

IASCJ
CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO - UNISAGRADO

MARCELA VIDAL GUZZO

O STORYTELLING COMO FERRAMENTA NO PERSONAL BRANDING:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE TAYLOR SWIFT

BAURU
2024

MARCELA VIDAL GUZZO

O STORYTELLING COMO FERRAMENTA NO PERSONAL BRANDING:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE TAYLOR SWIFT

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Publicidade
e Propaganda - IASCJ - Centro Universitário
Sagrado Coração – UNISAGRADO.

Orientadora: Prof.^a Dra. Jessica de Cássia Rossi

BAURU

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com ISBD

G993s	<p>Guzzo, Marcela Vidal</p> <p>O <i>storytelling</i> como ferramenta no personal branding: uma análise da construção de imagem de Taylor Swift / Marcela Vidal Guzzo. -- 2024. 35f. : il.</p> <p>Orientadora: Prof.^a Dra. Jessica de Cássia Rossi.</p> <p>Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Publicidade e Propaganda) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP</p> <p>1. <i>Storytelling</i>. 2. Personal Branding. 3. Taylor Swift. 4. Indústria Cultural. 5. Narrativas Emocionais. II. Título.</p>
-------	---

MARCELA VIDAL GUZZO

O STORYTELLING COMO FERRAMENTA NO PERSONAL BRANDING:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE TAYLOR SWIFT

Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação
apresentado como parte dos requisitos para
obtenção do título de bacharel em Publicidade
e Propaganda - IASCJ - Centro Universitário
Sagrado Coração – UNISAGRADO.

Aprovado em: ___/___/___.

Banca examinadora:

Prof.^a Dra. Jessica de Cássia Rossi (Orientadora)
IASCJ - Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO

Prof. Dr. João Marcelo Ribeiro Soares
IASCJ - Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO

Prof.^a Dra. Vanessa Grazielli Bueno do Amaral
IASCJ - Centro Universitário Sagrado Coração – UNISAGRADO

Dedico este trabalho a todas as almas que já foram cortadas em mil pedaços e se reconstruíram sozinhas.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, quero me agradecer. Uma pessoa que costumava ser muito importante na minha vida me disse que eu precisava confiar mais em mim. E esse é o primeiro passo: reconhecer que o crédito do trabalho duro colocado nesse trabalho é todo meu.

Também gostaria de agradecer à minha família, que sempre me apoiou e esteve do meu lado. Amo vocês!

Às minhas amigas, que também estiveram sempre juntas a mim e compartilhando das mesmas experiências nesse final de ano atípico. Obrigada por tudo!

E por último, mas não menos importante, agradeço à Taylor Swift. Eu sei muito bem que ela não me conhece, e nunca vai ler esse trabalho, porém ainda assim ela é importante para mim. Ela é uma mulher forte, independente, criativa e visionária, que conseguiu provar seu talento para o mundo. Taylor é resiliente, dedicada e uma verdadeira contadora de histórias, que transforma suas experiências em arte e inspira milhões de pessoas. E eu almejo ser como ela.

“A maior parte da nossa vida é uma série de imagens. Elas passam pela gente como cidades numa estrada, mas algumas vezes, um momento se congela, e algo acontece. E nós sabemos que esse instante é mais do que uma imagem. Sabemos que esse momento, e todas as partes dele, irão viver para sempre.” (One Tree Hill, 2003).

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Capa do álbum <i>Fearless</i>	17
Figura 2 – Capa do álbum 1989	21
Figura 3 – Capa do álbum <i>folklore</i>	23
Figura 4 – Castelo <i>Fearless tour</i>	26
Figura 5 – <i>Fearless tour</i>	26
Figura 6 – Era 1989	27
Figura 7 – 1989 <i>tour</i>	27
Figura 8 – Era <i>Folklore</i>	28
Figura 9 – <i>Folklore – The eras tour</i>	28

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMA	<i>American Music Awards</i>
IFPI	<i>International Federation of the Phonographic Industry</i>
NSAI	<i>Nashville Songwriters Association Internacional</i>

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	NARRATIVAS QUE VENDEM: INDÚSTRIA CULTURAL, <i>STORYTELLING</i> E <i>PERSONAL BRANDING</i>	12
2.1	A INDÚSTRIA CULTURAL	12
2.2	O <i>STORYTELLING</i>	13
2.3	O <i>PERSONAL BRANDING</i>	15
3	DE CORAÇÕES PARTIDOS A MUNDOS FICTÍCIOS: UMA ANÁLISE MUSICAL DE TAYLOR SWIFT	16
3.1	CATEGORIAS E ETAPAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO	17
3.2	HOJE FOI UM CONTO DE FADAS: ANÁLISE DE <i>FEARLESS</i>	17
3.2.1	Temas principais	18
3.2.1	Personagens e narrativas	19
3.2.2	Estratégias de <i>storytelling</i>	20
3.3	FORA DA FLORESTA: ANÁLISE DE 1989	20
3.3.1	Principais temas	21
3.3.2	Personagens e narrativas	22
3.3.3	Estratégias de <i>storytelling</i>	22
3.4	ESSA SOU EU TENTANDO: ANÁLISE DE <i>FOLKLORE</i>	23
3.4.1	Principais temas	24
3.4.2	Personagens e narrativas	24
3.4.3	Estratégias de <i>storytelling</i>	25
4	A “MARCA” TAYLOR SWIFT	26
4.1	ERA <i>FEARLESS</i> : A ASCENSÃO DA AUTENTICIDADE JOVEM	26
4.2	ERA 1989: A REINVENÇÃO E A AFIRMAÇÃO DE PODER	27
4.3	ERA <i>FOLKLORE</i> : O RECUO INTROSPECTIVO E ARTÍSTICO	28
5	TECENDO HISTÓRIAS, CONSTRUIU-SE UM IMPÉRIO: A ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	29
6	A ÚLTIMA NOTA: CONCLUSÃO	30
	REFERÊNCIAS	30

O STORYTELLING COMO FARRAMENTA NO PERSONAL BRANDING:
UMA ANÁLISE DA CONSTRUÇÃO DE IMAGEM DE TAYLOR SWIFT

Marcela Vidal Guzzo¹, Jessica de Cassia Rossi²

¹Graduanda no curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru - SP. E-mail: marcelavguzzo@gmail.com

²Orientadora da pesquisa e docente do Centro Universitário Sagrado Coração, Bauru - SP. Doutora em Ciências Sociais pela Unesp/Marília, graduado em Comunicação Social – habilitação em Relações Públicas. E-mail: jessica.rossi@unisagrado.edu.br

RESUMO

A pesquisa atual visou investigar como Taylor Swift utiliza o *storytelling* para consolidar sua marca pessoal, conectando-se com o público por meio de narrativas emotivas em suas músicas. Para tanto, foram explorados os conceitos de indústria cultural, *storytelling* e *personal branding*, e em seguida, analisados os álbuns *Fearless, 1989* e *Folklore*, destacando-se a evolução das estratégias narrativas e de imagem da artista em cada era. A metodologia incluiu revisão bibliográfica e análise de conteúdo das letras e temas dos álbuns citados, identificando elementos-chave da “marca Taylor Swift”. Os resultados mostraram que o uso de narrativas bem-estruturadas em suas canções permite que a cantora explore e expanda temas de romance, crescimento pessoal e complexidades emocionais, conectando-se profundamente com seu público. Desse modo, ela utiliza a arte de contar histórias não apenas para se diferenciar na indústria musical, mas para fortalecer seu branding pessoal de maneira única, reforçando um vínculo emocional duradouro e autenticidade com seus fãs.

Palavras-chave: *Storytelling. Personal Branding. Taylor Swift. Indústria Cultural. Narrativas Emocionais.*

ABSTRACT

The present research aimed to investigate how Taylor Swift uses storytelling to consolidate her personal brand, connecting herself with the public through emotional narratives in her songs. To this end, the concepts of cultural industry, storytelling and personal branding were explored, and then, the albums *Fearless, 1989* and *Folklore* were analyzed, highlighting the Evolution of the artist’s strategies of narrative and image in each era. The methodology has included a bibliographic review and content analysis of the lyrics and themes of mentioned, identifying key elements of the “Taylor Swift brand”. The results demonstrated that using well structured narratives in her songs allows the singer to explore and expand on themes of romance, personal growth and emotional complexities, connecting deeply with her audience. This way, she uses the art of storytelling not only to differentiate herself in the music industry, but to strengthen her personal branding in an unique way, building a lasting emotional bond and autenticity with her fans.

Keywords: *Storytelling. Personal Branding. Taylor Swift. Cultural Industry. Emotional Narratives*

1 INTRODUÇÃO

A utilização da ferramenta de contar histórias “*Storytelling*” tem se destacado na publicidade por ser um elemento que, segundo Xavier (2015), fornece um sentido envolvente a uma história que capta e atrai a atenção das pessoas e proporciona a assimilação de uma ideia central, construindo cenários imaginários fartos de significado. Desse modo, a construção de uma narrativa utilizando desse recurso, cria um universo onde os elementos, personagens e ambientes são cuidadosamente desenvolvidos e projetados para entreter. Ao contar uma história cativante, se torna mais fácil manter o interesse do público, incentivando-o a consumir o conteúdo apresentado.

O *personal branding*, por sua vez, pode ser descrito como “o processo de estabelecer uma identidade pessoal única, desenvolvendo uma comunicação ativa da identidade da marca para um mercado-alvo específico [...]” (Khedher, 2015, p.120, tradução nossa). No que se diz respeito à construção e consolidação de um *personal branding*, nessa pesquisa foi analisado como o *storytelling* pode ser um instrumento capaz de originar conexões emocionais profundas entre uma marca e seu público-alvo.

Como observado por Pine e Gilmore (2011), as marcas já não vendem produtos ou serviços, mas experiências tangíveis e memoráveis. No cenário da indústria musical, abordado nessa pesquisa, a arte de contar histórias pode ser uma maneira eficaz de construir e consolidar a marca de um artista. Eles têm a oportunidade de se conectar com seus fãs em um nível mais profundo e significativo. Cada música e cada álbum se torna um capítulo em sua história pessoal ou fictícia, criando uma abertura para suas experiências, emoções e perspectivas de mundo.

“Taylor Swift e seu mundo” e “*Storytelling* musical de Taylor Swift” são os títulos, respectivamente, dos cursos oferecidos em *Harvard* e na Universidade de Flórida no início de 2024. Eles abordaram, segundo uma matéria do jornal Estadão (2023), assuntos como as letras, canções e influência da cantora propriamente dita, além da forma como ela conta histórias através de suas músicas. Esses tópicos representam uma parte do que foi tratado nessa pesquisa, que visou analisar a carreira da cantora americana, a qual já acumulou um total de 14 *Grammy Awards* durante sua carreira e detém o título de artista da década de 2010 pelo AMAs. Ela é reconhecida no meio pela sua utilização do *storytelling* e implementação de elementos narrativos e líricos em suas canções, lhe rendendo o título de artista com mais vitórias na principal categoria do *Grammy Awards*, “álbum do ano”. (Rosenbloom, 2024).

