páginas de internet para *Swifties*, por ejemplo, *Swifties Read*, en la que dan recomendaciones de libros basados o relacionados a las canciones de Taylor Swift.

Otra característica importante de esta fanaticada es que tienen como misión decodificar toda canción, álbum, mensaje secreto y/o apariencia de la cantante. Para realizar esta labor, los miembros están al pendiente de cualquier mensaje que Swift comparte como, por ejemplo, las líricas de sus canciones, el diseño de los álbumes, el estilo de ropa que porte,

sus gestos, joyería, y cualquier detalle que le pueda brindar luz sobre los próximos planes de la cantante. Los *Swifties* hacen estos análisis porque saben que Taylor Swift acostumbra a dejar pistas de sus próximos discos, regrabaciones, giras y colaboraciones con la intención de que sus “fans” las descubran y decodifiquen.

Para continuar el análisis del *fandom*, se entrevistó a las creadoras de *Taylearning: A Taylor Swift Podcast*, Olivia y Dani. Ellas definieron a los *Swifties* como una comunidad diversa de seguidores de la cantante que comparten el mismo interés por todo aquello relacionado a Swift. Expresaron que la característica más importante que la representa es que es inclusiva, porque los miembros son de cualquier género, raza, orientación sexual y de todas las partes del mundo. Ellas son un buen ejemplo, ya que Dani es de Kansas, y Olivia es de Michigan, son amigas a larga distancia, se conocieron brevemente cuando Olivia vivió en el mismo estado que Dani y luego pasaron a reunirse virtualmente para discutir temas relacionados a Swift y procedieron a crear su *podcast*. Tampoco no se le da la espalda a nadie, aunque haya disparidad en visiones en cuanto a acciones de Taylor Swift, su música o manera de pensar. Olivia y Dani entienden que ella ha perfeccionado la manera de mantener al *fandom* interesado y dedicado a escuchar sus álbumes y descifrar el juego de mensajes secretos que ella ha empleado. Asimismo, para ellas, el que Swift escriba canciones acerca de su vida personal y permita que los fanáticos las oigan establece una confianza que hay entre Swift y el colectivo que ella ha creado. A lo largo de este trabajo se continuará mencionando fragmentos de la entrevista.

***Fanship* y por qué los *Swifties* se relacionan con Taylor Swift**

El término *fanship* se define “como el vínculo psicológico que un individuo siente con su ídolo favorito” (Medium, 2024). Esa conexión crea una diferencia con lo que es un *fandom*, debido a que este “se refiere a estos vínculos con otros fanáticos con el mismo interés” (Medium, 2024). Sobre los *fanships* se han realizado diversas investigaciones que

han “atribuido tales apegos a factores psicosociales como la identidad social, el escapismo (escapar de la realidad a través de la imaginación y la distracción), las diferencias de género, la conexión social y la atracción sexual” (Medium, 2024). Además, se ha probado que producen resultados psicosociales positivos, como mayor autoestima, mejores conexiones sociales y mayor felicidad.

Usualmente los ídolos de estos grupos no solo crean música, sino que realizan documentales, películas, libros, series de televisión o juegos, por ejemplo. De esa manera, inventan un mundo alrededor del artista y causan que los fanáticos se sientan cercanos a ellos, “formando una relación parasocial profunda (un tipo de relación psicológica experimentada por una audiencia con encuentros mediados con artistas a través de plataformas en línea, performances, etc.” (Medium, 2024). Los artistas que toman ventaja de sus *fanships*, ven a sus fanáticos como “el ‘valor central y el objetivo’ de su negocio y los ve como inspiración para la innovación y no solo como consumidores” (Medium, 2024).

Este tipo de negocio se vio mucho para el 2020 y durante la pandemia por el COVID. Muchos cantantes optaron por hacer conciertos desde sus casas y estudios, de forma remota. Durante ese tiempo, Taylor Swift tuvo que cancelar el *Lover Fest*, un concierto estilo festival que iba a realizar en 2019. Igualmente, lanzó dos álbumes, *Folklore* y *Evermore*, y, además, para el primero publicó un concierto/ documental dirigido y escrito por ella, titulado *Folklore: The Long Pond Studio Sessions*. En 2021, presentó *Fearless (Taylor’s Version)* y *Red (Taylor’s Version)*, los que grabó en el tiempo de encierre. Asimismo, un año más tarde, anunció *Midnights*, una nueva producción musical que también compuso durante la pandemia. Como explicación de su productividad por el aislamiento, la cantante expresó que tenía una necesidad de mantenerse conectada a sus *fans* a través de su música, “y saben, eso fue una locura para mí porque... había tantas conversaciones realmente, realmente, realmente importantes y cosas más importantes sucediendo en el mundo que la conversación de

'¿Cuándo podré hacer conciertos?' Entonces realmente lo puse en mi mente y pensé, ya saben, tengo que descubrir cómo continuar conectándome con ustedes porque es una conexión que he tenido prácticamente toda mi vida desde que era un adolescente. Y es realmente algo que aprecio mucho. Y entonces, si no podíamos hacer espectáculos, simplemente pensé: '¿Sabes qué? Voy a hacer tantos álbumes y publicarlos como sea humanamente posible', y eso es lo que hice", dijo Swift en uno de sus conciertos (Kaylee & Lindsey, TikTok, 2023)

La razón por la que el *fan*ship de Swift continúa creciendo es por el vínculo que ella tiene con su fanaticada y cómo trabaja para que se fortalezca. Este grupo, al igual que el *Swiftie Fandom*, se identifican con las canciones y sus líricas, por los temas y expresiones que se presentan a través de éstas. Es una manera para ellos de superar sus problemas, parecidos a los de Swift, porque “aquí, se acepta el sufrimiento, se acepta la vulnerabilidad y triunfa el desvalido previamente descartado” (Medium, 2024). Además, la mayoría de los integrantes de ambos grupos suelen ser mujeres y la cantante siempre se ha esforzado por elevar la imagen de la mujer, empoderando y humanizando así a sus fanáticas, algo que en la sociedad suele ser negado.

Para culminar, esta interacción es vista más como una relación de sustitución, en la que el artista sirve como sustituto de las relaciones rotas de los *fans*, “los psicólogos suelen ver estas relaciones parasociales como ‘relaciones sustitutas’ que actúan como sustituto de la falta de relaciones saludables con familiares y amigos” (Medium, 2024) Sin embargo, en esta comunidad, tener un apego psicológico puede terminar siendo una correlación no saludable y que pasa a ser una obsesión, que puede convertirse en idolatría, pero ese tema va más allá de lo que se busca investigar en este trabajo y podría considerarse como punto de estudio para algún análisis futuro.

