

BAD REPUTATION TAYLOR SWIFT

Gestión de crisis y reconstrucción de marca a través
del discurso audiovisual

GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS



UNIVERSITAT
JAUME·I

ALUMNA: María José Mateu Hernández

TUTORA: Eva Brea Franch

MODALIDAD A

12 de mayo de 2023

RESUMEN

El propósito de este trabajo es analizar el proceso de la construcción de una marca, su posterior gestión de crisis y su reconstrucción como solución a un problema, teniendo en cuenta las oportunidades y las posibles consecuencias. Para ello, se pondrá como ejemplo y foco de estudio el caso de la cantante Taylor Swift durante los años 2016 y 2017 tras su cancelación en redes sociales por el enfrentamiento con el rapero Kanye West, su desaparición del ojo público durante un año y su posterior resurgimiento en el panorama musical y popular con su sexto álbum de estudio "***Reputation***".

Este álbum fue el comienzo del cambio y la reconstrucción de la cantante a partir de la polémica, por lo que podemos encontrar muchos símbolos y mensajes de odio transformados en su nueva marca personal. De este modo se investigará sobre las estrategias y tácticas seguidas por la cantante y su equipo para superar la crisis.

Pondremos el foco en la artista y se contextualizará sobre su situación durante esos dos años, para después analizar y explicar el porqué de este álbum. Para ello, se analizarán exhaustivamente la estética, las letras de las canciones y los videoclips pertenecientes al disco.

Para ello, se investigará sobre los conceptos de marca personal y gestión de crisis, con el objetivo de analizar el caso de la cantante norteamericana.

Palabras clave: reconstrucción, marca, polémica, crisis, *rebranding*, reputación.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to analyze the process of brand building, its subsequent crisis management and brand reconstruction as a solution to the problem, taking into account the opportunities and possible consequences. To do so, the case of singer Taylor Swift during 2016 and 2017 will be used as an example and focus of study after her cancellation in social networks due to the confrontation with rapper Kanye West, her disappearance from the public eye for a year and her subsequent resurgence in the musical and popular panorama with her sixth studio album "**Reputation**".

This album was the beginning of the change and the reconstruction of the singer from the controversy, so we can find many symbols and messages of hate transformed into her new personal brand. In this way we will investigate the strategies and tactics followed by the singer and her team to overcome the crisis.

We will focus on the artist and contextualize her situation during those two years, and then analyze and explain the reason for this album. To do so, we will thoroughly analyze the aesthetics, the lyrics of the songs and the video clips belonging to the album.

To do so, we will investigate the concepts of personal branding and crisis management, with the aim of comparing and analyzing the case of the American singer.

Key words: reconstruction, brand, controversy, crisis, rebranding, reputation.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

ABSTRACT	2
JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA.....	5
1. Introducción	6
2. Objetivos y pregunta de investigación	6
3. Metodología	8
4. Marco teórico	9
4.1 Construcción de marca	9
4.1.1 Marca y construcción de marca.....	9
4.1.2 Construcción de marca personal	11
4.1.3 Marca musical	12
4.2 Gestión de crisis.....	13
4.2.1 Definición del concepto de crisis	14
4.2.2 ¿Cómo gestionar una crisis de reputación?	14
4.3 Reconstrucción de marca	15
4.3.1 Definición	15
4.3.2 ¿Cuándo realizar un rebranding?	16
4.4 Taylor Swift y Reputation	17
4.4.1 ¿Quién es Taylor Swift?	18
4.4.2 Contexto, composición de Reputation y retorno al panorama musical	19
5. Análisis e interpretación de Reputation	21
5.1 Estética	21
5.2 Análisis e interpretación de las canciones	23
1. ...Ready for it?	24
2. End Game (ft Future & Ed Sheeran).....	24
3. I Did Something Bad	26
4. Don't Blame Me.....	26
5. Delicate	27
6. Look What You Made Me Do	29
7. So It Goes.....	32
8. Gorgeous.....	33

9.	Getaway Car	33
10.	King Of My Heart	34
11.	Dancing With Our Hands Tied	36
12.	Dress	37
13.	This Is Why We Can't Have Nice Things	38
14.	Call It What You Want	40
15.	New Year's Day	41
16.	Observaciones	42
5.3	Análisis de los videoclips	44
1.	Look What You Made Me Do	44
2.	...Ready For It?	47
3.	End Game	49
4.	Delicate	51
5.	Observaciones	54
9.	Conclusiones	55
10.	Líneas futuras de investigación	56
11.	Bibliografía	57
	PARTE EN INGLÉS	65

JUSTIFICACIÓN E INTERÉS DEL TEMA

Hoy en día, debido a internet y a las redes sociales, es muy común y fácil que una marca se vea envuelta en una polémica y, en consecuencia, una crisis de reputación. Es por ello por lo que considero que a nivel académico es interesante observar e investigar cómo gestionar una crisis, por qué sucede y su posterior reconstrucción de marca, ya que en algunas ocasiones termina siendo todo un éxito para la marca en cuestión, como es el caso de Taylor Swift con su álbum "**Reputation**", un ejemplo de éxito rotundo de reconstrucción de marca.

Además, a este interés académico se suma que sigo muy de cerca la trayectoria y el trabajo de la cantante Taylor Swift desde hace mucho tiempo, por lo que conozco a la perfección su caso de crisis de reputación y posterior reconstrucción de marca. Es por ello por lo que considero que este es un ejemplo valioso y aporta algo novedoso al tema tratado, ya que se aborda desde una perspectiva audiovisual.

En definitiva, existe un interés académico por investigar este tema, pero también una motivación personal.

1. Introducción

Este trabajo tiene como razón de ser la investigación y análisis del sexto álbum de estudio de la cantante Taylor Swift "**Reputation**" como caso de reconstrucción de marca a través de su discurso audiovisual, ya que este álbum fue una respuesta a las oleadas de odio que recibió la cantante en el año 2016 debido a su polémica con el rapero Kanye West. Para llevar a cabo la investigación se realizará un análisis exhaustivo de las letras de las canciones, la estética del disco y los mensajes de los vídeos que presentó la cantante.

Por otra parte, también se pretende averiguar las estrategias y tácticas seguidas por Taylor Swift para reconstruir su propia marca personal y apropiarse de diferentes símbolos que a priori se habían utilizado en su contra, convirtiéndolos en parte de la estética del disco y de esta nueva era.

Asimismo, se tratará de analizar y explicar la evolución de la cantante hacia este nuevo estilo y estética tan diferentes a lo que se conocía de ella anteriormente y el cómo consiguió, romper una gran cantidad de récords de ventas.

En definitiva, durante esta investigación se tratarán aspectos relacionados con el *rebranding* y la gestión de crisis aplicados al caso de la cantante, para así entender el porqué de su éxito y cómo puede influir el discurso audiovisual para la reconstrucción de una marca en una situación desfavorable para esta.

2. Objetivos y pregunta de investigación

Objetivos

El principal objetivo es analizar de principio a fin el universo de marca creado para el álbum de estudio "**Reputation**". Observar las letras y los videoclips del disco y averiguar las posibilidades y el papel del discurso audiovisual en la reconstrucción de una marca tanto musical como personal. Así como estudiar las narrativas y los formatos para publicitar y dar a conocer el disco y la nueva imagen de la cantante. En definitiva, la meta es estudiar este caso de éxito de *rebranding* y comprender cómo se puede sacar provecho de una situación de crisis y convertirla en tu propia marca personal.

Pregunta de investigación

La cantante Taylor Swift lleva muchos años en el panorama popular y musical, pues su carrera comenzó en 2006 con el lanzamiento de su primer álbum de estudio "Taylor Swift".

La cantante es conocida por dar un gran protagonismo y cuidar al detalle la estética, las letras y los videoclips de cada uno de sus discos, cambiando constantemente su marca y estilo musical con relación al tema de cada álbum, logrando ser una de las mejores artistas de su generación. Sin embargo, el año anterior al lanzamiento de "**Reputation**", la cantante experimentó una situación de crisis relacionada tanto con su marca personal como musical.

La estrategia de comunicación implementada por Taylor Swift para la promoción de su álbum "**Reputation**" tras la crisis mediática y la pérdida de reputación derivadas de su conflicto público con otros artistas y medios de comunicación, ha sido efectiva en la reconstrucción de su imagen de marca y el fortalecimiento de su posición como líder en la industria musical. Lo que nos lleva a preguntarnos: ¿de qué manera empleó la cantante el discurso audiovisual para gestionar la crisis y resurgir en el panorama musical?

Durante el trabajo, se tratará de responder a esta pregunta de investigación a partir de bibliografía sobre la gestión de crisis y reconstrucción de marca, el propio documental de la cantante y un análisis de la estrategia de rebranding de la cantante a partir de sus canciones y videoclips de su álbum "**Reputation**", así como una evaluación de los resultados y el impacto de dicha estrategia en los resultados comerciales de la artista.

3. Metodología

Esta investigación está dividida en dos bloques. En primer lugar, el marco teórico, en el que se abordarán los conceptos relacionados con la marca, construcción de marca, marca musical y marca personal, así como la gestión de crisis, sus posibilidades y sus consecuencias. Se tratará de investigar sobre cómo afecta a las marcas las situaciones de riesgo que evolucionan hacia el *rebranding* y en qué casos se debe hacer. Además, se incluirá información sobre la cantante Taylor Swift, con el objetivo de contextualizar sobre el posterior análisis del disco.

Por otro lado, se realizará un análisis exhaustivo del álbum de 2017 "**Reputation**", teniendo en cuenta la estética del disco junto con las letras de las canciones, su composición, el contenido visual de los vídeos musicales y su posterior gira mundial. Se realizará este análisis comparándolo con lo estudiado anteriormente, con el objetivo de mostrar cómo la cantante realizó su reconstrucción de marca para volver al panorama musical y popular.

Para la realización del análisis de la letra de las canciones y videoclips se tendrá en cuenta el documental de la cantante "Miss Americana" lanzado en la plataforma Netflix en 2019, y consistirá en estudiar e investigar sobre el simbolismo y las referencias relacionadas con la nueva imagen y marca personal de la artista.

4. Marco teórico

4.1 Construcción de marca

En este primer apartado se hablará de la construcción de marca. Se abordarán los conceptos de marca, marca personal y marca musical desde un punto de vista publicitario. Además, se hablará sobre la construcción de marca explicando el origen de este concepto, definiéndolo y explicando para qué sirve realmente.

4.1.1 Marca y construcción de marca

La marca se ha convertido en un fenómeno muy importante tanto en la comunicación como en la sociedad en general. Una marca es «la parcela de terreno más valiosa del mundo. Un rincón en la mente de una persona» (McMains, 2014). Es la manera de diferenciarse del resto de competidores y atribuir al servicio o producto una identidad concreta.

Detrás del concepto de marca existe mucho trabajo, creatividad y estrategia, ya que para que la marca sea valiosa para el propietario y para el público, debe ser única y seguir una serie de valores y atributos que acompañen a la visión y misión de la empresa. De esta forma, según David Ogilvy (1983) el concepto de marca es la suma de diferentes atributos o factores que componen un producto; como pueden ser su nombre, su *packaging*, su precio, su historia, su reputación y la manera en que es publicitado.

Además, en 1958 Martineau comenzó a aplicar el concepto de “personalidad de marca”. En su investigación descubrió que, frente a dos tiendas similares, los consumidores elegían aquella que identificaban con su personalidad y coincidía con cómo querían ser percibidos (Hampf y Lindberg-Repo, 2011)

Es por ello que el concepto de marca engloba tanto a los valores de la personalidad que le atribuyamos a la esta como a los factores más superficiales como el *packaging* o el precio.

Una vez abordado el concepto de marca, podemos hablar de cómo construirla. Para realizar una buena construcción de marca se deben tener en cuenta una serie de factores. En primer lugar, se deben definir bien los intangibles de la empresa, ya que todo debe tener armonía. En este caso, la imagen y la identidad corporativa juegan un papel muy importante a la hora

de definir una marca. Como apunta Justo Villafañe (1999) en La gestión profesional de la identidad corporativa:

“El estudio de la identidad de una empresa, como la de una persona, puede ser abordado de diversas maneras. Una de ellas, la más sencilla aparentemente, es identificarla con aquellos atributos que le confieren el carácter de unicidad y permanencia; de este modo, la identidad de un ser humano vendría dada irreductiblemente por su código genético [...] Las empresas no tienen genes, pero sí disponen de otros atributos igualmente identificadores y diferenciadores.” (p.17)

En resumen, la identidad corporativa son todos aquellos valores y creencias con los que la empresa se identifica. Son los atributos y elementos que identifican a una marca y deben ser transmitidos al público.