Desse modo, a pergunta norteadora desse trabalho foi: “Como a utilização do *storytelling* por Taylor Swift contribuiu para a consolidação do seu *personal branding*?”.

Ele teve como objetivo geral investigar de que modo a utilização do *storytelling* por Taylor Swift contribuiu para a consolidação de sua marca artística e objetivos específicos de: explorar os conceitos de indústria cultural, *storytelling* e *personal branding*; analisar o *storytelling* utilizado nos álbuns *Fearless*, 1989 e *Folklore* e traçar sua evolução narrativa e, por fim, identificar a imagem, reputação e identidade associados à marca artística da cantora. Desse modo, foi trazida uma análise da carreira de Taylor Swift e de como o *storytelling* é capaz de construir um *personal branding*.

Essa pesquisa se justificou, principalmente, pelo fato de que no mundo do marketing o objetivo principal é conquistar e manter um espaço valioso na mente das pessoas. Vivemos em uma era de excessos, com uma constante avalanche de informações: palavras, símbolos, cores, marcas, tipos variados de produtos, marcas, que nos cercam a cada momento. Nesse cenário competitivo, as escolhas parecem infinitas e cada vez mais difíceis de fazer. Desse modo, são necessárias estratégias para se diferenciar dos concorrentes no meio (Bender, 2009). E o *storytelling* pode ser uma maneira eficaz se realizar esse feito.

No caso de Taylor Swift, a escolha foi especialmente relevante devido ao seu grande sucesso, podendo ser comprovado pelos recentes números de sua turnê *The Eras Tour*, que

entrou para o *Guinness Book* como turnê mais lucrativa da história, faturando mais de US\$ 1 bilhão pelas 151 apresentações que vão até dezembro de 2024. (Atwal, 2023). Além disso, ela se destaca por sua capacidade de criar narrativas em suas músicas. Por esse motivo, uma análise de conteúdo foi realizada com a intenção de entender como a cantora incorpora o *storytelling* para criar uma história coerente e envolvente. Desse modo, foi possível identificar os significados presentes nas letras de suas músicas e como eles contribuem para sua imagem artística.

A metodologia adotada para esse trabalho envolveu três etapas. Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica. Segundo Gil (2002), a pesquisa bibliográfica refere-se ao processo que envolve a leitura, análise e interpretação de diversos tipos de materiais impressos, tais como livros, documentos mimeografados ou fotocopiados, imagens, manuscritos, periódicos, entre outros. Nesse caso, foram abrangidas obras acadêmicas, livros e artigos relacionados aos conceitos de indústria cultural, *storytelling* e *personal branding*. Essa revisão teve como objetivo fornecer uma base teórica sólida para a análise que foi realizada.

Em seguida, foi realizada uma análise de conteúdo, que segundo Bardin (1997), é um conjunto de ferramentas metodológicas em constante desenvolvimento, aplicadas a discursos variados tanto no conteúdo quanto na forma. Essa análise examinou dois tópicos. Primeiramente as letras e narrativas dos álbuns *Fearless*, 1989 e *Folklore* da cantora Taylor Swift, e posteriormente, sua imagem e posicionamento nas épocas desses lançamentos. A escolha desses três discos e suas respectivas eras se deu pela representação de fases extremamente importantes e distintas da carreira da cantora.

2 NARRATIVAS QUE VENDEM: INDÚSTRIA CULTURAL, *STORYTELLING* E *PERSONAL BRANDING*

2.1 A INDÚSTRIA CULTURAL

A indústria cultural é um conceito fundamental para entender como a produção e o consumo de cultura e entretenimento se dão no contexto capitalista moderno. Desse modo, esse item procurou explorar sua influência, com destaque sobre a música e dar início a um trabalho que mostrou como, mesmo dentro desse sistema, é possível redefinir sua trajetória e criar um espaço para a autenticidade e a reflexão.

Adorno e Horkheimer (1944) foram os primeiros autores a tratar sobre a indústria cultural. O cenário da época, na qual ocorria a Segunda Guerra Mundial, levou ambos a desenvolverem um pensamento crítico a respeito de como era possível influenciar e impor opiniões e ações à população devido à cultura de massa. E, conseqüentemente, chegaram à conclusão de que todos os meios de comunicação estavam indo na mesma direção, ao propagarem a mesma ideia para um público homogeneizado. “A técnica da indústria cultural levou apenas à padronização e à produção em série, sacrificando o que fazia a diferença entre a lógica da obra e a do sistema social” (Adorno; Horkheimer, 1944. p.157).

Na área musical, Adorno (1938), trouxe o conceito de “fetichismo na música”. Para ele, elas passaram a ser apenas mercadorias. O fato de terem uma uniformidade em seu estilo, estética e musicalidade basicamente faz com que o público não tenha o livre arbítrio de perceberem o que realmente gostam ou se interessam. Desse modo, a produção em massa desses conteúdos segue fórmulas e padrões repetidos para garantir o sucesso comercial.

Dentro dessa indústria, a transformação de indivíduos em produtos comerciais também é uma prática comum. Dyer (1998, tradução nossa) argumenta que os artistas não são reconhecidos apenas por seus trabalhos, mas também por suas imagens construídas pela mídia para serem comercializadas. Isso gera um ciclo no qual as personalidades precisam constantemente reforçar suas marcas para manter a relevância no mercado. Elas se tornam

símbolos, representando valores, estilos de vida e aspirações que o público deseja consumir, transformando-se em mercadorias assim como os produtos culturais que produzem.

Desse modo, conceito de autenticidade na indústria cultural se torna um paradoxo, pois a busca pela expressão interna do artista, muitas vezes, se choca com as exigências comerciais do mercado. E o consumidor, por sua vez, é moldado por elas. Torre (2023), conduzindo essa ideia à atualidade, afirma que:

A nova versão da indústria cultural digital pressupõe a produção de uma nova condição humana, uma nova ontologia: extrai novas formas de comportamento, produz um deslocamento das massas para o espaço digital (gerando uma atomização ainda maior da sociedade), transforma o lazer, a economia, a sociabilidade, as subjetividades, as identidades, a sexualidade, a estética, entre outros. (Torre, 2023, p. 191).

Na música pop, por sua vez, a padronização é especialmente evidente com canções seguindo estruturas semelhantes, como o uso de refrãos cativantes e versos repetitivos. Contudo, é possível equilibrar esse aspecto ao trazer narrativas pessoais e autênticas, como é o caso de Taylor Swift. Esse tema se torna especialmente relevante, conseqüentemente, ao relacionarmos a dimensão de sua relevância ao fato de que a indústria da música movimenta bilhões de dólares anualmente, sendo um dos principais setores da indústria cultural. De acordo com a IFPI (2023), o mercado global de música gravada gerou uma receita de US\$ 26,2 bilhões em 2022 e em 2023 houve um crescimento de 10,2%. E em ambos os anos, a artista mais popular e *bestseller* foi Taylor Swift.

2.2 O STORYTELLING

A arte de contar histórias; uma ferramenta de comunicação. Embora essas definições capturem parte essencial do conceito de *storytelling*, há muito mais a ser explorado sobre o tema. Portanto, este tópico abordou sua essência, suas principais características e a maneira como essa técnica tem sido empregada de forma estratégica no campo dos negócios e da comunicação.

Segundo Núñez (apud Xavier, 2015), o *storytelling* é capaz de criar uma sequência de elementos que apelam aos nossos sentidos e emoções. As histórias são construídas de modo a atrair e emocionar o consumidor, que por sua vez se conecta ou se identifica com elas de alguma maneira.

Voltando um pouco na história, é possível percebermos que o ser humano sente, desde quando passou a se expressar por meio da linguagem, impulsos por contar histórias. Nas primeiras evoluções humanas, tinham uma consciência, ainda que instintiva, da necessidade de registrar os acontecimentos diários, aprendizados sobre a natureza ou conquistas. Sabemos disso, pois eles fizeram questão de armazenar essas histórias onde podiam, como nas paredes de cavernas. Quem aprendia essas informações, sobrevivia. Essa é uma razão científica do porquê histórias se fixam em nossas mentes. (Luhn, 2008, tradução nossa).

Inicialmente, essa técnica era mais reconhecida por ser utilizada em obras da literatura e do cinema. O conhecido poeta William Shakespeare, por exemplo, foi uma figura que “definiu a história moderna e inventou o que agora são técnicas indispensáveis de *storytelling*” (Eastman, 2021, p.6. tradução nossa). Mas, de repente, a publicidade se viu utilizando-se desse recurso também.

No campo do marketing e da publicidade, a atenção do público é um elemento de extrema importância. É essencial captar essa atenção e possuir um diferencial que se destaque em meio aos concorrentes. Então, nesse contexto altamente competitivo, de intensas disputas por espaço na mente das pessoas e lutas acirradas para captar sua atenção, cada pedacinho do

nosso cérebro se torna alvo da mídia. Quem for melhor em atrair e manter a atenção, ganha (Bender, 2009).

É agora, então, que o *storytelling* entra em cena. Como uma ferramenta capaz de atrair a atenção. Muitas pessoas reconhecem que o mundo digital possui uma enorme influência em nossa sociedade atual e vida pessoal individual. Xavier (2015) afirma que, de repente, começamos a viver entre uma vida real e outra virtual, as quais se entrelaçaram de tal forma que já não conseguimos distinguir claramente os limites entre elas. E a partir dessa perspectiva, surge a compreensão do *storytelling* como uma ferramenta útil no meio do marketing:

O clique deflagrador da revitalização do *storytelling* acontece no momento em que o mundo digital se estabelece definitivamente entre nós, trazendo novas conexões, novas oportunidades de expressão, novos poderes, novas incertezas: uma realidade em que todos se tornam geradores de conteúdo e unidades de mídia ao mesmo tempo. (Xavier, 2015, p.15).

Portanto, devido a essa realidade cheia de informação no mundo digital conforme Xavier afirmou, é necessário que tenha um fator que chame a atenção das pessoas de uma maneira mais efetiva. Haven (2007) argumenta que o cérebro humano é neurologicamente projetado para processar informações narrativas de maneira mais eficaz do que fatos isolados ou dados estatísticos. Ele defende que, ao utilizar histórias, educadores e comunicadores podem melhorar significativamente a retenção de informações e o engajamento do público.

Mas o que ele tem de diferente? O que o torna tão especial? A resposta pode não ser tão clara para alguns, mas na verdade é bem simples. Os consumidores estão à procura de algo além do óbvio. Eles não estão mais interessados em ouvir propagandas superficiais, que não procuram nada a não ser vender.

As pessoas estão à procura de conexões novas e emocionais. Elas procuram algo para amar [...] Só existe uma forma de prosperar como profissional de marketing na economia da atenção: parar de correr atrás de modismos e dedicar-se a estabelecer conexões consistentes e emocionais com os consumidores. Se você não representa nada, falha em tudo. (Roberts, 2004, apud Xavier, 2015, p. 39).

É explicado por Kotler et al. (2017) que, na era digital, o marketing deve focar na criação de valor e em relacionamentos duradouros com os consumidores, em vez de simplesmente vender produtos. Eles argumentam que o sucesso das marcas está na habilidade de comunicar um propósito que ressoe com o público, indo além de uma mera transação. De forma semelhante, "as pessoas não compram o que você faz, mas por que você o faz" (Sinek, 2009, p.38). Assim, "grandes histórias, quando contadas bem, são memoráveis, impactantes e pessoais" (Luhn, 2008, p.25. tradução nossa).