Taylor Swift y el *Swiftie fandom* influncian la política

Un ámbito en el que el *Swiftie fandom* ha jugado un rol importante es en la política, cuando Taylor Swift decidió tener un despertar político y alzar su voz acerca de este tema. La cantante no acostumbraba a discutir sobre esos debates y no hablaba de qué candidatos apoyaba. En 2018, la cantante publicó en su cuenta de Instagram que no apoyaba a Marsha Blackburn, quien corría para el senado del estado de Tennessee, porque anteriormente la senadora había votado en contra de paga igualitaria para la mujer, la Reautorización de la Ley de Violencia Contra la Mujer.

Asimismo, la senadora tenía visiones anti homosexuales y en contra de la comunidad LGBTQ+, a lo que Swift expresó: "Ella cree que las empresas tienen derecho a negar el servicio a las parejas homosexuales. También cree que no deberían tener derecho a casarse. Estos no son MIS valores de Tennessee"(Swift, Instagram, 2018). Por esas razones, la compositora decidió respaldar a dos candidatos, Phil Bredesen para senador y Jim Cooper para la Casa de Representantes, que no compartían las mismas perspectivas que Blackburn. Durante las *mid-term elections* de Estados Unidos, expresó su visión con un mensaje, en el que admitía que "en el pasado he estado reacia a expresar públicamente mis opiniones políticas, pero debido a varios eventos en mi vida y en el mundo en los últimos dos años, me siento muy diferente al respecto ahora " (Swift, Instagram, 2018).

En respuesta, los fanáticos tomaron esta confirmación dóxica para actuar sobre la desaprobación de Swift hacia el político de Tennessee. Después de la condena de Swift a Blackburn y sus prácticas políticas, algunos de los *Swifties* comenzaron a publicar emojis de serpientes en la cuenta oficial de Instagram de Blackburn. (Driessen, 2022) Para las elecciones de 2020, Swift respaldó y le permitió a la campaña de los actuales presidente y vicepresidente de Estados Unidos, Joe Biden y Kamala Harris, utilizar su canción *Only The Young* (Driessen, 2022). La canción es una protesta en la que se tocan temas como tiroteos

masivos y en las escuelas, el expresidente Donald Trump, la violencia armada y la manipulación de votos.

Swift exhortó a sus seguidores a educarse políticamente y a votar por los candidatos que apoyaran sus visiones. La influencia de la cantante en la política es notable no sólo en Estados Unidos, sino también en otros países. Un ejemplo es Argentina y su actual presidente, Javier Milei, un economista libertario de extrema derecha que es actualmente el presidente del país. Antes de él conseguir la presidencia, los fanáticos de Swift observaron a Milei y, por “su posición en contra del aborto legal, la flexibilización de las leyes de armas y sus propuestas para reformar la educación pública y la atención de la salud pública” (Alcoba, 2023), al igual que sus críticas hacia el feminismo, lo catalogaron como un peligro para la nación y la democracia.

Grupos de *fans*, particularmente uno llamado *Swifties* Contra Avances de Libertad, expresaron que Milei era igual al expresidente de Estados Unidos Donald Trump. Los *Swifties* establecieron que “se inspiraron en los esfuerzos pasados de Swift para confrontar a los políticos de derecha en Estados Unidos...No podemos no luchar después de haber escuchado y visto a Taylor darlo todo para que la derecha no gane en su país... Como dice Taylor, tenemos que estar en el lado correcto de la historia” (Alcoba, 2023). Asimismo, estas críticas por parte los *Swifties* lo que causaron fue que se perdiera el enfoque de las tajantes propuestas sobre revertir la crisis económica por la que sufre Argentina, que involucran cerrar el banco central y sustituir la moneda argentina por el dólar estadounidense. En la entrevista con *Taylearning*, Olivia y Dani expresaron que Swift, aunque potencialmente tiene el poder de influenciar la política si opinara más acerca de los candidatos y sus creencias gubernamentales, ha decidido permanecer alejada de ese tema solo haciendo un llamado a la sociedad a votar en las elecciones por aquellas figuras que compartan los valores que tengan.

Influencia de los Swifties en la carrera y música de Taylor Swift

Por lo que se ha visto en este reportaje los *Swifties* han sido una pieza clave para la gran trayectoria y fama que ella ha alcanzado en la industria musical. El *Swiftie fandom* ha logrado influenciar la carrera de la cantante de manera surreal. Swift ha lanzado 14 álbumes, incluyendo las regrabaciones de sus discos anteriores. El *fandom* ha adjudicado a cada uno de estos una era de Swift. Esto involucra una estética de vestimenta o decoración para cada fanático que se identifique con alguna de las grabaciones de la cantante. El *fandom* creó la norma de representarse con una era e incorporarlo a la personalidad de los fans, al igual que copiar el estilo que Swift utiliza en cada una de esas etapas a lo largo de su trayectoria: “Para un fanático de Taylor Swift, el término ‘era’ significa un álbum increíble con temas, imágenes, destellos, una historia consecutiva y esencialmente una personalidad completamente nueva. Cada álbum de Taylor Swift gira en torno a una ‘era’” (Candeloro, 2023).

El fenómeno de los *Swifties* es tan poderoso que Taylor Swift decidió acoger esa idea y apropiarse de ella, lo cual se puede apreciar en su reciente gira musical llamada “*The Eras Tour*”, en la que la cantante celebra cada una de las eras de su carrera. Las creadoras de *Taylearning* no dudan que los *Swifties* han influenciado e inspirado a la cantante, pero para ellas, el uso de las eras en la gira musical es más bien una representación de cuán lejos ha llegado Swift desde que comenzó su carrera en 2006. Asimismo, Swift ha convertido en su rutina a lo largo de cada concierto, en cada “*tour*”, expresar que ha alcanzado su éxito gracias a su *fandom*.

Un momento importante en la carrera de Swift fue cuando decidió regrabar su discografía, en 2021, debido a que sus versiones originales fueron vendidas, en 2019, sin su consentimiento, a Scooter Braun, empresario estadounidense y ejecutivo discográfico mejor conocido por ser el manejador de Justin Bieber y otros artistas. Taylor Swift tomó esa decisión tras la polémica de que Braun trató de chantajearla con que la única manera en que

ella podría obtener las versiones originales de sus álbumes era si firmaba contrato con él y su compañía disquera.

En 2019, la cantante expuso el comportamiento antiético de Braun a través de sus redes sociales. Swift recibió apoyo de su *fandom* y de diversos artistas que ya conocían cómo operaba Braun. Además, ese mismo año la cantante Kelly Clarkson etiquetó a Swift en un “tweet” en la plataforma X, en ese entonces Twitter, en el que le aconsejaba regrabar sus discos:

“@taylorswift13 just a thought, U should go in & re-record all the songs that U don’t own the masters on exactly how U did them but put brand new art & some kind of incentive so fans will no longer buy the old versions. I’d buy all of the new versions just to prove a point ”. ([Kelly Clarkson's sound advice to Taylor Swift resurfaces \(today.com\)](#))

Swift tomó ese consejo y comenzó a lanzar nuevas versiones de sus álbumes anteriores, como se mencionó anteriormente.

