

esmuc

Treball Fi de grau

Swifties, swifTERS y otros fans

Arpxoimación a los Fandom Studies
a través del fanbase de Taylor Swift

Estudiant: Paloma Gento de Celis

Especialitat/ Musicologia
Àmbit/Modalitat:

Director/a: Joaquim Rabaseda

Curs: 2017-2018

Vistiplau
del director/a
del Treball

AGRADECIMIENTOS

A todo el departamento de Musicología de la Esmuc, por ser tan personas por encima de todo, y en concreto a Sílvia, por ser también amiga e inspiración. A Rubén por las dos primeras oportunidades, y a Quim, porque a la tercera va la vencida.

A las musicólogas de mi generación: Irene, Anna, Roser, Laura, Cristina y María. Gracias por estar dentro y fuera de clase, aunque no siempre haya sido fácil. Al resto de generaciones de musicólogos, porque de todo(s) se aprende. A Daniel, porque no hay tal cosa. A Claudia por Barcelona, Tarragona, Madrid y Galicia.

A mis compañerxs de la JAM, por hacer que algo musicológico tuviera sentido cuando nada lo tenía.

A Helena, por meterme en esta aventura.

A todas aquellas personas que hayan recorrido parte de este camino conmigo, ya que a veces la más mínima acción puede hacer un gran cambio. A Emiliano, Cristina, Mar, Aarón, por aguantarme en casa y ser familia. A Tamayo, porque adoro estar cerca de ti, eres buena vida y buena música. A Laura. Por toda la gente con la que he discutido con unas cervezas o cafés y pitis en el Llanterna o en el Yaffa: Luís, Daniel, Fonchi, Cubells, Clara, Xerach, Leire, Albert, Irene, y otros tantos.

A mi gente, la que no es de Barcelona, pero siempre está conmigo.

A mi padre, a mi madre y a mis hermanos por aceptarme.

A mi familia de Barcelona: Bea, por sonreírme todos los días. Ana, por hacerme reír. A Jazz y a Ray, por tumbaros en mis apuntes.

A todos los que me han visto reír y llorar lo últimos años.

Pero, por encima de todo, me quiero dar las gracias a mí por acabar algo.

Gracias.

RESUMEN TRILINGÜE

Resumen

Taylor Swift ha sido capaz de crear un *fanbase* muy presente en las redes sociales. Sin embargo, con el cambio de dirección de su carrera al pasar de considerarse una artista ‘*country*’ a una artista ‘*pop*’, el discurso de autenticidad que, desde su figura se creó, se ha visto alterado por la significación de las distintas etiquetas y por la diferencia a la hora de representarse. Parte de la idea que este discurso es la base para la reformulación de los discursos dados y legitimizados por los fans.

‘Swifties, swifters y otros fans: Aproximación a los *Fandom Studies* a través del *fanbase* de Taylor Swift’ pretende hacer un repaso a la bibliografía general que existe sobre los estudios de *fandom*, utilizando los conceptos básicos y las herramientas para hacer una primera aproximación a los fenómenos y procesos que ha vivido el *fanbase* tras el lanzamiento del álbum *1989* (2014).

Resum

Taylor Swift ha sigut capaç de crear un *fanbase* molt present a les xarxes socials. Tot i això, amb el canvi de direcció de la seva carrera al passar de considerar-se una artista ‘*country*’ a una artista ‘*pop*’, el seu discurs d’autenticitat que, es va crear des de la seva figura, s’ha vist alterat per la significació de les diferents etiquetes i per la diferència a l’hora de representar-se. Parteixo de la idea que aquest discurs es la base per a la reformulació dels discursos donats i legitimitzats pels fans.

‘Swifties, swifters y otros fans: Aproximación a los *Fandom Studies* a través del *fanbase* de Taylor Swift’ pretén fer un repàs a la bibliografia general que existeix sobre els estudis de *fandom*, utilitzant els conceptes bàsics i les eines per fer una primera aproximació als fenòmens i processos que ha viscut el *fanbase* a partir del llançament de l’àlbum *1989* (2014).

Abstract

Taylor Swift has been able to create a *fanbase* very present in the social networks. However, with the change of direction from being considered a 'country' artist to a 'pop' artist, the discourse of authenticity that was created around her figure has been altered by the significance of the different labels and her new form of selfrepresentation. I understand that this discourse of authenticity is the basis for the reformulation of the discourses given and legitimized by her fans.

'Swifties, swifters y otros fans: Aproximación a los *Fandom* Studies a través del *fanbase* de Taylor Swift' aims to review the existing literature on Fandom Studies and to use the basic concepts and tools to make a first approximation to the phenomena and the processes that the fanbase has experienced since the release of the album *1989* (2014).

ÍNDICE

Agradecimientos	i
Resumen Trilingüe	ii
Índice.....	iv
Índice de vídeos	vi
Índice de figuras.....	vii
Introducción.....	1
Parte 1: Fandom Studies.....	4
1. Fandom Studies.....	4
1.1. Fandom Studies, ¿qué son?	4
1.2. Fandom Studies a través de la Literatura	7
2. ¿Qué es un fan?	9
2.1. ¿Qué es un fan? Definiciones y esencialismo.....	11
2.2. Representaciones del fan como el ‘otro’	14
3. Metodología en los Fandom Studies.....	18
3.1. Etnografía y Autoetnografía	18
3.2. Espacios, información y formatos. Etnografía Virtual.....	20
Parte 2: Taylor Swift y su fanbase	23
4. Taylor Swift.....	23
4.1. Carrera Musical.....	23
4.1.1. Artista ‘Country’	24
4.1.2. Artista ‘pop’	26
4.1.3. Videoclips, música y letra	27
4.2. Vida personal	32
4.3. Taylor Swift en los Medios en Streaming	34
5. Autenticidad en Taylor Swift.....	37
6. Conclusiones.....	41

7. Referencias..... 43

ÍNDICE DE VÍDEOS

Vídeo 1. Madrid se llena de gritos de locura y admiración ante la llegada de Justin Bieber. La Sexta

Vídeo 2. Bruce Springsteen hace temblar hasta los cimientos el Camp Nou con su rock ante 65.000 personas. La Sexta

Vídeo 3. Taylor Swift – Music Evolution (2004 – 2018)

Vídeo 4. Taylor Swift – Teardrops On My Guitar (2006)

Vídeo 5. Taylor Swift – Love Story

Vídeo 6. Taylor Swift – You Belong With Me

Vídeo 7. Taylor Swift – I Knew You Were Trouble

Vídeo 8. Taylor Swift – Shake It Off

Vídeo 9. Taylor Swift – Look What You Made Me Do

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Carátula del álbum *Taylor Swift* (2006)

Figura 2. Carátula del álbum *Fearless* (2008)

Figura 3. Carátula del álbum *Speak Now* (2010)

Figura 4. Carátula del álbum *Red* (2012)

Figura 5. Carátula del álbum *1989* (2014)

Figura 6. Carátula del álbum *reputation* (2017)

Figura 7. Fotograma de *Pride and Prejudice* (2015)

Figura 8. Fotograma de 'Mean' (2010)

Figura 9. Fotograma de 'I Knew You Were Trouble' (2012)

INTRODUCCIÓN

Look what you made me do – ‘Look What You Made Me Do’

El texto que estoy proponiendo está dividido en dos grandes apartados: ‘*Fandom Studies*’ y ‘*Taylor Swift y su fanbase*’, y así es cómo he querido que queden reflejados dos de los principales objetivos de este trabajo, ambos de carácter autopedagógico. El primero ha sido acercarme a la disciplina de los *Fandom Studies*, interesarme por las principales etiquetas, la literatura clásica y las distintas metodologías, pero siempre intentando centrarme o pensar desde los fans de las músicas populares urbanas. Para ello han hecho falta muchas horas de lectura, así como las reflexiones autocríticas sobre la concepción de mi propia identidad como fan (todo el mundo que me conozca sabe que una de mis múltiples identidades es como fan de *Glee*, de Harry Potter, y de Star Wars, entre otros). El segundo objetivo de este trabajo era utilizar todo lo aprendido para poder comprender las dinámicas, prácticas y conceptos que existen dentro del *fanbase* de Taylor Swift, enfocándome principalmente en develar el discurso dado por la propia propuesta de todo el producto de la artista, que entiendo es la base del discurso aceptado, utilizado y resignificado por sus fans.

El primer capítulo se centra en la definición de los estudios de *fandom*, así como de los principales textos que existen cuyo objetivo es hacer una visión general de la disciplina; el objetivo de este capítulo es situar estos estudios dentro del mundo académico, así como explicar las diferentes perspectivas desde las que se trabaja. ¿Qué se ha dicho previamente en la disciplina?

El segundo capítulo se centra en la discusión sobre la figura del fan. ¿Qué es un fan? ¿Cómo se le representa? La problemática sobre las definiciones siempre deviene de la necesidad de crear y utilizar etiquetas cerradas, así como el esencialismo implícito en el hecho de crear definiciones. En este capítulo hago un resumen de las discusiones que se han formado alrededor de la conformación de la definición de ‘fan’, y pongo varios ejemplos y las maneras de utilizarlo dentro de la literatura.

El tercer capítulo he querido dedicarlo a reflexiones en cuanto a las metodologías de cara a la investigación sobre *fandom*. He hecho hincapié en la etnografía como metodología clásica dentro de las ciencias sociales, haciendo reflexiones sobre la figura del autor (autoetnografía) y del espacio (etnografía virtual)

La segunda parte de este trabajo, dividida a su vez en dos capítulos, comienza describiendo aspectos de la vida musical y privada de Taylor Swift que considero son imprescindibles, intentando contextualizar los distintos cambios de estilo musical, audiovisual y de moda. El apartado de videoclips sirve para hacerse una idea más clara de las distintas versiones de Taylor Swift representadas. Además, me he centrado en las dos plataformas de música en *streaming* para observar la presencia de Taylor Swift en estos.

La 'Autenticidad en Taylor Swift' se merece un capítulo aparte por dos razones: la primera es que es el tema del que más literatura académica he encontrado sobre la artista y sus fans, y la segunda razón es que creo firmemente que este discurso de autenticidad, propuesto y promovido por la propia artista y todo el grupo que dirige, es la base para que el *fanbase* de Taylor Swift cree y recree ese mismo discurso para defender su posición como fan. ¿Cómo funciona, entonces, la creación del discurso?, y ¿qué elementos conforman este discurso?

He decidido no dedicar un capítulo expreso al *fanbase* de Taylor Swift, ya que debido a las limitaciones de espacio-tiempo y recursos de esta investigación no he podido realizar trabajo de campo centrado en ellos.

Este trabajo se categoriza dentro de lo que se entiende como 'estado de la cuestión', por lo que no puedo hablar de una metodología clara a la hora de realizar un trabajo de campo ya que no se ha llegado a esa fase de la investigación: sin embargo, he tenido conversaciones informales, visto muchos vídeos (tanto oficiales como *fanmade*) y, sobretodo, leído mucho.

Me sitúo entre dos perspectivas. Una heredera del Neomarxismo, en la que se podría entender casi todo objeto cultural como un producto o texto hecho para ser consumido (incluyendo, en este caso, lo que es el producto 'Taylor Swift'). Una perspectiva que presenta a estos consumidores masivos y obsesivos como resultado de la alienación de la sociedad de masas, aunándolos en un conjunto genérico, sin capacidad de

decisión. La otra perspectiva tiene más que ver con, si se quiere ver así, la psicología social (que no de masas), el individualismo, etc., en la que entiendo que cada persona que consume dicho producto tiene unas características propias, que hacen que su relación con el objeto adorado sea única y especial.

Así, nos encontramos con la problemática de querer inducir, o deducir: ¿vamos de lo específico a lo general, o al revés?, ¿es más importante para poder entender el fenómeno lo que sucede en el conjunto del *fanbase*, o interesa más saber cuáles son las múltiples maneras, individuales, después agrupadas, que existen para relacionarse con Taylor Swift y su música?

De cualquier manera, exista otra vía por la que me he decantado, relacionada con la primera, pero cuyo objeto de escrutinio no son los fans directamente, si no el discurso dirigido al grupo. ¿Cómo se ha conseguido interpelar?, ¿qué papel juega el género musical?