Sin embargo, la imagen corporativa tiene que ver con cómo el público percibe a la marca, como bien indica Gustavo Ibáñez Padilla (1979) en Imagen corporativa:

"La Imagen Corporativa es la síntesis que se genera en la mente del Público a partir de las percepciones sobre la empresa, provocadas por la interacción de los vectores Identidad, Acción, Cultura y Comunicación, y la influencia de los mensajes de la competencia y el entorno." (p.7)

Es decir, la imagen corporativa es la idea que tiene el público sobre la marca. Para que los consumidores puedan percibir una buena imagen, se deben comunicar de manera correcta y efectiva los atributos atribuidos a la marca.

En definitiva, el principal objetivo del *branding* es crear una conexión entre la marca y el público, para así posicionarse de manera eficaz en el mercado y en la mente del consumidor, llegando a considerarla como *top of heart* en numerosas ocasiones.

4.1.2 Construcción de marca personal

La marca personal es un concepto en cierto modo similar a una marca comercial. Es la presentación de uno mismo al mundo. Además, es la manera de llamar la atención de las personas y que nos perciban como la mejor opción en el mercado. Dicho de otra forma, Arruda (2007) define la marca personal como la forma de comunicar aquellos atributos y rasgos que nos hacen especiales y nos diferencian del resto. Al igual que una marca comercial, es crucial la comunicación y la estrategia de nuestra promesa de valor, pues de estas dependerá el cómo seremos percibidos de cara al resto de individuos.

Actualmente, el descubrimiento y la construcción de la marca personal es de vital importancia en casi cualquier entorno, pues va más allá del factor comercial. Se trata de adquirir y transmitir un valor simbólico a partir de la personalidad (real o creada) de cada uno. Diferenciarse del resto según una serie de atributos que nos hagan destacar y conseguir ocupar un lugar en la mente de las personas. Como apunta Ortega (2012) la marca personal se encuentra entre los activos más importantes de una persona, es un aspecto intangible pero fundamental.

Según McNally y Speak (2009) en el trabajo de construcción de la marca personal se buscan una serie de factores para que esta funcione, la marca debe ser distintiva, estructurada, relevante y consistente. Es decir, para conseguir un posicionamiento adecuado y ser reconocida por el público, la marca debe presentar esos cuatro valores fundamentales.

Sin embargo, según Ortega (2012) los elementos clave para construir una buena marca personal se encuentran en el interior de la persona, factores como los valores, habilidades y creencias, entre otros.

De esta forma, la manera de comunicar y expresarse importa mucho, tanto de cara a la imagen exterior que estemos dando como la personalidad que transmitimos. En cierto modo, crear una marca personal supone tomar el control de la imagen que perciben el resto de los individuos sobre nuestra persona. Todo el proceso de construcción debe conducirnos hacia la excelencia y hacia aumentar nuestro valor.

En definitiva, como se ha podido observar durante este punto y el anterior, para crear una marca personal se siguen unos pasos muy similares que para crear una marca comercial. Es importante definir la identidad, qué nos diferencia, qué tenemos y queremos transmitir al exterior, y seguidamente comunicar todos aquellos atributos establecidos previamente, para así conseguir que la imagen que tiene el público de nosotros sea la deseada.

4.1.3 Marca musical

La creación de una marca personal, si bien es cierto que es útil en la mayoría de los ámbitos, en el caso de un artista, en este caso un músico, es algo fundamental. A esto se le denomina marca musical.

Este concepto está muy relacionado con la marca personal, pues al fin y al cabo se trata de encontrar una serie de rasgos con valor y potenciarlos para obtener un posicionamiento y en este caso apoyo del público. Según un estudio realizado por Arias Cortés, Hernández Guerrero y Ortigón Cortázar (2014), “elementos como la propuesta lírica, composición, sonoridad (musicalidad), propuesta visual y puesta en escena inciden directamente en la construcción de marca en el artista” (p. 85). El estilo de composición de canciones y la estética de los artistas son factores fundamentales a la hora de diferenciarlos de la competencia.

Como hemos dicho, la propuesta visual y la estética son dos atributos importantes a la hora de caracterizar a un artista, e incluso las apariciones en los diferentes medios. Los artistas deben estar reinventándose constantemente y ofreciendo nuevo contenido a sus seguidores. Reinventando su música, puesta en escena, vestuario, narrativas y todo lo que engloba y hace la identidad de un artista. De esta forma es como los artistas musicales son competitivos y logran diferenciarse en el mercado (Arias Cortés, Hernández Guerrero y Ortigón Cortázar, 2014)

Actualmente, a raíz del cambio de consumo de la música y la preferencia de los usuarios hacia los dispositivos móviles personales (Brookshire, 2007), hay muchas posibilidades para crear y adaptar la marca personal y/o musical, ya que se está constantemente compartiendo y recibiendo información. No estamos hablando únicamente de visualizar y movilizar vídeos o canciones, estamos hablando de la conversación que se genera en las redes sociales sobre el artista y su contenido. Es por esto que la industria musical, y por

ende, los artistas, se ha tenido que adaptar a la forma de consumir y compartir contenido hoy en día, ya que, como hemos dicho, con las nuevas tecnologías existen un sinnúmero de posibilidades.

Además, aunque la industria musical pueda parecer una de las más modernas y abiertas por su capacidad de adaptación, el sexismo es algo que sigue estando muy presente. Como apunta la cantante Taylor Swift en una entrevista para *CBS Sunday Morning* (2019):

“Existe un vocabulario diferente para hombres y mujeres en la industria musical. Un hombre hace algo y es estratégico, una mujer hace lo mismo y es calculadora. Un hombre puede reaccionar, una mujer solo reacciona de forma exagerada”

Podemos relacionar esto con la creación de la marca musical en el sentido de que para un hombre suele ser mucho más fácil alcanzar el éxito de una forma más fácil, sin necesidad de crear un gran espectáculo y sin que el público cuestione su estética o los temas de sus canciones. Sin embargo, para una mujer esto no es así. Las artistas femeninas en la industria tienen que ser bailarinas, cantantes, autoras, y dar un gran espectáculo en comparación con los compañeros de profesión masculinos. De esta manera lo expresa la cantante Taylor Swift en su documental *Miss Americana* (2020)

“Las artistas femeninas se reinventan más que los hombres. Tienen que hacerlo, si no, pierden su trabajo. Te piden nuevas facetas que le resulten atractivas a la gente. Ser original, pero de la manera que ellos quieren. Reinventarse, pero de una manera reconfortante para ellos y que sea un desafío para ti. Vivir una vida interesante que entregar al resto, pero tampoco tan alocada como para incomodarles.”

4.2 Gestión de crisis

Durante este apartado, se tratará el tema de la gestión de crisis en referencia a la reputación de una marca y sus posibilidades. Se tratará de definir el concepto de crisis y explicar de qué manera gestionarla.

4.2.1 Definición del concepto de crisis

Como indica el *Institut for Crisis Management*, la crisis es una interrupción significativa que tiene como resultado una cobertura extensa de los medios de comunicación y el escrutinio público.

Según apunta (Wilcox, 2001) una crisis “es un acontecimiento extraordinario, o una serie de acontecimientos que afecta de forma diversa a la integridad del producto, la reputación o la estabilidad financiera de la organización”

Este acontecimiento poco común supone un antes y un después para una marca, pues los intangibles de una marca son una parte fundamental a día de hoy, por lo que es fundamental proteger estos valores tras una crisis (Rojas Orduña, 2003)

Además, al vivir en la era digital, las polémicas se hacen mucho más llamativas y llegan a un número más grande de personas, por lo que es muy difícil controlar la conversación en redes sociales sobre nuestra marca, especialmente cuando la cultura de la cancelación está a la orden del día. Sin embargo, esta velocidad para difundir información puede ser aprovechada por las empresas para comunicar al público las medidas que se están tomando para la resolución de los problemas (Rojas Orduña, 2003)

4.2.2 ¿Cómo gestionar una crisis de reputación?

Un gran error de la mayoría de las organizaciones es el no preparar un plan de comunicación de crisis previamente en el cual se contemplen varias posibilidades y su respuesta o forma de actuar ante cada acontecimiento (Rojas Orduña, 2003). Este plan otorga a la marca mucho más control y seguridad sobre las diferentes situaciones.

En este punto se abordarán dos posibilidades para gestionar una crisis, optar por la comunicación u optar por el silencio.

Según Lacasa (1998), la comunicación es la única herramienta que permite superar una crisis. En el caso de que se opte por este camino, toda la organización de la marca deberá preparar una estrategia de comunicación para tratar de solventar la situación lo antes posible.

En este momento, la sinceridad y la rapidez en la reacción son clave para gestionar y conseguir que la crisis tenga la mínima repercusión en la reputación de la marca, ya que, en este momento, lo que más va a valorar el mercado, los competidores y sobre todo nuestro público es la honestidad y la transparencia (Vázquez, 2004).

Como último paso para la gestión de la crisis, se deberá realizar un análisis de los resultados obtenidos y las estrategias escogidas en el plan de crisis y aprender de la situación para futuras situaciones (Martínez y Durante, 2011).

En cuanto al camino del silencio, a pesar de que esta opción sea muy desaconsejada por algunos expertos, en muchas ocasiones se utiliza este recurso por falta de experiencia, falta de preparación o simplemente por no agravar más la situación, cuando realmente se provoca todo lo contrario (Martínez y Durante, 2011). En la gran mayoría de los casos de crisis se debe optar por la comunicación, pues no decir nada puede dar unos resultados aún más negativos.

De igual manera, como veremos más adelante, una crisis puede ser una buena oportunidad para realizar una reconstrucción de marca y definir una nueva identidad empresarial teniendo en cuenta esta nueva parte de la historia corporativa.

4.3 Reconstrucción de marca

A lo largo de este apartado se hablará sobre el proceso de reconstrucción de una marca teniendo en cuenta los anteriores apartados de concepto de marca y gestión de crisis, pues nos centraremos en el rebranding a partir de una previa crisis reputacional.

4.3.1 Definición

Stuart y Muzellec (2015) sostienen que el rebranding es un nuevo comienzo, ya que envía una señal clara a sus diferentes públicos que algo en la empresa ha cambiado, preferiblemente de manera favorable.

Hablando desde un punto de vista etimológico, podemos entender el concepto de reconstrucción como la unión del prefijo “re” y el verbo “construir”, es decir volver a construir

algo dañado o deteriorado. Si aplicamos esto a una marca, lo entendemos como el proceso de transformar la imagen de la marca a raíz de una situación de crisis.

Este proceso consta de cuatro etapas, el reposicionamiento, el cambio de nombre, rediseño y relanzamiento (O'Driscoll, 2004).

En la etapa de reposicionamiento se deben fijar los objetivos y las decisiones para alcanzar el posicionamiento deseado para la marca en el mercado, la mente de sus consumidores y en los competidores. En cuanto al cambio de nombre, este es el indicador máximo de la marca, su mayor sello de identidad y activo más valioso (O'Driscoll, 2004). Es por ello que en muchas ocasiones se plantea la decisión del cambio de nombre en este proceso, pues se lanza un mensaje muy potente al exterior, pero todo depende de las razones del *rebranding*.

El rediseño se lleva a cabo en todos los aspectos de la marca, desde la imagen hasta el posible mobiliario, oficinas, publicidad y toda identidad visual de la marca. Es por ello por lo que el diseño debe ir acorde con la nueva imagen. Y, por último, el relanzamiento. La comunicación para una marca lo es todo, en especial en el mundo tan digitalizado en el que vivimos (O'Driscoll, 2004). Si no comunicamos nuestros cambios, nuestra identidad y nuestra nueva imagen es como si realmente no hubiese cambiado nada.

4.3.2 ¿Cuándo realizar un rebranding?

La reconstrucción de marca se suele realizar por diversos motivos. Según Sotomayor y Fuentes (2020), las principales razones son:

- Eliminar la mala imagen
- Pérdida de cuota de mercado
- Mantener la relevancia

En cuanto al *rebranding* por crisis reputacional, como hemos visto anteriormente, la gestión de crisis es un tema muy importante que tratar dentro de una marca y una de las soluciones para solventar completamente la situación, es realizar una estrategia de reconstrucción de marca. Esto, junto con la comunicación de la estrategia, ayudaría a la marca a ganar confianza y a mejorar su imagen.

Sin embargo, si el motivo del rebranding es por una crisis de reputación, es importante saber gestionar la situación en un primer momento y realizar la reconstrucción de marca sobre un terreno más calmado, precipitarse y actuar demasiado rápido también puede ser un error (Islas y Hernández, 2013).