Desse modo, ao ouvir uma história, as pessoas estão mais propensas a não só prestarem atenção, mas também a se conectarem e recordarem da informação captada. Inclusive, neurocientistas chegaram a afirmar que "o ser humano médio fica mais de 30% do tempo devaneando, ou seja, sonhando acordado – a menos que esteja lendo, ouvindo ou assistindo ao desenrolar de uma história" (Miller, 2019, p.15).

E na música mantêm-se um princípio semelhante. Esse recurso se dá como uma forte ferramenta de conexão emocional, permitindo que os artistas criem narrativas que ressoam e conversam com o público. A música tem a capacidade única de narrar histórias de uma forma que combina melodia, ritmo e emoção, potencializando o impacto das palavras. (Frith, 1998, tradução nossa). E ainda, Spitzer (2021, tradução nossa), argumenta que a estrutura narrativa em canções facilita a imersão dos ouvintes em mundos fictícios ou experiências pessoais.

No que se diz respeito à construção do *storytelling*, diversos autores já apresentaram suas abordagens acerca da estrutura mais eficaz. Entre as teorias mais difundidas, está a

“jornada do herói”, trazida por Joseph Campbell (1997) em sua obra “O herói de mil faces”. Ele identificou essa estrutura narrativa como fator em comum em mitos e histórias de diversas culturas ao longo dos tempos, trazendo-a a atualidade. Ela acabou sendo adotada em diferentes campos, na como literatura, cinema, música e marketing.

McKee (1997) foi um dos responsáveis por aperfeiçoar a teoria de Campbell. Segundo o autor, são necessários cinco elementos fundamentais: personagem, objetivo, conflito, clímax e resolução. Quando eles são devidamente elaborados e integrados, eles conferem à narrativa a capacidade de envolver e emocionar o público, proporcionando uma experiência imersiva e emocionalmente significativa.

Assim, em um meio repleto de informações e estímulos, a verdadeira diferença é feita por aqueles que conseguem transformar simples narrativas em experiências inesquecíveis. No final, é a arte de contar histórias que não apenas captura a atenção, mas também atinge as emoções. Ela é capaz de deixar a sua marca.

2.3 O PERSONAL BRANDING

Sua marca pessoal; sua imagem. O *personal branding* é o meio pelo qual é possível se valorizar no mercado e construir uma reputação. Desse modo, o item atual abordou esse conceito, conhecendo sua definição e explorando como a construção e o gerenciamento de uma marca pessoal podem ser determinantes para a visibilidade e reputação no mercado.

No meio dos negócios, as pessoas podem ser consideradas marcas que necessitam ser vistas e adquiridas antes que sejam perdidas diante da “chuva de informações” que recebem diariamente. Seus nomes devem ser cuidadosamente construídos de modo a valorizar suas imagens, e conseqüentemente, seus trabalhos. Segundo Bender (2009), “seu nome é uma marca que precisa ser lembrada, precisa ter visibilidade, precisa ter diferenciais, precisa ser percebida com valor”. (Bender, 2009, p.47)

Peters (1997, tradução nossa) foi quem popularizou o conceito de *personal branding*. Ele enfatizou a importância de gerenciar a marca pessoal como se fosse um produto, sugerindo que os profissionais adotem estratégias de marketing para se promoverem. Construir uma marca pessoal requer autoconhecimento profundo e a habilidade de comunicar esse conhecimento de forma estratégica e impactante.

Além disso, Peters ainda observou que a globalização e a internet transformaram o mercado de trabalho, tornando a construção de sua marca pessoal uma necessidade para qualquer pessoa que deseje avançar em sua carreira. E, contribuindo à essa ideia, Bender (2009) afirma:

Vivemos em uma era de excessos em que a informação disponível funciona como uma verdadeira avalanche de palavras, símbolos, cores, marcas, tipos de produtos, acessos diferentes, opções múltiplas e infinitas escolhas. Escolhas, escolhas. Muitas escolhas. (Bender, 2009, p.43).

Ainda de acordo com Bender, uma das perguntas mais importantes a se fazer é “para onde você quer ir?”. Ao responder essa questão, é possível ter uma visão clara do que se deseja atingir e onde se almeja chegar. Desse modo, torna-se mais fácil encontrar caminho ideal para construir uma marca pessoal alinhada a esses propósitos.

A promoção do “Eu” muitas vezes é mais importante do que a do produto ou serviço. A aplicação de estratégias de *personal branding* pode resultar em maior visibilidade e credibilidade. Isso facilita o alcance de oportunidades profissionais e estabelece uma reputação sólida dentro do setor em que se está atuando. Porque, na maioria das vezes, se ninguém souber quem é você ou qual a sua reputação, é mais difícil de se interessar pelo que você tem a oferecer.

Na indústria musical, uma boa estratégia de *personal branding* se torna crucial para o sucesso duradouro de um artista. De acordo com Hesmondhalgh (2013, tradução nossa), na era digital, músicos precisam não apenas criar boas músicas, mas também desenvolver suas identidades públicas, comunicando uma narrativa. Elas são o que diferencia um artista no mercado, gerando uma base de fãs leais e permitindo que a imagem do artista evolua ao longo do tempo. A música, nesse caso, torna-se um veículo para contar histórias pessoais e consolidar a identidade pública do artista.

Ainda, é importante considerar que a marca de cada indivíduo deve estar em constante evolução para que se desenvolva juntamente com o artista. É necessário que o *personal branding* se adapte de acordo com as mudanças no mercado e as expectativas dos consumidores. Nesse contexto, Deckers e Lacy (2011, tradução nossa) afirmam que:

Você está constantemente mudando e crescendo, assim como sua história. Cada projeto no qual você trabalha e todo cliente com quem você entra em contato irá mudar sua história. Você terá mudanças na experiência, habilidades e opiniões na sua indústria. Sua top três realizações irão mudar conforme você adicionar novos sucessos. (Deckers; Lacy, 2011, p.25).

Portanto, a construção de uma marca pessoal não é um processo instantâneo, mas sim uma jornada que exige planejamento estratégico e autenticidade para construir uma reputação no mercado. Desse modo, a seguir foi explorado como o *storytelling* é capaz de ser utilizado como ferramenta para moldar um *personal branding* e representar a imagem de um artista.

7 DE CORAÇÕES PARTIDOS A MUNDOS FICTÍCIOS: UMA ANÁLISE MUSICAL DE TAYLOR SWIFT

A cantora americana Taylor Alison Swift, conhecida por sua habilidade em incorporar o *storytelling* em suas canções, foi escolhida como objeto de estudo desta pesquisa. Em seu documentário *Folklore: Sessões no Long Pond Studio* (2020), Taylor reflete sobre o processo criativo na composição de suas músicas, destacando sua paixão pela escrita narrativa. Em suas palavras, ela ressalta a relação entre música e narrativa: "Às vezes, quando estou escrevendo para uma faixa instrumental, aperto o play e imediatamente vejo uma cena definida". (*Folklore: long pond studio sessions*, 2020, 1h12m37s).

Ela iniciou sua carreira com apenas 16 anos ao lançar seu primeiro álbum autodenominado "Taylor Swift", sua estreia no *country*. Desde então, a cantora transitou entre o *pop*, *rock* alternativo e *indie*, demonstrando uma versatilidade musical que reflete tanto seu crescimento artístico quanto sua habilidade em se conectar com diferentes públicos. Essa transição entre gêneros evidencia não só sua criatividade, mas também uma estratégia de construção de imagem, na qual a cantora se reinventa a cada álbum a partir da narração de histórias pessoais ou fictícias.

Sua discografia inicial tem como foco composições bastante pessoais, muitas vezes inspiradas por suas próprias experiências, o que contribuiu para sua grande conexão com os fãs. No entanto, ao longo de sua evolução como artista, ela também começou a explorar temas mais universais e fictícios, ampliando suas narrativas. Segundo Burt (apud Pazzanese, 2023, tradução nossa) em um artigo para a *The Harvard Gazette*,

Ela tem um ouvido excelente em termos de como as palavras se encaixam. Ela tem um senso tanto de escrever músicas que transmitem um sentimento que consegue te fazer imaginar que esses são os sentimentos do próprio autor, como em "*We Are Never Ever Getting Back Together*", quanto uma maneira de contar histórias e criar personagens. (Burt apud Pazzanese, 2023, tradução nossa).

Desse modo, ela não apenas se consolidou como um ícone criativo na indústria musical, mas também como uma das vozes mais influentes da cultura pop, abordando desde questões de relacionamentos até discussões sobre saúde mental, independência e identidade.

Portanto, a seguir foram realizadas análises de conteúdo que visaram um entendimento do *storytelling* criado pela cantora em suas canções, para que fosse possível observarmos na análise posterior como ele contribuiu para o *personal branding* da mesma durante aquelas eras. Os álbuns foram, respectivamente, *Fearless*, 1989 e *Folklore*, todos ganhadores do prêmio de “álbum do ano” pelo *Grammy Awards*.

3.1 CATEGORIAS E ETAPAS DA ANÁLISE DE CONTEÚDO

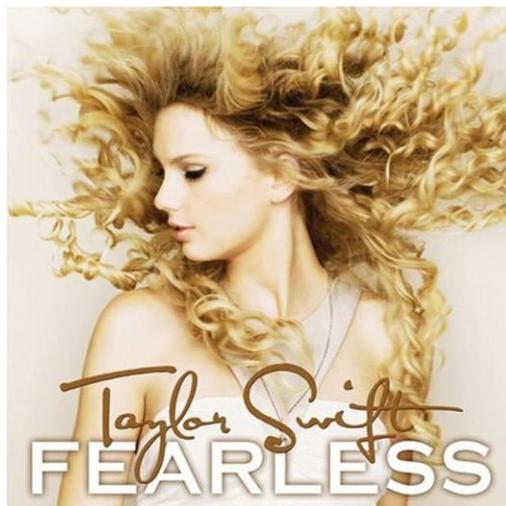
A análise de conteúdo em seguida foi dividida entre os subtópicos: temas principais, personagens, narrativas e estratégias de *storytelling*. Em cada um deles, foi explorado, de forma mais profunda, o *storytelling* estruturado nas músicas de cada um dos álbuns trazidos.

Nos temas principais, foram abordados os tópicos recorrentes que estão presentes em *Fearless*, revelando os sentimentos e situações que caracterizam a fase retratada. A seção de personagens trouxe a construção e desenvolvimento das figuras presentes nas músicas, destacando como elas evoluem ou permanecem constantes ao longo das faixas. No que diz respeito às narrativas, a análise focou sobre as tramas e histórias contadas, investigando o significado e representação geral das composições. E por fim, as estratégias de *storytelling* examinaram as técnicas que Swift utilizou para envolver o ouvinte e como ela cria uma conexão emocional e constrói um universo narrativo que dialoga diretamente com seu público.