Me gustaría posicionarme como la escritora de este texto en mi relación con uno de los objetos investigados. Creo importante que la persona que lea este trabajo sepa que, en un principio, no me identificaba como fan, ni siquiera consumidora, de Taylor Swift. Me encontraba quizás más dentro del espectro de *hater*, ya que Taylor Swift representaba unos ideales con los que no me identificaba (amor romántico, demasiado 'americana', rubia, alta, modelo, perfecta, llorona, entre otros). Sin embargo, tras estar casi cuatro años escuchando entrevistas, consumiendo su música (y no sólo estudiando) o leyendo, he de admitir que, a la hora de cerrar la redacción del trabajo no puedo evitar considerarme, al menos, *swifter*. Siempre recordaré con cariño esta época, y siempre estaré pendiente de lo que haga como artista Swift.

PARTE 1: *FANDOM STUDIES*

1. *FANDOM STUDIES*

You don't know about me, but I bet you want to – '22'

1.1. *FANDOM STUDIES*, ¿QUÉ SON?

Los estudios de *fandom* se centran en la observación, análisis y explicación de las actividades, dinámicas y articulaciones, en torno a un grupo de personas que se consideran o se les considera fans. La definición¹ que nos facilita Mark Duffett en *Understanding Fandom* (2013a) hace hincapié en un aspecto moral o ético fundamental que no se puede ignorar: si se entiende que el colectivo fan, socialmente, no tiene una posición privilegiada, parte de la intencionalidad del investigador ha de dirigirse hacia una representación de la comunidad que sea ventajosa. Esto difiere con lo que el mismo Duffett define como *fandom research*², en el que se pueden incluir los estudios de Adorno o los clásicos de psicología de las masas (Le Bon, Freud), más antiguo y amplio.

Desde la década de 1990, y a partir de textos como los de Lisa A. Lewis o Henry Jenkins, de los que hablaré más tarde, los *Fandom Studies* han ido consiguiendo cada vez más espacio y representación dentro del mundo académico, y hoy en día se pueden considerar una disciplina con su propia tradición, textos clásicos o

¹ 'Fandom Studies: an ongoing tradition of sympathetic fandom research within cultural studies that was catalysed by Henry Jenkins' 1992 book *Textual Poachers*. Fan studies centrally aims to understand, recognize and represent fans in ways that are advantageous to their wider positioning in society'. (DUFFETT 2013A, 294)

² 'Fandom research: the entirety of academic scholarship that has taken fans and fandom as its object of study. Fandom research is older and larger than fan studies and can include Adorno's work on music listeners, pre-1990's fan research, articles in psychology journals and other such material' (DUFFETT 2013A, 293)

metodologías, y gozar de cierto reconocimiento académico (existen cada vez más clases, cursos, seminarios, jornadas y congresos). Se pueden diferenciar tres tipos de acercamiento, u olas hacia el fenómeno fan desde la disciplina (HARRINGTON, 2007: 130-310).

La primera ola, durante la década de los 90, con los primeros trabajos de Jenkins, quiso presentar este movimiento desde una perspectiva política, en la que el *fandom* se entendía a la manera de contracultura, en la que sus acciones eran vistas como una estrategia colectiva cuyas tácticas estaban dirigidas a una evasión de las ideologías dominantes, que es lo que Harrington denomina *el fandom es bello*. En relación a este tipo de aproximación, un tanto idílica, se podría entender mi visión del *fandom* en general, así como toda la literatura en la que se entiende al colectivo como actor en vez de pasivo, que rehace, reutiliza, cambia la narración y el discurso del *canon*³ (como podrían ser los estudios sobre *fanfics*)

La siguiente ola se relacionaría con un acercamiento más sociológico, sobre la cultura fan y las jerarquías, viendo una clara influencia adorniana (por ejemplo ADORNO 1985). En un principio, uno de los objetivos del presente trabajo era entender la jerarquía dentro de los fans de Taylor Swift (*swifties*, *swifters*, etc.), buscando así una clara relación entre el sistema social jerárquico capitalista (cuanto más capital tienes, más elevado dentro de la escala social puedes situarte, partiendo de las ideas de discriminación mediante la distinción, como en La Distinción de Bordieu).

Para finalizar, está la visión que relaciona el *fandom* y la modernidad (que se puede entender como la tercera 'ola' de los estudios de *fandom*), que se quiere alejar del estudio de grupos particulares y comunidades, partiendo de la realidad de que en el mundo actual, gracias a Internet, el hecho de *ser fan* va más allá de las quedadas y los fanzines. Así, *ser fan* se ha vuelto, desde mi punto de vista, una manera más de consumo, lo cual hace que se pierda parte de esa mirada idílica hacia el *fandom* como actividad política, y que el sistema jerárquico antes mencionado se pierda en esa

³ El *canon* se entiende aquí como el producto oficial. Por ejemplo, en la serie *Glee* serían únicamente lo que se ve en la serie (aunque los fans pueden diferir en si *Glee: The Beginning*, una novela precuela, forma parte del canon oficial, al igual que las distintas series de *Star Wars*).

sensación “democrática” de Internet, en la que puedes ser fan a la carta (con más o menos vinculación).

Este proceso, que se puede entender también como una pérdida del concepto de fan (mirando melancólicamente hacia el pasado), ya que no existe un modelo estricto, gracias precisamente a que ahora las actividades que se pueden relacionar con *ser fan* van desde esa faceta de pertenencia activa en una comunidad hasta leer revistas no especializadas (como pueden ser del corazón, con la mediatización de las vidas privadas de los artistas) o a ver un vídeo de un *vlogger* sobre tu serie favorita. Así, las actividades, discusiones o el coleccionismo, han cambiado de espacio (con la tecnología actual puedes *fandomear*⁴ en cualquier lugar) y significado (normalización y aceptación), entre otros.

Más allá de estas ‘olas’ a las que se refiere Harrington, propongo que se entiendan como diferentes visiones o perspectivas, ya que actualmente todas y cada una de ellas son útiles a la hora de entender los procesos y dinámicas: desde la jerarquización en un grupo o subcultura fan, hasta la utilización de nuevas herramientas que permitan entender la implicación de un *fanbase* en la red o analizar los cambios en el discurso hegemónico del artista u objeto adorado.

⁴ Adaptación propia del verbo *to fandom*, que se puede entender como realizar cualquier tipo de actividad relacionada con el fandom

1.2. FANDOM STUDIES A TRAVÉS DE LA LITERATURA

Una de las razones por las que una disciplina es conocida y aceptada como tal es debido a que existe literatura académica propia, como comentaba previamente. Voy a hablar de los textos que tratan a manera general los estudios de *fandom*, para exponer qué *companions* y *readers* existen, a modo de libros de consulta o de introducción, dependiendo de su carácter, para luego centrarme en las revistas especializadas y poner algún ejemplo de estudios sobre algún *fanbase* concreto.

En la mayoría de repases de la historia de los *Fandom Studies* se presentan como textos casi fundacionales *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*, de Jenkins, y *The Adoring Audience*, de Lisa A. Lewis. *Textual Poachers* (que vendría a significar algo parecido a *Cazadores de textos*), se publicó originalmente en el año 1992, y es una investigación etnográfica sobre los *media fans* como productores de contenido que crean su propia cultura a través de sus prácticas, en la que se sitúa como fan (*academic fan* o *acafan*). El texto de Lisa A. Lewis, *The Adoring Audience*, es un conglomerado de textos de varios autores, dividido en dos grandes partes: la definición de *fandom* y su relación con la industria. Ambos casos, a día de hoy resultan un poco anticuados, ya que la mayoría de discusiones que abrieron en su momento a día de hoy han cambiado debido a las nuevas tecnologías. Sin embargo, aún sirven como referencia para entender los principales conceptos y son de lectura casi obligada para quien se quiera acercar al fenómeno fan desde una perspectiva académica.

Más actualizados están los textos de Duffett (2013a) y Bennet y Booth (2016). *Understanding Fandom*, del primero es una gran manera de aproximarse a los *Fandom Studies*, ya que hay capítulos de varios temas: definir el *fandom*, metodologías, ética, prácticas, comunidades online... Es un buen libro para empezar a entender los objetos, textos y lenguaje utilizados en la academia. En el caso de *Seeing Fans*, de Bennet y Booth, la aproximación se hace a través de estudios de distintos *fanbase*, y especialmente interesante es el caso de los capítulos 5, 6 y 7, dedicados a One Direction.

Del mismo Booth, *Playing Fans* (2015), es especialmente divertido, ya que todo son aproximaciones a la parodia como texto recreado por parte de los fans.

Otros *companion* editados son el de Routledge, editado por Click y Scott, y el de Ashgate, editado por Duits y Zwaan. En el caso de *The Routledge Companion to Media Fandom* (2017) se agradece una visión tecnológica de la investigación, aunque es un tomo demasiado extenso y trata muchos temas como para leerlo para introducirse en la disciplina.

Gray, Sandvoss y Harrington en *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* discuten sobre la evolución de los estudios de *fandom*, y editan una colección de estudios hechos durante las últimas décadas por los principales autores de la disciplina.

Textos exclusivos a los *fandom* de música están los editados por Duffet: *Fan Identities and Practices in Context* (2017) y *Popular Music Fandom* (2013b), poco originales en cuanto a formato y contenido después de leer *Understanding Fandom* (2013a).

En cuanto a la literatura sobre *fandom* a través de la red, nos encontramos con *Digital Fandom 2.0.* de Booth, una segunda versión del original que añade capítulos sobre *crowdfunding*, y la hibridación en la experiencia del fan. Esta revisión, retitulada como 2.0., es especialmente interesante a la hora de entender las implicaciones económicas que conlleva la actividad del fan en la red. A mi parecer le falta un capítulo en el que hable exclusivamente de metodologías y técnicas para la investigación a través de Internet.

Otro tipo de literatura que es interesante describir es la localizada geográficamente. Ito en su *Fandom Unbound* dedica un libro al estudio del *fandom* japonés, con las implicaciones culturales que tiene y la influencia de occidente. Existen otro tipo de tomos de contenido parecido, pero centrados en otras localizaciones.

En el caso de textos dedicados a *fanbases* concretos, el formato que se ha utilizado normalmente es el de artículo frente a todo lo anterior, que eran tomos y libros. El caso de Santero (2016) es excepcional, ya que se trata de una tesis publicada sobre los *directioners* (fans de One Direction).

Algunas revistas académicas que han publicado investigaciones sobre *fandom* son *International Journal of Cultural Studies*, *Communication Studies*, *Media, Culture, and Society*, *New Media and Society*, *Popular Music and Society*, y *Mass Communication and Society*.

2. ¿QUÉ ES UN FAN?.

We're happy, free, confused, and lonely at the same time – '22'

Pero, quizás, más que la historia o el reconocimiento académico de los *fan*s⁵, lo importante es intentar llegar a entender qué significan: ¿qué es un fan?; ¿se le define por su identidad o por sus prácticas? En casi todos los textos especializados que he consultado referidos a *fandom* existe un apartado dedicado exclusivamente a la definición de fan, sus problemáticas y contradicciones.

Hay dos anécdotas que me gustaría contar en este apartado, que creo sirven para mostrar dos de las problemáticas principales a la hora de intentar definir un fan.

La tarde del 30 de septiembre del año 2016, en el bar del Auditori de la ciudad de Barcelona, tuve una conversación informal en la que pregunté a varios compañeros (intérpretes, hombres, jóvenes) qué palabras les venían a la cabeza cuando pensaban en la palabra 'fan', a lo cual dijeron, entre otras, las siguientes: *adoración, fanatismo, chicas, adolescentes, música, histeria, odio, shorts tejanos, colas interminables, carpetas forradas, purpurina, arcoiris, colores chillones, Twitter, redes sociales, maricas, pósters, ♥*⁶... No es una respuesta exacta ni sirve para presentarlo ante nada, pero la pregunta fue formulada para intentar responder a mi hipótesis sobre la representación que tenemos del fan dentro del imaginario colectivo. ¿Lo primero en lo que se piensa es en mujeres, adolescentes (o preadolescentes), haciendo colas interminables, histéricas, gritando a todo pulmón? Sin embargo, ¿dónde están los fans del *metal*, de la música clásica, del fútbol, de un actor?, ¿se puede ser fan de Cervantes, o de Rachmaninov? Así, la pregunta sería: ¿qué es un fan, y cómo se les representa?

⁵ Debido a la extensión limitada de este trabajo, he decidido no detenerme en la historia y el reconocimiento dentro de la academia del *fandom*. Para más información remito a la Introducción escrita por Mark Duffet para su libro *Understanding Fandom* (2013: 5-17)

⁶ La respuesta literal fue: 'simbolito de corazón'.