La primera regrabación que Taylor Swift lanzó fue *Fearless (Taylor’s Version)* en abril de 2021. Ese mismo año, publicó la segunda, *Red (Taylor’s Version)*. En julio de 2023, salió *Speak Now (Taylor’s Version)* y tres meses después, en octubre, divulgó *1989 (Taylor’s Version)*. Hasta la fecha a Swift solo le faltan dos álbumes por regrabar y publicar, estos siendo *Reputation*, publicado originalmente en 2017, y su disco homónimo *Taylor Swift*, primer álbum de la cantante y que fue lanzado en 2006.

Durante el *Eras Tour*, Swift expresó que antes de publicar las nuevas grabaciones no estaba segura de si la idea iba a funcionar, pero que la influencia de los fanáticos fue de ayuda, “...en realidad, nadie pensó que eso iba a funcionar, pero ustedes dijeron que no, está funcionando, vamos a hacer que funcione, esto está sucediendo...” (YoudrewStars Taylor’s Version, TikTok, 2023). Puesto que el *Swiftie fandom* fue rápido en impulsar las ventas del

álbum y lograr que esas nuevas versiones se convirtieran más populares que las originales, “los álbumes ‘*Taylor's Version*’ de Swift han recibido una cálida bienvenida tanto por parte de sus fans como de las listas musicales. Todos los álbumes regrabados de Swift hasta el momento, así como ‘*Midnights*’, han debutado en el puesto número uno del *Billboard 200*” (Caldwell, 2023). Esto le sirvió a la cantante como motivación para volver a grabar el resto de su discografía. Durante la entrevista con Olivia y Dani, del *podcast*, ellas dijeron que sin la influencia del *fandom* el éxito de esas regrabaciones no hubiera sido posible, debido a que no era seguro que fueran fructíferos, pero los *fans* hicieron posible que Swift triunfara en reclamar sus trabajos originales y los hiciera propio de ella.

El *Swiftie fandom* y el capitalismo van de la mano

A lo largo de su carrera, Swift “siempre ha valorado su trabajo como algo por lo que merece la pena pagar” (Candeloro, 2023), por lo que los *Swifties* se han convertido en un símbolo del consumismo. Swift tiene una marca de amor transaccional sobre muchos de los *Swifties*, porque “sienten que su versión de apoyar a Swift incluye comprar toda su mercancía extra de 'edición limitada'. Swift ha fomentado tales comportamientos de consumismo basados en su visión de la industria musical, ella no cree que ese arte debe ser accesible de cualquier manera, por lo tanto, considera que todo su trabajo es precioso y los *Swifties* finalmente lo copian” (Candeloro, 2023).

Esa visión capitalista de Swift ha hecho que sea la única cantante en la historia en convertirse en billonaria solamente por su música. Las estrategias que ha empleado para ganar el éxito que ha tenido en la actualidad son importantes en esta investigación para entender como lo ha hecho. La más reciente es la venta de las taquillas para sus conciertos, porque los *Swifties* debían registrarse a través de su página web y comprar mucha de su mercancía para ser considerados como prioridad para conseguir los boletos. Con que sus

fanáticos hagan eso, involucra que ella gana más dinero. Cabe mencionar que no solo ha generado su propia fortuna de esta manera, sino que a todos los países a los que ha llevado su gira actual, ha fomentado la economía de estos.

La tendencia también se puede observar mayormente, cuando la cantante lanza un álbum nuevo y hay diferentes versiones de éste, las cuales se diferencian por una canción o el empaque: “Swift selecciona una serie que dejará a los fanáticos sin información si no la tienen toda” (Rossman, 2022). Un primer ejemplo de esto es cuando Swift anunció el lanzamiento de *1989 (Taylor’s Version)*. La publicidad para ese disco se centró en cuatro estilos diferentes del empaque, cada uno distinguido por una foto de portada distinta. Además, las ediciones de vinilos se diferenciaban porque venían en cuatro colores: amarillo, aguamarina, azul y rosado.

Otro ejemplo es la nueva producción musical de Swift que saldrá al mercado el 19 de abril de 2024, titulada *The Tortured Poets Department*. Debido a que el álbum se lanzó de dos formas diferentes, la versión original y otra que tenía una canción adicional. De esta última, hay cuatro versiones porque varía el tema musical complementario. Asimismo, ha generado un comercio al crear mercancía específica para cada álbum, desde cardiganes, suéteres, hasta joyería. Esto se puede observar con el cárdigan que se vendió con la publicación de *Folklore*, por la producción tener una canción titulada *Cardigan*, y que también modificó para venderlo con motivos veraniegos con el disco de *1989 (Taylor’s Version)*. En la “era” de *Red (Taylor’s Version)* la cantante optó por vender el anillo y sombrero que portaba en la carátula del empaque.

En la nueva versión de *1989*, el capitalismo se puede enlazar “con cómo los tipos de vinilo, álbumes de edición especial y productos de ‘edición limitada’ de Swift se asemejan a la idea de ‘almuerzo gratis’ porque cuando un *Swiftie* compra uno de los vinilos de edición limitada, creen que están recibiendo un ‘regalo’ o algo ‘especial’ y, en última instancia,

‘nuevo’” (Candeloro, 2023). Cuando es en realidad todo lo contrario, porque son las mismas canciones y lo que puede que cambie en cada álbum sea una nota en el ritmo de las melodías y “nada en el proceso de regrabación se parece a un trabajo nuevo. Los *Swifties* están pagando dinero por el mismo vinilo que el original, pero ahora en un color diferente o con una canción extra, con la misma música que el álbum original de 1989, lanzado en 2014” (Candeloro, 2023).

Quizás, lo único reciente de cada uno de los discos con la marca de *Taylor's Version* con las canciones, tituladas “*from the vault*”, pero aun así no son melodías modernas. “Estas canciones son nuevas para el público, pero fueron escritas para estar en el álbum original en 2014, como todas las demás canciones, y han sido guardadas en la 'bóveda', que ahora se ha convertido en otro término que los *Swifties* han adoptado hace poco como 'era’” (Candeloro, 2023).

Otra manera que Swift ha empleado para generar dinero a través de sus fanáticos es presentarles datos privados de ella. Por ejemplo, en 2019, durante la “era” de *Lover*, incluyó copias de páginas de los diarios en los que escribía cuando era adolescente, en un diario en el que podían escribir los fans. De esta manera, la cantante ataca las emociones de los *Swifties* provocándoles nostalgia de sus propias adolescencias. Según la profesora Margaret Rossman, trae de vuelta la identidad femenina de las jóvenes “Swift une su *fandom* dentro de este espacio social femenino, jugando con tropos que pueden definirse mejor por el concepto de cultura del dormitorio... la cultura femenina joven de los adolescentes y cómo el *fandom* por estas chicas se manifiesta en el dormitorio: una cultura de espacios interiores personalizados en contraposición a espacios públicos más exteriorizados” (Rossman, 2022).