3.2 HOJE FOI UM CONTO DE FADAS: ANÁLISE DE *FEARLESS*

Seu segundo álbum de estúdio, intitulado *Fearless* (em português, destemido(a)), foi lançado em 11 de novembro de 2008 pela gravadora *Big Machine Records*. Esse álbum, cuja capa pode ser observada na Figura 1, vendeu 2.4 milhões de cópias em 11 semanas de seu lançamento, segundo uma matéria do jornal digital *The New York Times* (2009), e rendeu à cantora seu primeiro *Grammy Award* de “álbum do ano”, que é a maior premiação musical da atualidade.

Figura 1- Capa do álbum *Fearless*



Fonte: Keefe (2008).

A escolha desse álbum como primeiro objeto de análise se deu pelo fato de ele representar o primeiro grande sucesso da carreira da artista. Foi a partir desse momento que ela passou a ganhar um maior reconhecimento na indústria musical e receber uma quantidade significativa de prêmios e críticas, tanto positivas quanto negativas, da mídia. O impacto do seu segundo disco consolidou seu nome dentro da indústria.

Em um artigo para a revista *Rolling Stone*, Rosen (2008, tradução nossa) afirma que “é difícil não ser conquistado pela ingenuidade das narrativas de romance escolar de Swift” presente no álbum. Enquanto Malec (2009, tradução nossa), para a *American Noise*, revelou sua opinião a respeito do disco ao assimilar que, assim como Taylor sugeriu sobre seu primeiro disco, *Fearless* também confirma seu talento único para estruturar narrativas e construir personagens reais que se assemelham a nós.

3.2.1 Temas principais

Esse item apresentou a análise das principais temáticas contidas no disco, no qual percebermos de modo claro como as histórias criadas pela cantora foram estruturadas nas canções de modo a representarem uma fase em sua vida na qual o tão sonhado conto de fadas algumas vezes parece perto de se realizar, e outras, apenas um sonho distante.

Em uma publicação em seu *Instagram*, a própria Taylor Swift definiu *Fearless* como

[...] um álbum cheio de magia e curiosidade, a felicidade e a devastação da juventude. Era o diário das aventuras e explorações de uma adolescente que aprendia pequenas lições com cada nova rachadura na fachada do final de conto de fadas que a foi mostrada nos filmes. (Swift, 2021).

Desse modo, foi observado que as faixas exploram bastante temas universais da juventude, como o amor, o desgosto, a coragem e o crescimento pessoal. Muitas das canções refletem experiências da adolescência e os altos e baixos dos relacionamentos amorosos. Um momento no qual uma garota destemida, pronta para novas experiências, encontra o amor e o mundo real, vivendo muito do que ele nos tem a oferecer.

O romance é um dos principais temas encontrados. A canção *Jump Then Fall* é um grande exemplo da representação do amor idealizado e da euforia de se apaixonar pela primeira vez. Ela expressa confiança no amor e o anseio de se entregar completamente a seu amado, ainda que mesmo diante das incertezas, demonstrando o otimismo e a fé que a protagonista tem de que eles estarão sempre lá para amparar um ao outro.

Desilusões amorosas é algo que não pode faltar em uma narrativa sobre uma jovem descobrindo a paixão pela primeira vez. Em músicas como *White Horse*, *Breathe* e *You're Not Sorry*, são retratados momentos de melancolia advindos da quebra de expectativas em um relacionamento. O eu lírico lida com a perda tanto de uma maneira furiosa, quanto mais introspectiva e reflexiva, mostrando a dor de ter que deixar alguém ir ainda que soubesse que foi a decisão certa.

As canções *You Belong With Me*, *Hey Stephen* e *Untouchable* apresentam a temática de amor não correspondido. A primeira é sobre querer desesperadamente que o outro veja o que a protagonista vê – que eles pertencem um ao outro. Ela reflete o sentimento de frustração de ver a pessoa amada com alguém que não a valoriza da maneira certa, assim como em *Untouchable*. Já a segunda, ainda que se trate do mesmo tema, traz uma abordagem mais leve e otimista. *Hey Stephen* é mais sobre o charme do flerte não concretizado e sobre como o simples ato de gostar de alguém pode ser positivo, embora sem reciprocidade.

E por fim, o álbum traz um contexto de coragem e crescimento, que se dá a partir do cenário de saída da adolescência e enfrentamento da vida adulta. *Change* aborda a temática da

superação e da esperança de transformação. Ela demonstra um empoderamento e resiliência, em que o foco está no crescimento e na força interior que surge ao enfrentar momentos difíceis.

3.2.2 Personagens e narrativas

Os personagens presentes em *Fearless* foram divididos em dois contextos. O primeiro envolve a representação dela própria, considerando as diferentes personalidades que ela assume dentro da temática geral do álbum. Já o segundo diz respeito às figuras secundárias, ou seja, as pessoas que ocupam um papel de coadjuvantes nas narrativas.

A sonhadora romântica é o papel que Taylor mais assume, representando uma jovem que enxerga o amor como uma experiência cheia de esperança, intensidade e fantasia. Ela anseia por primeiros amores e possui expectativas idealizadas de relacionamentos. Em contrapartida, também há a existência da garota com o coração partido. Nessas canções, como *Forever & Always*, ela se sente traída e machucada por uma relação que não foi como o esperado.

O par romântico presente também desempenha um papel essencial, servindo como o foco das emoções da jovem que ela encarna. Esse personagem masculino é frequentemente idealizado, representando o parceiro perfeito ou o príncipe encantado, como vemos em *Love Story*, mas também pode ser tratado de uma maneira negativa. O parceiro, nesse contexto, assume uma dualidade: às vezes é a figura do sonho romântico, mas em outras, é o causador da dor ou da decepção.

Por fim, também temos os personagens nomeados Stephen e Abigail que aparecem, respectivamente, nas canções *Hey Stephen* e *Fifteen*. Eles deixam as narrativas mais ricas ao tornarem a ambientação mais fácil de visualizar. Além disso, Abigail tem sua característica de cabelos ruivos revelada, o que contribui ainda mais para estimular a imaginação do ouvinte.

Já as narrativas, Taylor as constrói alternando entre contos de fadas idealizados e histórias de crescimento pessoal através da dor e da decepção. A combinação dessas situações cria uma experiência emocional que apresenta os altos e baixos do amor.

O single *Love Story*, já citado anteriormente, é uma das faixas mais icônicas do álbum e exemplifica perfeitamente a narrativa de um conto de fadas. A música é uma releitura da clássica história de *Romeu e Julieta*. Ela gira em torno de um amor proibido que tem a protagonista como uma jovem sonhadora que acredita em um final feliz. Apesar das dificuldades, a música termina com o pedido de casamento, representando que o amor verdadeiro é capaz de enfrentar qualquer barreira. São utilizadas metáforas de reinos e histórias de princesas para criar uma atmosfera mágica, como por exemplo em “veja as luzes/veja a festa/veja os vestidos de baile” e “você será o príncipe e eu serei a princesa”. (Swift, 2008).

Em *White Horse*, pode-se observar de uma forma bem explícita um exemplo da narrativa contrária, de decepção da fantasia de “conto de fadas”, nos trechos: “[...] eu não sou sua princesa/isso não é um conto de fadas” e “eu era uma sonhadora antes de você me desapontar” (Swift, 2008). Assim, a imagem de um “príncipe encantado” vindo em um “cavalo branco” se desfaz à medida que ela se confronta com a verdade de um relacionamento que não a faz feliz.

Já em outras canções, como *You're Not Sorry* e *Breathe* percebemos um contexto de crescimento pessoal através da dor. A primeira expressa a decepção e o sentimento de traição em um relacionamento. A protagonista percebe que foi enganada por alguém que fingiu ser quem não era, e agora, depois de várias tentativas de perdoar e seguir em frente, ela chega à conclusão de que as desculpas e promessas não são sinceras. Enquanto *Breathe* aborda o fim de um relacionamento, mas de uma forma menos amarga. A narrativa aqui é sobre a tristeza que acompanha o término, mas que também implica em aceitação. A protagonista sente a dor da separação, mas sabe que deve continuar sua vida, apesar da perda, refletindo um processo de amadurecimento.

3.2.3 Estratégias de *storytelling*

As estratégias de *storytelling* são muito importantes para que haja uma coesão no objeto, facilitando a compreensão e conexão com o público. Taylor cita em seu documentário *Miss Americana* (2020) que “[...] todos que trabalham com música tem o seu nicho de especialidade que os distingue dos demais. E *storytelling* é o meu. Eu sei que se eu não escrevesse minhas próprias músicas, eu não estaria aqui”. (*Miss Americana*, 2020, 11m20s).

Desse modo, aqui observamos três principais estratégias utilizadas no álbum *Fearless* que contribuíram para a consolidação das histórias nele narradas. A primeira é a personificação de emoções. Ela cria personagens e situações que ressoam com o público, especialmente os jovens, que vivem ou viveram sentimentos como os primeiros amores, decepções e amadurecimento. São narrativas que muitos jovens são capazes de se identificar, contribuindo para uma maior proximidade entre o emissor e o receptor.

As narrativas visuais que Swift constrói também contribuem para a estratégia. As letras frequentemente têm um caráter visual e cinematográfico, o que permite que o ouvinte imagine cenas enquanto a música toca. Por exemplo, em *You Belong With Me*, ela descreve com detalhes as diferenças entre ela e a rival em seu interesse amoroso, criando uma cena clara e fácil de visualizar.

Ao final, é possível verificar uma construção clara de personagens e arcos narrativos, como já observado. Cada música de *Fearless* apresenta um personagem ou uma versão da protagonista, dentro do contexto explorado de experiências de amor, perda e aprendizado. Em músicas como *The Way I Loved You* e *The Other Side of The Door*, ela apresenta protagonistas que enfrentam relacionamentos complicados, marcados por intensidade emocional ou brigas. Em contraste, músicas como *Fearless* e *The Best Day* trazem personagens otimistas, que se jogam no amor com confiança, seja ele romântico ou familiar. Esses arcos narrativos auxiliam a contar histórias completas, que evoluem e chegam a um clímax emocional, refletindo o crescimento e a mudança das personagens ao longo do álbum.

3.3 FORA DA FLORESTA: ANÁLISE DE 1989

O álbum 1989, lançado em 2014, marcou uma transição bastante significativa na carreira de Taylor Swift. Foi com seu quinto trabalho, cuja capa pode ser observada na Figura 2, que a artista deixou de lado suas raízes no *country* e entrou definitivamente no universo do *pop*, consolidando-se como uma das maiores estrelas da música contemporânea. Esse álbum é repleto de sintetizadores e batidas eletrônicas, contrastando com os elementos acústicos de seus álbuns anteriores. 1989 foi um grande sucesso comercial e de crítica, gerando alguns dos seus maiores *hits* como *Shake It Off*, *Blank Space*, e *Bad Blood*.

Figura 2 – Capa do álbum 1989



Fonte: Bonanos (2014).

Lee (2014), em um artigo da revista americana *The Hollywood Reporter*, apontou que esse álbum deixou “sua rara habilidade de escrever para múltiplas audiências e idades ainda mais universal”. Enquanto isso, em um artigo para o *The Guardian*, Empire (2014, tradução nossa) também elogia 1989 ao pontuar que “o quinto disco de Swift é uma confecção ousada e fofqueira que aproveita seus pontos fortes – pontos fortes que definem o *pop* moderno, com sua obsessão com a vida privada das celebridades e destaque em emoções intensificadas”.