La segunda anécdota que presento sirve para introducir el concepto de la identificación del fan. Cuando empezaba a pensar y reflexionar el tema durante el 2015, estaba yendo a clase cuando, en el autobús, una chica sentada delante de mí estaba escuchando a todo volumen 'Blank Space' de Taylor Swift (segundo single del álbum *1989*, que salió a la venta en octubre de 2014). Acto seguido, le pregunté si estaba escuchando Taylor Swift y si era fan, a lo que me respondió que la escuchaba, porque estaba de moda, pero que no era fan. Esto me hizo plantearme las dudas sobre quién consume el producto que es Swift, así como los diferentes tipos de consumidores, fans, etc. ¿Es una persona que consume el producto Taylor Swift un fan? Si a respuesta es sí, entonces, ¿qué importancia tiene la identificación?

En este apartado nos centraremos en dos aspectos: las distintas definiciones de fan (académicas y de uso cotidiano) y las representaciones de la figura del fan como el 'otro'.

2.1. ¿QUÉ ES UN FAN? DEFINICIONES Y ESENCIALISMO

Volviendo a la segunda anécdota: ¿la chica del autobús es fan de Taylor Swift? Depende de lo que entendamos entonces como fan o, mejor dicho, qué criterio tomamos para definirlo.

Si tiene que ver con las *prácticas*, entenderíamos que sí, es un fan, porque escucha música de Taylor Swift. Pero la práctica del fan no sólo es escuchar, ¿no? También es ir a conciertos, quedadas, hacer comentarios en foros, páginas web especializadas, YouTube, etc. Entonces, una fan de los Backstreet Boys (ese *fandom* no tiene nombre⁷) no es fan porque no se va al crucero que tienen organizado, cuando se ha escuchado todos los discos, tiene más de un giga del ordenador llena con canciones, vídeos, etc. Como dicen Harrington y Bielby: '*One can do fan activity without being a fan, and vice versa. Fanship is not merely about activity: it involves parallel processes of activity and identity*' (1995, 86-7). Por eso esta opción no sirve únicamente, hay que buscar un criterio que no sea el *qué* se hace.

Probemos con el *cuánto*, entonces. Una persona a la que le gusta 'We Are The Champions' de Queen, pero que no conoce 'Who Wants To Live Forever', o 'Bicycle', ¿es fan de Queen aunque sólo escuche una canción? Quizás sólo conoce la canción porque es el himno de la *Champions League*, y su vinculación emocional con la canción es debido al fútbol, y no a Queen.

Quizás deberíamos tomar como criterio la vinculación emocional para entender mejor la figura del fan. Al fin y al cabo, eres fan porque eres fanático y sientes un amor incondicional por tu serie, artista, etc. Pero... ¿qué pasa con esa persona, fan de Star Trek, que odia una temporada porque en ella se contradice con otro contenido? No hace falta medir la vinculación emocional de una manera cuantitativa, además de que en el caso de muchos *fanbase* lo que se celebra más es la cantidad y especialización

⁷ Algunos *fanbase* no tienen nombre. El hecho de poner nombre a los colectivos de fans se popularizó sobretodo a partir del siglo XXI, en parte gracias a las nuevas redes sociales. Recordemos que el auge de los Backstreet Boys fue durante la década de los 90. Sin embargo, algunos de los términos ya se utilizaban anteriormente, como el famoso caso de las *beatlemaniacs*, los *trekkies*, etc.

del conocimiento sobre ese objeto que la vinculación emocional, siendo más importante el compartir y comparar esa información, llegando a lo que se conoce como 'epistemofilia' (placer en intercambiar conocimiento) (JENKINS 2006: 139).

Parece que no podemos llegar a una conclusión utilizando un único criterio. De cara a una solución práctica plasmaré varias definiciones tomadas de diferentes fuentes, así como sus puntos a favor y en contra.

Lo primero de todo, es difícil encontrar una definición de fan, sobretodo en la literatura académica, precisamente por todo lo mencionado en el apartado anterior, con todas las diferentes variables que se pueden tener en cuenta, y a la poca practicidad de utilizar una definición genérica en investigaciones concretas.

Existe una página de Internet llamada *Urban Dictionary*, en la que los usuarios pueden añadir las definiciones que quieran, creando así un contenido abierto y de libre acceso. Funciona igual que la Wikipedia, pero se dedica únicamente a las definiciones. Además, he añadido las definiciones de la Wikipedia (en castellano) y la ofrecida por el Diccionario de la Real Academia Española para observar cómo se ha querido definir fuera de la academia musicológica.

A person who has interest or likes something, or somebody. Can refer to many things including sports, movie stars, food/drink and so on. Basically anybody that likes something.

Icewarm (noviembre 22, 2005. Urban Dictionary)

Un fan (en plura: fanes), simpatizante, aficionado, seguidor, admirador o fanático es una persona que siente gusto y entusiasmo por algo. El término se utiliza en particular en el deporte y el arte, para referirse a admiradores de una persona, grupo, equipo u obra.

Los fanes de algo o alguien constituyen el fandom de la persona o cosa que se admira. A veces demuestran su afición siendo miembros de un club de fanes, creando *fanzines*, promoviendo lo que les interesa, o de otras maneras más.

Wikipedia

1. m. y f. Admirador o seguidor de alguien. 2. m. y f. Entusiasta de algo. *Es un fan de la ópera.*

(Diccionario de la RAE, 2014)

En el nivel de definición no se observa la estigmatización que aparece en muchos de los usos de este vocablo en una conversación distendida, además de que se suele categorizar cierto grupo de personas y no otro. De esta estigmatización se hablará en el siguiente apartado.

En el mundo académico de los estudios de *fandom* se añaden conceptos como la autoidentificación, las prácticas o la especialización.

Fan: a self-identified enthusiast, devotee or follower of a particular media genre, text, person or activity.

DUFFETT, M. *Understanding Fandom* (2013a)

Fans are people who avidly follow the music, and lives, of particular performers, and the histories of musical genres, with various degrees of enthusiasm and commitment.

SHUKER. *Popular Musi: The Key Concepts* (2002)

Como adelantaba en la introducción, el mayor problema a la hora de definir un fan es el esencialismo explícito que viene a la hora de intentar definir un concepto. Ese esencialismo limita mucho las definiciones, o hace que haya definiciones tan concretas, largas y desarrolladas que a la hora de utilizarlas de manera pragmática en una investigación, o en un contexto concreto, sean virtualmente inútiles. Además, en los principales *companions* y *readers* publicados hasta la fecha ya se ha realizado la labor de hacer y deshacer (o resignificar, reducir, destruir o deconstruir) este concepto.

Esta es la razón por la que, en la mayoría de textos que he encontrado que tratan de *fanbases*, o se hace un pequeño hincapié en la definición de fan que van a utilizar (por ej.: BROWN 2012, 163) o directamente se ignora, y se entiende según el contexto cómo se utiliza la palabra *fan*. Como ejemplo concreto, Anderson en su artículo sobre fans adultos de Duran Duran no explicita ninguna definición, sino que utiliza la palabra fans para hablar de las personas que han formado parte de su investigación, y los valora desde las diferentes actividades y prácticas que realizan.

2.2. REPRESENTACIONES DEL FAN COMO EL 'OTRO'

En el contexto académico se utiliza el término 'otro' para describir procesos en los que un grupo de personas etiqueta a otro como diferente, como una encarnación de todo lo que no son. Clásico es el ejemplo de Edward Said en su libro *Orientalism* (1978), en el que defiende que desde el mundo occidental se ha representado al oriental como 'el otro' para legitimizar todo el proceso de colonización en otros países.

Cuando en lengua castellana se utiliza la palabra fan normalmente va asociado a algo, probablemente situado en una jerarquía social inferior: serán fans de una serie o una película de ciencia ficción (*frikis: trekkies – Star Trek, potterheads – Harry Potter*), o de algún artista o grupo musical, normalmente *pop* (*directioners, arianators, Rihanna Navy, swifties*). De deporte se es hinchas o forofo, y si eres fan del metal eres metalero, del rock, rockero, entre otros ejemplos., que entran dentro de lo usual, normativo o dominante.

Así, en castellano se ha relacionado la palabra *fan* con la cultura popular, lo que conlleva directamente a una posición, como antes he dicho, inferior en la jerarquía social, en parte derivado a teorías que se han popularizado gracias a, entre otros, la crítica a la cultura de masas (desde Adorno hasta Bordieu, pasando por toda la creación del concepto de 'autenticidad' moderno y post-moderno) y todo lo que tiene que ver con ello, como la cultura popular. Esta crítica ya está aceptada dentro de nuestro sistema de valores.

En la literatura en inglés se ven otros problemas y polarizaciones, como por ejemplo la separación entre *football fan* y *groupie*, en el que está mucho más normalizado ser un fan de deportes que una joven que sigue a un grupo o artista. Esta caracterización, utilizada muchas veces por los medios de comunicación, es la que hace que la representación del fan, sobretodo en el caso de fans de música popular, sea la de un ser inmaduro e infantil.

En ambos casos, de cualquier manera, existen alternativas mejor vistas para definir a un consumidor, fan o no, como puede ser experto, *connoisseur*, seguidor/*follower*, admirador, aficionado, etc. Todas estas opciones, aunque dentro del mundo

académico se pueden utilizar con distintos matices, tienen algo en común: no están tan estigmatizadas como fan.

Las representaciones que se ven en los medios de comunicación normalmente hacen referencia a lo que se ha llamado la visión patológica del *fandom*, donde entraría la concepción del fan que necesita un soporte psicológico y emocional que no consigue en un ambiente o de una manera “normales”, el fan que crea una relación ficticia con el objeto adorado, que *necesita* patológicamente sustituir o compensar por la falta de relaciones “auténticas”, casi de una manera crónica. Es decir, “*los fans sufren de una inadecuación psicológica, y son particularmente vulnerables a la influencia de los medios y el contagio de las masas*” (JENSON 1992, 311)⁸.

Esta caracterización parece venir de la necesidad de separar al creador (¿la sociedad?) de este discurso y representación peyorativa del llamado “otro”, representado en el fan. Si el fan es una chica joven, histérica, impulsiva, que se deja llevar por las masas, quiere decir que el no-fan es un hombre, adulto, racional, y que tiene autonomía y criterio para decidir no seguir a esas masas. Una escucha a Justin Bieber, Taylor Swift y Shawn Mendes, mientras que el otro escucha a Coltrane, Bruce Springsteen y a Mozart.

Siguiendo esta argumentación, se presupone que hay únicamente dos maneras de entender el consumo, además de la vinculación del sujeto con el producto. Existe una manera *buen* o *correcta, sana* y una manera *mala, incorrecta, poco sana*. El *buen consumidor* se expresa de una manera ordenada, neutral y pasiva, mientras que el *mal consumidor* se expresa de manera activa (por ejemplo, grita), desordenada, etc.

Así, la creación del imaginario público por parte de los medios de comunicación se ha basado en la presentación de los colectivos de fans de músicas populares urbanas ‘comerciales’ como mujeres, jóvenes, histéricas, sin criterio e irracionales, que se dejan llevar por las masas. Como ejemplo de esto, quería exponer dos noticias del mismo medio, La Sexta, en las que se trata la visita a El Hormiguero de Justin Bieber en el año 2017 (video 1), y un concierto de Bruce Springsteen en el año 2018 en Barcelona (video 2). Mientras que en el primer caso se hace la cobertura de

⁸ Adaptación propia del texto original.

momentos previos al evento, entrevistando a fans (*‘¿Quién de vosotras tendría que estar esta hora en el colegio? [...] ¿A qué hora has llegado?’*), en el otro se enseñan imágenes del concierto (*‘[...] sin separarse de su guitarra, sigue en plena forma tras 51 años de sus comienzos musicales. Así comienza su gira europea’*). Las típicas imágenes presentadas en las coberturas de eventos (sean visitas o conciertos) en el caso de artistas de música pop urbana, con fans adolescentes son las largas colas y el tiempo pasado en ellas, enfatizar la edad (de hecho, en el ejemplo dado se enfatiza en la edad de una de las fans, de treinta y cinco años, como algo raro y anecdótico), los gritos, presentando así el perfil de niñas y adolescentes, mientras que en el caso de artistas ‘para adultos’⁹ que llevan más tiempo desarrollando su carrera musical se hace énfasis precisamente en su trayectoria, su estado físico y la calidad de la música, normalmente dejando de lado las imágenes de fans a la entrada del evento. Mientras que unos enseñan el antes, subrayando la presencia de los futuros espectadores del concierto, las otras noticias muestran al artista en plena acción durante el momento del concierto.