Una de las claves más importantes es devolver la confianza a los empleados empleando estrategias de comunicación interna. Agradecer y mencionar públicamente a aquellos que han trabajado con la marca a pesar de la crisis (Islas y Hernández, 2013).

En siguiente lugar, las marcas, como las personas, crecen y evolucionan, por lo que cabe la posibilidad de que la identidad y la imagen creada en un primer momento para una marca ya no vaya acorde con esta. Al revitalizar la marca se debe mantener el nexo entre lo que se planea cambiar de la marca y lo ya existente en la empresa (Cueto Rojas, 2018).

En el caso de necesitar un reposicionamiento empresarial, una estrategia de *rebranding* también se considera un buen movimiento, pues cada día nacen nuevos productos, nuevas alternativas y otras mueren. Por lo tanto, la batalla en la mente de los consumidores, no se detiene (Olamendi, s.f).

De este modo, debido a la gran cantidad de opciones en el mercado, si una marca no está funcionando, el idear una estrategia de reconstrucción de marca puede ayudar a reposicionar la marca tanto en el mercado como en la mente de los consumidores.

4.4 Taylor Swift y Reputation

“We think we know someone, but the truth is that we only know the version of them that they have chosen to show us. There will be no further explanation. There will be just reputation”¹

Taylor Swift.

¹ “Creemos que conocemos a alguien, pero la verdad es que sólo conocemos la versión que esa persona ha decidido mostrarnos. No habrá más explicaciones. Sólo habrá reputación.”

4.4.1 ¿Quién es Taylor Swift?

Taylor Alison Swift nació el 13 de diciembre de 1989 en Reading, Pensilvania. Swift ha tenido desde siempre una conexión con la música, pues su abuela era cantante de ópera profesional, por lo que le impulsó a seguir sus pasos. Con tan solo 16 años firmó un contrato profesional con la discográfica Big Machine Records, consiguiendo su primer éxito en el Top 40 con su primer sencillo profesional Tim McGraw. A continuación, en el año 2006 lanzó su primer álbum al cual le puso su propio nombre, Taylor Swift, comenzando así su carrera como cantautora y estrella del country. Con su siguiente álbum, *Fearless*, se convirtió en la mujer más joven en ganar el galardón de “Álbum del Año” en los Grammys hasta el año 2020, siendo relevada por Billie Eilish.

En los siguientes años, Taylor Swift fue ganando relevancia en la industria musical y era conocida por cambiar la forma de ver la música country, así como por sus famosos *lyrics*. Con sus próximos álbumes de estudio, “*Speak Now*”, “*Red*”, “*1989*”, “*Reputation*”, “*Lover*”, “*Folklore*”, “*Evermore*” y “*Midnights*”, consolidó su importancia en la industria musical y ganó numerosos premios Grammy, MTV, Billboard a la artista del año, mujer del año e incluso el AMA a artista de la década. Además, actualmente es la única artista femenina en conseguir tres premios Grammy a “Álbum del Año”.

Otro aspecto que destacar es la facilidad de la cantante para romper récords, teniendo que superar en ocasiones los suyos propios. Además, ha prestado en numerosas ocasiones su apoyo a diferentes obras benéficas, a la comunidad LGTB+ y a la lucha por los derechos de las mujeres, componiendo incluso canciones sobre estos temas.

Hoy en día, Taylor Swift es una inspiración para una gran cantidad de artistas y personas.

4.4.2 Contexto, composición de Reputation y retorno al panorama musical

En el año 2016 la cantante se vio envuelta en una polémica con el rapero Kanye West y la celebridad Kim Kardashian. Todo comenzó con el lanzamiento de la canción “Famous” de Kanye West, donde el rapero canta *“I feel like me and Taylor might still have sex / Why? / I made that bitch famous”*, refiriéndose a Taylor Swift.²

La artista y su equipo respondieron rápidamente de manera pública asegurando que ella jamás habría aprobado la letra de esa canción. Debido a su buena fama y gran número de fanáticos, la cantante recibió mucho apoyo por parte del público.

Ese mismo año, en la celebración de los premios Grammy, Taylor Swift ganó un premio por su quinto álbum de estudio “1989” y en el discurso de aceptación podemos interpretar un claro mensaje para Kanye West: *“I want to say to all the young women out there: there are going to be people along the way who will try to undercut your success or take credit for your accomplishments or your fame.”*³

A raíz de este discurso, Kim Kardashian a través de la red social Snapchat, publicó parte de una grabación de la llamada telefónica entre Kanye West y Taylor Swift en la que él le estaría pidiendo permiso a Swift para nombrarle en la canción. A continuación, se proporcionará una transcripción de la conversación filtrada vía Snapchat en 2016:

Kanye West: *“I feel like me and Taylor might still have sex.”*

Taylor Swift: *“I’m like this close to overexposure.”*

Kanye West: *“Oh, well this one, I think this is a really cool thing to have.”*

Taylor Swift: *“I know, it’s like a compliment, kind of.”*

Kanye West: *“All I give a f**k about is just you as a person and as a friend. I want things that make you feel good. I don’t want to do rap that makes people feel bad.”*

² “Siento que Taylor y yo todavía podríamos tener sexo / ¿Por qué? / Yo hice a esa puta famosa”

³ “Quiero decir a todas las mujeres jóvenes: habrá gente en el camino que intentará socavar tu éxito o quitarte mérito por tus logros o tu fama.”

Taylor Swift: *"Yeah, I mean, go with whatever line you think is better. It's obviously very tongue-in-cheek either way. And I really appreciate you telling me about it, that's really nice."*

Kanye West: *"Yeah, I just felt I had a responsibility to you as a friend. I mean, thanks for being, like, so cool about it."*⁴

Acto seguido, podemos observar esta publicación de instagram de la artista refiriéndose a a la filtración de la conversación: *"Where is the video of Kanye telling me he was going to call me 'that bitch' in his song? It doesn't exist because it never happened. You don't get to control someone's emotional response to being called 'that bitch' in front of the entire world. Of course, I wanted to like the song. I wanted to believe Kanye when he told me that I would love the song. I wanted us to have a friendly relationship. He promised to play the song for me, but he never did. While I wanted to be supportive of Kanye on the phone call, you cannot 'approve' a song you haven't heard. Being falsely painted as a liar when I was never given the full story or played any part of the song is character assassination. I would very much like to be excluded from this narrative, one that I have never asked to be a part of, since 2009"*⁵ (Taylor Swift, 2016).

En este punto, la mayoría de las personas se pusieron de parte del rapero públicamente y expresaron su odio hacia la cantante en redes sociales, llegando a ser la etiqueta *#TaylorSwiftIsOverParty* trending topic mundial.

⁴ Kanye West: "Siento que Taylor y yo aún podríamos tener sexo".

Taylor Swift: "Estoy así de cerca de la sobreexposición".

Kanye West: "Oh, bueno este, creo que es algo realmente genial de tener".

Taylor Swift: "Lo sé, es como un cumplido, más o menos".

Kanye West: "Todo lo que me importa eres tú como persona y como amiga. Quiero cosas que te hagan sentir bien. No quiero hacer rap que haga sentir mal a la gente".

Taylor Swift: "Sí, quiero decir, ve con la línea que creas que es mejor. Obviamente es muy irónico de cualquier manera. Y te agradezco mucho que me lo hayas contado, es muy amable".

Kanye West: "Sí, sentí que tenía una responsabilidad contigo como amigo. Quiero decir, gracias por ser, como, tan cool al respecto."

⁵ "¿Dónde está el vídeo de Kanye diciéndome que me iba a llamar 'esa puta' en su canción? No existe porque nunca ocurrió. No puedes controlar la respuesta emocional de alguien a que le llamen "esa puta" delante de todo el mundo. Por supuesto que quería que me gustara la canción. Quería creer a Kanye cuando me dijo que me encantaría la canción. Quería que tuviéramos una relación amistosa. Prometió tocar la canción para mí, pero nunca lo hizo. Aunque quería apoyar a Kanye en la llamada telefónica, no puedes "aprobar" una canción que no has escuchado. Ser falsamente pintado como un mentiroso cuando nunca se me dio la historia completa ni toqué ninguna parte de la canción es una difamación. Me gustaría mucho ser excluido de esta narrativa, de la que nunca he pedido formar parte, desde 2009."

Este post de Taylor Swift fue eliminado en 2016 al igual que el resto de su contenido en redes sociales.

Además, la mujer del rapero no se quedó atrás y denominó a Taylor Swift como “serpiente” en uno de sus tuits: “*Wait it’s legit National Snake Day?!?!?They have holidays for everybody, I mean everything these days!*”⁶ (Kim Kardashian, 2016). Incluso los medios de comunicación estadounidenses como *The View* decían que Taylor Swift estaba mintiendo como podemos ver en el documental de la cantante Miss Americana (2019).

La reacción de Taylor Swift ante el odio masivo en redes sociales fue desaparecer del panorama popular, eliminando todas sus publicaciones en redes sociales y ocultándose de la prensa, como dice en su documental Miss Americana (2019), “*Nobody physically saw me for a year*”⁷.

Durante ese tiempo de desaparición, la cantante se encontraba componiendo su sexto álbum de estudio, “**Reputation**”. Un álbum que sirvió como catarsis a la cantante para realizar su reconstrucción de marca y volver al panorama musical. El día 21 de agosto de 2017, la cantante tras eliminar todas sus publicaciones en redes sociales y sin previo aviso, volvió a publicar en Instagram tres videos cuyo contenido era la cola de una serpiente y un post anunciando que el primer sencillo de su nuevo disco vería la luz al día siguiente.

5. Análisis e interpretación de Reputation

Durante el siguiente apartado se realizará un análisis e interpretación de todo el universo que envuelve el disco “**Reputation**” de Taylor Swift, analizando la estética del álbum, las letras de las canciones y los videoclips. De esta forma, comprobaremos de qué manera la cantante realizó su estrategia de reconstrucción de marca.

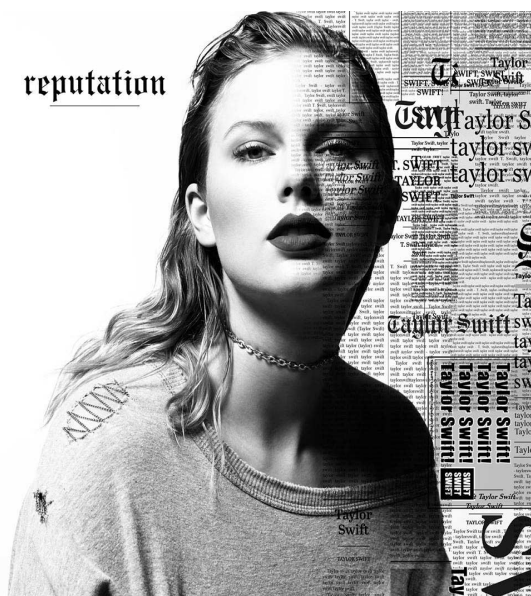
5.1 Estética

Como se ha explicado previamente en el contexto, este álbum fue una catarsis para la cantante, pues tras la polémica ocurrida con el rapero y en consecuencia con gran parte del público, Taylor Swift necesitaba este álbum para desahogarse y explicar su parte de la historia.

⁶ “¿Espera, es el Día Nacional de la Serpiente?!?!? ¡Tienen días festivos para todo el mundo, quiero decir para todo estos días!”

⁷ “Nadie me vio físicamente durante un año.”

Asimismo, aunque en un principio pueda parecer un álbum oscuro, lleno de odio y tristeza, que en ocasiones lo es, también podemos observar que se trata de un disco de amor, ya que en algunas canciones también se puede apreciar esta temática. Además, según apunta la cantante en su documental *Miss Americana* (2019) *"I was falling in love with someone who had a really wonderfully normal, balanced, grounded life."*⁸



Portada álbum

"Reputation" de Taylor Swift. Fuente:
https://universalmusiconline.es/products/reputation-cd?_pos=2&_sid=b274010bd&_ss=r

En cuanto a la estética de todo el disco, lo envuelve un estilo sombrío, misterioso y sofisticado. Como podemos ver en la propia portada, la paleta de colores se centra en los tonos oscuros con el negro, gris y plateado como colores predominantes.