Desse modo, foi devido ao seu grande sucesso e marco como transição de carreira da cantora, que esse álbum foi escolhido como nosso segundo objeto de análise. Então, a seguir estão presentes as análises, com os mesmos critérios anteriores, do álbum de mais sucesso de Taylor, que vendeu 1.287 milhões de cópias em sua primeira semana de lançamento. Fato surpreendente considerando que, com o surgimento de cada vez mais plataformas de streaming online de música, o número de compras de CDs e discos físicos caiu consideravelmente. (FERENCE, 2014).

3.2.1 Temas principais

As temáticas tratadas nesse disco possuem mudanças significativas em relação aos anteriores. Neles, Taylor focava principalmente em suas experiências pessoais e romances adolescentes, já 1989 marca sua transição para letras que abordam o amor e as emoções de maneira mais distanciada, madura e até nostálgica. Os principais temas observados foram: liberdade e renascimento; amor complicado e enfrentamento e superação.

Welcome to New York e *Clean* são exemplos de músicas que abordam os temas de liberdade e sensação de recomeço. A primeira reflete uma nova fase na vida da cantora, onde ela se sente livre das expectativas do passado e pronta para alcançar novas oportunidades. Já em *Clean*, o foco está no processo de cura emocional. A canção representa o sentimento de se libertar de amarras emocionais e encontrar paz interior após um período turbulento. Os temas de autossuficiência, empoderamento e reinvenção pessoal estão presentes em diversas faixas, refletindo uma era marcada pela busca de independência e pela construção de uma nova identidade.

O amor complicado também se faz presente, algo clássico das narrativas de Taylor. Em faixas como *Out Of The Woods* e *Wonderland*, ela aborda relacionamentos intensos, mas ao mesmo tempo com empecilhos e entendimento das dificuldades que vêm com o amor. Há uma compreensão mais madura sobre a complexidade das relações, olhando para o passado e refletindo com outra visão sobre como as situações eram e como poderiam ter sido diferentes.

1989 também aborda a temática de enfrentamento e superação. Ela pode ser encontrada em dois dos seus hits mais famosos, *Shake It Off* e *Blank Space*. Em ambas, Taylor lida diretamente com as críticas e os julgamentos da mídia, encarando-os e mostrando que eles não a definem. Esse tema reflete bastante uma transição da cantora para uma fase mais confiante e independente, na qual ela assume o controle de sua narrativa pessoal e artística.

3.2.2 Personagens e narrativas

É notável que Taylor assume papéis mais maduros nesse disco, visto que nessa fase ela não é mais uma jovem desbravando a vida, mas sim uma mulher segura de si, que enfrenta com clareza as complexidades da vida e da fama.

A nostálgica que reflete sobre o passado e a mulher apaixonada são protagonistas em grande parte das músicas. Na faixa *I Wish You Would*, por exemplo, é possível observarmos que o eu lírico relembra momentos passados e fim de relacionamentos, imaginando cenários

alternativos e questionando as escolhas feitas. E em *This Love*, há a exploração do lado emocional e romântico, retratando uma pessoa profundamente afetada pelos altos e baixos de relacionamentos intensos. Nesse mesmo contexto, temos o par romântico, aparecendo tanto como uma figura da memória quanto de desejo atual. Assim como a narradora, ele também é muitas vezes visto sob a lente do passado, sendo lembrado por seus erros e falhas. No entanto, em outras canções, como *Wildest Dreams*, ele é visto como um homem apaixonante, misterioso e sedutor que gera um relacionamento intenso e memorável.

Além dos clássicos personagens das narrativas de romance, Taylor também se declara como uma mulher independente e empoderada. Nas músicas *New Romantics* e *Welcome to New York*, a cantora representa a figura de uma mulher que abraça a liberdade, a independência e o empoderamento. Aqui, ela celebra uma nova fase de sua vida, na qual a independência emocional e pessoal é muito importante.

No que diz respeito às narrativas, 1989 apresenta canções menos autobiográficas e mais gerais, simbolizando ideias mais amplas sobre o amor e a liberdade. A estrutura narrativa não segue uma linha do tempo tradicional, ou seja, ela cria histórias que se alternam entre memórias e desejos, passado e futuro.

Muitas das histórias narradas nesse álbum apresentam uma estrutura de dualidade, como amor vs. Desamor e liberdade vs. insegurança. Em *Blank Space* e *Clean*, por exemplo, esse dualismo cria tensões narrativas e faz com que o ouvinte acompanhe os altos e baixos da história. Essa duplicidade também se vê bastante presente quando Taylor constrói uma narrativa alternando passado e presente. Em *All You Had To Do Was Stay* essa característica está exposta com intensidade no refrão “Ei, tudo que você tinha que fazer era ficar/Me tinha na palma da sua mão, então/Por que você teve que ir e me trancar para fora quando te deixei entrar?” e “Ei, agora você diz que quer de volta/Agora que é tarde demais”. (Swift, 2014).

3.2.3 Estratégias de *storytelling*

1989 apresenta diversas estratégias interessantes que contribuem para a construção de suas músicas em formato de histórias. Essas técnicas incluem a presença de falas, recursos sonoros que se interligam com as temáticas das canções e descrições precisas de características. A seguir, foram detalhadas essas estratégias narrativas que representam o álbum em termos de *storytelling* musical.

A frequência da aparição de falas durante as faixas é algo bastante notável no disco. Em faixas como *Style* esse recurso é bastante utilizado, evidente em: “Eu digo: eu ouvi, oh/que você estava por aí com alguma outra garota” e “Ele diz: o que você ouviu é verdade/mas eu não consigo parar de pensar em você [...]”. (Swift, 2014). Essa característica deixa a canção mais dinâmica e crível.

Outra técnica que Taylor utiliza bastante é aplicação de recurso sonoros que completam as histórias narradas. Em uma parte de *Out Of The Woods*, quando a letra descreve um acidente que leva os personagens ao hospital, pode-se ouvir ao fundo o som de um soro escorrendo. Da mesma forma, em *I Know Places*, é utilizado o som de um gravador no início e no final da música, simbolizando a ideia central da canção de que os protagonistas estão constantemente sendo vigiados e perseguidos. Esses sons ajudam a criar uma experiência sensorial e imergir o ouvinte ainda mais dentro da narrativa.

E, finalmente, foi observado que Swift não se poupou da utilização de adjetivos descritivos em 1989. Essa ação contribui para a criação de imagens mentais mais claras para o receptor, como em *Wildest Dreams* que, ao descrever seu interesse como “ele é tão alto e bonito como o inferno” e a si mesma com “lábios vermelhos e bochechas rosadas”, a cantora deixa a narrativa mais visual.

3.3 ISSO SOU EU TENTANDO: ANÁLISE DE *FOLKLORE*

Folklore, o sétimo e mais emotivo álbum de estúdio de Taylor, foi o terceiro e último escolhido para análise dessa pesquisa. Diferente dos anteriores, que se concentravam no *pop* e o *country*, este possui uma sonoridade mais *indie folk*, alternativa e introspectiva. O álbum foi escrito durante a pandemia de COVID-19 e reflete temas mais melancólicos, com histórias fictícias e narrativas que fogem das experiências pessoais de Taylor, criando um universo lírico profundo e poético. *Folklore*, cuja capa pode ser vista na Figura 3, foi amplamente elogiado pela crítica e provou ainda mais que a cantora é uma artista versátil e inovadora, com um talento único para contar histórias.

Figura 3 – Capa do álbum *Folklore*



Fonte: @taylorswift, Instagram (2020).

Mylrea (2020), para a *NME Magazine*, opina que apesar de *Folklore* ter sido algo totalmente inesperado, ela sente que “parece que Swift viajou para uma cabana metafórica na floresta [...] e inventou um disco lindo e descontraído, repleto de canções folclóricas modernas”. E ainda, afirma que é justamente o *storytelling* vívido e intenso de Swift que torna *Folklore* tão impressionante”.

Portanto, devido ao reconhecimento desse álbum por seu *storytelling* e construção emocionantes de narrativas, a seguir foram realizadas as análises que se aprofundaram dentro das poéticas histórias criadas por Taylor em *Folklore*.

3.3.1 Temas principais

O álbum analisado aborda temas bastante profundos e internos. Os principais observados foram: memórias, arrependimentos, isolamento e auto entendimento. Todos eles, em cada uma das faixas, foram abordados de uma maneira introspectiva, intensa e poética, com muitas metáforas e analogias.

Várias músicas, como *The 1* e *Seven*, refletem sobre o passado, com foco nas memórias e nostalgia. Elas abordam especialmente as escolhas que não foram feitas e os caminhos que poderiam ter sido diferentes. Porém, diferentemente de 1989, as memórias nesse caso não são idealizadas; mas sim cheias de emoção e uma intensidade melancólica. A nostalgia em *folklore*

não é apenas sobre o passado em si, mas sobre a forma como ele é lembrado: uma combinação de desejo, arrependimento e aceitação, que ressoa profundamente ao longo do álbum.

Tratando sobre arrependimento, temos *Betty*, *Cardigan* e *August*. As três são músicas interligadas que abordam três perspectivas diferentes da mesma situação, e em todas elas, os sentimentos de perdão e mágoa tomam conta. Eles refletem a tristeza por ter machucado outra pessoa e a dor de viver com as consequências de seus atos.

A temática de isolamento, tanto físico quanto emocional, também pode ser encontrado em abundância. *The Lakes*, por exemplo, explora sentimentos de desconexão e de não pertencimento, buscando clareza através da fuga da realidade. Já *Exile*, por sua vez, retrata a solidão e o distanciamento dentro de um relacionamento que não pode mais ser reparado. Ela se desdobra sobre a ideia de exílio: ser forçado a estar à distância, não só fisicamente, mas emocionalmente.

Já canções como *Mirrorball* e *This is me Trying* tratam sobre questões internas do eu lírico, desde relações com a sua personalidade até sentimentos diante de situações. Elas refletem momentos em que o narrador está em um processo de auto entendimento pessoal e em uma reflexão interna do seu “eu” mais profundo.

3.3.2 Personagens e narrativas

Em relação aos personagens, *Folklore* é o mais rico entre os álbuns. A presença de personagens fictícios nomeados é uma característica que Taylor explorou constantemente nesse disco, o que o tornou uma obra completamente profunda e criou um universo interligado por histórias e figuras com personalidade.

Betty, James, Inês e Augustine são as personalidades nomeadas. Os três primeiros estão presentes entre as canções *Betty* e *Cardigan*, enquanto Augustine foi o nome que os fãs de Taylor deram para a narradora da faixa *August*. Todos funcionam como peças-chave na construção do universo narrativo de *Folklore*, oferecendo várias perspectivas e camadas diferentes de uma mesma situação. A escolha de nomeá-los fortalece a individualidade e profundidade de cada um, criando uma conexão mais direta com o ouvinte.