Otra manera de observar el proceso de situar el *fandom* como el ‘otro’ es la contraposición de unos *fanbase* frente a otros. Muchas veces se entiende que si gusta un objeto cultural, hay otros con los que, esencialmente, no te puedes sentir identificado. Si eres fan de Katy Perry, no puedes serlo de Taylor Swift, porque públicamente son enemigas. Si eres del Real Madrid no puedes ser también del Barça, y si te gusta ‘la música buena’ no te puede gustar el trap. También se observa este fenómeno de entender como ‘otro’ a personas que se han unido a un *fanbase* de manera reciente, como pasa ahora con la saga de *Star Wars*, al aparecer una nueva trilogía que busca un público, que no sean sólo los ‘fans originales’, que compren *merchandising*, y se sientan identificados, o a los que les gusta la tan criticada serie de animación *Star Wars: The Clone Wars* (2008-2014).

⁹ ‘Para adultos’ he decidido entrecomillarlo para diferenciar el carácter de los dos artistas, la edad y, sobretodo, el *target* al que se dirigen. Aunque Justin Bieber, en la visita del año 2017 para El Hormiguero tuviera 23 años y lleve casi 10 en la industria musical, en los medios de comunicación se le sigue tratando de manera distinta a artistas como Bruce Springsteen e incluso Andrea Motis, que aunque es más joven, su público se considera más maduro que el de Justin Bieber.

En el caso del *fanbase* de Taylor Swift, por ejemplo, se han creado dos etiquetas para diferenciar estos dos tipos de fan. El '*swiftie*' es un fan que lo sabe todo, desde cualquier anécdota biográfica, hasta las canciones no editadas, cuyo amor surgió en la época *country* de la artista (Urban Dictionary s.f., '*swiftie*'). Mientras, dentro del colectivo se ha creado la categoría '*swifter*' para describir un '*swiftie wannabe*'; la etiqueta, utilizada por los 'verdaderos' *swifties* se utiliza para denominar a aquellos fans que no pueden demostrar su vinculación emocional a través del conocimiento de la artista, o que no conocen los álbumes antiguos y sólo son fans a partir de que la artista se haya vuelto *mainstream* (Urban Dictionary, s.f. '*swifter*'). Así, se crea una jerarquía interna dentro del propio colectivo en el que unos tratan de 'otro' a aquellos fans que no han adquirido el conocimiento necesario.

Así, la práctica de representar la figura del fan como el 'otro' se ve desde varias esferas, dentro y fuera de la academia. Citando a Duffett (2013a:37): '*Fans have long been othered by their critics, academics, mainstream audiences and even each other*'.

3. METODOLOGÍA EN LOS *FANDOM STUDIES*

We play dumb but we know exactly what we're doing – ‘New Romantics’

3.1. ETNOGRAFÍA Y AUTOETNOGRAFÍA

Como prima de los *Cultural, Anthropological* y los *Media Studies*, las principales metodologías que se utilizan en los *Fandom Studies* son aquellas usadas en esas disciplinas. Al fin y al cabo, en todos los casos se estudian las culturas humanas, aunque el objeto sea en muchos casos lo que defina la disciplina en la que se localiza.

El acercamiento tradicional dentro de los estudios culturales ha sido la etnografía, es decir, el estudio (observación, análisis) del comportamiento de un grupo humano en el lugar en el que ocurre. Desde la antropología social se ha extendido a la mayoría de las ciencias sociales. Etnografía, de *ethnos* – pueblo y *grapho* – escribir, etimológicamente hablando es la descripción o escritura de los pueblos. Hay que entender que etnografía es un término confuso, ya que puede referirse a la etnografía como metodología (investigación etnográfica), como objeto (libro o estudio que resulta de hacer esa investigación).

El uso de la palabra investigación en este contexto resulta de especial importancia, ya que el objetivo de una etnografía es la creación de conocimiento. Sin esa creación de conocimiento no se produce investigación, y se queda en una mera observación y recogida de datos. La interpretación de los datos recogidos en el transcurso de la investigación es fundamental para esa creación de conocimiento.

Se basa en dos estrategias básicas, que son la observación y la comunicación. La observación es activa. Por supuesto, esto no significa que existan únicamente dos fases. Previo a la observación se suele hacer un pequeño acercamiento, para poder hacer una selección del campo de estudio, formular las preguntas de investigación y aproximarse al campo teórico, así como decidir cuáles serán las fuentes de información, las estrategias en la recolección y almacenamiento de la información

(formar categorías, por ejemplo). Después del trabajo de campo, en el que se realiza toda esa recolección y almacenamiento de datos (incluyendo la planificación y la búsqueda de una sistematización práctica), se realiza el análisis de todos ellos. Estas distintas fases que acabo de describir no tienen por qué ser cronológicas, ya que la realidad es que el contexto es cambiante y dinámico, por lo que hay que ir cambiando las estrategias y técnicas durante el trabajo de campo.

En la etnografía moderna, tras haber pasado una etapa de carácter evolucionista e historicista, se ha querido tener un acercamiento fenomenológico o naturalístico, lo que se traduce en observar el fenómeno y las prácticas sociales en su medio habitual o natural. Por esta razón una de las técnicas más habituales de hacer etnografía es mediante la observación participante, es decir, formar parte de los procesos mientras estos suceden, de forma activa, para poder conocer las categorías *emic* a partir de la propia experiencia.

Otras técnicas, aparte de la observación participante, son la observación no participante, la entrevista (cerrada o abierta), encuestas¹⁰, el diario de campo, la realización de bases de datos, etc. Todo lo que tiene que ver con la recogida y el almacenamiento de datos es sensible de ser una técnica.

Unos de los factores imprescindibles para poder entender la etnografía como resultado de una investigación es la figura del autor. Este autor, que describirá, explicará e interpretará una cultura o un proceso social, puede formar parte o no de éste. Este singular cambio de perspectiva hace que, entre otras cosas, se describa una experiencia autobiográfica y por lo tanto escrito desde un punto de vista mucho más subjetivo y con una implicación emocional distinta. Lleva a la autorreflexión sobre cómo entiende, vive y corporaliza su experiencia y todo lo que tiene que ver con ella. Por ejemplo, en el caso de los estudios de *fandom*, si el autor de una investigación se identifica como fan, se trataría de un *acafan*, y lo que estaría realizando sería una autoetnografía.

¹⁰ Sobre las encuestas en los estudios de *fandom* recomiendo el capítulo de Lucy Bennet para el companion de Routledge (CLICK

3.2. ESPACIOS, INFORMACIÓN Y FORMATOS. ETNOGRAFÍA VIRTUAL

Otro factor importante es el espacio... Pero, ¿dónde se hace etnografía? He querido separar este apartado debido a la importancia de los nuevos espacios de investigación. En este apartado hablaré brevemente de la etnografía virtual como metodología para los estudios de *fandom*, así como de los tipos de información y formatos para guardar esa información.

Vivimos entre dos realidades: la física y la virtual o digital. Cómo nos representamos en nuestro perfil de una red social forma parte de quiénes somos, y por lo tanto de nuestra realidad. No podemos olvidar la representación de las diferentes identidades que conformamos como seres complejos que somos, y las facilidades que da Internet para ello.

“La postmodernidad parece haber encontrado en Internet su objeto, un mundo en el que “todo vale”, donde las personas y las máquinas, la verdad y la ficción, el Sí mismo y el otro se diluyen en un gran océano sin barreras ni distinciones”

HINE, *Etnografía virtual* (2004, 17)

Así, estos dos espacios tan diferenciados hacen que la investigación en cada medio tenga sus propios inconvenientes y sus propias características. Por poner un ejemplo, en la realidad física las cosas ocurren una vez, y no se repiten, por lo que una reacción podría ser la necesidad de grabar un acontecimiento o una entrevista, mientras que en el mundo digital, el espacio-tiempo se difumina, ya que la mayor parte de la actividad que se produce en él queda guardado de manera casi permanente, y esa necesidad de grabar lo que investigas se pierde, aunque has de guardarlo. Así, el formato y la manera en la que almacenas los datos de una investigación son diferentes.

Cuando se hace etnografía en y a través de la Web, se denomina etnografía virtual o digital. Al hacerse mediante un medio tan distinto, no queda otra que replantearse ciertos conceptos. Las comunidades en este espacio no sólo repiten los procesos que pueden existir en el mundo físico, sino que crean nuevas formas de comunicación, valores y dinámicas. En definitiva: se crea una cibercultura.

La figura del etnógrafo se puede ver afectada. El poder del acceso a la información y al campo sin siquiera hacer un pequeño gesto de presencia cambia la perspectiva del observador no participante. Lo mismo puede pasar como observador participante, además de añadir la antes mencionada sensación de incógnito.

El campo se ve difuminado en relación al mismo concepto en una investigación etnográfica en el mundo físico. La delimitación del campo en cuestiones de localidad geográfica se disloca, así como sus significados culturales. El tiempo de la acción también se pierde, al mezclarse pasado, presente y futuro. La entrada al campo también se ve afectada, ya que esa entrada física no se realiza, sino que se desde cualquier ordenador y a cualquier hora puedes entrar al ilimitado campo.

Los datos que se pueden recoger en ambos casos, la mayoría de las veces, es ilimitado. Sin embargo, la inmensidad y casi eternidad de la Web hace que el tiempo que se dedique se tenga que limitar a los esfuerzos físicos, emocionales y profesionales mucho más que en otro tipo de investigaciones. Quizás hacer una investigación sobre la relación público-artista en el directo en el Sónar es más fácil de limitar por cantidad de información que hacer la relación consumidor-dj mediante los reproductores en la web.

Llegando al último punto de este apartado, quería hablar de la importancia del tratamiento de datos y de elegir un buen formato a la hora de guardar información. En la etnografía virtual, la recolección de datos puede ser masiva si se trabaja con fuentes de información como pueden ser las redes sociales (Tumblr, Facebook, Twitter, Instagram, etc.), por lo que, para algunos de estos casos, existen herramientas para formar bases de datos a nivel macro. Sobre la información que no se ha de extraer a niveles tan grandes, quizás es interesante preguntarse qué información se quiere guardar, según el objetivo de nuestra investigación. Pongamos el ejemplo de un tweet. ¿Qué nos interesa? El texto, las respuestas o los *likes* son respuestas válidas, y cada una de ellas responderá a una manera de entender la información y de guardarla. Si lo único que nos interesa es el texto, podemos guardar de manera separada el texto, en una hoja de Excel, para poder hacer un análisis de contenido únicamente. Si lo que nos interesa, sin embargo, son memes, habría que guardar en formato JPG o MP4 o MOV. Si lo que nos interesa es la repercusión de dicho Tweet, quizás la manera de guardar toda la información es utilizando una herramienta de las antes

mencionadas para poder crear bases de datos sin tener que dedicar un tiempo excesivo.

La importancia de este tipo de investigación a través de, y en el mundo digital para los *Fandom Studies* es que gran parte de la actividad que realizan estas personas suceden en este medio. Desde páginas de seguidores, perfiles dedicados a la persona a la que se admira, blogs, *vlogs*, comentarios en Youtube, Tumblr, Instagram, etc., son innumerables las plataformas en las que un fan puede ser activo. Incluso sin crear contenido de ningún tipo y sin hacer interacciones, el uso de la web como manera de *fandomear* es innegable, aunque no se pueda cuantificar de la misma manera que lo anteriormente expuesto.

PARTE 2: TAYLOR SWIFT Y SU *FANBASE*

4. TAYLOR SWIFT

Darling, I'm a nightmare dressed like a daydream – 'Blank Space'

“Es la princesa de las princesas, la auténtica niña pija del pop. La favorita de las adolescentes que van a escuelas privadas de alto nivel. Taylor Swift lo tiene todo para ellas: es rica, guapa, delgada y pese a ser sexy no es una “putona” tipo Nicki Minaj. Enseña justo lo que tiene que enseñar (de hecho procura no mostrar el ombligo) y en el mundo real siempre sale con novios muy guapos (y ricos).”

ILLESCAS 2015, 107

4.1. CARRERA MUSICAL

He decidido utilizar las etiquetas de artista *country* y artista *pop* según el cambio que hizo la discográfica a la hora de categorizar los álbumes de Taylor Swift. Sobre los distintos géneros musicales y su importancia en el discurso de la artista trataré en el capítulo siguiente.