Esas no son las únicas estrategias que Taylor Swift utiliza para beneficiarse monetariamente. Las tácticas que más emplea son las relacionadas a la microcelebridad, que se puede definir como “figuras comunes que usan de manera estratégica los diferentes medios

sociales para crear contenido” (Gallardo & Selva, 2021). Esta modalidad de mercadeo requiere entablar una gran cantidad de labor emocional para crear y mantener lazos de naturalidad de forma que el *fandom* esté comprometido con apoyarla a ella y su trabajo. Para conseguirlo la mayor parte de su trabajo lo realiza en línea, para continuar siendo popular en los medios y que su imagen sea reconocida, esto ocurre cuando Swift utiliza sus cuentas en redes sociales para llevar *easter eggs* a sus fanáticos o para anunciar sus discos y demás mercancía, formando vínculos de normalidad para unir a su fanática con el objetivo de que la apoyen (Rossman, 2022).

Swift ha perfeccionado el uso de este método para mantener su fama, al igual que para que su música alcance altas posiciones en las listas más relevantes. Pero estas prácticas, que solo puede realizar en la web, han resultado en una encrucijada para ella. Maryn Wilkinson, profesora del departamento de Cultura y Medios de la Universidad de Amsterdam, analizó cómo “Swift se encuentra a caballo entre esta división entre parecer auténtica y parecer estrafalaria como parte de su paso del marco laboral de la música *country* a la adopción de la interpretación pop” (Rossman, 2022), debido a que la gran parte de su trabajo ahora lo tiene que realizar por medio de sus redes sociales y debe mantenerse conectada a su *fandom* a través de estas. Wilkinson expresa que cuando Swift realizaba música “country” necesitaba la intimidad y el acceso a sí misma, algo que la cantante tuvo que cambiar, como parte de su presentación a la audiencia, para mantener esa comprensión cuando hizo la transición hacia el marco *pop* (Rossman, 2022).

Estos paralelos entre el capitalismo y su música nos muestran los aspectos menos auténticos de Taylor Swift. Estos crean y apoyan la narrativa que la cantante ha creado específicamente para su *fandom* y cómo sus miembros continúan jugando voluntariamente el juego que ella misma ha creado. Debido a que Swift ha trabajado arduamente para que su fanática piense que esa visión que presenta es real, esa situación se ejemplifica cuando la

profesora Margaret Rossman menciona lo siguiente: “esta sensación de juego se relaciona con las nociones de la niñez, cuando las personas se prueban diferentes personajes. Esta actuación también es parte de una discusión más amplia sobre el juego de sus fanáticos y su papel en la remediación” (Rossman, 2022). Eso significa que los *Swifties* están dispuestos a ignorar intereses genuinos de Swift, para que ella continúe compartiendo con ellos, lo que para ellos es real. Dando su aprobación de que ella cambie su personalidad, como cuando uno es pequeño, para reparar la representación que tienen sus *fans* de que ella no es auténtica.

Las creadoras de *Taylearning* expresaron durante la entrevista que tenían visiones diferentes en cuanto a este tema, debido a que Dani no apoya el lado capitalista de Swift y no encuentra necesario el vender versiones diferentes de un mismo disco, los cuales solo se diferencian por su color. Además, dijo que ella acostumbraba a referirse a Swift como una reina capitalista, cuando discutían el juego capitalista que la cantante maneja. Mientras, Olivia colecciona la discografía de la cantante y es una ávida consumidora de la mercancía de Swift: mencionó que tiene los cuatro discos de *1989 (Taylor's Version)* y las variantes de *Midnights*. Aun teniendo diferencias en cuanto a la percepción de la cantante en términos comerciales, las amigas han podido convivir y trabajar en la creación de su *podcast* acerca de Swift.

Dentro de la mente de los *Swifties*

Taylor Swift ha perfeccionado el esconder su mentalidad capitalista haciéndole creer a su fanática que esas regrabaciones son proyectos nuevos. Swift expresa que realiza esa labor para poder ser la dueña de sus primeros trabajos musicales y así motiva a sus seguidores a invertir en obtener copias físicas de esos álbumes para ella beneficiarse de ello, fomentando la actitud consumista en sus *fans*, porque la mayor parte de ellos van a verlos de la misma manera que ella, “son trabajos nuevos porque ella los trata como que lo son, lo que finalmente resulta en que los *Swifties* hagan lo mismo. El concepto de ‘almuerzo gratis’

refleja todo el proceso de regrabación y relanzamiento que Swift ha fabricado, que inicialmente estaba destinado a que Swift recuperara lo que es suyo por derecho. Aun así, todo este proceso acaba de infundir a un *fandom* que ya era altamente consumista y que ahora se da cuenta de lo consumistas que son” (Candeloro, 2023).

Por su visión capitalista, los fanáticos pertenecientes a la Generación Z la conocen como la “Reina del Capitalismo”. Esto establece que no todos integrantes del *Swiftie fandom* se dejan llevar por la percepción consumista que posee Swift y su equipo y que se han dado cuenta de las estrategias que ella emplea para salir victoriosa monetariamente. Ellos no siguen la marca de amor transaccional que la cantante usa y han ido a foros en línea, como Reddit, para criticar las actitudes capitalistas de ella y eso demuestra "*fandom* de que Swift se parece al capitalismo cuando se trata de promover su música” (Caldero, 2023).

El factor más importante que mueve y fomenta el capitalismo es el consumo, pero cuando se trata de Taylor Swift, algunos fanáticos han empezado a ver sus estrategias de mercadeo como representación de la avaricia de la cantante en este punto en su carrera. Este grupo es una subcultura dentro del mismo *fandom*, “que no tuvo miedo de criticar y responsabilizar a Swift. Es posible que estos fanáticos no tengan la misma "marca de amor" transaccional que defienden otros *Swifties*. Sin embargo, todavía disfrutan de su música mientras expresan su conciencia del consumismo dentro del *fandom*, especialmente con los álbumes regrabados, lo que eventualmente podría conducir a un movimiento *anti-fandom*...” (Candeloro, 2023).

Los fanáticos que pertenecen a esta subcomunidad han atacado a la cantante por esa ambición, “se asemejan al concepto de la ‘ideología de la resistencia’” (Candeloro, 2023). Ellos, aunque no son igual de incondicionales como los demás, disfrutan la música de la cantante, que es similar a una subversión de la participación de los *Swifties* usuales. En un artículo utilizado para realizar esta investigación, titulado *1989 (Taylor’s Version) & Swiftie*

Consumerism, la autora, Caroline Candeloro, se adentró en foros de Reddit y encontró uno titulado *Taylor Swift: ¿reina capitalista?*, en el que un fan escribió: “Soy fanático de su música, pero...docenas de versiones para el mismo álbum, ninguna versión que incluya todas las canciones (por lo que estás obligado a comprar varias) y todo está limitado en tiempo o en suministro (por lo que compras sin pensar porque hay que ser rápido)” (Candeloro, 2023).