Além dos clássicos personagens fictícios, temos também as personificações do eu lírico de cada música. Em um geral, os mais frequentes são o narrador contemplativo, o solitário e o confesso. Eles surgem expressando emoções profundas e pessoais, funcionando como espelhos de situações e pessoas, muitas vezes sem distinção clara entre o que é autobiográfico e o que é ficção.

O narrador contemplativo aparece em *mirrorball*, por exemplo, onde há uma reflexão sobre a vulnerabilidade, o desejo de agradar aos outros e ser sempre o centro das atenções. Ainda sobre essa canção, Taylor chegou a detalhar qual tipo de personalidade a inspirou a escrevê-la e estruturar o eu lírico:

Temos globos de luz espalhados em uma pista de dança porque eles refletem luz. Eles estão quebrados em um milhão de pedaços e isso é o que os torna tão brilhantes. Temos pessoas assim na sociedade também. Elas estão lá, e sempre que elas quebram, nos diverte. E quando você as ilumina, é algo brilhante e fantástico. Mas, muitas vezes, quando o foco não está nelas, elas ainda estão lá em um pedestal, mas ninguém está assistindo-as. (*Folklore: long pond studio sessions*, 2020, 1h12m37s).

Já em faixas como *exile* e *hoax*, é quando o narrador solitário se faz evidente. Esse personagem se caracteriza pela introspecção e pela sensação de isolamento, abordando suas reflexões, memórias e arrependimentos. E o narrador confesso, finalmente, se revela eventualmente em *this is me trying*, por exemplo, onde há um reconhecimento honesto das

falhas e arrependimentos do personagem, que enfrenta seus vícios e se abre a respeito de seus sentimentos e tentativa de se curar.

No que se diz respeito às narrativas de *Folklore*, podemos destacar duas principais: o triângulo amoroso e as reflexões internas. Swift cria cenários onde a imaginação complementa os aspectos da vida cotidiana, permitindo que as histórias se desenvolvam em diferentes períodos ou ambientes fictícios, com detalhes que intensificam a conexão emocional do ouvinte com as experiências dos narradores.

A narrativa das músicas interligadas Cardigan, Betty e August – o triângulo amoroso – é um ótimo exemplo de como a Taylor constrói uma narrativa através de múltiplas perspectivas. O ouvinte pode ver os mesmos acontecimentos, respectivamente, dos pontos de vista de Betty (que foi traída), de James (que traiu) e de Augustine (a amante).

Mas também é perceptível que a grande maioria das músicas desse álbum possui narrativas introspectivas e internas, onde os personagens confrontam suas inseguranças ou expõem seus sentimentos de uma forma bastante aberta e emotiva. Algumas delas até apresentam uma visão mais sombria e realista do crescimento emocional e da vulnerabilidade humana, como é o exemplo de *My Tears Richochet*, uma das canções mais profundas e simbólicas. Ela explora a dor de uma traição profunda, com a metáfora de um funeral onde o narrador, já morto, assiste ao luto de alguém que o prejudicou.

3.3.3 Estratégias de *storytelling*

Folklore, como já foi possível observarmos, possui um *storytelling* mais forte, concreto e diferente em relação aos álbuns anteriores. Enquanto seus trabalhos anteriores eram mais baseados em experiências pessoais, *Folklore* se destaca pela construção de um universo narrativo completo, personagens concretos e uma grande quantidade de estratégias de contar histórias.

Um dos recursos mais utilizados é a mistura de ficção e realidade. Nesse álbum, Taylor mescla bastante suas experiências pessoais com histórias fictícias, criando uma atmosfera mais misteriosa e aberta a interpretações. Isso permite que sua criatividade flua mais e que os ouvintes se conectem de maneiras distintas com as canções.

Também é evidente o uso de muitos símbolos e referências poéticas. Com letras cheias de metáforas, como em *Peace* - onde a busca pela harmonia em meio ao caos da vida pessoal é comparada a uma paz que ela não pode oferecer totalmente ao parceiro -, a cantora permite que o ouvinte desvende o significado por trás das letras e as interprete de acordo com seu repertório e vivência.

Por fim, as músicas que se ligam representam de forma clara o estilo de *storytelling* que envolve o álbum. Foi construído um enredo coeso através de múltiplas perspectivas, como no triângulo amoroso, já mencionado, presente *Cardigan, Betty e August*. Isso oferece ao ouvinte uma visão completa da mesma história sob diferentes ângulos. Além disso, essa conexão entre faixas permite que os temas centrais do álbum, como arrependimento, memórias e crescimento emocional, se entrelacem de maneira fluida e orgânica, aprofundando ainda mais a narrativa e criando uma experiência imersiva.

4 A “MARCA” TAYLOR SWIFT

Após compreendermos de modo mais profundo a forma que Taylor Swift constrói o *storytelling* em seus álbuns, nesse capítulo foi abordado a imagem da cantora em cada uma de suas eras trabalhadas nessa pesquisa, analisando como essas fases de sua carreira contribuiu para o desenvolvimento de seu *personal branding*. Desse modo, essa análise de deu a partir da

observação da estética adotada pela cantora, tanto em seus shows e imagem artística quanto em suas características como indivíduo.

As eras *Fearless*, 1989 e *Folklore* revelam diferentes fases e personalidades da cantora, que vão desde a vulnerabilidade emocional e a autenticidade juvenil até a reinvenção pop e a maturidade artística. Através dessa evolução, é possível observarmos como Taylor utiliza suas narrativas para consolidar sua identidade, estabelecer uma conexão emocional com seu público e redefinir constantemente sua posição no cenário musical e cultural.

Porritt (2024, tradução nossa) afirma que o principal centro da transformação de Taylor tem sido o:

[...] uso hábil de uma das leis fundamentais de *branding* icônico: a criação de um mundo mágico. Sua capacidade de criar um universo que transcende o comum, convidando fãs e seguidores a uma narrativa meticulosamente tecida em sonhos, emoções e histórias, marca-a como um mestre da mitologia moderna dentro do *zeitgeist* cultural. (Porritt, 2024, tradução nossa).

E ainda, Porritt considerou justamente que a abordagem de Taylor vai além das clássicas transações comerciais convencionais, transformando a arte de vender em um elemento que faz parte de seu *storytelling*, da conexão com seus fãs e da essência de sua marca.

3.1 ERA FEARLESS: A ASCENSÃO DA AUTENTICIDADE JOVEM

Durante a era *Fearless*, que abrange os anos de 2008 a 2010, Taylor era vista como uma jovem compositora autêntica e acessível, escrevendo sobre experiências pessoais, especialmente relacionadas ao amor adolescente e ao coração partido. As letras e as histórias narradas nesse álbum revelaram ao mundo quem ela realmente era, provando que aquela jovem sonhadora e corajosa estava determinada a alcançar seus objetivos. Assim, podemos observar nas Figuras 4 e 5 a estética que Taylor adotava durante essa época.

Figura 4 – Castelo Fearless Tour



Fonte: Wiki Commons (2010).

Figura 5 – Fearless Tour



Fonte: Wiki Commons (2010).

As imagens, respectivamente, demonstram a atmosfera de conto de fadas, princesas e castelos adotadas em suas canções que ressoaram em sua própria imagem; e seu jeito meigo e simples, de uma garota comum assim como todas as outras, mas que, ao mesmo tempo, transmitia uma aura de encantamento e autenticidade. Essa combinação fazia com que muitas jovens se identificassem com ela, enquanto também a viam como alguém que vivia uma versão mágica de suas próprias histórias de amor e amadurecimento.

Segundo um artigo do site Taylor Swift Switzerland, escrito por próprios fãs da cantora (tradução nossa), “*Fearless* estabeleceu a personalidade de Taylor como a garota ingênua que carrega um violão, com seus vestidos de baile e cabelos loiros esvoaçantes, que escreveu suas

próprias canções sobre contos de fadas, heroínas shakespearianas e ocasionais famosos ex”. Assim, esse foi o álbum que a apresentou ao mundo dessa forma, solidificando sua imagem como a jovem sonhadora que transformava suas experiências pessoais em narrativas universais.

Portanto, nesse primeiro momento em sua carreira, ela construiu sua marca com uma estética *country*, inocente e romântica, com um foco na vulnerabilidade e na juventude. Isso consolidou uma imagem de "*America's Sweetheart*" (em português “queridinha da América”). Isso está 100% relacionado as suas músicas, que a descrevem tão detalhadamente que faz com que seus ouvintes conheçam suas emoções, pensamentos e personalidade como um todo.

4.2 ERA 1989: A REINVENÇÃO E A AFIRMAÇÃO DE PODER

1989 sem dúvidas mudou a imagem, carreira e música de Taylor. Segundo Bruner (2023, tradução nossa), para a *Time Magazine*, esse álbum:

Não foi apenas a evolução musical de uma artista *country*. Foi um manifesto pop contemporâneo, uma resposta às críticas tanto à sua vida pessoal quanto às suas habilidades artísticas. Foi também uma poderosa declaração de identidade apresentada com uma piscadela brilhante e consciente. (Bruner, 2023, tradução nossa).

Taylor não só mudou seu gênero musical pela primeira vez, mas também a sua imagem. Ela começou a se portar como uma mulher independente, poderosa e principalmente popular. Esse foi o momento que marcou sua transição de jovem do *country* em ascensão para *pop superstar*, assim como Peters (2024) afirma.

Nas Figuras 6 e 7, podemos observar um pouco de como a cantora construiu e projetou sua imagem durante essa era. Nessa fase, ela assumiu o papel de uma jovem ousada e festeira, marcada por uma estética vibrante e confiante, fortificado ainda mais pela sonoridade pop e letras divertidas do álbum. Taylor se destacou como uma figura que abraçava a atenção, com looks sofisticados e uma personalidade independente. Além disso, mudança do corte de cabelo, para curto e liso, também ajudou a reforçar sua nova imagem de uma mulher forte e madura.

Figura 6 – Era 1989



Fonte: Kambouris (2014).

Figura 7 – 1989 Tour



Fonte: Kambouris (2015).

Portanto, a era 1989 não apenas consolidou Taylor Swift como uma figura forte no cenário musical global, mas também redefiniu completamente sua identidade pública. A mudança de estilo, tanto musical quanto visual, marcou o início de uma nova fase em que ela passou a dominar o *mainstream* com sua popularidade. Isso foi muito importante para sua reinvenção e afirmação de uma reputação como uma artista que é versátil, porém não perde a autenticidade. Ela conquistou novos públicos e também usou essa nova fase para desafiar e transformar as narrativas que antes a definiam, assumindo controle total sobre sua própria imagem e consolidando-se como uma das maiores estrelas do pop contemporâneo.

4.3 ERA FOLKLORE: O RECUO INTROSPECTIVO E ARTÍSTICO

A fase da vida de Taylor que se deu durante a era *Folklore* é consideravelmente diferente das demais. Após o brilho e a atenção das eras anteriores, aqui ela passou por um momento de reclusão e introspecção, refletido profundamente na estética preta e branca e nas narrativas melancólicas do álbum. Longe das grandes festas, das luzes dos holofotes e das manchetes sobre sua vida pessoal, ela optou por se retirar para uma posição mais discreta, priorizando sua vida privada e saúde mental e emocional.