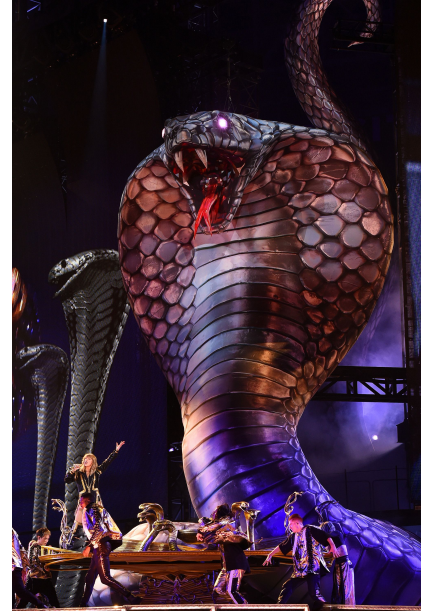
Siguiendo con la portada, podemos observar la estética de periódico antiguo, la cual también se verá en el resto del *merchandising* y será parte de la identidad visual del álbum. Esta estética con el periódico también podría hacer referencia al tiempo que estuvo desaparecida del panorama popular.

La fuente utilizada en este caso es una variante personalizada de la fuente clásica llamada "Didot". La variante personalizada se llama "TS Didot" y fue diseñada específicamente para este álbum.

Con esta portada, la cantante nos está mostrando su nueva imagen y era musical, reforzando la idea de misterio y sofisticación.

⁸ "Me enamoré de alguien que tenía una vida maravillosamente normal, equilibrada y con los pies en la tierra".

Otro de los símbolos más importantes del disco son las serpientes. Como se ha comentado anteriormente, la celebridad Kim Kardashian utilizó el término serpiente para referirse a Taylor Swift, y acto seguido una gran cantidad de personas comenzaron a llamarla así. Es por ello que la cantante se apropió de la estética de la serpiente convirtiéndolo en su nueva marca personal y parte de la identidad visual de su nueva era musical.



Visuales del Reputation Stadium Tour. Fuente: <https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a20629520/taylor-swift-kim-kardashian-snake-feud/>

En definitiva, toda la estética del disco y en especial el uso del símbolo de la serpiente, representa la capacidad de la cantante para salir adelante tras su crisis de reputación, y al mostrarnos su nueva imagen misteriosa y oscura nos muestra su estrategia de reconstrucción de marca.

5.2 Análisis e interpretación de las canciones

Para comprender mejor la estrategia de gestión de crisis y reconstrucción de marca es importante analizar exhaustivamente la letra de las canciones, pues la cantante es conocida por expresar en sus letras diversas emociones y experiencias personales.

Asimismo, ya se ha explicado previamente de qué trata este álbum y la polémica en la que está inspirado todo el concepto y parte de las letras de las canciones, pues en numerosas ocasiones se hace referencia a la mala reputación de la cantante.

En este caso, aunque se hará un análisis más profundo de las canciones que contienen ciertas referencias a la polémica y la falta de reputación de Taylor Swift, también se realizará una breve interpretación y análisis del resto de canciones, ya que es importante analizar cada canción del disco **“Reputation”** para conocer y entender de manera adecuada el gran cambio de estilo musical y de imagen escogidos por la cantante para gestionar su crisis de reputación y reconstruir su marca personal.

A partir de aquí, se proporcionará una traducción inglés-español sobre las letras específicas que se crean convenientes para explicar la temática y el mensaje de la canción que se está analizando e interpretando.

1. ...Ready for it?

La canción "...Ready For It?" (Disponible en este [enlace](#)) es la encargada de abrir el disco y con ella, la cantante nos muestra su completo cambio de imagen y estilo musical. Anteriormente, Taylor Swift escribía música *country* y *pop*, pero con esta nueva era musical, nos presenta un disco muy electrónico, cambiando por completo la percepción del público sobre ella y generando una nueva imagen. Además, este sonido y este gran cambio acompañan a la artista en su acción de reconstrucción de marca hacia una imagen más oscura y misteriosa, completamente opuesta a la imagen que tenía la industria sobre Taylor Swift antes de la polémica.

Según afirmó Taylor Swift en una entrevista para iHeart Radio en sus sesiones de escucha de "**Reputation**" en 2017, en esta canción se puede observar una metáfora que será recurrente durante el resto del álbum. Esta metáfora es sobre una situación de crimen y castigo donde hay ladrones, atracos y culpables, como podemos observar en esta parte de la canción:

"Él ya sabía que era una bandida, desde la primera vez que me vio
Robando corazones y huyendo sin ni siquiera pedir perdón
Pero si yo soy una ladrona, él puede unirse al atraco
Y entonces nos mudaremos a una isla y
Y él puede ser mi carcelero"

Según la letra, podemos ver que es una canción de amor, cuyo tema principal es el amor peligroso. Como se ha explicado anteriormente, esta primera canción sirve de aperitivo para escuchar el resto del disco, ya que nos avanza que, aunque sea un álbum mayoritariamente de amor romántico, la temática oscura y misteriosa es lo que encontraremos en cada canción.

2. End Game (ft Future & Ed Sheeran)

La canción "*End Game*" (Disponible en este [enlace](#)) es interpretada por Taylor Swift, Future y Ed Sheeran. En un primer momento podríamos decir que se trata de una canción de amor, pues se hace referencia a la expresión "*end game*" en el sentido de querer ser la última persona con la que Taylor Swift quiere pasar el resto de su vida en una relación amorosa.

Sin embargo, podemos relacionar esta canción con la polémica cuando en cada una de las estrofas de la canción hace referencia directa al cantante que la interpreta y los tres en este caso hablan sobre su reputación.

En el estribillo, interpretado por Taylor Swift y Future la letra dice así:

“Una gran reputación, una gran reputación
Oh, tú y yo tenemos una gran reputación
Ah, y tú has oído hablar de mí
Oh, y de que tengo grandes enemigos
Una gran reputación, una gran reputación
Oh, tú y yo tenemos una conversación pendiente
Ah, y yo he oído hablar de ti
Oh, y de que también te van los malos”

En este caso podríamos interpretar “tú has oído hablar de mí y de que tengo grandes enemigos” refiriéndose a que probablemente la persona a la que va dedicada la canción habrá visto toda la polémica con Kanye West y Kim Kardashian y el odio hacia Taylor Swift, y es por ello que también hace referencia a su reputación en el estribillo.

Además, en la última frase “y yo he oído hablar de ti y de que también te van los chicos malos” habla desde el punto de vista de que en ese momento a Taylor Swift se le considera una “chica mala.”

Por último, en la tercera estrofa interpretada únicamente por Taylor Swift y en la que se habla directamente sobre ella, podemos ver que la letra dice:

“Mi reputación me precede, y te han dicho que estoy loca
Y te juro que no me gusta el drama, que al drama le gusto yo”

En este caso, la expresión “mi reputación me precede” se refiere a cuando alguien, sin conocer a la cantante, ya tiene cierta imagen de ella. En cuanto a la parte de “te han dicho que estoy loca, y te juro que no me gusta el drama, que al drama le gusto yo” podemos interpretar cierta conexión con la polémica cuando el público se puso de parte de Kanye West al filtrarse la llamada telefónica.

3. I Did Something Bad

La canción "*I Did Something Bad*" (disponible en este [enlace](#)) Es una canción que se enfoca en el tema de la venganza y cómo una persona puede sentirse justificada en hacer algo malo si ha sido lastimada anteriormente.

En esta canción no encontramos ninguna referencia clara hacia Kanye West o la polémica, pero sí vemos claramente este personaje agresivo y culpable que se había encargado de crear Taylor Swift para esta nueva era. Podemos ver esto claramente durante la siguiente estrofa:

"No confío en los ligones
Pero ellos me adoran a mí
Así que me los llevo de viaje por el mundo
Y les hago creer que me han salvado la vida
Pero nunca llegan a ver venir
Lo que les espera después
Porque es así como funciona el mundo
Tienes que dejarles tú antes de que te dejen a ti"

Durante toda esta canción podemos ver que la cantante ha asumido a la perfección el rol de culpable, de alguien que ha hecho algo mal y la podríamos interpretar como una metáfora sobre las críticas y los obstáculos que ha atravesado la cantante en su proceso de gestionar su crisis de reputación.

4. Don't Blame Me

La canción "*Don't Blame Me*" (disponible en este [enlace](#)) trata una vez más del amor peligroso, e incluso podríamos decir prohibido. De esta forma, aunque nuevamente se trate de una canción de amor romántico, se hacen una serie de comparaciones y referencias hacia temas como las drogas, lo peligroso e incluso la locura:

"No me culpes, el amor me ha enloquecido
Y si no lo hiciera, es que no lo estarías haciendo bien
Señor, sálvame, mi niño es la droga

Que seguiré consumiendo toda la vida

He sido una rompecorazones durante mucho tiempo

Y he jugado con ellos, esos chicos mayores

Que no eran más que juguetes para mí

Pero algo especial pasó por primera vez

Y ahora, en el paraíso más oscuro

Tiemblo y te necesito”

Además, en una estrofa la cantante dice: “Puede que una vez fuera una *poison ivy*⁹ pero ahora soy tu Daisy¹⁰” Este verso podría hacer referencia a Poison Ivy, villana de cómic en el universo de DC y Daisy, el interés amoroso en la obra *El Gran Gatsby*. Según estas referencias podríamos interpretar ese cambio de actitud de ser una villana a un personaje dulce y cariñoso gracias al amor romántico al que se refiere en la canción.

En general, “*Don’t Blame Me*” es una canción que explora los temas de la adicción emocional y la culpa en el contexto de una relación amorosa. La letra y la producción combinan para crear una experiencia auditiva poderosa y emotiva.

5. Delicate

La canción “*Delicate*” (disponible en este [enlace](#)) trata claramente sobre la declaración del amor y del miedo de que esa persona tenga una imagen de ti construida a base de rumores.

Durante esta canción se juega con la idea de la reputación y en cómo podría afectar tener una mala reputación a la hora de conocer a alguien que quieres de verdad. “¿Podría algo irreal, como la reputación que tienes, afectar a algo que sí es real, como que alguien te llegue a conocer de verdad?” (Taylor Swift, 2017). Según apunta la cantante, este es el primer momento de vulnerabilidad que hay en el disco.

Lo primero que escuchamos de esta canción es un efecto de sonido llamado vocoder, el cual divide la voz en acordes. La cantante afirmó para iHeartRadio en una de las sesiones

⁹ Hiedra venenosa

¹⁰ Margarita

de escucha de **“Reputation”** en 2017 que le gustaba este efecto porque hacía la canción más triste y emocional.

Podemos ver toda esta idea sobre la reputación y el amor en el inicio de la canción:

“Esto no es lo mejor
Mi reputación nunca ha estado peor, así que
te debo gustar por lo que soy...
No podemos hacer ninguna promesa ahora
¿Vale, cariño?
Pero puedes traerme algo para beber”

Además, durante el estribillo podemos apreciar el sentimiento de vulnerabilidad e incertidumbre al querer a alguien de verdad, pero no saber cómo tu imagen y tu fama pueden afectar a la otra persona:

“¿Está bien que haya dicho todo eso?
¿Está bien que estés en mi cabeza?
Porque sé que es delicado
¿Está bien que haya dicho todo eso?
¿No es demasiado pronto para hacer esto?
Porque sé que es delicado
¿O no? ¿O no? ¿O no? ¿O no?
¿O no? ¿O no? ¿O no?
¿No es delicado?”

En definitiva, puede interpretarse que esta canción es una declaración de amor que se caracteriza por la incertidumbre e inseguridad debido a la controversia y la pérdida de reputación de la cantante. La letra refleja la lucha interna de Taylor Swift mientras intenta equilibrar su necesidad de amor y conexión con su miedo a ser lastimada nuevamente. La canción también incluye una referencia a la fama y la atención de los medios de comunicación, lo que sugiere que estos factores pueden complicar aún más la vida personal de la artista.

6. Look What You Made Me Do

La canción “*Look What You Made Me Do*” (disponible en este [enlace](#)) fue el medio por el cual Taylor Swift hizo su reaparición en las redes sociales y ante el ojo público mediante una publicación en la red social Instagram con unos vídeos donde se podía apreciar una piel de serpiente.

Además, fue la primera canción que se escuchó del álbum “*Reputation*”, y la primera vez que la cantante mostró su nueva imagen tras la crisis de reputación.

Esta canción se puede interpretar que habla sobre la venganza, el reproche y el dolor. Es sin duda la canción que más mensajes y referencias tiene con respecto a la polémica con el rapero Kanye West y la celebridad Kim Kardashian.

Se procederá a analizar e interpretar cada estrofa de esta canción debido a la abundancia de mensajes que se pueden identificar en ella.

Podemos ver el primer mensaje hacia el rapero en la primera estrofa de la canción:

“No me gustan tus jueguecitos
Ni tu escenario inclinado
Ni el papel de idiota que me haces hacer
No, no me gustas tú”

En esta parte, la cantante hace referencia al famoso escenario inclinado que utilizó el rapero en su gira durante el año 2016.