4.1.1. Artista 'Country'

Taylor Allison Swift¹¹ (**vídeo 3**) nació el 13 de diciembre de 1989 en Reading (Pensilvania, EEUU). Desde los nueve años le interesó la música, aprendió a tocar tres acordes de guitarra de un reparador de ordenadores a los doce, lo que le permitió aventurarse en el mundo de la composición. Se mudó con catorce años a Nashville, buscando conseguir lanzar su carrera musical, En el año 2006 consiguió su primer contrato discográfico con Big Machine Records,

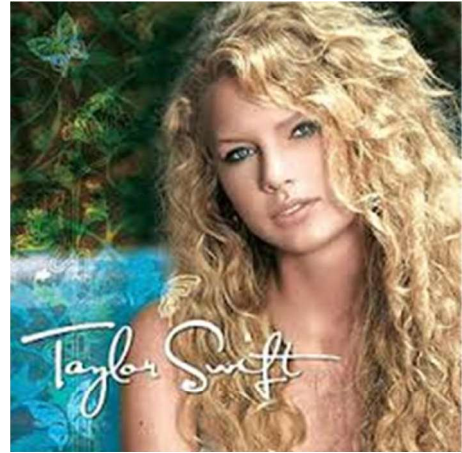


Figura 1. Carátula de Taylor Swift (2006)

especializado en música *country*, saliendo así al mercado el álbum *Taylor Swift* (ver **figura 1**), formado en su mayoría por temas compuestos por la misma Taylor, que batió récords de ventas en Estados Unidos (aunque en España no causó mucho revuelo) consiguiendo el primer puesto en las listas de *country* de Estados Unidos y Canadá y el noveno en el *Billboard 200* (ILLESCAS 2015, 108). El videoclip más visto actualmente de este primer álbum, según el número de visualizaciones de YouTube es 'Teardrops On My Guitar' (**vídeo 2**).

Fearless (2008), y *Speak Now* (2010) (**figura 2** y **figura 3**) siguieron a este primer disco, en el cual Taylor Swift siguió con la estética *country* (tanto musical, en el que la producción de los discos incluye instrumentos como el banjo, violines, etc., como estilística, con botas, pelo rizado, etc., como se puede observar en las carátulas de los cds y videoclips), en los que hay temas que empezaron a

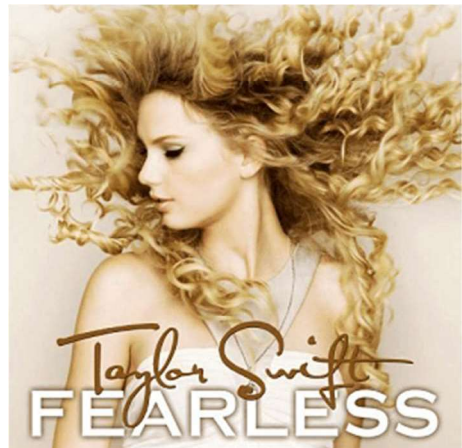


Figura 2 Carátula de Fearless (2008)

¹¹ **Vídeo 3:** Vídeo extraído del canal *Jillboard100*. Lo recomiendo para hacer un repaso visual (iconográfico, estético) y musical (instrumentación, postproducción). Se deberían excluir el número 49, 'Thug Story', parodia de 'Love Story', al estilo de Natalie Portman para *Saturday Night Live* (programa de televisión americano cómico), ya que no es un tema propio, si no una caricatura. Existe una versión actualizada de este vídeo, subida al mismo canal, en la que aparece el tema *Babe* de Sugarland.

resonar en Europa gracias a las giras que realizó (como el único concierto que ha realizado en España, en Madrid en el año 2011 con el *Speak Now World Tour*), como podrían ser 'Love Story', 'You Belong With Me' (*Fearless*) o 'Mean' (*Speak Now*). Estéticamente se alejó un poco de la imagen *country*. *Fearless* es el disco 'country' más galardonado de la historia, y gracias a este disco, Swift se hizo con su primer Grammy en el año 2009, lo que la convirtió en la persona más joven en ganar en la categoría *Album of the Year*



Figura 3 Carátula de *Speak Now* (2010)

En el año 2009 recibió el MTV Award al mejor videoclip de una artista femenina del año con 'You Belong With Me' (**vídeo 3**). Su carrera se disparó al verse apoyada por la sociedad después de que Kanye West interrumpiera su discurso de agradecimiento. Kanye West dijo públicamente que el videoclip de Beyoncé para el tema 'Single Ladies (Put a Ring on It)' era uno de los mejores de todos los tiempos. En la misma gala, Beyoncé finalmente recibió el MTV Award al mejor videoclip del año, dejando espacio a Swift para que acabara su discurso de agradecimiento.



Figura 4. Carátula de *Red* (2012)

Con *Red* (2012) se lanzó totalmente al mercado internacional, acercándose cada vez más a la etiqueta 'pop' dentro de lo que se conoce como 'contemporary country pop'. En temas como 'Red', 'I Knew You Were Trouble', o '22' (que, por cierto, fueron de las más promocionadas en este álbum) la postproducción con música electrónica se escucha perfectamente, mientras que en el resto de canciones del álbum aún se puede entender una estética *country pop* o *country rock* incluso, como en 'We Are Never Ever Getting Back Together' o 'Holy Ground'.

4.1.3. Videoclips, música y letra

En este apartado haré un breve resumen de los videoclips que, a mi parecer, han tenido más repercusión en la formación de su imagen. No se trata de un análisis exhaustivo desde ningún punto de vista, sino que lo que pretendo dar son pequeños detalles para que el lector se vaya formando una imagen (musical, visual, etc.) de la artista. Además, me parece interesante aportar que, en carácter de cantautora y la naturaleza autobiográfica de sus canciones, la percepción creada en los videoclips en la mayoría de los casos es de que Taylor Swift se interpreta a sí misma, por lo que la imagen que da en los videos es fundamental para entender la recepción de la artista.

'Teardrops On My Guitar' (febrero de 2007) (**vídeo 4**) presenta a una Taylor Swift adolescente, en el espacio entre clases, donde ocurre la típica historia (que luego repetirá en otras canciones): chica a la que le gusta su mejor amigo, pero él no se fija en ella. En cuanto a cómo se presenta ella físicamente, sigue los patrones del imaginario *country*: no urbano (en una pequeña ciudad), pelo rizado, maquillada. En cada uno de los mundos lleva ropa distinta: en el instituto, bolso, pelo recogido en algunas escenas, pero en su mundo interior (cuando está en la cama) lleva un vestido largo. Se auto(re)presenta como cantautora tanto iconográficamente (sujetando una guitarra, acústica, desde el inicio de la canción), como en la letra ("*you're the reason for the teardrops on my guitar*", con énfasis en el posesivo). En cuanto a la música, se trata de una balada, con una elección tímbrica que lleva directamente a lo que se reconoce como *country* (guitarra acústica, mandolina punteando a modo de comentario), o *country rock* (batería, solo de guitarra eléctrica, entre otros)¹². Gracias a éste videoclip Taylor Swift se ganó una nominación en la categoría *Mejor Artista a Seguir* en los VMA (MTV Video Music Awards).

'Love Story' (septiembre 2008) (**vídeo 5**) narra la historia de amor de Romeo y Julieta con un final distinto, en el que acaban juntos y prometidos. En el videoclip tenemos a una chica universitaria que se cruza con un chico en el campus, para después entrar

¹² En otros temas del mismo álbum se ve mejor el carácter del *country rock*, como en 'Picture to Burn', donde la distorsión en la guitarra eléctrica juega un papel fundamental en el primer riff, que sirve de modo identificativo de la canción.

en un mundo imaginario durante lo que parece época victoriana, en el que Swift hace de Julieta en su mansión, con sus jardines de estilo inglés (laberínticos, con estatuas escondidas) y sus bailes de salón. Cuando Romeo vuelve a por ella hay una clara referencia a la escena de *Pride and Prejudice* (Joe Wright, 2005) (**figura 7**) en la que llega el sr. Darcy por la mañana a casa de los Bennet. El final



Figura 7. Fotograma de *Pride and Prejudice* (2005)

del videoclip muestra el primer tiempo de la narración, saliendo del mundo imaginario de Swift. Así, con la narración hace una comparación de dos de los clásicos de la literatura anglosajona, *Pride and Prejudice* de Jane Austen, publicada en 1813, y *Romeo and Juliet* de Shakespeare. Sobre la historia utiliza un estilo en primera persona, narrativo. Interesante en la construcción de la canción es cómo las partes instrumentales ayudan a la narratividad de la canción, ya que se utilizan en momentos dramáticos, como Julieta esperando a que Romeo se decida y la salve (casándose con ella). El vídeo ganó el premio *Country Song of The Year* de Broadcast Music Incorporated, así como *Video of the Year* y *Female Video of the Year* en los Country Music Television Awards del año 2009.

En 'You Belong With Me' (abril de 2009) (**vídeo 6**) es uno de los videoclips más comentados y que han generado más atención mediática, principalmente por haber ganado el MTV Award en la categoría de Best Female Video en el año 2009, pasando por encima del famosísimo 'Single Ladies' de Beyoncé, y por el que Kanye West le quitó el micrófono a Swift en pleno discurso de agradecimiento. En el videoclip Swift se presenta como la protagonista *dork* (una *nerd* adorable y auténtica) a la que le gusta su mejor amigo, pero éste tiene novia. El vídeo es una minicomedia romántica americana, con todos sus clichés incluidos: me gusta mi mejor amigo pero tiene novia; la historia del patito feo que luego es preciosa (después de quitarle las gafas, como

en 'Betty la fea'); la buena es rubia y la mala es morena (y sexual); las animadoras son malas, pero el jugador de fútbol no; el baile de promoción; y por último, los perdedores molan y ganan al final. Éste último mensaje es el mismo que en 'Mean' (sencillo promocional de *Speak Now* octubre de 2010), aunque en él añade todo el imaginario 'casi mitológico' *country*, como el banjo, los *fiddles*, o situarlo en una zona rural (FENSTER 1988, 293) (figura 8).



Figura 8. Fotograma de 'Mean' (2010)

I Knew You Were Trouble (diciembre de 2012) (vídeo 7) tuvo una atención mediática gigantesca debido a la producción del tema, que contenía, dentro del estribillo, una parte electrónica y una intro sin música que presenta la situación (lo cual estaba muy de moda, como podemos recordar al ver el videoclip de Justin Bieber 'As Long As You Love Me', estrenado durante el año 2012, o 'Party Rock Anthem' de LMFAO, del 2011)¹³.



Figura 9. Fotograma de 'I Knew You Were Trouble' (2012)

Sitúa a una chica que, aún sabiendo que se iba a dar problemas, se enamora de un 'chico malo' (*'I just thought, how can the devil be pulling you toward someone who looks so much like an angel when he smiles at you'*), que finalmente la deja tirada tras un concierto o festival en el medio de la nada. La pieza audiovisual va presentando distintas escenas, dentro de varios tiempos narrativos que enseñan la naturaleza enfermiza de la relación, entiendo que también en referencia a la intro (*'I think when it's all over it comes back in flashes, you know? It's like a kaleidoscope of memories'*). Durante la introducción Swift hace un pequeño soliloquio, reflexionando sobre la pérdida de uno mismo (*'I think that the worst part of it all wasn't losing him. It was*

¹³ Hacia el año 2012 la música electrónica estaba cada vez más presente dentro del circuito de música comercial, en parte gracias a figuras como Skrillex, Avicii, etc.

losing me”). La imagen de Swift (**figura 9**) en este video es mucho más oscura que en los previos (ropa, sombra de ojos, incluso el pelo). Tras ser abandonada, que es el tiempo narrativo presente, es cuando la chica se da cuenta de la mala elección que tomó (al final del vídeo vuelve a salir la voz de Swift en off: *‘I don’t know if you know who you are until you loose who you are’*).