Essa fase trouxe uma mudança grande em sua imagem pública: a artista, que antes buscava chamar atenção por sua ousadia e presença, passou a adotar uma abordagem minimalista e dramática, tanto visual quanto musicalmente. O cabelo solto e natural, as roupas mais simples e as cores neutras simbolizaram uma Taylor mais madura, introspectiva e focada na arte de contar histórias em sua forma mais pura. E nas figuras 8 e 9 é possível observarmos melhor essa estética adotada pela cantora.

Figura 8 – Era *Folklore*



Fonte: @taylorswift, Instagram (2020).

Figura 9 – *Folklore – The eras tour*



Fonte: @taylorswift, Instagram (2024).

Assim, sua marca artística se tornou mais associada à simplicidade, natureza e narrativas melancólicas, influenciada pelas letras baseadas em histórias e sentimentos profundos e fictícios. O uso de narradores e personagens criou uma distância entre a compositora e suas canções – ao contrário da abordagem autobiográfica padrão de seus trabalhos anteriores. E, conseqüentemente, *Folklore* consolidou a versatilidade de Taylor Swift como contadora de histórias, ao mesmo tempo em que expandiu as dimensões de sua marca pessoal, permitindo que música e arte explorassem novos sons e temas coerentes com a fase de vida pela qual estava passando.

5 TECENDO HISTÓRIAS, CONTRUIU-SE UM IMPÉRIO: A ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Considerando todas as informações que obtemos e analisamos até aqui, nesse capítulo atual foi abordada a influência do *storytelling* na construção do *personal branding* de Taylor Swift, uma característica que reflete a intersecção entre narrativa e identidade pessoal. Assim, as análises foram assimiladas às teorias discutidas em nossa revisão bibliográfica, destacando como as narrativas que permeiam as músicas construídas ao longo da carreira da cantora são fundamentais para a consolidação da sua imagem e identidade.

Em um mundo onde a autenticidade e a conexão emocional são fundamentais para o sucesso, a capacidade de contar histórias de maneira envolvente se torna um diferencial crucial. Desse modo, a construção de uma narrativa cativante, que capture a atenção, desperte emoções,

crie uma conexão genuína com o público, amarre todas as partes em uma narrativa clara e que, além de ser apreciada, permaneça na memória, é uma forma de enfrentar o desafio de se diferenciar em sua área. (Xavier, 2015).

E é nesse contexto que Taylor Swift, com sua habilidade de transformar experiências pessoais em narrativas universais, exemplifica como o *storytelling* pode não apenas moldar a percepção pública, mas também criar um vínculo profundo com os fãs. Ao traçar uma narrativa completa nas canções de seus álbuns, ela demonstra sua profundidade, sentimentos e personalidade, expondo ao público sua imagem e fortalecendo sua identidade artística.

O conceito de *personal branding* foi abordado nesse trabalho, segundo Khedler (2015), como a criação de uma identidade pessoal única que comunica ativamente uma identidade de marca para um público-alvo. E alinhando-se a essa ideia, Taylor Swift utiliza o *storytelling* para criar uma narrativa de autenticidade e proximidade com seu público, consolidando uma marca pessoal que evolui de acordo com suas experiências e seus álbuns. Em *Fearless*, ela constrói a imagem da jovem vulnerável e romântica, enquanto em 1989, se reinventa como uma mulher forte e independente, e em *Folklore*, se apresenta como uma contadora de histórias mais madura e introspectiva.

A teoria de Bender (2009) complementa esse processo, afirmando que no contexto atual de excesso de informações, a necessidade de criar uma marca pessoal memorável é fundamental. Desse modo, Swift utiliza sua música e narrativa como forma de se destacar nesse cenário competitivo, onde as marcas precisam mais do que produtos: elas precisam de experiências e autenticidade.

Adorno e Horkheimer (1944) discutem a homogeneização promovida pela indústria cultural, incluindo a música. No entanto, Swift se destaca ao desenvolver uma narrativa pessoal e genuína nesse contexto. Sua capacidade de combinar a arte de contar histórias com as exigências comerciais da indústria possibilitou que ela superasse a simples comercialização de produtos culturais, proporcionando uma identidade autêntica e uma experiência emocional que a conecta com o público. Isso reflete em seus álbuns, que, embora sejam um sucesso comercial, também são apreciados por sua profundidade narrativa e emotiva.

Portanto, os resultados da análise demonstram que o *storytelling* foi uma ferramenta crucial na construção e consolidação do *personal branding* de Taylor Swift. Cada era de sua carreira foi marcada por uma narrativa cuidadosamente construída em seus álbuns, onde ela apresentou diferentes aspectos de sua personalidade, crescimento e vivência. Ao contar uma história de forma autêntica, Swift se destaca em um ambiente competitivo, fortalecendo a presença da sua imagem e fazendo com que seu público se conecte profundamente com sua música e, conseqüentemente, aumentando sua fidelização.

Essa estratégia adotada por Taylor não foi necessariamente planejada de forma articulada desde o início de sua carreira. Inicialmente, a artista demonstrava apenas uma inclinação natural para narrar histórias baseadas em eventos e experiências pessoais. No entanto, ao perceber que o uso do *storytelling* se destacava como um diferencial em suas canções e atraía um público significativamente amplo, Taylor passou a incorporar essa abordagem de maneira constante em cada novo lançamento.

6 A NOTA FINAL: CONSIDERAÇÕES FINAIS

Essa pesquisa buscou analisar como o *storytelling* utilizado por Taylor Swift contribuiu para a consolidação de seu *personal branding*. Ao longo do estudo, foram discutidos conceitos teóricos de indústria cultural, *storytelling* e *personal branding*, utilizando a revisão bibliográfica para fundamentar a análise, com autores como Khedher (2015), Bender (2009) e Adorno e Horkheimer (1944). Além disso, foram explorados três álbuns principais da carreira da cantora — *Fearless*, *1989* e *Folklore* —, que foram analisados em termos de temas,

personagens, narrativas e estratégias de *storytelling*. E consecutivamente, foi trazida uma reflexão da imagem e identidade da cantora durante esses lançamentos. Através dessa abordagem, buscamos compreender a construção e evolução da marca pessoal de Taylor Swift ao longo de suas diferentes eras musicais.

Os resultados da pesquisa mostraram que a cantora utiliza bastante do *storytelling* como uma ferramenta poderosa para se conectar emocionalmente com seu público. A análise dos três álbuns demonstrou que suas narrativas, tanto pessoais quanto fictícias, permitem que seus fãs se identifiquem com suas histórias, o que cria um vínculo profundo entre o emissor e o receptor. Assim, respondendo à pergunta central da pesquisa — "Como a utilização do *storytelling* por Taylor Swift contribuiu para a consolidação do seu *personal branding*?" —, podemos concluir que o uso de narrativas envolventes e autênticas foi essencial para solidificar sua imagem artística, estabelecendo a cantora como uma figura versátil e capaz de se reinventar constantemente de acordo com as diferentes personalidades que assume a cada novo lançamento.

O objetivo geral da pesquisa foi alcançado ao verificarmos os resultados obtidos. Isso se deve ao fato de que a análise das narrativas de seus álbuns e de sua imagem evidenciou claramente que as histórias narradas em suas canções refletem e reforçam sua identidade como artista. Sua capacidade de se adaptar a diferentes fases da vida e explorar novas formas de contar histórias foi fundamental para seu sucesso contínuo. Esse aspecto da narrativa, que vai além da música e permeia sua imagem pública, é o que mantém sua relevância ao longo dos anos.

Com base nos resultados, este trabalho oferece algumas contribuições importantes para o campo da comunicação e do marketing. A principal contribuição está na demonstração de como a arte de contar histórias pode ser utilizada como uma estratégia eficaz de promoção de marcas. Para os profissionais da comunicação, isso implica em entender que criar histórias relevantes e autênticas pode fortalecer suas imagens, seja como empresas ou indivíduos, no mercado. Através de narrativas bem construídas, é possível criar um vínculo emocional duradouro com o público, o que aumenta a atenção, o engajamento e a lealdade, assim como Taylor Swift fez ao longo de sua carreira.

No entanto, a pesquisa também apresentou algumas limitações. A dificuldade em encontrar referências brasileiras sobre o tema do *storytelling* aplicado ao *personal branding* foi um dos desafios enfrentados. Embora a literatura internacional seja vasta, a falta de material nacional relevante sobre o assunto sugere que este é um campo que merece mais atenção por parte dos estudiosos brasileiros. Desse modo, como sugestão para futuros trabalhos, seria interessante explorar como outros cantores, como por exemplo Melanie Martinez, exploram o *storytelling* a ou até mesmo analisar de forma mais abrangente as demais estratégias de marketing de Taylor Swift que a consolidaram como o grande nome que é atualmente. Além disso, desdobramentos da pesquisa poderiam focar em como essa estratégia pode ser aplicada em outras indústrias além da musical, ampliando o estudo para o campo empresarial e publicitário em uma análise do impacto do *storytelling* dentro do marketing de empresas consolidadas no mercado, por exemplo.

REFERÊNCIAS

@taylorswift. Fotografia. Instagram, 23 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CC-9usjDzUw/?igsh=MTZwZjJieDU5bjJ1ZQ==>>. Acesso em: 11 out. 2024.

@taylorswift. Fotografia. Instagram, 23 jul. 2020. Disponível em: <https://www.instagram.com/p/C4WNESVOvf3/?img_index=3>. Acesso em: 11 out. 2024.

@taylorswift. Fotografia. Instagram, 23 jul. 2020. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CECCo2TjQGu/>>. Acesso em: 11 out. 2024.

ADORNO, T. W. & HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**: Fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1986. E- book. Disponível em: <[Dialectica do Esclarecimento - Theodor Adorno.pdf](#)>

ADORNO, T. W. **O fetichismo na música e a regressão da audição**. Os Pensadores São Paulo: Nova Cultural, 1999. E- book. Disponível em: <https://www.professores.uff.br/ricardobasbaum/wp-content/uploads/sites/164/2022/06/Adorno_Fetichismo_na_Musica.pdf>.

ATWAL, S. Taylor Swift's Eras Tour breaks record as highest-grossing music tour ever. Guinness World Records, 2023. Disponível em: <<https://www.guinnessworldrecords.com/news/2023/12/taylor-swifts-eras-tour-breaks-record-as-highest-grossing-music-tour-ever-762285>>. Acesso em: 12 mai. 2024.

BONANOS, C. A Close Examination of Taylor Swift's 1989 Cover. *Vulture*, 2014. Disponível em: <<https://www.vulture.com/2014/10/close-examination-of-taylor-swifts-1989-cover.html>>. Acesso em: 11 out. 2024.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 1 ed. São Paulo: Edições 70, 1997. E- book. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7684991/mod_resource/content/1/BARDIN_L_1977_Analise_de_conteudo_Lisboa_edicoes_70_225.20191102-5693-11evk0e-with-cover-page-v2.pdf>.

BENDER, A. **Personal branding**: construindo sua marca pessoal. 17 ed. São Paulo: Integrare Editora, 2009

BRUNER, R. How 1989 Changed Taylor Swift's Career Forever. Time Magazine, 2023. Disponível em: <<https://time.com/6328790/taylor-swift-1989-2/>>. Acesso em: 14 out. 2024.