La siguiente estrofa:

“No me gusta tu crimen perfecto
Ni cómo te ríes cuando mientes
Cuando decías que la pistola era mía
No está bien, no, no me gustas tú”

En este caso, el verso “no me gusta tu crimen perfecto” podría estar aludiendo a la manera en que Kanye West y Kim Kardashian planearon la controversia en torno a la llamada telefónica, con el objetivo de publicar posteriormente una versión manipulada de la grabación y presentar a Taylor Swift como una mentirosa.

De nuevo, cuando la cantante dice “cuando decías que la pistola era mía” podría estar haciendo referencia al momento en que se publicó la llamada telefónica manipulada.

“Pero me volví más lista y más fuerte justo a tiempo
Cariño, resucité de entre los muertos, lo hago todo el tiempo.
Tengo escrita una lista de nombres y el tuyo está subrayado en rojo
Lo compruebo una vez, luego lo compruebo dos veces ¡oh!”

Con los versos “me volví más lista y más fuerte justo a tiempo, cariño, resucité de entre los muertos, lo hago todo el tiempo.” la cantante estaría haciendo referencia a su forma de manejar la crisis de reputación, mediante la publicación de su nuevo álbum, donde relata su versión de los hechos y reconstruye su imagen pública tras la controversia que ha generado. Además, el siguiente verso “tengo una lista de nombres y el tuyo está subrayado en rojo” podría estar haciendo referencia directa a Kanye West, a quien la cantante responsabiliza de su mala reputación, y a su advertencia de tomar represalias en su contra.

En el estribillo de la canción, la artista estaría atribuyendo directamente a terceras personas la responsabilidad de su necesidad de cambiar su imagen y componer una canción sobre el odio y la venganza, con la frase “Mira lo que me has hecho hacer.”

Después del estribillo:

“No me gustan las llaves de tu reino
Esas que una vez fueron mías
Allí donde me pediste un lugar donde dormir
Pero me encerraste y diste una fiesta”

En este momento, la cantante está hablando sobre la traición de alguien en quien confiaba con la frase “me pediste un lugar donde dormir, pero me encerraste y diste una fiesta”.

Nuevamente podríamos interpretar este mensaje para el rapero Kanye West, el cual era amigo de la cantante antes de la polémica.

“El mundo sigue, un día más
Otro drama, drama
Pero no por mí, no por mí
Yo solo pienso en el karma
Y el mundo sigue
Pero una cosa es segura:
Quizá yo tenga lo mío
Pero vosotros también tendréis lo vuestro”

Una vez más, la frase “quizá yo tenga lo mío, pero vosotros también tendréis lo vuestro” puede ser interpretada como una alusión a la venganza, desde una perspectiva agresiva. La cantante parece estar sugiriendo que aquellos que la han perjudicado eventualmente sufrirán las consecuencias de sus acciones, mientras que ella se asegurará de tomar represalias en su contra.

A continuación, durante el puente de la canción:

“Yo no confío en nadie y nadie confía en mí
Seré la actriz que protagonizará tus pesadillas”

Con estos versos, la cantante nos comunica una vez más sobre su falta de reputación y la búsqueda de venganza, además de expresar el daño que toda la controversia le ha causado, al punto de que no puede confiar en nadie.

Por último, Tras esta estrofa se para la música y se escucha como suena un teléfono. Acto seguido escuchamos a la cantante decir esto:

"Lo siento, la antigua Taylor no puede ponerse al teléfono ahora mismo...
¿Que por qué?
Porque está muerta.”

En este momento, es evidente la estrategia de reconstrucción de marca que Taylor Swift está llevando a cabo. La cantante afirma que la antigua Taylor, reconocida por su buena

imagen, su música country y su actitud de evitar controversias, ha llegado a su fin para dar paso a una nueva versión de sí misma, misteriosa y resentida con el mundo debido a su crisis de reputación.

7. So It Goes...

La canción "*So It Goes...*" (disponible en este [enlace](#)) muestra una vez más el enfoque de Taylor Swift en explorar temas de amor romántico a través de una estética oscura y una metáfora de crímenes y castigos. La letra de la canción comienza con una descripción de cómo la persona a la que se dirige Swift tiene la capacidad de hacer que todo desaparezca y de cortarla en pedazos, lo que sugiere una sensación de vulnerabilidad y sumisión:

"Haces que todo el mundo desaparezca
Y me cortas en pedazos
Soy un rehén de mis sentimientos en una jaula de oro"

Esta metáfora se extiende a lo largo de la canción, creando un ambiente misterioso y emocionalmente intenso. Además, con la frase "soy un rehén de mis sentimientos en una jaula de oro" la cantante podría estar refiriéndose a otra metáfora la cual haría alusión a que al final, aunque ella sea una persona adinerada, famosa y con muchos privilegios, también puede sentirse atrapada y limitada por sus emociones y la atención constante de los medios de comunicación. La metáfora de la jaula de oro sugiere que, a pesar de los lujos y comodidades que puede tener en su vida, Swift se siente prisionera de su fama y las expectativas que conlleva.

A través de esta canción, la cantante sigue demostrando su evolución musical y su capacidad para explorar diferentes estilos y sonidos. En "*So It Goes...*", ella combina elementos electrónicos con su característico sonido de pop y country, creando una canción que es única y distintiva. En resumen, "*So It Goes...*" es una exploración intrigante y emotiva del amor romántico desde una perspectiva inusual y oscura.

8. Gorgeous

La canción “*Gorgeous*” (disponible en este [enlace](#)) es la canción que menos sigue la estética del disco y más se parece a los trabajos anteriores de la cantante, pues se trata de una canción pop con un ritmo muy animado y pegadizo.

La canción trata sobre el amor a primera vista. Podemos ver esta idea en el estribillo:

“Eres tan guapo
Que no soy capaz de decirte nada a la cara
Porque mírate la cara
Y estoy enfadada contigo
Por hacerme sentir así
¿Pero y qué puedo decir?
Si eres tan guapo”

En definitiva, con esta canción Taylor Swift vuelve a sus raíces más pop y entrega una canción con una melodía pegajosa y una letra que celebra el enamoramiento a primera vista. La producción de la canción es vibrante y alegre, con sintetizadores que crean una atmósferaailable y contagiosa. Esta elección musical no solo realza la letra de la canción, sino que también logra conectar con el público y hacer de la canción un éxito en las listas de popularidad.

9. Getaway Car

La canción “*Getaway Car*” (disponible en este [enlace](#)) cuenta nuevamente con la metáfora de crímenes de la que se ha hablado en canciones anteriores. En este caso, podríamos interpretar que se utiliza la metáfora para contar un relato de un triángulo amoroso en el que dos personas deciden huir juntas, dejando a una tercera parte detrás. Podemos ver esta idea en la siguiente estrofa:

“Fue el mejor escape, el plan de fuga
Con la luz de la libertad reflejada en mi cara
Pero tú no pensabas nada
Y yo solo bebía

Y mientras él iba tras nosotros, yo solo te gritaba: "¡Corre, corre, corre!"
Pero siendo tres, cariño, esto era un espectáculo
Y un circo no es una historia de amor
Y ahora los dos lo sentimos"

Sin embargo, tal y como relata la canción, las dos personas que huyen juntas tampoco tienen éxito juntas, tal y como podemos ver en el estribillo:

"Ibas conduciendo el coche de huida
Íbamos volando, pero nunca llegaríamos lejos
No finjas no saber nada
Piensa en el lugar donde nos conocimos
En un coche de huida
Y se oían sirenas en los latidos de tu corazón
Deberías haber sabido que sería la primera en irme
Piensa en el lugar donde nos conocimos
No, nunca llegarían lejos
No, nada bueno puede comenzar en un coche de huida"

La metáfora del coche de huida se utiliza para representar la necesidad de escapar y dejar atrás situaciones complicadas o dolorosas. La producción de la canción se caracteriza por su ritmo rápido y energético, lo cual está relacionado con la urgencia y la ansiedad de la letra de la canción.

10. King Of My Heart

La canción "*King Of My Heart*" (disponible en este [enlace](#)) trata una vez más sobre la declaración del amor romántico. Esta canción, según afirmó Taylor Swift para iHeart Radio en una de sus sesiones de escucha de "*Reputation*" en 2017, narra las diferentes fases por las que avanza una relación dándole una identidad propia a cada una de las fases. Esto puede interpretarse como una exploración de la evolución de los sentimientos a lo largo del tiempo, y cómo estos pueden cambiar y transformarse en el transcurso de una relación.

Podemos ver esta evolución durante cada estrofa de la canción, siendo la primera el comienzo de la relación amorosa:

“Vivo sola y me encuentro genial
Había ordenado mi vida y había entendido que estoy mejor sola
Pero nos conocimos hace unas semanas
Y ahora, cariño, me intentas probar como si fuera ropa”

El estribillo muestra cuando Taylor Swift se da cuenta de lo que realmente le importa la otra persona en su vida:

“Porque por fin, tú eres el único al que he estado esperando
Rey de mi corazón, cuerpo y alma”

En la siguiente estrofa, hace referencia al enamoramiento:

"En la madrugada, mientras la ciudad duerme
Tu amor es un secreto que deseo, sueño y me muero por guardar
He cambiado mis prioridades
El sabor de tus labios es mi idea de lujo”

Y por último en el puente, cuando se consolida la relación:

“¿Es este el final de todos los finales?
Estás curando mi cuerpo de todas las heridas
Con todas estas noches que pasamos juntos
Sobre el tejado, como dos tontos enamorados
Bebiendo cerveza en vasos de plástico
Di que no quieres nada más, solo a mí
Cariño, por fin, esto es suficiente”

En definitiva, la canción es una celebración del amor y de cómo este puede hacernos sentir seguros y protegidos en un mundo incierto. La producción y la letra trabajan juntas para crear una canción emocionante y memorable.

11. Dancing With Our Hands Tied

La canción "*Dancing With Our Hands Tied*" (disponible en este [enlace](#)) tiene un mensaje muy parecido a la canción *Delicate*, comentada anteriormente. Asimismo, también trata temas como el amor a primera vista como en la canción *Gorgeous*, comentada anteriormente. Habla sobre el miedo a empezar una nueva relación amorosa públicamente tras la crisis de reputación de la cantante.

Podemos ver esta idea desde el principio de la canción:

"Te quise en secreto desde el principio
Porque la gente tiene flechazos sin motivo
Veinticinco años
¿Cómo lo ibas a saber tú?
Mi amor estaba congelado
En un azul profundo que tú volviste dorado
Y tú me abrazaste
¿Cómo lo iba a saber yo?"

Una gran cantidad de artistas utilizan simbólicamente el color azul para referirse a la tristeza, por lo que cuando Taylor Swift dice que su amor estaba congelado en un "azul profundo" que la otra persona convirtió en "dorado", ella está expresando que la otra persona le ha dado la felicidad y la alegría que necesitaba en su vida. El simbolismo del dorado es representativo del calor y la luz que ilumina la vida de la cantante, disipando la oscuridad y el frío que la rodeaba antes de que llegara su pareja.

En la siguiente estrofa, se puede observar una preocupación por la influencia que pueden tener los rumores, la fama y el público en general en la relación de la cantante y su pareja:

"Y la gente comenzó a hablar de nosotros y a ponernos a prueba
Y sabía que no había nadie en el mundo que pudiera llevarse esto
Pero yo tenía un mal presentimiento"

Es por ello por lo que, aunque la canción no esté relacionada directamente con la polémica con el rapero, sí que tiene mucho que ver con su crisis de reputación y cómo esta le afectó emocionalmente.

En definitiva, esta canción representa una lucha por mantener una relación fuerte y verdadera, mientras se enfrentan a presiones externas y a la atención pública. La canción puede ser vista como una expresión de cómo las acciones y la reputación de una persona pueden tener un impacto negativo en sus relaciones personales, y cómo es posible que se necesite un esfuerzo extra para superar estos obstáculos.

12. Dress

La canción "*Dress*" (disponible en este [enlace](#)) nuevamente se trata de una canción de amor romántico que describe la atracción física entre dos personas de manera explícita. Para explicar este mensaje, la cantante utiliza metáforas y descripciones detalladas sobre la intimidad y la pasión entre estas dos personas, evocando a la experiencia emocional y física que describe en la canción.