El single de lanzamiento de su quinto álbum de estudio (el primero categorizado como íntegramente *pop*, 1989) cambia el tono de los anteriores, siendo mucho más informal, divertido, y en el que Taylor Swift hace una pequeña crítica a los medios de comunicación, y una parodia de las burlas que recibía sobre su forma de bailar por parte de los medios. ‘Shake It Off’ (agosto de 2014) (**vídeo 8**) es un cántico a ignorar todo lo malo que le echan a uno encima, y a ‘sacudirnos’ lo que nos pesa. En él, Swift “baila” diferentes estilos, desde clásico y contemporáneo a *twerking* y *tutting*¹⁴. Tanto el videoclip como el tema fueron muy celebrados dentro de la comunidad *swiftie*, ya que Swift invitó a varios fans para bailar con ella en el videoclip. Además, presentó a una Swift que ‘había crecido y madurado’ y había salido del mundo *country*. ‘Blank Space’ (noviembre de 2014) siguió el tono de crítica a los medios de comunicación que criticaban a Swift, en el que Swift se autorepresenta como una *femme fatal* que engaña a jóvenes para que la amen, antes de volverse loca y destrozarles la vida (*‘I’m a nightmare dressed like a daydream’*).

‘Look What You Made Me Do’ (2017) (**video 9**) ha sido el sencillo del último álbum de Taylor Swift, *reputation*, y en él Taylor Swift se dirige a todos los que, durante los últimos dos años, la han tratado de falsa y han hecho críticas contra ella. Es un *fanservice* en toda regla, ya que o eres seguidor de Taylor Swift, o no se pueden entender todas las referencias audiovisuales que existen (recomiendo ver el vídeo de @ter). Se van presentando distintas escenas, cada una de las cuales tiene un significado y una persona a la que se dirige. En este tema, Swift continúa con su estilo de hacer letras, en el que enfatiza mucho la primera persona, enfatizando el carácter autobiográfico del tema. Quiero remarcar dos aspectos importantes de este vídeo: la vuelta a la sátira y la ironía de Taylor Swift frente a los que la han criticado (visible en

¹⁴ *Tutting* es un tipo de baile que se hace con las manos, formando figuras

la escena final en la que las diferentes Taylor discuten) y el hecho de 'matar' a la antigua Taylor en un momento de pausa dramática de la música.

4.2. VIDA PERSONAL

En este apartado hablaré de las relaciones mediáticas que ha tenido Taylor Swift, tanto a nivel romántico como de amistad. Empezaré hablando de las relaciones románticas, para pasar a los amigos y luego a los 'enemigos' de Taylor Swift en su carrera musical.

Se le conocen varias parejas románticas, empezando por Joe Jonas (2008), Taylor Lautner (2009), John Mayer (2009-2010), Jake Gyllenhaal (2010), Connor Kennedy (2012), Harry Styles (2013-2013), Calvin Harris (2015-2016) y Joe Alwyn (2017-presente). A pesar de la gran cantidad de parejas conocidas por los medios de comunicación, Swift no gozó de una mala reputación hasta el año 2016, en el que hubo otro enfrentamiento entre Kanye West y ella. En todas estas personas se ha inspirado para escribir canciones.

Como comenté en el apartado anterior, Kanye West interrumpió en medio de la gala de los MTV Awards del año 2009 el discurso de agradecimiento de Swift, para decir que quien se merecía el premio era Beyoncé. Esto causó una oleada de odio hacia West, y un apoyo público hacia Taylor Swift, que por aquel entonces ya era conocida como la *sweetheart* de América. West desapareció de la esfera pública durante casi dos años por el odio dirigido hacia él, aunque pidió perdón en una entrevista con Jane Leno el mismo año 2009.

La relación entre West y Swift ha ido variando, sacándose varias fotos en distintas galas como señal de reconciliación; sin embargo, en el año 2016 Kanye sacó un tema, 'Famous', en el que se jacta de hacer famosa a Swift ("*I made that bitch famous*"), lo cual ha hecho que la guerra entre West (y su mujer Kim Kardashian) y Swift se volviera a reabrir. Kardashian, ante la crítica de Swift en los premios Grammy del año 2016, publicó un vídeo en el que aparecía West teniendo una conversación amistosa con Swift y pidiéndole permiso para lanzar el tema, a lo que Swift accedió. A raíz de todo esto, varias de las amistades de Taylor Swift la dejaron de lado públicamente (todo lo público que se puede hacer en el año 2016 a través de dejar de seguir en las redes sociales), y Swift, al verse inundada de emoticonos de serpientes (y ser llamada falsa innumerables veces) borró todo el contenido de su cuenta de Twitter e Instagram.

La última consecuencia de esta confrontación entre West y Swift ha sido, de momento, el video de 'Look What You Made Me Do' (agosto de 2018), de Swift, estrenado en los MTV Award de ese mismo año.

Con Katy Perry todo empezó como una bonita amistad alrededor del año 2009, pero en el 2012 Katy Perry comenzó una relación con el cantante y exnovio de Swift, John Mayer. Sin embargo, el roce empezó cuando unos bailarines dejaron la gira de Swift en el año 2013 para irse a una gira con Katy Perry. Se dejaron de seguir todos en Twitter, y durante los siguientes años ha existido un rifirrafe de comentarios pasivo-agresivos por parte de ambas. Taylor Swift compuso 'Bad Blood', se supone, en honor a Perry, y Perry a Swift 'Swish Swish'.

El conocido como 'Taylor Squad' es un grupo de amigas que se han formado alrededor de la figura de Taylor Swift. Han formado parte de este 'squad' las modelos de Victoria Secret Karlie Kloss, Cara Delevigne, Lily Aldridge, Martha Hunt y Gigi Hadid, las cantantes Selena Gomez, Camila Cabello, Lorde, Hailee Steinfeld, las actrices Sendayah, Lena Dunham, entre otras. Todas son chicas jóvenes, con una carrera activa y presencia en las redes sociales, así como *influencers*. Otras menciones notables que no forman parte del grupo de amigas de Taylor Swift son Dianna Agron (actriz de Glee), con la que se le vio durante dos años pegadas codo con codo.

Todo aquello que pase en la vida de Taylor Swift ha sido susceptible de ser criticado por los medios de comunicación, ya que desde los inicios de su carrera se ha visto envuelta (o se ha querido ver envuelta) en escándalos mediáticos y trifulcas a nivel público.

4.3. TAYLOR SWIFT EN LOS MEDIOS EN *STREAMING*

Los reproductores en *streaming* han hecho que se haga una nueva revolución en la manera en la que consumimos música. La accesibilidad a gran cantidad de contenido, descargable inmediatamente, sin que ocupe espacio en nuestro móvil (el reproductor), y la posibilidad de compartir todo ese mismo contenido hacen que los medios de música en *streaming* sean la manera predilecta de escuchar música hoy en día. YouTube es la forma de reproducción en *streaming* más utilizada por los jóvenes, más incluso que Spotify (MUÑOZ ROJAS, 2017). ¿Qué nos encontramos sobre Taylor Swift?

En la página de YouTube de los 500 vídeos más vistos de todos los tiempos, la mayoría de ellos videoclips, se encuentran ocho del canal oficial de Taylor Swift: #9 'Shake It Off' (2014, 1989); #16 'Blank Space' (2014, 1989); #73 'Bad Blood' (2015, 1989); #137 'Look What You Made Me Do' (2018, *reputation*); #278 'Wildest Dreams' (2015, 1989); #336 'Style' (2015, 1989); #407 '22' (2013, *Red*); #440 'Love Story' (2009, *Fearless*) #490 'I Knew You Were Trouble' (2012, *Red*). Frente a personajes como Justin Bieber, con quince vídeos, o los catorce de Katy Perry, once de Shakira o Rihanna, la cifra de ocho de Swift parece relativamente reducida. Sin embargo, si pensamos que artistas con tanta repercusión mediática como One Direction tiene siete, Ed Sheeran con seis, o los dos temas de Michael Jackson, no parece que la presencia de Swift en este medio sea tan escasa, sino todo lo contrario.

Toda esta visualización hace que los valores presentados por Taylor Swift en muchos de sus videoclips no sólo se consuman, sino que con su presentación y representación formen parte de la manera de entender la vida y se retroalimenten dentro de la sociedad. Así, a través de estos videoclips se potencian valores hegemónicos en cuanto a cuestiones de consumo, género y sexualidad: en definitiva, a través de los videoclips (sobretudo en el caso americano) se hace biopolítica. Es verdad que en el caso de los videoclips de Taylor Swift no se hace una apología tan clara al consumismo o a una hipersexualización como en otros casos (sin ir más lejos, podemos acordarnos de la gran cantidad de productos de la marca *beats+* o las bebidas MYX Fusions en el caso de 'Anaconda' de Nicki Minaj), pero casos como la vida gris que tiene el personaje de Swift en 'Ours' para volver a ponerle color a su vida

cuando se encuentra con su novio, que vuelve de la guerra se denota claramente el mensaje de apoyo a las políticas exteriores de los Estados Unidos de América (ILLESCAS 2016:354).

Para defender el uso de YouTube, además, hay que admitir que no se limita únicamente a la visualización pasiva de los videoclips por parte de los usuarios. Desde el canal oficial de Taylor Swift se suben, además, los *making of*, actuaciones en directo, *vlogs*, etc. Hay cantidad de vídeos dedicados a Taylor Swift más allá de su faceta como artista, desde *fanvids* (por ejemplo el vídeo subido a YouTube por @nessa007productions *taylor Swift & calvin Harris | call it magic*) y *covers* hasta las innumerables entrevistas y noticias de canales dedicados a la prensa y la actualidad. Así, YouTube se presenta como una herramienta no sólo limitada a la escucha y visionado pasivos, pero también de creación de los propios usuarios, al poder subir gratuitamente a la red contenido audiovisual, además de poder hacer comentarios.

Spotify, sin embargo, tiene un uso parecido pero distinto. Sin el apoyo visual que permite YouTube como plataforma para escuchar música, funciona mucho mejor como reproductor, ya que puedes escuchar música mientras haces otras actividades. Sin ir más lejos, estoy escuchando una lista de Spotify a la vez que redacto. Así, la utilización de esta herramienta difiere en varios aspectos: la atención, el tiempo de consumo, etc. Sobre la participación activa, se limita a poder seguir artistas, y crear, compartir y seguir listas de reproducción.

No hay que olvidar que Taylor Swift, entre noviembre de 2014 (tras el lanzamiento de 1989) y junio de 2017 (coincidiendo con el lanzamiento del álbum *Witness* de Katy Perry, lo que no es ninguna casualidad) no permitió que su música estuviera en Spotify. Tras el éxito alcanzado con el álbum *1989* y justo antes del lanzamiento de *reputation*, era obvio que Spotify había crecido mucho desde el año 2014 y se había coronado como una de las mayores plataformas de música en *streaming* por lo que Swift no se podía permitir no tener su música disponible en Spotify.

Sin embargo, Spotify parece, a primera vista, algo menos 'democrático' que YouTube. Como dice John Miranda en un post de enero de 2018 para Hypebot.com, las listas de Spotify 'This is' son todo un tesoro oculto, en el que se forma el canon de los artistas de cara a su preservación, de manera que las futuras generaciones puedan conocer mediante una playlist las canciones más importantes, además de dar acceso

a una lista de fácil acceso sobre qué canciones son las más importantes (y recomendadas por Spotify). Así, a fecha de julio de 2018, en la lista de Spotify¹⁵ 'This is: Taylor Swift' hay 38 pistas, ocho de *reputation* y otras tantas de *1989*, seis de *Red*, cinco temas de *Speak Now*, otros cinco de *Fearless*, cuatro de *Taylor Swift*, y dos temas de colaboraciones con otros artistas (Tim McGraw y Zayn). Así, el dato es que casi la mitad del canon que representa esta lista de 38 canciones está formado por canciones de álbumes catalogados en el mercado de la industria musical como 'pop'. ¿Y cuánta gente escucha esta lista? En el momento de escritura de este trabajo la lista tenía más de 900.000 seguidores, sin contar con la gente que la reproduce pero no la sigue.

Mi interpretación se dirige a ver unos claros intereses en acentuar el giro que existió en la carrera de Swift, y que tanto Spotify como la artista, mediante esta lista, quieren aumentar el número de reproducciones de los últimos álbumes (los más lucrativos y que aparecen en la portada del perfil de Spotify de la artista, lo cual hace que su reproducción sea prioritaria frente a álbumes anteriores simplemente por su disposición), a la vez que hacen un pequeño *fanservice* al *fanbase* que se originó durante la época *country*.

¹⁵ No se ha encontrado cómo se crean estas listas, más allá de que el autor es Spotify, aunque no se hace explícito si se hace mediante un sistema de número de escuchas o está hecho por el propio personal. Mi interpretación es que probablemente sea una mezcla, ya que en esta lista de reproducción hay temas que no son precisamente los más escuchados de Taylor Swift, como 'White Horse' o 'Enchanted'.