CAMPBELL, J. **O herói de mil faces**. 10 ed. São Paulo: Cultrix/Pensamento, 1997. E- book. Disponível em: <[joseph-campbell-o-heroi-de-mil-faces-rev.pdf](#)>

DECKERS, E; LACY. **Branding yourself**: How to Use Social Media to Invent or Reinvent Yourself. Indiana: Pearson Education, Inc. 2011. E- book. Disponível em: <[branding-yourself-how-to-use-social-media-to-invent-or-reinvent-yourself-reprintnbsped-0789747278-9780789747273_compress.pdf](#)>.

DYER, R. **Stars**. New edition. London: British Film Institute, 1998. E- book. Disponível em: <[pdfcoffee.com_richard-dyer-stars-new-edition-1998-pdf-free_\(1\).pdf](#)>.

EASTMAN, N. **Sheakespeare's Storytelling**: An Introduction to Genre, Character, and Technique. 1^a ed. Richmond: Palgrave Macmillan. 2012.

EMPIRE, K. Taylor Swift: 1989 review – a bold, gossipy confection. The Guardian, 2014. Disponível em <<https://www.theguardian.com/music/2014/oct/26/taylor-swift-1989-album-review-bold-gossipy-confection>>. Acesso em 02 out. 2024.

ERENCE, D. The New Queen of Pop: A Review of '1989'. World on Fire, 2014. Disponível em: <<https://www.wordonfire.org/articles/fellows/the-new-queen-of-pop-a-review-of-1989/>>. Acesso em: 02 out. 2024.

FOLKLORE: sessões no long pond studio. Direção de Taylor Swift. Disponível em: Disney plus, 2020. Acesso em: 29 set. 2024.

FRITH, S. **Performing Rites**: On the Value of Popular Music. Cambridge: Harvard University Press, 1998. E- book. Disponível em: <pdfcoffee.com_simon-frith-performing-rites-4-pdf-free.pdf>.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GILMORE, J. H.; PINE II, J. Welcome to the Experience Economy Harvard Business Review. [s.l: s.n]. Disponível em: <<https://enlillebid.dk/mmd/wp-content/uploads/2012/03/Welcome-to-the-Experience-Economy-Pine-and-Gilmore.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2024.

HAVEN, Kendall. **Story Proof**: The Science Behind the Startling Power of Story. Libraries Unlimited, 2007. E- book. Disponível em: <[https://coachttestprep.s3.amazonaws.com/direct-uploads/student-9975528/10af1ea0-ffad-4e60-8466-ebeaac200542/Story%20Proof%20The%20Science%20Behind%20the%20Startling%20Power%20of%20Story%20\(%20PDFDrive%20\).pdf](https://coachttestprep.s3.amazonaws.com/direct-uploads/student-9975528/10af1ea0-ffad-4e60-8466-ebeaac200542/Story%20Proof%20The%20Science%20Behind%20the%20Startling%20Power%20of%20Story%20(%20PDFDrive%20).pdf)>.

HESMONDHALGH, D. **The cultural industries**. 3 ed. London: SAGE Publications, 2013. E- book. Disponível em: <<CulturalIndustries3rdeditionintro.pdf>>.

KAMBOURIS, D. Taylor Swift The 1989 World Tour Live In Philadelphia - Night 1 (2015). Getty Images. Disponível em: <<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornal%3ADstica/taylor-swift-performs-onstage-during-the-1989-world-foto-jornal%3ADstica/476927376?adppopup=true>>. Acesso em: 11 out. 2024.

KAMBOURIS, D. Yahoo Taping with Taylor Swift (2014). Getty Images. Disponível em: <<https://www.gettyimages.com.br/detail/foto-jornal%3ADstica/yahoo-taping-with-taylor-swift-on-august-14-2014-in-foto-jornal%3ADstica/453788644?adppopup=true>>. Acesso em: 11 out. 2024.

KEEFE, J. Review: Taylor Swift, Fearless. Slant Magazine, 16 nov. 2008. Disponível em: <<https://www.slantmagazine.com/music/taylor-swift-fearless/>>. Acesso em: 23 set. 2024.

KHEDHER, M. **An inspiring resource for developing personal branding phenomena**. The Marketing review, v.15, n.1, 2015. p. 117-131, 2015. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/281197671>>. Acesso em: 22 mai. 2024.

KOTLER, P; KARTAJAYA, H; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0**: Do Tradicional ao Digital. São Paulo: Sextante, 2017. E- book. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/7532741/mod_resource/content/1/Aula%207d_Kotler_Marketing%204.0.pdf>.

LEE, A. Taylor Swift ‘1989’: What the Critics Are Saying. *The Hollywood Reporter*, 2014. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/news/music-news/taylor-swift-1989-review-what-744090/>>. Acesso em: 02 out. 2024.

LUHN, M. **The best story wins**: How to Leverage Hollywood Storytelling in Business and Beyond. New York: Morgan James Publishing, 2018.

MALEC, J. Album review: Taylor Swift – Fearless. *American Noise*, 2009. Disponível em: <<https://americannoise.com/album-review-taylor-swift-fearless/>>. Acesso em: 22 set. 2024

MCKEE, R. *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*. 1 ed. New York: ReganBooks, 1997. E-book. Disponível em: <[file:///C:/Users/DELL/Downloads/Robert%20McKee%20-%20Story%20\(pdf\)%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/DELL/Downloads/Robert%20McKee%20-%20Story%20(pdf)%20(1).pdf)>.

MILLER, D. **Storybrand**: Crie Mensagens Claras e Atraia a Atenção dos Clientes Para sua Marca. Rio de Janeiro: Alta Books Editora. 2019.

MISS americana. Direção de Lana Wilson. Estados Unidos: Tremolo Productions, 2020. Disponível em: Netflix. Acesso em: 29 set. 2024.

MYLREA, H. Taylor Swift – “Folklore” review: pop superstar undergoes an extraordinary indie-folk makeover. *NME Magazine*, 2020. Disponível em: <<https://www.nme.com/reviews/taylor-swift-folklore-album-review-2713965>>. Acesso em: 02 out. 2024.

PAZZANESE, C. So what exactly makes Taylor Swift so great? *Harvard Gazette*, 2023. Disponível em: <<https://news.harvard.edu/gazette/story/2023/08/so-what-exactly-makes-taylor-swift-so-great/>>. Acesso em: 24 set. 2024

PETERS, F. From Karlie Kloss to Katy Perry: The Defining Figures of Taylor Swift’s ‘1989’ era. *The Daily Beast*, 2023. Disponível em: <<https://www.thedailybeast.com/obsessed/what-was-taylor-swift-up-to-during-her-1989-era>>. Acesso em: 14 out. 2024.

PETERS, T. **The Brand Called You**. *Fast Company*, 1997. Disponível em: <<https://www.fastcompany.com/28905/brand-called-you>>. Acesso em: 3 set. 2024.

PETRIDIS, A. Taylor Swift: 1989 review – leagues ahead of the teen-pop competition. *The Guardian*, 2014. Disponível em <<https://www.theguardian.com/music/2014/oct/24/taylor-swift-1989-review>>. Acesso em 02 out. 2024.

PORRITT, K. Taylor Swift: An Analysis of the Iconic Personal Brand. Disponível em: <<https://www.kathrynporrirt.com/taylor-swift-an-analysis-of-the-iconic-personal-brand/>>. Acesso em 13 de out. 2024

ROSEN, J. *Rolling Stone*, 2008. Disponível em: <https://www.rollingstone.com/music/music-album-reviews/fearless-252671/>. Acesso em: 23 set. 2024.

ROSENBLOOM, A. Taylor Swift faz história e se torna a única artista a ganhar quatro vezes categoria no Grammy. *CNN Brasil*, 2024. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/taylor-swift-faz-historia-e-se-torna-a-unica-artista-a-ganhar-quatro-vezes-categoria-no-grammy/>>. Acesso em: 30 out. 2024.

SINEK, S. **Comece pelo Porquê: Como Grandes Líderes Inspiram Ação**. Rio de Janeiro: Sextante, 2018. E- book. Disponível em: <[Comece pelo porque Simon Sinek.pdf](#)>.

SISARIO, B. Chart Milestone, if Not Huge CD Sales. **The New York Times**, 31 jan. 2009. Disponível em <<https://www.nytimes.com/2009/01/31/arts/music/31swif.html>>. Acesso em 22 set. 2024

SPITZER, M. **The Musical Human: A History of Life on Earth**. Londres: Bloomsbury Publishing, 2021. E- book. Disponível em: <[Michael Spitzer - The Musical Human_A History of Life on Earth \(2021\)\(Z-Lib.io\).pdf](#)>

SWIFT, T (@taylorswift). 2021. Instagram, 11 de fevereiro de 2021. Disponível em: <<https://www.instagram.com/p/CLJzk9MjcCe/?igsh=MTFxeHNlcXE5aWp2dA==>>>

SWIFT, T. All You Had To Do Was Stay. Estados Unidos: Big Machine Records, 2014. Disponível em: <<https://www.letras.com/taylor-swift/all-you-had-to-do-was-stay/>>. Acesso em 07 out. 2024

SWIFT, T. Love Story. Estados Unidos: Big Machine Records, 2008. Disponível em: <<https://www.letras.com/taylor-swift/1332481/>>. Acesso em 01 out. 2024

SWIFT, T. Style. Estados Unidos: Big Machine Records, 2014. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/taylor-swift/style/>>. Acesso em 01 out. 2024

SWIFT, T. White Horse. Estados Unidos: Big Machine Records, 2008. Disponível em: <<https://www.letras.com/taylor-swift/1343174/>>. Acesso em 01 out. 2024

Taylor Swift Fearless Tour 03. 2010. Fotografia. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/P%C3%A1gina_principal>. Acesso em: 11 out. 2024.

Taylor Swift - Fearless Tour – Austin 07. 2010. Fotografia. Disponível em: <https://commons.wikimedia.org/wiki/P%C3%A1gina_principal>. Acesso em: 11 out. 2024.

TAYLOR SWIFT SWITZERLAND. The “Fearles” Era. Disponível em: <<https://taylorswiftswitzerland.jimdoweb.com/album-eras/fearless/>>. Acesso em: 12 out. 2024.

TORRE, B. Industria cultural: o conceito e sua atualidade em sete teses. 2023. Disponível em: <[Industria-Cultural-O-conceito-e-sua-atualidade-em-sete-teses.pdf](#)>. Acesso em: 24 ago. 2024.

Universidades de Harvard e da Flórida lançarão cursos sobre Taylor Swift em 2024. **Estadão**, São Paulo, nov. 2023. Disponível em: <<https://www.estadao.com.br/emails/gente/universidades-de-harvard-da-florida-lancarao-cursos-sobre-taylor-swift-em-2024-nprec/#:~:text=Taylor%20Swift%20ganhar%C3%A1%20cursos%20sobre,Taylor%20Swift%20e%20Seu%20Mundo%E2%80%9D>>. Acesso em 5 maio. 2024

XAVIER, A. **Storytelling: histórias que deixam marcas**. 1 ed. Rio de Janeiro: BestSeller, 2015.