De esta canción, se puede destacar el puente, pues una vez más hace alusión a su crisis de reputación y cómo esta persona se quedó con ella:

“Recuerdo cuando nos conocimos
Tú con tu pelo rapado y yo con el mío decolorado
Incluso en mis peores momentos, tú viste lo mejor de mí
Recuerdo mis errores
Mis enfados y mis temblores
Incluso con mis peores mentiras, tú viste la verdad en mí”

En definitiva, esta canción es una expresión de la sensualidad y la pasión, pero también tiene un aspecto emocional y reflexivo en el que Taylor Swift habla sobre la importancia de encontrar una conexión auténtica y profunda con otra persona.

13. This Is Why We Can't Have Nice Things

La canción “*This Is Why We Can't Have Nice Things*” (disponible en este [enlace](#)) es una respuesta emocional al dolor y la traición que Taylor Swift ha experimentado, con una letra cargada de sarcasmo e ironía que se burla de una persona que ha traicionado la confianza de la cantante. Además, según afirmó la cantante para iHeart Radio en una de sus sesiones de escucha de “**Reputation**” en 2017, esta canción trata de cómo las personas dan por sentadas las amistades y la lealtad. El cómo dejas entrar a personas en tu vida y estas traicionan tu confianza.

Podríamos interpretar en varias ocasiones de la canción que esta va dirigida hacia el rapero Kanye West y la celebridad Kim Kardashian. Por ello, se analizará e interpretará esta canción estrofa a estrofa.

En el principio de la canción se puede ver como la canción hace referencia al tiempo en que estas dos personas fueron cercanas. Además, nuevamente se encuentra una referencia a la obra *El Gran Gatsby*:

“Era genial dar grandes fiestas
Y saltar a la piscina desde el balcón
Con todo el mundo nadando en un mar de champán
Y no hay reglas cuando apareces aquí
Con ritmos de bajo que sacuden la lámpara
Sintiéndome tan Gatsby durante todo el año”

La siguiente estrofa hace referencia directamente a la traición de esta persona, utilizando una metáfora relacionada con la lluvia haciendo alusión a la decepción:

“Entonces, ¿por qué tuviste que hacer que lloviera en mi desfile?
Negando con la cabeza, tengo que cerrar las puertas”

El estribillo:

“Y por eso no podemos tener cosas buenas, querido
Porque si siempre las rompes, yo tengo que apartarlas de mí”

Por eso no podemos tener cosas buenas, querido
¿Pensabas que no me enteraría de todo lo que decías sobre mí?”

La letra de la canción sugiere que la persona en cuestión ha hablado mal de la cantante y ha dañado su reputación, lo que ha llevado a la cantante a tomar medidas drásticas para protegerse a sí misma y a sus cosas valiosas.

En la siguiente estrofa, encontramos una referencia directa a la polémica con la llamada telefónica filtrada entre Kanye West y Taylor Swift, lo cual sugiere que esta canción está dedicada al rapero:

“Fue genial que fuéramos amigos de nuevo
Te di una segunda oportunidad
Pero me la clavaste por la espalda mientras te tendía la mano
Y he ahí el problema
Que los amigos no intentan engañarte
Ni llamarte por teléfono para confundirte
Así que me cargué por completo la relación”

Por último, en el puente de la canción, se puede interpretar una referencia directa hacia Kanye West y Kim Kardashian y a la controversia relacionada con la crisis de reputación de la cantante:

“Un brindis por mis amigos de verdad
A quienes no les importa lo que él diga ni lo que ella diga
Un brindis por mi amor
El cual no está leyendo lo que me llaman últimamente
Un brindis por mi madre
Que ha tenido que escuchar todo este drama
Y este por ti
Porque perdonar es algo bueno que hacer...
Ni siquiera puedo decirlo sin reírme”

En este puente se puede ver cómo la cantante está hablando sobre su crisis de reputación y cómo se enfrentó a las numerosas críticas en redes sociales y medios de comunicación.

En definitiva, es una canción sarcástica y habla de la traición y la decepción que sintió la cantante. La letra utiliza metáforas y alusiones para transmitir su mensaje de desilusión. La voz de Taylor Swift es enérgica y emocional en su expresión del dolor y la ira que sintió.

14. Call It What You Want

La canción "*Call It What You Want*" (disponible en este [enlace](#)) una vez más trata sobre el amor romántico. Es una canción en la que Taylor Swift expone de forma íntima su nueva relación y cómo a pesar de las críticas y el odio en redes sociales, ella vuelve a ser feliz. Aunque se trate de una canción donde el tema principal es el amor, también se pueden ver referencias a la polémica y su cancelación en redes sociales, como por ejemplo, justo al principio de la canción:

"Mi castillo se derrumbó de la noche a la mañana
Me llevé un cuchillo a un tiroteo
Y me robaron la corona, pero da igual
Los mentirosos dicen que yo también lo soy
Pero nadie ha sabido nada de mí durante meses
Y estoy mejor que nunca"

Durante esta estrofa la cantante cuenta cómo su reputación y su fama cayeron en picado de manera casi instantánea al filtrarse la llamada telefónica. La línea "me llevé un cuchillo a un tiroteo" es una metáfora poderosa que sugiere que Taylor Swift se sintió impotente y sin defensa después de que se filtrara la llamada, y que estaba luchando por proteger su propia versión de los hechos. Además, también hace alusión al momento en el que ella decidió alejarse de las redes sociales y la prensa durante un año.

En otra estrofa, la cantante vuelve a hacer referencia a este momento relacionado con su crisis de reputación tan mediática. Sin embargo, enfatiza que, en realidad, la opinión pública pierde su relevancia cuando se encuentra junto a su pareja:

"Todas mis flores volvieron a crecer como espinas
Ventanas tapiadas después de la tormenta
Él encendió un fuego solo para mantenerme caliente
Todas las reinas del drama lanzando golpes

Todos los bufones disfrazados de reyes
Se desvanecen en la nada cuando lo miro a él.”

Por último, en el puente de la canción, la intérprete retoma el tema de su ausencia repentina del panorama mediático y cómo su pareja permaneció a su lado a pesar de las circunstancias adversas.

“Y recuerdo, a finales de noviembre,
cómo contuve el aliento
Y lentamente, le dije: "No tienes por qué salvarme
¿Pero te escaparías conmigo?"
... “Sí”

La línea “¿te escaparías conmigo?” simboliza una invitación a escapar juntos para huir de la presión mediática y de cualquier obstáculo que pudiera interponerse en su relación.

En general, “*Call It What You Want*” es una canción introspectiva y emotiva en la que Taylor Swift reflexiona sobre su vida personal y su relación amorosa. La canción es una muestra de madurez emocional y una respuesta a las críticas y los rumores que han rodeado a su vida personal. La letra de la canción y la interpretación de Swift son muy sinceras y emotivas, acompañadas de un ritmo pop-electrónico que caracteriza el sonido del disco en general.

15. New Year’s Day

La canción “*New Year’s Day*” (disponible en este [enlace](#)) es la encargada de cerrar el álbum y por lo tanto esta nueva era. Se trata de una balada romántica en la que la cantante, con el instrumental más relajado y la letra de la canción crea una sensación de intimidad y cercanía.

Según afirmó la cantante para iHeart Radio en una de sus sesiones de escucha de Reputation en 2017, se centró en el concepto de los famosos besos a medianoche el día de nochevieja, diciendo lo románticos que eran, pero asegurando que lo que era aún más romántico era estar con tu pareja el día de año nuevo limpiando la casa tras la fiesta, porque significa algo mucho más permanente e íntimo.

Se puede ver esta idea en la siguiente estrofa:

“Porque quiero tus medianoches
Pero también limpiaré las botellas contigo el día de Año Nuevo”

También se puede ver esa misma idea explicada de una forma más simbólica y profunda en la siguiente estrofa:

“Estaré contigo cuando tengamos que brindar, cariño
Pero también cuando estés agotado y vuelvas arrastrándote a casa”

En definitiva, "*New Year's Day*" es una pieza musical que refleja la madurez emocional de Taylor Swift, al destacar la importancia de la confianza y la lealtad en una relación amorosa. La canción presenta una letra conmovedora que resalta la importancia de las relaciones fuertes y duraderas.

16. Observaciones

Al analizar las canciones de "*Reputation*", se puede notar un claro concepto relacionado con la oscuridad y el misterio, enmarcado principalmente en su reputación y la forma en que ha sido percibida públicamente. Este tema se refleja especialmente en la primera parte del disco, donde se puede apreciar un tono más oscuro y una mayor presencia de odio y rencor en las siete primeras canciones. Sin embargo, en la segunda parte del disco, se puede ver un cambio en el enfoque temático, donde el amor se convierte en el tema principal. Aunque la perspectiva desde la que se aborda este tema es más insegura, lo que refleja la madurez emocional de la cantante y su capacidad de reconocer sus propias debilidades en las relaciones.

En resumen, este disco es un reflejo de la complejidad de la vida pública y privada de la artista, donde el concepto de la oscuridad y el misterio se relaciona con la forma en que ha sido percibida y juzgada públicamente, y cómo eso ha afectado sus relaciones personales. De este modo, con este nuevo sonido y las letras tan distintas y oscuras de algunas canciones del disco, a parte de las claras referencias a la polémica sucedida, se puede observar que esta fue la forma de gestionar la crisis de reputación de Taylor Swift.

La estrategia de desaparecer durante un tiempo y centrarse en la creación de su nuevo álbum permitió a Taylor Swift tomar distancia de la polémica que había rodeado su figura y replantear su imagen ante el público. El resultado fue un álbum que mostraba una faceta más madura y emocional de la cantante, y que le permitió volver al panorama musical con un nuevo sonido y una imagen renovada.

A continuación, se proporcionará una tabla resumen sobre cada canción y su temática principal, poniendo entre paréntesis si existe algún tipo de referencia a la polémica o a la reputación:

CANCIÓN	TEMA PRINCIPAL
1. ...Ready For It?	Amor
2. End Game	Amor (referencias a la reputación)
3. I Did Something Bad	Polémica
4. Don't Blame Me	Amor
5. Delicate	Amor (referencias a la reputación)
6. Look What You Made Me Do	Polémica
7. So I Goes...	Amor
8. Gorgeous	Amor
9. Getaway Car	Amor
10. King Of My Heart	Amor
11. Dancing With Our Hands Tied	Amor (referencias a la reputación)
12. Dress	Amor
13. This Is Why We Can't Have Nice Things	Polémica
14. Call It What You Want	Amor (referencias a la polémica)
15. New Year's Day	Amor

Elaboración propia

5.3 Análisis de los videoclips

Taylor Swift siempre ha destacado por ofrecer unos videoclips de alta calidad, los cuales cuentan historias de manera muy detallada que acompañan y realzan la música. Al igual que las letras de las canciones, en los videoclips también pueden observarse el simbolismo y las referencias a las que hace alusión en cada canción.

Es por ello por lo que para comprender plenamente la estrategia de reconstrucción de marca que Taylor Swift utilizó para presentar su nueva imagen en su sexto álbum "**Reputation**", es esencial examinar y analizar de manera detallada los videoclips.

Además, es importante analizar los videoclips porque representa la forma en que la artista buscó volver a estar en el centro de atención. De hecho, el anuncio del primer videoclip del álbum "**Reputation**" fue lo que la impulsó a volver a publicar contenido en las redes sociales después de una larga pausa. Esto destaca la importancia de los videoclips como una herramienta para que los artistas creen su propia marca personal y conecten con su audiencia.

A continuación, se llevará a cabo un análisis e interpretación de los videoclips del álbum "**Reputation**" en función del orden en que fueron lanzados. La metodología empleada consistirá en explicar el simbolismo y la relación (o no) con la polémica narrando la historia de los videoclips y se proporcionarán imágenes para complementar la explicación.

1. Look What You Made Me Do

El videoclip de "*Look What You Made Me Do*" (disponible en este [enlace](#)) fue el primero que salió para la promoción del álbum "**Reputation**".

Como se ha podido observar a través del análisis de la letra de la canción, esta cuenta con la mayor cantidad de referencias hacia la polémica que rodeó a Taylor Swift y hacia la pérdida de su reputación. El videoclip que acompaña a esta canción se encarga de reforzar esta idea y de presentar la nueva imagen de la artista en la que se muestra como una figura poderosa, capaz de tomar el control de su imagen y su carrera.

Aunque este videoclip tenga una gran cantidad de referencias hacia otros temas y polémicas anteriores de la cantante, en este caso únicamente se analizará e interpretarán aquellos símbolos relacionados con su pérdida de reputación en el año 2017.

En el comienzo del videoclip, la primera imagen que podemos ver es un cementerio, con una tumba donde se puede leer “Aquí yace la reputación de Taylor Swift.”