5. AUTENTICIDAD EN TAYLOR SWIFT

I'm just a girl trying to find a place in this worl' – 'A Place in This World'

El discurso sobre la autenticidad es uno de los elementos clave en los estudios de músicas populares, así como en la valoración por parte de la audiencia. Normalmente está relacionado con valores como la unicidad, la creatividad y la originalidad, y se articula mediante opuestos en la mayoría de los casos (*mainstream* - independiente; pop – rock; comercial – creativo u original). En el caso de Taylor Swift, mi propuesta es que el discurso de autenticidad que se ha creado en torno a ella está basado en dos aspectos fundamentales: su faceta de cantautora *country*, y su performatividad de la normalidad, que se ha observado como un rol a seguir.

Al haber empezado su carrera dentro de la industria musical '*country*', los valores asociados a este género se asocian directamente a Taylor Swift. Johnson, en su tesis sobre la autenticidad en la industria musical '*country*', defiende que la autenticidad es uno de los máximos objetivos a los que han de aspirar tanto la industria como los artistas. Además, la vinculación con el pasado (visión nostálgica y romantizada), y la accesibilidad de los fans hacia los artistas debido a una 'historia de vida clásica o normal'. (2016: 6-8). En el caso de Taylor Swift, como he expuesto en el primer párrafo del apartado 4.1.1., la historia de la vida de Taylor resulta bastante 'clásica o normal', apoyado además de los sucesos casi míticos (el reparador de ordenadores que le enseña a tocar la guitarra, por ejemplo).

A este origen *country* hay que sumarle entonces que Taylor Swift compone sus propias canciones (letra y música), a partir de su experiencia vivencial en el día a día. Tiene un estilo propio: personal, autobiográfico en la mayoría de casos con la utilización de la primera persona y la segunda con función vocativa y las referencias al tiempo cronológico (los meses, los días o el momento del día) son parte de su seña de identidad. Todo esto hace que su figura como artista se vea 'auténtica' e identificable, lo que consiguió que su *fanbase* creciera mucho en los primeros años. Este carácter autobiográfico hace que se entienda como una verdadera 'contadora de historias' a través de su música, y que el contenido de las canciones sea 'real' porque está

basado en sus propias experiencias. Si añadimos que, en la mayoría de conciertos hecho en acústico suele presentar las canciones explicando qué le llevo a componerlas, etc., hace que la percepción de ese discurso por parte del fan sea totalmente aceptada, además de la sensación de identificación y de vinculación emocional con la artista.

Según BROWN (2012: 162), los fans en los que basa su investigación han reformulado el discurso, llevando a que su música y los temas tratados en ella son relevantes no sólo para chicas jóvenes adolescentes, si no que para todo el mundo: enamorarse ('Love Story') o sentirse un perdedor ('You Belong With Me').

Comentale (2013), hace un análisis desde la perspectiva de la performatividad, dada por los estudios de sociología de Erving Goffmans, de los estigmas sociales a través, entre otros, de los videoclips y las letras de las canciones más importantes en la trayectoria de Taylor Swift) y Kanye West. El tema de la autorización (para hablar de, representar a, etc.) como parte del discurso de autenticidad puede ser más explorado, ya que en este artículo queda un poco vacío. En un análisis de Taylor Swift, se podrían utilizar estas categorías para intentar explicar por qué, aunque es una práctica habitual, se critica a Taylor Swift porque escribe historias autobiográficas sobre sus relaciones, basándose en que, desde los medios de comunicación no se le da 'autoridad' o 'autorización' para ello, mientras los fans que la siguen precisamente recalcan que ella es quien les representa y con quien se sienten identificados.

Sin embargo, y siguiendo con el hilo anterior, parte de este estilo autobiográfico, ligado al género *country*, se ha perdido con el cambio hacia el '*pop*', por lo que ha habido dos tipos de reacciones frente a esta situación: o se han vuelto más extremos (diferencia entre *swiftie* y *swifter*, legitimizando el discurso del cambio de género porque 'ha crecido' y tiene nuevos intereses), o han perdido parte de la vinculación emocional con los nuevos discos. Así, se puede observar cómo en muchos de los comentarios de YouTube se observa un malestar general y una mirada nostálgica hacia las antiguas canciones. En junio del año 2017, el grupo Sugarland sacó al mercado el tema 'Babe', originalmente compuesto por Taylor Swift para su disco *Red* (2010), y muchos usuarios de la plataforma han dejado comentarios sobre cómo echan de menos a la 'antigua Taylor'.

La performatividad de la 'normalidad' se legitima básicamente desde la posición de Swift como modelo de *american girlhood*. (blanca, de clase media, heterosexual, y representando una feminidad normativa) y la aceptación por parte de los fans de que Swift es un modelo de conducta.

Sobre la performatividad de esta 'normalidad', es muy interesante el estudio realizado por Jordan, *The Ideology of Commodification in the Music Industry, as Exemplified by Taylor Swift*, en el que añade el concepto de *branding* (crear marca) más allá de su faceta como artista, en el que se presenta mediante los anuncios que realiza y sus entrevistas como una chica normal, que utiliza productos para jóvenes normales. Sin embargo, con el concepto de mercantilización (*commodification*) sitúa las distintas fases de su vida, relacionándolo con los cambios de la marca 'Taylor Swift' (2016: 20).

Según Bedell (2015), Taylor Swift en el vídeo de 'Blank Space' intentó cambiar su imagen y reintroducirse en la industria cultural, a manera de *tabula rasa*. Así, la Taylor con raíces en Nashville, los desamores, la feminidad pasiva y 'loca por los chicos' ha madurado en una mujer mucho más compleja y autodenominada feminista.

Han existido varias críticas desde la academia al ejemplo de feminidad que retrata Taylor Swift (BROWN 2012:177; ILLESCAS 2015), sobretodo entendida como modelo a seguir. Sin embargo, los artículos y tesis escritas en los últimos años (POLLOCK 2014, DUBROFSKY: 2016; O'NEILL 2015), creo que por parte de fans de Taylor, o por lo menos simpatizantes, han loado el cambio de Swift, defendiéndola como mujer (frente a los que la han tratado de chica joven y la han menospreciado por ello) y como artista postfeminista. Pollock, en concreto, comenta que la popularidad de Swift viene dada porque tiene un tipo de feminidad no resistente (frente a Miley Cyrus, por ejemplo), y que por ello (además de por hecho de haberla entendido no como mujer) a Taylor Swift no se le han dirigido insultos como 'puta', a pesar de que se comentara mediáticamente el número de parejas que había tenido. El hecho de performar una feminidad normativa no implica que no sea merecedora de ser llamada feminista, ya que con conclusiones como estas se entiende el feminismo de una manera muy estrecha, y más hoy en día en el que hay numerosos tipos de feminismo.

Illescas (2015) en este sentido es mucho más crítico con la figura de Swift, pero por el carácter y la ideología patente en la investigación parece bastante normal. Entiende a Swift como un producto industrial que únicamente sigue los mandatos de aquellos

que tienen poder, y cuyo interés es conseguir que la sociedad consuma los productos que ellos quieren, de la manera que quieren y cuando ellos quieren.

Quería acabar este apartado queriendo describir la figura de Taylor Swift desde mi punto de vista. Frente a las discusiones de qué clase de feminidad y feminismo representa, me posiciono en la vertiente de que, a través primero de sus raíces *country* y de su creación de 'marca' como la novia de América, y ahora de la imagen de mujer independiente y feminista, sigue performando un modelo de normatividad, enfocado a distintos momentos sociales. Mientras que en uno es modelo de lo que se considera *girlhood*, en el momento actual se quiere representar como modelo de *womanhood*, que en el contexto actual, en el que el feminismo genérico ha empezado a ser cada vez más visible y *mainstream*, trata de performar a una mujer feminista, libre a la hora de tomar sus decisiones, con vida sexual.

6. CONCLUSIONES

Is it cool that I said all that? – ‘Delicate’

Los objetivos principales marcados para este trabajo eran conocer los métodos, conceptos, y textos más importantes de la disciplina de los estudios de *fandom*. El otro objetivo era utilizar todo ello para poder explicar algunos fenómenos a través del discurso de autenticidad en Taylor Swift.

La primera conclusión a la que puedo llegar en este trabajo es a la dificultad de mantener el foco en el objeto a estudiar. ¿Mi objeto de estudio es el discurso alrededor de Taylor Swift, las dinámicas de los fans, o los propios fans? Esta reflexión ha estado presente durante todo el tiempo en el que he estado dedicándome a este trabajo.

¿Qué se ha dicho previamente en la disciplina? Sobre esta pregunta, quizás la respuesta es qué no se ha dicho. Existen numerosos textos dedicados a los *Fandom Studies* (y sus derivados, como *popular music fandom*, o *media fandom*), así como revistas que publican artículos que se pueden encasillar como estudios de *fandom*. Además, existen grupos de Facebook, como el Fan Studies Network, en los que se hace comunidad, planteando preguntas, pidiendo ayuda con bibliografía, o haciendo pequeñas reflexiones. Este mes de junio se celebró el Fan Studies Network Conference 2018, en Cardiff. Así, la disciplina no sólo tiene sus textos fundamentales, si no que también forma una comunidad de gente que crea contenidos y que son *acafans* de algo.

Las definiciones de fan van ligadas al esencialismo que viene dado en la propia definición. Tanto las definiciones de uso cotidiano (Wikipedia, Urban Dictionary, Diccionario de la RAE), como las académicas tienen a ignorar el sentido peyorativo que muchas veces viene incluido en el término. Entiendo que en el mundo académico de los *fandom studies* no se utilice, ya que a veces se consigue discutir y deconstruir tanto un concepto que puede ser usado como herramienta, más allá de sus connotaciones. Sin embargo, en el mundo no académico, sobretodo a través de los medios de comunicación, se utiliza la palabra fan con unas connotaciones peyorativas que van dirigidas a las capacidades de racionalidad del fan. La representación del fan

como 'otro' es fundamental para entender las contradicciones que existen, así como es también un visualizador del pensamiento contemporáneo occidental que se basa en la definición como contraposición.

Las reflexiones metodológicas en torno a los estudios de *fandom* siguen dando ideas para cubrir páginas en nuevos libros, ya que la realidad digital no es estática y no deja espacio al estaticismo.

Los videoclips de Taylor Swift nos permiten hacer un eje cronológico de las distintas etapas de Swift, tanto como artista, como producto (branding), como persona en estado de cambio. La falta de literatura que haya un estudio a través de todas las representaciones oficiales de Taylor Swift me ha llevado a querer hacer un pequeño paso hacia ello. Además, el gran consumo que existe de su música en las plataformas en *streaming* hace que, de cara a la recepción y legitimación del discurso que portan, sea un ejercicio necesario en algún momento si se quiere hacer una investigación exhaustiva sobre Taylor Swift y su *fanbase*.

Dicho discurso se articula en base a dos premisas: Taylor Swift es una cantautora 'country' y es una 'chica normal'. En el primer caso, las implicaciones de originalidad y veracidad hacen que, además del propio estilo narrativo de las letras de Swift, su música haya interpelado a un gran número de jóvenes. Sobre la performatividad de la 'normalidad', apoyada en su relato biográfico, hace que su forma de performar su ser se vea como un modelo a seguir por parte de las personas que la siguen.

Este Trabajo de Fin de Grado ha llegado hasta una pequeña parte de lo que podría ser una investigación de nivel más alto. Considero que mis objetivos han sido logrados, mas quizás no he podido plasmar todo lo que he aprendido estos años. Mis consideraciones e hipótesis sobre los *swifties* tendrán que esperar a otra etapa de este trabajo.