Hay otros foros en la plataforma, en los que los *Swifties* han expresado sus entendimientos sobre Swift y su visión capitalista. Algunos de estos foros son: *Bueno nuestra reina capitalista lo hizo: Taylor Swift es ahora una billonaria*, algunos comentarios en este debate en línea, son “Porque Taylor Swift es todo un negocio y hay un montón de personas que ganan dinero cuando ella gana dinero. Mire lo que les hace a las economías locales simplemente haciendo giras y sin hacer nada especial”; “Creo que la respuesta a tu pregunta sobre por qué sigue lanzando los mismos productos es porque la gente sigue comprándolos. Taylor Swift es una corporación global, está tratando de maximizar sus ventas de cualquier manera que pueda...” (Candeloro, 2023).

Esa subdivisión del *fandom* puede llegar a causar un colapso dentro de la comunidad, porque muestran resistencia hacia la conducta consumidora que poseen los demás fanáticos. A largo plazo, esa pauta puede comenzar a ser copiada por aquellos que, si juegan su rol de consumidoras y que, bajo los ojos de Swift, cumplen con todos los requisitos para ser catalogado como un verdadero *Swiftie*. Un factor que puede ayudar a que ellos caigan en una postura anticonsumidora es “que el mundo sabe que Taylor Swift se ha convertido en el primer artista de la historia en convertirse en multimillonario gracias a la música” (Candeloro, 2023). Asimismo, en esa plataforma hay diversos foros acerca del nuevo álbum de Swift, titulado *The Tortured Poets Department*. La cantante anunció diferentes variantes de esa producción que contenían una canción extra distinta, motivando al *fandom* a que compraran estos discos, porque estas no iban a estar disponibles en las aplicaciones para

escuchar música, como lo son Spotify o Apple Music. Los fanáticos comenzaron a atacar en las discusiones la estrategia capitalista de Swift:

“Album cover is honestly really pretty but I’m getting annoyed with the exclusive tracks on exclusive “variants” just release the whole project on one disk as it’s meant to be...” (@Darkhold_, Reddit).

“I know we're supposed to be mad about the marketing (I am!). And this "split up the bonus track across different vinyl so that the fans buy them all" trend in music truly sucks (looking at you Olivia and Jack, too!)” (@evergreen_pines, Reddit).

“Am I the only one a bit annoyed? I am so tired of a million variant albums. I want all the tracks on one album - I understand a standard and bonus album but seriously stop with the 5 different tracks on 5 different albums. Please Taylor we're too broke for this” (@runonia, Reddit).

“...i love her, but this is too much. i wouldn't be too upset if she puts it all on streaming as soon as the album drops, but she'd rather make us wait for months, like what she did with the lakes and you're losing me. i hope she stops doing this cause i/we ain't birthing money” (@wandisthetic, Reddit).

“After getting burned by *Midnights* (3 AM version), I've resolved to never preorder or buy an album of hers again. I'll wait for streaming. If there's ever a complete edition, I'd buy that, but I'm not doing this hodge podge thing” (@_notkvothe, Reddit).

Con estos comentarios de usuarios y *Swifties* en Reddit, se puede notar que hasta el mismo *fandom* está cansado de la estrategia monetaria de Swift y su equipo para vender su música. Muchos fanáticos han aclamado en estos debates que ella debe lanzar un solo álbum con todas las canciones que quiere incluir, en vez de dividirlos y hacer que ellos paguen más dinero por todas las versiones. Sin embargo, la mayor parte de las conversaciones en la plataforma son de seguidores de Swift expresando que comprarán los distintos discos porque

les gusta la imagen de portada o porque solamente no se quieren perder las pistas adicionales que contienen, mostrando así el apego psicológico que tiene la mayor parte de los *Swifties* con la cantante. Dani de *Taylearning podcast* mencionó durante la entrevista que no apoya ese interés capitalista de Swift, pero reconociendo que su compañera es coleccionista de la discografía de la cantante, no juzga a aquel *fan* que desea invertir en la música de Swift, porque comprende que es por apoyarla y por establecer que es parte del *fandom*.

Por otra parte, en estas plataformas también los *Swifties* aprovechan para compartir sus teorías sobre las pistas o *easter eggs* que les deja la cantante en el juego que tiene con su *fandom*. El pasado viernes, 19 de abril, Swift lanzó su nueva producción musical llamada *The Tortured Poets Department*, y sus seguidores no perdieron tiempo en comenzar a estudiar las canciones que componen el disco para descifrar las indirectas de estas y mensajes secretos que Swift haya dejado para descifrar.

Wait, so if I'm getting this right, The Tortured Poets Department song kind of is Taylor saying "we aren't these tortured poets, don't be so dramatic". So The Tortured Poets Department itself is the relationship I think? So the album being titled THE TORTURED POETS DEPARTMENT is basically a really creative and dramatic label of their love since the album explores the ins and outs of the relationship and how it fell apart?", (@niles_deerqueer, The Tortured Poets Department Megathread, Reddit). "What if when she was making the vault tracks for rep, she realizes that she still feels some of those feelings from back then and that's what resulted into TTPD. But this time not restricting herself to the villain sound and that's why there are more different sounding songs this time", (@Upset-Nobody-1240, The Tortured Poets Department Megathread, Reddit).

"I sprinted to this song - it's absolutely about Kim and it's NOT subtle. My favorite part was the bronze spray tan line and the reference to her kids singing Taylor's

songs”, (@ccccss888, Taylor Swift- The Tortured Poets Department: The Anthology, Reddit).

“The hints were so obvious this time around though 🤔 but I’ll listen to it first thing in the morning otherwise I’ll be up til dawn”, (@Mother_Restaurant188, Taylor Swift- The Tortured Poets Department: The Anthology, Reddit).

“With the secret message “for a fortnight”; the pill bottle in the music video dated from her birthday to the album release date; and the last lyrics of “The Manuscript” (Now and then I re-read the manuscript But the story isn't mine anymore”), I am wondering if the TTPD era will only last a fortnight. That would be May 3 and the Eras tour starts up again on May 9. This makes me think she is not going to add TTPD to the Eras Tour although maybe she will do some of the songs during the acoustic set” (@Silver-Associate-111, “Fortnight (feat. Post Malone)” Discussion Megathread, Reddit).