Frame del videoclip “Look What You Made Me Do” Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>

Acto seguido, vemos a la cantante, caracterizada de persona muerta saliendo de su propia tumba. De esta forma, la cantante hizo referencia al momento en el que desapareció del ojo público debido a su pérdida de reputación y resurgió con este álbum y en concreto con esta canción. Además, este momento también hace una referencia clara la letra de la canción cuando la artista dice “cariño, resucité de entre los muertos, lo hago todo el tiempo.”

Otra de las referencias a la polémica presentes en el videoclip son las serpientes. Como se ha explicado anteriormente, Kim Kardashian llamó “serpiente” a Taylor Swift en redes sociales y una gran cantidad de personas se unieron a ella. De este modo, la cantante se apropió de ese apodo convirtiéndolo en uno de los símbolos más presentes y poderosos del álbum “**Reputation**” y de su nueva imagen.



Frame del videoclip “Look What You Made Me Do” Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>

Además, una de las referencias y símbolos más potentes en el videoclip es esta imagen en la que la Taylor Swift de “**Reputation**”, con su imagen de villana, está de pie sobre las Taylor Swift anteriores, es decir, en el vídeo aparecen varias personas caracterizadas de Taylor Swift con ropa que la artista había vestido en anteriores videoclips, entregas de premios o conciertos.



Frame del videoclip “Look What You Made Me Do”
Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>

Esta imagen donde caen las personas caracterizadas de Taylor Swift aparece cuando la artista dice “Lo siento, la antigua Taylor no puede ponerse al teléfono ahora mismo... ¿que por qué? Porque está muerta.”

De esta forma, la cantante está demostrando que literalmente ha dejado atrás su imagen del pasado para convertirse en una villana como resultado de su reconstrucción de marca debido a su crisis de reputación.

Por último, durante la escena final del videoclip, vuelven a aparecer las Taylor Swift del pasado y del propio videoclip, teniendo un diálogo entre ellas. Este diálogo es una crítica a todas las personas y medios de comunicación que en algún momento han dicho algo malo de ella. Como parte de la polémica, podemos destacar esta parte de la conversación en la que un personaje dice “*What’s with that bitch?*”¹¹ Y acto seguido, otra responde “*Don’t call me that.*”¹²



Frame del videoclip “Look What You Made Me Do” Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>

¹¹ ¿Qué pasa con esa puta?

¹² No me llames así

Con ese momento, se puede interpretar una referencia al momento en el que el rapero Kanye West llama “that bitch” a la cantante en su canción “*Famous*” y la respuesta de la cantante en la que simplemente se sorprendió y afirmó que ella nunca accedió a que el rapero dijese eso de ella en su canción.

En definitiva, “*Look What You Made Me Do*” es un videoclip donde se muestra por primera vez a la Taylor Swift rencorosa, misteriosa y con una imagen oscura, capaz de apropiarse de todo aquello por lo que fue destruida su reputación y convertirlo en arte y en su estrategia de reconstrucción de marca personal y musical.

2. ...Ready For It?

El videoclip de “...Ready For It” (disponible en este [enlace](#)), al igual que la propia canción, no tiene muchas referencias a la polémica, pero sí tiene ese tono oscuro y misterioso que caracteriza toda la estética del disco.

Al principio del videoclip, se puede ver a Taylor Swift caminando por un pasillo, adentrándose hacia algún lugar. Esta imagen se puede ver como que la cantante está introduciendo al público a “*Reputation*”, ya que “...Ready For It” es la primera canción del álbum.



Frame del videoclip de “...Ready For It?” Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=w1ft-t-MQuE>

En las paredes de ese pasillo se pueden observar letras de otras canciones de “*Reputation*” que no habían salido en ese momento, por lo que este dato refuerza la idea de que la cantante esté introduciendo al público dentro de esta nueva era.

Seguidamente, la cantante entra en una habitación donde se puede apreciar una jaula de cristal donde se puede ver cautiva también a Taylor Swift, pero esta vez es una Taylor Swift sin maquillaje, como una versión más limpia de la misma.



Frame del videoclip de "...Ready For It?" Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=wfft-t-MQuE>

Tras esta imagen, en otro plano se muestra cómo la Taylor Swift que está dentro de la jaula ve realmente a la que está dentro de esta, como un monstruo. Esta imagen podría estar haciendo referencia a cómo el público percibía a la cantante durante su crisis de reputación tras la polémica.



Frame del videoclip de "...Ready For It?" Disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=wfft-t-MQuE>

Acto seguido, la Taylor Swift de dentro de la jaula se pone una armadura e intenta defenderse y salir de la jaula, lo cual puede simbolizar cómo la cantante trató de defenderse ante los medios de comunicación y el público, pero sin éxito.

Tras algunas escenas en la que ambos personajes mantienen una pelea, ambos personajes juntan sus manos y se puede interpretar que la Taylor Swift encerrada en la jaula acepta la imagen de cómo es percibida por el público y su mala reputación, ya que en este momento es en el que consigue salir de la jaula y hacerse con el control



Frame del videoclip de "...Ready For It?" Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=w1ft-t-MQuE>

En definitiva, este videoclip muestra cómo la cantante pudo seguir adelante únicamente aceptando su nueva reputación y apoderándose de ella.

3. End Game

En el videoclip de "*End Game*" (disponible en este [enlace](#)) se puede ver a Taylor Swift en diferentes partes del mundo, concretamente en Miami, Tokyo y Londres acompañada de los artistas Ed Sheeran y Future.

La mayoría del videoclip consiste en mostrar a Taylor Swift rodeada de amigos, de lujos y disfrutando de la vida en diferentes fiestas, lo que puede simbolizar la poca importancia que le está dando la cantante a su crisis de reputación.



Frame del videoclip de "Endgame" disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=dfnCAmr569k>

Además, el hecho de que la cantante aparezca en diferentes lugares del mundo puede simbolizar su éxito internacional y su estatus como artista.

Aunque durante el videoclip no se aprecie ninguna referencia clara a la polémica, sí se aprecian referencias a otras canciones y videoclips. En la parte de videoclip donde está en la ciudad de Tokyo se le puede ver vestida de una manera muy similar a como lo estaba en el videoclip de “...Ready For It.”



Frame del videoclip de “Endgame” disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=dfnCAmr569k>

También se podría interpretar ciertas referencias a la canción “New Year’s Day”, pues en una parte del videoclip se pueden ver fuegos artificiales tras una fiesta en la que al parecer las personas asistentes se felicitan entre ellas, lo que podría verse como una fiesta de nochevieja.



Frame del videoclip de “Endgame” disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=dfnCAmr569k>

Por último, esta escena se podría ver como una referencia a la canción “*This Is What We Can’t Have Nice Things*” en el momento en el que dice “Un brindis por mis amigos de verdad”



Frame del videoclip de “Endgame” disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=dfnCAmr569k>

En definitiva, el videoclip de “*End Game*” puede ser visto como una forma de demostrar la independencia y fortaleza de Taylor Swift, narrando una historia sobre una chica rodeada de amigos y fiestas.

4. Delicate

En el videoclip de “*Delicate*” (disponible en este [enlace](#)) Taylor Swift cuenta de manera muy detallada una historia.

En primer lugar, se puede observar un primer plano de la cantante vestida y maquillada de gala, pero con un rostro desanimado e incómodo por estar en ese lugar.

Conforme se abre el plano se puede ver que le están haciendo una entrevista y fotografías. Todas las personas muestran excesivo interés por ella.



Frame del videoclip de “Delicate” disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9J>

Seguidamente, una persona le entrega una nota a la cantante, a la cual no le da mucha importancia y no la lee en ese momento.



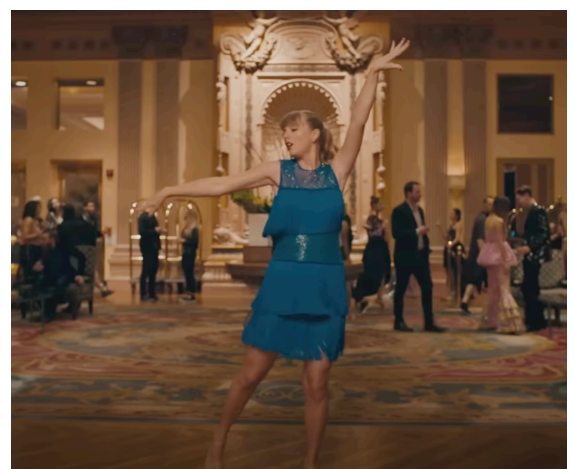
Frame del videoclip de "Delicate" disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9JA>

Conforme avanza el videoclip se puede observar cómo Taylor Swift entra un hotel rodeada de guardaespaldas y todas las personas presentes muestran interés por ella, pidiendo fotos e incluso asaltándola. Durante todo este tiempo, la actitud de la cantante es de incomodidad y cansancio.

Seguidamente, la cantante entra en una habitación y lee la nota que se le había entregado en la entrada del hotel. Acto seguido, la cantante se mira en el espejo y actúa como si nadie la estuviera viendo, entonces entra un grupo de chicas en la habitación, pero estas la ignoran. Tras esta situación, Taylor Swift se vuelve a mirar en el espejo, pero ya no se ve su reflejo, lo que simboliza que ya nadie puede verla.

La artista intenta interactuar con las demás personas, pero no obtiene éxito, por lo que se confirma que tras leer la nota se ha hecho invisible para el resto.

Al darse cuenta de esto, se ve a la cantante con una actitud más positiva y comienza a bailar por todas partes y a actuar como de verdad sería ella sin que nadie pudiese verle nunca.



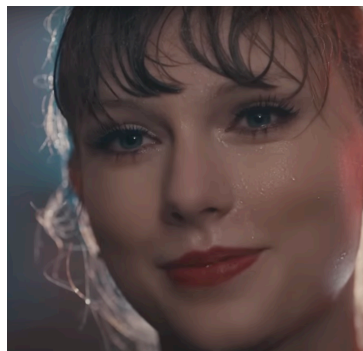
Frame del videoclip de "Delicate" disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9J>

El videoclip continúa y Taylor Swift sale del hotel y continúa divirtiéndose, aprovechando que nadie puede verla. En estos momentos se puede observar una sensación de alivio en la actitud de la cantante e incluso se le puede ver bailando bajo la lluvia sin ningún tipo de protección contra esta.



Frame del videoclip de "Delicate" disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9JA>

Tras esta escena, se puede ver cómo la cantante entra en un bar y una vez entra, lee una vez más la nota que se le ha entregado al principio del videoclip. Acto seguido levanta la mirada y todas las personas del local vuelven a verla. Por último, se repite el primer plano del principio del video, pero esta vez con una sonrisa.



Frame del videoclip de
"Delicate" disponible en:
<https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9JA>

Esta historia se puede interpretar como la manera que el amor y el enamorarse de una persona salvó a Taylor Swift durante su crisis de reputación.

Si analizamos lo que pasa en cada parte del video, al principio la vemos con una actitud muy indiferente e incluso triste, hasta que lee la nota que le entregan.

Esta nota podría estar haciendo referencia a la línea de la canción que dice: "*Dive bar on the East Side*"¹³, lo que significaría que la persona con la que la cantante mantiene una relación estaría quedando con ella en un bar.

El hecho de que la cantante se vuelva invisible al leer la nota de su pareja puede simbolizar cómo se enamoraron en privado, sin que nadie lo supiese durante el tiempo en que Taylor Swift desapareció del ojo público.

Por último, en el videoclip, cuando la cantante entra en el bar y lee la nota y todo el mundo puede verla de nuevo, podemos ver cómo ella está mirando a alguien con una sonrisa, al contrario que al principio del vídeo. Esto puede hacer referencia a que realmente le da igual cómo el mundo la vea, porque ella se encuentra feliz y enamorada.

5. Observaciones

En definitiva, los cuatro videos musicales lanzados para promocionar el álbum "Reputation" narran historias diversas y desde distintas perspectivas.

A partir del análisis proporcionado, se han identificado diferentes facetas y enfoques en la representación visual de las canciones de la artista. Por ejemplo, el video de "*Look What You Made Me Do*" transmite un mensaje cargado de resentimiento y venganza, mientras que el de "*Delicate*" es más romántico y esperanzador.

En conclusión, la versatilidad de la artista y su facilidad para mostrar diferentes versiones y estilos de videoclips también refleja su capacidad para reinventarse a sí misma en cada producción, gracias a su capacidad de experimentar y evolucionar, pero a su vez mantener su autenticidad.

¹³ Bar en el lado oeste

9. Conclusiones

Durante el marco teórico se ha destacado la importancia de seleccionar una estrategia de comunicación efectiva para gestionar una crisis y reconstruir una marca, ya sea comercial, personal o musical. En el caso de Taylor Swift, la estrategia de comunicación fue lanzar este nuevo álbum y retomar su presencia en las redes sociales para restablecer la conexión con sus fanáticos y el público en general tras su desaparición mediática.