7. REFERENCIAS

7.1. BIBLIOGRAFÍA

- ADORNO, T. (1985). 'On the Fetish Character in Music and the Regression of Listening', en ARATO, A. y GEBHARD, E. (eds.) (1985). *The Essential Frankfurt School Reader* (1985). Nueva York, The Continuum Publishing Company. Pág. 270-299 [documento en línea] <https://yaleunion.org/secret/Adorno-On-the-Fetish-Character-in-Music-and-the-Regression-of-Listening.pdf>
- ARATO, A. y GEBHARD, E. (eds.) (1985). *The Essential Frankfurt School Reader* (1985). Nueva York: The Continuum Publishing Company.
- BEDELL, C.R. (2015). *Welcome to New York, Miss Taylor: An analysis of Blank Space as Blank Slate for Taylor Swift's Star Image Evolution*. Tesis presentada en Parsons The New School for Design.
- BENNET, L. (2017), 'Surveying Fandom: The Ethics, Design and Use of Surveys in Fan Studies' en CLICK, M. y SCOTT, S. (2017) *The Routledge Companion to Media Fandom*.
- BENNET, L. y BOOTH, P. (eds.) (2016). *Seeing fans: Representations of Fandom in Media and Popular Culture* [versión Kindle]. Nueva York: Bloomsbury Publishing USA. [descarga previo pago] https://www.amazon.es/Seeing-Fans-Representations-Popular-Culture-ebook/dp/B01FNNBTZ8/ref=la_B0189CV8PQ_1_2?s=books&ie=UTF8&qid=1531308996&sr=1-2
- BOOTH, P. (2018) *Companion to Media Fandom and Fan Studies* [versión Kindle]. Oxford: Wiley-Blackwell. [Descarga previo pago] https://www.amazon.com/Companion-Media-Fandom-Fan-Studies-ebook/dp/B07B5J7ZF5/ref=sr_1_4?s=books&ie=UTF8&qid=1531309948&sr=1-4&keywords=booth+paul+companion

- BOOTH, P. (2015) *Playing Fans: Negotiating Fandom and Media in the Digital Age* [versión Kindle]. Iowa: University of Iowa Press. [descarga previo pago]
https://www.amazon.es/Playing-Fans-Negotiating-Digital-Studies-ebook/dp/B00X5GSDKA/ref=tmm_kin_swatch_0?_encoding=UTF8&qid=&sr=
- BOOTH, P. (2017) *Digital Fandom 2.0: New Media Studies* [versión Kindle]. Nueva York: Peter Lang Publishing. [Descarga previo pago]
https://www.amazon.es/Digital-Fandom-2-0-Studies-Formations-ebook/dp/B0762QCRR2/ref=asap_bc?ie=UTF8
- BROWN, A. (2012). "She isn't whoring herself out like a lot of other girls we see': Identification and 'Authentic' American Girlhood on Taylor Swift Fan Forums' en *Networking Knowledge*, vol. 5, no. 1. [online:
- CHIANTORE, L., DOMÍNGUEZ, A., Y MARTÍNEZ, S. (2016). *Escribir sobre música*. Barcelona: Musikeon Books.
- CLICK, M, y SCOTT, S. (2017). *The Routledge Companion to Media Fandom* [version Kindle]. Londres: Routledge.[descarga previo pago]
https://www.amazon.com/Routledge-Companion-Cultural-Studies-Companions-ebook/dp/B0774RM51Z/ref=sr_1_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1531438893&sr=1-2&keywords=melissa+click
- COMENTALE, E. P. (2013). 'Dorking Out with Taylor and Kanye: Nerd Pop via Goffman and the Performance of Stigma' en *Journal of Popular Music Studies*, Vol. 28, Issue 1, p. 7-32. Oxford: Wiley Periodicals. [document en línea]
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/jpms.12159>
- DUBROFSY, R. (2016) 'A Vernacular of Surveillance: Taylor Swift and Miley Cyrus Perform White Authenticity' en *Surveillance & Society* 14(2) [pdf en línea]
<http://library.queensu.ca/ojs/index.php/surveillance-and-society/index/>
- DUFFETT, M. (2013a). *Understanding Fandom: An Introduction to the Study of Media Fandom Culture*. Nueva York: Bloomsbury Publishing.
- DUFFETT, M. (2017). *Fan Identities and Practices in Context. Dedicated to music*. [version Kindle]. Oxford: Routledge. [Descarga previo pago]

https://www.amazon.com/Fan-Identities-Practices-Context-Dedicated-ebook/dp/B078KH2RRD/ref=mt_kindle?_encoding=UTF8&me=&qid=

DUFFETT, M. (ed.) (2013b). *Popular Music Fandom: Identities, Roles and Practices* [versión Kindle]. Londres: Routledge. [Descarga previo pago] https://www.amazon.es/Popular-Music-Fandom-Identities-Practices-ebook/dp/B00GISS1KO/ref=pd_rhf_dp_p_img_1?_encoding=UTF8&psc=1&efRID=F8RZX2NJY4G20D15AMB7

DUIJS, L., y ZWAAN, K. (2016). *The Ashgate Research Companion to Fan Cultures* [version kindle]. Farnham (Reino Unido): Ashgate Publishing. [descarga previo pago] https://www.amazon.com/Ashgate-Research-Companion-Cultures-Companions-ebook/dp/B01ENQ3ZX0/ref=sr_1_2?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1531445136&sr=1-2&keywords=routledge+companion+fan

FENSTER, M. (1988). 'Country Music Video' en *Popular Music*, Vol. 7/3

FREUD, S. (2017). *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza Editorial

GRAY, J., SANDVOSS, C. y HARRINGTON, C. L (eds.) (2007). *Fandom: Identities and Communities in a Mediated World* [versión Kindle]. Nueva York: New York University Press. [Descarga previo pago] https://www.amazon.es/Fandom-Identities-Communities-Mediated-World-ebook/dp/B0028Q05EU/ref=sr_1_1?s=digital-text&ie=UTF8&qid=1531323908&sr=1-1

HINE, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC. [documento en línea] <http://www.uoc.edu/dt/esp/hine0604/hine0604.pdf>

ILLESCAS, J.E. (2015). *La dictadura del videoclip: Industria musical y sueños prefabricados*. Barcelona: El Viejo Topo.

ITO, M. (2012). *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale: Yale University Press

JENKINS, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. Oxford: Routledge.

- JENSON, Joli (1992), 'Fandom as a Pathology: The Consequences of Characterization' en LEWIS, Lisa A. (ed.) (1992), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*. Londres, Routledge [versión Kindle] pos.
- LEWIS, Lisa A. (ed.) (1992), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media* [versión Kindle]. Londres: Routledge. [Descarga previo pago] www.amazon.es/Adoring-Audience-Culture-Popular-Media-ebook/dp/B000FA632Y/ref=sr_1_1?ie=UTF8&qid=1504473695&sr=8-1&keywords=the+adoring+audience)
- O'NEILL, L. (2015). *The Representation of Miley Cyrus and Taylor Swift as Postfeminist Celebrity Musicians: Image, Text and Audiences*. Tesis de Honours Degree of Communication and Media Studies, presentada en Murdoch University. [pdf en línea] <http://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/29664/1/whole.pdf>
- POLLOCK, V. (2014) *Forever Adolescence: Taylor Swift, Erotized Innocence and Performing Normativity*. Tesis para el Degree of Masters of Arts, en la facultad de Arts and Sciences de la Georgia State University.
- SANTERO, N. K. (2016) ' "Nobody Can #DragMeDown": An Analysis of the One Direction Fandom's Ability to Influence and Dominate Worldwide Twitter Trends' en *UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers and Capstones*. 2730 [pdf en línea] <http://digitalscholarship.unlv.edu/thesesdissertations/2730>
- SHUKER, R. (2002). *Popular Music. The Key Concepts*. Oxford: Routledge.

7.2. VIDEOGRAFÍA¹⁶

Katy Perry – Swish Swish (Official) ft. Nicki Minaj (24 de Agosto de 2017). Canal: Katy Perry. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=iGk5fR-t5AU> (última vez consultado: 11 de julio).

LOS MENSAJE SECRETOS DELNUEVO VIDEOCLIP DE TAYLOR SWIFT – “Look what you made me do” | TER (28 de agosto de 2017). Canal: Ter. [vídeo streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=o7QwF62NNzU> (última vez consultado: 11 de julio).

Nicki Minaj – Anaconda (19 de agosto de 2014). Canal: Nicki Minaj. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=LDZX4ooRsWs> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Sugarland – Babe ft. Taylor Swift (9 de junio de 2018). Canal: sugarland. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=l25AL0BdD6w> (última consulta: 5 de julio de 2018)

Taylor Swift – 22 (13 de marzo de 2013). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=AgFeZr5ptV8> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – Blank Space (10 de noviembre de 2014). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=e-ORhEE9VVg> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – I Knew You Were Trouble (14 de diciembre de 2012). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=vNoKguSdy4Y> (última consulta: 11 julio 2018)

¹⁶ El formato que he seguido es el aconsejado en *Escribir sobre Música* (Chiantore, Domínguez, Martínez 2016: 202). Se ha añadido el año de publicación entre paréntesis al final del título del vídeo.

Taylor Swift – Look What You Made Me Do (27 agosto 2017). Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-CIpJxA> (última consulta: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – Mean (13 de mayo de 2011). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=jYa1eI1hpDE> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – Music Evolution (2004 – 2018) (18 marzo 2018). Jillboard100. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=-RkrZ8CjGPE> (última consulta: 7 de junio de 2018)

Taylor Swift – Music Evolution (2004 – 2018) (10 de junio de 2018). Jillboard100. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=-RkrZ8CjGPE> (última consulta: 7 de junio de 2018)

Taylor Swift – Ours (6 de diciembre de 2011). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=LZ34Llalk88> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – Shake It Off (18 de agosto de 2014). Canal: Taylor Swift. [video streaming] https://www.youtube.com/watch?v=nfWlot6h_JM (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – Teardrops On My Guitar (16 de junio de 2009). Canal: Taylor Swift. [video streaming] https://www.youtube.com/watch?v=nfWlot6h_JM (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Taylor Swift – We Are Never Ever Getting Back Together (31 de Agosto de 2012) Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=WA4iX5D9Z64> (última consulta: 11 julio 2018)

Taylor Swift – You Belong With Me (16 de junio de 2009). Canal: Taylor Swift. [video streaming] <https://www.youtube.com/watch?v=VuNIsY6JdUw> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

taylor swift & calvin harris | call it magic (18 de junio de 2015). Canal: nessa007productions. [video streaming]

<https://www.youtube.com/watch?v=zdcSmGpxBBg> (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

7.3. WEBGRAFÍA

Bruce Springsteen hace temblar hasta los cimientos el Camp Nou con su rock ante 65.000 personas. La Sexta – Noticias. 21 de febrero de 2018 [http://www.lasexta.com/noticias/bruce-springsteen-hace-temblar-hasta-los-cimientos-el-camp-nou-con-su-rock-ante-65000-personas_201605155738821e6584a80ce7acb560.html] Última vez consultado el 8 de julio de 2018

Fan. (s.f.) En Wikipedia. Recuperado el 16 de junio de 2018 de <https://es.wikipedia.org/wiki/Fan>

Madrid se llena de gritos de locura y admiración ante la llegada de Justin Bieber. La Sexta - Más Vale Tarde – Noticias. 17 de septiembre de 2017. [http://www.lasexta.com/programas/mas-vale-tarde/noticias/madrid-llena-gritos-locura-admiracion-llegada-justin-bieber_2015102857244d336584a81fd8829779.html]. Última vez consultado el 8 de julio de 2018

MIRANDA, John (2018). *Spotify's "This is:": Playlist Series Is A Hidden Gem*. Hypebot. [<http://www.hypebot.com/hypebot/2018/01/review-spotifys-this-is-artist-playlist-series.html>] Última vez consultado en 28/06/18

MUÑOZ ROJAS, I. (2017). *Por qué los padres escuchan música en Spotify... y sus hijos en YouTube*. Retina (versión online). Madrid: Ediciones EL PAÍS, s.l. [https://retina.elpais.com/retina/2017/12/26/tendencias/1514281673_843997.html] (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Real Academia Española (2014). "Fan". *Diccionario de la lengua española*. Vigésimotercera edición. (Última vez consultado el 28 de junio de 2018)

This is: Taylor Swift. Lista de reproducción de Spotify. 38 canciones, 2h27'29" [audio playlist]

[<https://open.spotify.com/user/spotify/playlist/37i9dQZF1DX5KpP2LN299J?si=JLJ7tepWQreVV7rtTvJ-jA> 28/06/18]

Urban Dictionary. 'Swifter' [<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Swifter>] (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Urban Dictionary. 'Swiftie'. [<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=Swiftie>] (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Urban Dictionary. "Fan" [<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=FAN>] (última vez consultado: 11 de julio de 2018)

Youtube. 500 vídeos más vistos de Youtube [https://www.youtube.com/playlist?list=PLirAqAtl_h2r5g8xGajEwdXd3x1sZh8hC] última vez consultado el 28 de junio de 2018