Una gran parte de estas publicaciones en Reddit del *Swiftie fandom* en torno al nuevo álbum de Swift son acerca de las sospechas de que éste fuera acerca de la expareja de la cantante, con detalles sobre la relación y las razones para su rompimiento. Además, se discuten ideas de por qué el disco tiene un tema tan triste y personal, que quizás fue el resultado de una regrabación que trataba de su expareja y de otras personas a las que menciona en la producción nueva. Asimismo, los seguidores analizaron el uso de Swift de mostrar dos dedos antes de anunciarlo, lo cual resultó ser una pista de que a las dos de la madrugada publicó 15 canciones adicionales. Desde que *The Tortured Poets Department* fue anunciado, el *fandom* se cuestionaba si Swift añadiría esa nueva “era” a la gira que está haciendo actualmente, pero por las melodías, han realizado debates y creado teorías de que la cantante no planea hacerlo, sin que Swift haya comentado acerca de esa idea.

En la plataforma de X, los *Swifties* también crearon conjeturas de que *TTPD* es acerca de Joe Alwyn, el exnovio de Swift. Además, ellas encontraron una pista que hace referencia a una cena que la cantante tuvo con sus amigos cercanos. Esa misma noche, las amistades de Swift dejaron de seguir, en sus redes sociales, a Alwyn.

“I told my friends I hate you, but I love you just the same” as a reference to the great unfollowing by all Taylor's friends after they all had dinner together”

(@GuiltyasSinTTPD, X).

Además, Swift le brinda su confianza nuevamente a sus fanáticos, al dejarle indirectas acerca de sus relaciones pasadas, al igual que su noviazgo actual con el futbolista Travis Kelce, en diversas canciones que componen el nuevo álbum. Ella comparte su intimidad al expresar a través de sus líricas las emociones y sentimientos que sufrió durante el rompimiento con su expareja, entre ellos las cinco etapas de duelo: tristeza, depresión, ira, negociación y aceptación. Los *Swifties* especulan que ella no proveerá entrevistas para promocionarlo y que todo lo que tenía que decir lo dijo a través de su música. Dani y Olivia, de *Taylearning: A Taylor Swift Podcast*, expresaron que Swift fortaleció una vez más esa relación que tiene con su *fandom* al presentarles sus sentimientos de angustia, tristeza y enojo de la manera cruda en la que los expone en la nueva producción. Asimismo, mencionaron que aún ella adorando a sus seguidores expresó en sus líricas enojo hacia ellos por querer dictar con quién ella se relacionaba ya sea amorosa o platónicamente, algo que nunca se había escuchado antes de Swift.

“Something I love about **TTPD** is that it is Midnight Rain personified. This is the Taylor Swift that'll always miss screaming and fighting and kissing in the rain, that is enthralled by the romance of ships passing in the night, by twin fire signs and twin flame bruises, by change” (@tweetsricochet, X).

“**TTPD** is a bad album" so you're invalidating her feelings and ability to get through this chapter of her life where she was depressed and struggling to keep it together” (@torturedpermit, X).

“now that i think about it we probably won't get talk show appearance for **TTPD**, taylor said all she had to say on the album and closed that chapter” (@thisisevertrying, X).

The Tortured Poets Department, para los *Swifties* simboliza que la cantante está cerrando viejos capítulos de su vida, específicamente aquellos que tienen que ver con sus exparejas, peleas, la venta de sus álbumes originales, entre otros. La clausura significa que Swift solo quiere enfocarse en su futuro y en las decisiones que tomará para conseguirlo. Eso solamente lo podía lograr si dejaba ir todo aquello de su pasado que la continuaba aguantando, por lo que esta producción musical es un epílogo de su faceta anterior, para dar paso al porvenir que trae consigo la nueva etapa en la que se encuentra en todos los ámbitos de su vida.

“tay said **ttpd** is a closed chapter and once again swifties can't respect her wish to leave this behind and get off on their own little "gotcha moments" they made up in their head” (@steffswift25, X).

“showed my mom the TTPD prologue & what tay posted about the album, my mom said it's an Epilogue. This is Taylor's way of closing off everything from her past while also subconsciously letting the public & her partner know that she's made a final choice on what she wants her future to look like..... she closed the chapter on her past partners completely. She wants to focus completely on the future. Like she said in the manuscript to finish with the past you need to look back once and then it's done. And that's what TTPD and especially the manuscript was. One look back to go into the future” (@reqnights, X).

Conclusión

Con esta investigación periodística se buscó analizar el fenómeno de los *fandoms* y su relación con los artistas que apoyan, usando de punto de enfoque a Taylor Swift y al *Swiftie fandom*. Se estudió a la fanaticada y las tareas que han tomado como misión para que Swift alcance el éxito que ostenta. Algunas de estas son comprar todos los discos y vinilos para que alcance prominencia en las listas de música y ventas o escuchar sus álbumes en las diversas plataformas de *streaming* de música, como Spotify y Apple Music, con el propósito de que Swift suba entre las categorías y ocupe la posición principal en aplicaciones.

Se analizó el comportamiento del *fandom* y se buscó entender la razón de por qué estos grupos han ganado popularidad en los pasados años. Se evaluó la teoría de identidad social relativa a este fenómeno, debido a que los fanáticos se sienten identificados con la música o presencia de Taylor Swift y desean pertenecer a la comunidad que sigue a la cantante. Para comprender mejor esa conducta, se entrevistó a la psicóloga Jessika Talavera, Ph.D., quién argumentó que, hoy día, los jóvenes crecen alejados de la sociedad que los rodea y encuentran este tipo de comunidad que comparten sus mismos intereses y crean un apego emocional entre ellos. Asimismo, la doctora expresó que Swift y su equipo de mercadeo trabajan para apelar a las emociones y sentimientos de sus *fans* para generar ventas y que esa colectividad de seguidores que se manifiestan en línea siga incrementando.

Se estudió la influencia de los *Swifties* en la carrera de Taylor Swift y en la política. Se encontró que Swift ha tomado a su fanaticada como inspiración y ha prestado atención a las teorías que estos crean en cuanto a su música y su vida, para crear un juego con ellos en el que los *fans* deben hallar los mensajes secretos y pistas para que descifren las intenciones o proyectos futuros de la cantante. Además, utiliza las opiniones de ellos como musa, para escribir sus nuevas producciones musicales o fomentar sus giras mundiales. La carrera de Swift no es la única que ha sido marcada por la presencia del *fandom*, sino también la esfera

política. Se analizó que ellos han tenido un rol importante en las elecciones gubernamentales de diversos países, entre ellos Estados Unidos y Argentina. Los seguidores de la cantante se han opuesto a candidatos por no compartir las mismas visiones de ellos y de Swift.

La investigación prosiguió con la indagación de los intereses capitalistas de Taylor Swift y el dominio que tiene en su *fandom*. El resultado fue que ella ha creado un vínculo emocional con ellos, para fomentar las ventas de sus discos. Con la composición de canciones que narran su vida, Swift ha implantado una confianza con sus fanáticos, motivándolos así para que compren su discografía. Al ser alentados a comprar los álbumes, los *Swifties* adquieren todas las versiones de una misma producción musical, ya sea porque tiene una melodía adicional o porque su carátula es de diferente color, para continuar promoviendo esa amistad entre ellos y la cantante.

Aunque dicho negocio ha sido muy exitoso para Swift, miembros de la comunidad *Swiftie* han notado las intenciones capitalistas de ella y han comenzado a oponerse y a compartir sus pensamientos al respecto en plataformas como Reddit y Twitter, donde le han dado a Swift el título de “reina capitalista”. Esa subcultura desaprueba la “marca de amor” transaccional que ha instituido Swift en su *fandom*, mediante la cual les da contenido adicional siempre y cuando inviertan en sus discos. Sin embargo, este es uno de los pocos rechazos que Swift ha recibido de su fanaticada. El resto de esta sociedad continúa participando del consumismo para complacer y ayudar a la cantante. Mediante a una entrevista a las creadoras de *Taylearning: A Taylor Swift Podcast*, se pudo obtener una mayor comprensión de la gran expansión de este fenómeno, ya que ambas viven en estados diferentes, pero trabajan juntas y se conocieron por su interés mutuo en Swift. Al igual que da una perspectiva más cercana al pensar de los *Swifties* hacia la influencia del *fandom* en la carrera de la cantante, en la política y más importante cómo se sienten acerca del enfoque capitalista de Swift y su equipo de mercadeo.

Asimismo, en las páginas antes mencionadas, los foros se enfocan más en descifrar las pistas y mensajes secretos que deja Swift como tarea. Escribiendo y colaborando acerca de las canciones y álbumes de Swift, los seguidores permanecen realizando el trabajo que es más importante para ellos, para conocer mejor a su ídolo. Aunque eso no sea necesariamente parte de una visión capitalista, sí brinda una percepción psicológica del afecto y admiración que tienen los *Swifties* con ella. Esa estima demuestra la cercanía, que aun siendo en línea, tiene la comunidad y cómo al compartir las mismas visiones y gustos sobre la música y artistas, se unen con el fin de fomentar un bien común y consiguen que esos artistas alcancen posiciones beneficiosas para ellos.

Maria Von Trapp dijo “La música actúa como una llave mágica, a la que se abre el corazón más cerrado”. Con esta cita quiero llegar a la inferencia de que, quizás, la razón por la que el *Swiftie fandom* se ha convertido en un fenómeno tan poderoso es porque Swift les ha permitido a los integrantes sentirse identificados con sus canciones y que aprendan de ella que tienen la libertad de compartir sus sentimientos y sentirse validados sin tener culpa alguna, cuando las personas que los rodean no se los aceptan, y es lo que ha causado que ella tenga un gran impacto en sus fanáticos. Lo que los lleva a ellos a trabajar arduamente para que ella sea tan exitosa, ya que ella les ha brindado un espacio seguro en su música y en la comunidad que ellos han formado por ella para expresarse. Esa es la manera del *fandom* de agradecerle por la extraordinaria impresión que ha tenido en ellos.

Referencias

- Alcoba, N. (2023). The New Enemies of Argentina's Far Right: Swifties and the BTS Army. *The New York Times*. [The New Enemies of Argentina's Far Right: Taylor Swift and BTS Fans - The New York Times \(nytimes.com\)](#)
- Barone, T. (2023). An Analysis of the Psychology Surrounding Fan Culture in the Music Industry and Its Effects on Marketing on Social Media. [DigitalCommons@SHU - Academic Festival: An Analysis of the Psychology Surrounding Fan Culture in the Music Industry and Its Effects on Marketing on Social Media \(sacredheart.edu\)](#)
- Caldwell, Sophie. (2023). *What exactly does 'Taylor's Version' mean? Here's what to know*. The Today Show. [What Is 'Taylor's Version'? Here's Why She's Rerecording Old Albums \(today.com\)](#)
- Candeloro, C. (2023). 1989 (Taylor's Version) & Swiftie Consumerism. *Open Library*. [1989 \(Taylor's Version\) & Swiftie Consumerism – Audience Studies – Participatory Culture of Fandom \(2023\) \(pressbooks.pub\)](#)
- Chen, Y. & Xin Li, S. (2009). Group Identity and Social Preferences. *The American Economic Review*, Mar. 2009, Vol. 99, No. 1, pp. 431-457. [29730190.pdf \(oclc.org\)](#)
- Dajches, L., & Stevens Aubrey, J. (2023). Queer *folklore*: Examining the influence of fandom on sexual identity development and fluidity acceptance among Taylor Swift fans. *Psychology of Popular Media*, 12 (3), 255-267. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000408>
- Daly, C. (2022). Girl-Next-Door to Girlboss: Taylor Swift's Online Evolution from Puerile Pop Star to Poignant Political Influence. *Pell Scholars and Senior Theses*. 142. ["Girl-Next-Door to Girlboss: Taylor Swift's Online Evolution from Pueri" by Clare G. Daly \(salve.edu\)](#)
- (Dani & Olivia, *Taylearning podcast*, comunicación personal, 29 de abril de 2024).

- Dietz-Ulher, B. & Murrell, A. (1998). Effects of Social Identity and Threat on Self- Esteem and Group Attributions. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, Vol. 2, No. 1, pp. 24-35. [*1998-00074-003.pdf \(apa.org\)](#)
- Driessen, S. (2022). Campaign Problems: How Fans React to Taylor Swift’s Controversial Political Awakening. *American Behavioral Scientist*, Vol. 66(8), pp.1060-1074. [driessen-2022-campaign-problems-how-fans-react-to-taylor-swift-s-controversial-political-awakening.pdf](#)
- Fanick, Christopher, R. (2019). “Call It What You Want”: The Impact of Fan Characteristics on Political Views”. *Communal Honors Theses*, 17. ["“Call It What You Want”: The Impact of Fan Characteristics on Politica" by Christopher R. Fanick \(trinity.edu\)](#)
- Franssen, G. (2022). Policing the celebrity of Taylor Swift: introduction. *Celebrities Studies*. Vol. 13, Issue 1. <https://doi.org/10.1080/19392397.2022.2026148>
- Gallardo, L. & Selva, D. (2021). El fenomeno fan de las microcelebridades: el caso de AuronPlay. *Revista Mediterránea de Comunicación*. [ReMedCom 12 02 10 esp.pdf \(ua.es\)](#)
- Gariano, Francesca. (2021). *Kelly Clarkson's sound advice to Taylor Swift resurfaces after rerelease of 'Fearless'*. The Today Show. [Kelly Clarkson's sound advice to Taylor Swift resurfaces \(today.com\)](#)
- Halfen, K., DeWind, S., Geerling, W., Green, A. & Dirk, G. (2024). *Swiftonomics: Using Taylor Swift to Teach Supply and Demand and Foreign Exchange Rates*. [Swiftonomics: Using Taylor Swift to Teach Supply and Demand and Foreign Exchange Rates by Kelsey Halfen Dahlberg, Signe DeWind, Wayne Geerling, Austin Green, G. Dirk Mateer :: SSRN](#)

- Hera Mag. (2023). Guía no-swiftie para entender el impacto cultural de Taylor Swift. *Hera Mag.* [Guía no-swiftie para entender el impacto cultural de Taylor Swift – HÈRA MAGAZINE \(heramag.co\)](#)
- Hogg, M. & Terry, D. (2000). Social Identity and Self-Categorization Processes in Organizational Contexts. *The Academy of Management Review*, Jan., 2000, Vol. 25, No. 1, pp. 121-140 [259266.pdf \(oclc.org\)](#)
- Huang, Q. (2023). When Pop and Politics Collide: A Transcultural Perspective on Contested Practices in Pop Idol Fandoms in China and The West. *International Journal of Communication* 17. 1425-1444. [Media Use and Political Engagement: Cross-Cultural Approaches | When Pop and Politics Collide: A Transcultural Perspective on Contested Practices in Pop Idol Fandoms in China and The West | Huang | International Journal of Communication \(ijoc.org\)](#)
- Iasimone, A. (2018). Taylor Swift Speaks Out Against Republican Senate Candidate Marsha Blackburn, Endorses Democrats in Rare Political Post. *Billboard*. [Taylor Swift's Rare Political Post Endorsing Democrats \(billboard.com\)](#)
- J. Talavera, comunicación personal, 4 de abril de 2024.
- Jablon, R. & Rogers, J. (2023). The Manson 'family': A look at key players and victims in the cult leader's killings. *The Associated Press News*. [The Manson 'family': Key players and victims in the cult leader's killings | AP News](#)
- Kaylee & Lindsey [@theswiftiegirls]. (2023, june 30). Love her [Video]. TikTok. [love her](#)
[#swifttok #taylorswift #tstheerastour #cincystheeras... | TikTok](#)
- LeWine, R. (2023). Oxytocin: the love hormone. *Harvard Health Publishing*. [Oxytocin: The love hormone - Harvard Health](#)
- Medium. (2024). Fanship and Fandom: Navigating Artist-Fan Relationships in K-Pop.

Medium. [Fanship and Fandom: Navigating Artist-Fan Relationships in K-Pop — | by Ashoka Behavioural Insights Team | The Nudgelet | Medium](#)

Medium. (2023). The Unstoppable Rise of Taylor Swift: A Phenomenon in Popularity and Fanbase Devotion. *Medium*. [The Unstoppable Rise of Taylor Swift: A Phenomenon in Popularity and Fanbase Devotion | by Gaming with Daud | Medium](#) Rossman,

Palmer, S. & Bird, F. (1992). Therapy, Charisma and Social Control in the Rajneesh Movement. *Sociological Analysis*, Vol. 53, pp. S71-s85. [3711252.pdf \(jstor.org\)](#) Tsay-

Prats, M. (2023). Ser 'swiftie' o cómo Taylor Swift ha reinventado el fenómeno fan hasta entre los mayores de 40. *Huffington Post*. [Ser 'swiftie' o cómo Taylor Swift ha reinventado el fenómeno fan hasta entre los mayores de 40 \(huffingtonpost.es\)](#)

Rossman, M. (2022). Taylor Swift, remediating the self, and nostalgic girlhood in tween music fandom. *Transformative Works and Cultures*, no.38. <https://doi.org/10.3983/twc.2022.2287>

Swift, T. (2018, oct. 7). I'm writing this post about the upcoming midterm elections on November 6th, in which I'll be voting in the state [Post]. Instagram. [I'm writing this post about the upcoming midterm elections on November 6th, in which I'll be voting in the state of Tennessee. In the past... | Instagram](#)

Taylorium. (2023). Swiftie Culture, Community and Experiences-2023. *Taylorium*. [Swiftie Culture, Community and Experiences – 2023 – !\[\]\(642aa997563f9a325b310230bb5078b7_img.jpg\) taylorium](#)

Vogel, M., & Sanders, M. S. (2017). Fandom and the search for meaning: Examining communal involvement with popular media beyond pleasure. *Psychology of Popular Media Culture*, 6 (1), 32-47. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/ppm0000085>

Wilkinson, M. (2019). 'Taylor Swift: the hardest working, zaniest girl in show business...'. *Celebrity Studies*. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1630160>

- You drew Stars Taylor's Version [@you drew stars20]. (2023, march 26). Taylor Swift in Vegas Talking about her rerecorded albums on the Eras Tour [Video]. TikTok. [Taylor Swift in Vegas Talking about her rerecorded albums on the Eras ... | TikTok](#)
- X. Taylor Swift Trending. X. <https://twitter.com/>
- @ccccss888. (2024). Taylor Swift- The Tortured Poets Department: The Anthology. [Online forum post]. Reddit. [Taylor Swift - The Tortured Poets Department: The Anthology : r/popheads \(reddit.com\)](#)
- @evergreen_pines. (2024). Taylor Swift - The Tortured Poets Department Vinyl + Bonus Track "The Albatross". [Online forum post]. Reddit. [Taylor Swift - The Tortured Poets Department Vinyl + Bonus Track "The Albatross" : r/TaylorSwiftVinyl \(reddit.com\)](#)
- @Mother_Restaurant188. (2024). Taylor Swift- The Tortured Poets Department: The Anthology. [Online forum post]. Reddit. [Taylor Swift - The Tortured Poets Department: The Anthology : r/popheads \(reddit.com\)](#)
- @niles_deerquer. (2024). The Tortured Poets Department Megathread. [Online forum post]. Reddit. [The Tortured Poets Department Megathread : r/TaylorSwift \(reddit.com\)](#)
- @runonia. (2024). Taylor announces a variant of The Tortured Poet's Department, including a bonus track called "The Bolter". [Online forum post]. Reddit. [Taylor announces a variant of The Tortured Poet's Department, including a bonus track called "The Bolter" : r/TaylorSwift \(reddit.com\)](#)
- @Silver-Associate-111. (2024). "Fortnight (feat. Post Malone)" Discussion Megathread. [Online forum post]. Reddit. ["Fortnight \(feat. Post Malone\)" Discussion Megathread : r/TaylorSwift \(reddit.com\)](#)

@Upset-Nobody-1240. (2024). The Tortured Poets Department Megathread. [Online forum post]. Reddit. [The Tortured Poets Department Megathread : r/TaylorSwift \(reddit.com\)](#)

@wandisthetic. (2024). Taylor announces a variant of The Tortured Poet's Department, including a bonus track called "The Bolter". [Online forum post]. Reddit. [Taylor announces a variant of The Tortured Poet's Department, including a bonus track called "The Bolter" : r/TaylorSwift \(reddit.com\)](#)