Un aspecto interesante que destacar es la manera en la que Taylor Swift logró reinventarse a sí misma y presentar una nueva imagen junto a un nuevo sonido. Esto fue clave para la reconstrucción de su marca, además de que le permitió seguir creciendo y evolucionando como artista.

Una vez analizadas tanto las letras de las canciones, la estética del álbum y los videoclips se podría decir que es un álbum perfectamente cohesionado y lanzado en el momento preciso. A partir de las letras y las narrativas contadas en los videoclips Taylor Swift consigue sin duda solventar su crisis de reputación de manera ejemplar e incluso adquiriendo aún más éxito del que tenía.

A partir del análisis realizado se consigue dar respuesta a la pregunta de investigación planteada al principio del estudio, ya que se ha podido ver cómo la cantante expuso su vida personal y contó su perspectiva de la polémica tanto en las letras de las canciones como en los videoclips, contando una serie de historias que permiten al público empatizar con ella. Además, como se ha dicho anteriormente, el gran cambio de imagen realizado por la cantante fue algo imprescindible para captar la atención y acompañar al contexto y la estética del álbum. Es por ello que se podría decir que la utilización del medio audiovisual en su sexto álbum de estudio "**Reputation**" fue la respuesta y la manera de gestionar la crisis reputacional empleada por la cantante.

El éxito de reconstrucción de marca también se pudo ver reflejado en las cifras, pues "**Reputation**", que se lanzó el 10 de noviembre de 2017, en su momento fue el único álbum lanzado en los últimos dos años que vendió 2 millones de copias en los Estados Unidos. Vendió Un millón 216.000 en su primera semana.

10. Líneas futuras de investigación

En cuanto a la gestión de crisis y reconstrucción de marca a partir del relato audiovisual, estudiar y analizar los casos de diferentes artistas puede ser una futura línea de investigación. De esta forma, se podrían comparar los distintos casos y observar si existen estrategias comunes a la hora de gestionar una crisis y reconstruir la marca. Además, observar de qué manera puede cambiar la percepción del público sobre el artista tras esta situación, también se podría ser de interés.

Ya que la cantante Taylor Swift es reconocida internacionalmente por por adaptar su imagen, ya sea su cabello, vestimenta o sus apariciones en eventos según su era musical, podría resultar de interés como futura línea de investigación estudiar y analizar por completo la carrera de Taylor Swift. De este modo se podría observar la evolución de su imagen con el paso de los años y su habilidad para construir y reconstruir su marca personal.

Otra de las futuras líneas de investigación que se podría seguir en relación al relato audiovisual, sería el estudio de las técnicas narrativas empleadas por la cantante para sus videoclips, para averiguar de qué manera Taylor Swift es capaz de contar historias tan potentes para acompañar a sus canciones y cómo esto le ha ayudado a conectar con su público y generar empatía con su historia personal.

Por último, sería de interés analizar el impacto que tienen las polémicas en la imagen de los artistas, investigando y comparando diferentes casos y realizando encuestas para conocer la opinión del público sobre diferentes artistas.

11. Bibliografía

Alonso, M.G, Fernández, E.C.G (s.f). La creación de marcas musicales a través de internet. Disponible en: <https://raco.cat/index.php/questionespublicitarias/article/view/v12-garcia/441068>

Aranda, M.S.R. (2021). LA ROMANTIZACIÓN DE LAS CELEBRIDADES CONSTRUIDA POR LAS REDES SOCIALES EN EL PERÚ: EL CASO HARRY STYLES, Repositorio Ulima. Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/14486/Retis_Romantizaci3n_celebridades.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Arias Cortés, H., Hernández Guerrero, G. y Ortegón Cortázar, L. (2014). Factores asociados a la construcción de marca del artista musical en Bogotá con aplicativos móviles. *Poliantea*, 10(19), pp. 61-91.

Baranda, C.S. and Ruiz, M.B (s.f). Investigación joven con perspectiva de género III. Universidad Carlos III de Madrid. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10016/27831>.

Boin, A, Hart, P.T, Stern, E, Sundelius, B (2008) La política de la gestión de crisis. El liderazgo público bajo presión. Ministerio de administraciones públicas.

Burgos, M.A.V (2004). El profesional de las relaciones externas. Bosch.

Cabrera Rodríguez, A (2021). Taylor Swift: De novia de América a icono feminista. El relato de la identidad femenina de nuestro tiempo. Disponible en: https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/55632/TFG_CabreraRodriguez_Anthea.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Cannata, J. P. (2013). Carlos Ávalos. La marca: identidad y estrategia: Buenos Aires, La Crujía. *Austral Comunicación*, 2(1), 138-139. <https://doi.org/10.26422/aucom.2013.0201.can>

Cardona-Arbeláez, D., Del Río-Cortina, J. L., Guacarí-Villalba, A. (2017). Responsabilidad Social Empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. *Rev.investig.desarro.innov*, 8(1), 49-60. doi: 10.19053/20278306.v8.n1.2017.7370

Capriotti, P (2010). Gestión estratégica de la identidad corporativa. Revista COMUNICACIÓN, 27, 15-22.

Carlos, L.D.J. (2010). Comunicación en la gestión de crisis: Lecciones Prácticas. Barcelona: Editorial UOC.

CBS Sunday Morning. (2019, agosto 25). Taylor Swift on "Lover" and "haters" [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=u7g8PQmWyyc>

Cifuentes, C.A., Rojas, L.M. and Mendoza, D.F.R. (2006). Construcción de marcas, una forma de competir, Scielo. Disponible en: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v16n27/v16n27a09.pdf>.

Cueto Rojas, M. J. (2018). Incidencia de los elementos visuales sobre el posicionamiento de marca dentro de un proceso de rebranding. Disponible en: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625251/CuetoR_M.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Delgado, D.O. (2016). La estrategia en la música: posicionamiento de artistas en la industria musical. Repositorio Javeriana. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/34423/OrdonezDelgadoDaniela2016.pdf?sequence=2>

El Kadi, O, Montero, D (2017). MARCA PERSONAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LOS CREADORES VISUALES. Marketing Visionario, 5(2), 156-175.

Fanning, J. (2003). Irish Advertising – Bhfuil Sé or Won't Sé?. Irish Marketing Review, 16(2), 3-14. Disponible en: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=0ea24c94c2ebd3fe8571775c0bf5fe479b37b16b#page=33>

Fuentes, S, Sotomayor, A.M (2020). Evolución de una Marca Local a una Marca Global. Repository Cesa. Disponible en: https://repository.cesa.edu.co/bitstream/handle/10726/4018/MDM_80880641_2019_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Gibbons, P. T., Kennealy, R., & Lavin, G. (2003). Adaptability and Performance Effects of Business Level Strategies: An Empirical Test. *Irish Marketing Review*, 16(2), 57-68. Disponible en: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=0ea24c94c2ebd3fe8571775c0bf5fe479b37b16b#page=33>

Gonzales. E (2018). Taylor Swift Broke Her Silence on Kim Kardashian Calling Her a Snake. *Harpers Bazar*. Disponible en: <https://www.harpersbazaar.com/celebrity/latest/a20629520/taylor-swift-kim-kardashian-snake-feud/>

InspiringBenefits (2020). ¿Qué es la gestión de crisis? Disponible en: <https://www.inspiringbenefits.com/gestion-de-crisis-que-es/>

Lacasa, A.S (2007). *Gestión de la comunicación empresarial*. Barcelona: Ediciones gestión 2000.

Lage, C.V. (2020). El buen hacer de 'El Mal Querer': Construcción de marca personal a través de los discursos artísticos, Repositorio UJI. Disponible en: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/184990/TFG_2019_VillaescusaLage_Carmen.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Lanfranco, D.C. (2006). La gestión de crisis en la comunicación organizacional: el caso de Chile. Disponible en: <https://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n34/02112175n34p305.pdf>.

Maroun, D, Villegas, L (2016). LOS EFECTOS DEL REBRANDING REALIZADO EN 2014 POR LA MARCA MELAO: AUDITORÍA DE IMAGEN. Disponible en: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAT3011.pdf>

Mastrogiannis, N (2017). Taylor Swift's iHeartRadio reputation Release Party: Everything We Learned. Disponible en: <https://961kiss.iheart.com/content/2017-11-10-taylor-swifts-iheartradio-reputation-release-party-everything-we-learned/>

Meri, A.L. and Ripollés, A.C. (2017). Las estrategias de los periodistas para la construcción de marca personal en Twitter: posicionamiento, curación de contenidos, personalización y

especialización, Revista Mediterránea de Comunicación. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10045/61232>.

MONTERO, D. (2018). Marca personal para el posicionamiento de los creadores visuales. S.I.: EDITORIAL ACADÉMICA ESPAN.

Montes Herrera, C.G (2022). Swifties e Easter Eggs: Interacción entre fans de Taylor Swift a través de Easter Eggs. Disponible en: [https://figshare.com/articles/thesis/Swifties e Easter Eggs-Interacció n entre fans de Taylor Swift a trave s de Easter Eggs pdf/21587112](https://figshare.com/articles/thesis/Swifties_e_Easter_Eggs-Interacci%C3%B3n_entre_fans_de_Taylor_Swift_a_trav%C3%A9s_de_Easter_Eggs_pdf/21587112)

Olamendi, G (s.f). Estrategias de posicionamiento. Disponible en: <https://redmujeres.org/wp-content/uploads/2019/01/posicionamiento.pdf>

Orduña, O.I.R (2003). La comunicación en momentos de crisis. Disponible en: <https://redined.educacion.gob.es/xmlui/bitstream/handle/11162/88369/018200330270.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Ortega, A.P. (2008). Marca Personal. Madrid: Editorial de ESIC.

Osorio Contreras, J.A, Villamizar Duarte, E.A (2014). Estética e identidad corporativa. Aesthetics and corporate identity. Aibi revista de investigación, 2(2), 27-54.

Penovi, M.L (2003). Ford Ka - Lanzamiento y evolución de la marca. Disponible en: <https://racimo.usal.edu.ar/5520/1/P%C3%A1ginas%20desde500023678-Ford%20Ka%20lanzamiento%20y%20evoluci%C3%B3n%20de%20la%20marca.pdf>

Pérez Ortega, A (2014). Marca personal para DUMMIES. Grupo Planeta, 13-30.

Rahilly, J. (2003). Advertising in Ireland: Accents and Attitudes. Irish Marketing Review, 16(2), 15-30. Disponible en: <https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=0ea24c94c2ebd3fe8571775c0bf5fe479b37b16b#page=33>

Rikka (2016, julio 18). Kim K – Taylor Swift/Kanye Phone Call [Full snapchats with subtitles] [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=x9whRaPgfLs>

Romero, R.L (2021). subtexto y simbología lésbica en las letras de los álbumes de Taylor Swift Folklore y Evermore, en relación con poemas de Emily Dickinson. Disponible en: https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/182777/1/TFM_Raquel_López.pdf

Sanz, M.R, Stolle, P.D (2011). LA GESTIÓN DE CRISIS EN EL ESCENARIO DIGITAL: Efectos sobre la reputación online y pautas de actuación en su comunicación. Disponible en:

[https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos de usuario/Imágenes/Imágenes Programas/Imágenes Posgrados/Facultad de Educación/Maestría Dir Gestión Inst Educativa s/La Gestión de crisis en el escenario digital-Martínez y Durantez.pdf](https://www.unisabana.edu.co/fileadmin/Archivos_de_usuario/Imágenes/Imágenes_Programas/Imágenes_Posgrados/Facultad_de_Educación/Maestría_Dir_Gestión_Inst_Educativa_s/La_Gestión_de_crisis_en_el_escenario_digital-Martínez_y_Durantez.pdf)

Sebas G Mouret (2020, marzo 22). La historia de TAYLOR SWIFT y KANYE WEST [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=mjtEJeaVQKc&list=PLVR8k4yUGMYx21hwZddgoNsshIFy6mGoA&index=4>

Sunzi (2015). *El arte de la Guerra*. Barcelona: Obelisco.

Swift, T [taylorswift]. (2017, agosto 23a). Video cola de serpiente [Video]. Instagram. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BYI48JxniO3/>

Swift, T [taylorswift]. (2017, agosto 23b). FIRST SINGLE OUT TOMORROW NIGHT [Foto] Instagram. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BYJLCnLHqfA/>

Swift, T [taylorswift]. (2017, agosto 23c). Reputation THE NEW ALBUM FROM TAYLOR SWIFT [Foto] Instagram. Disponible en: <https://www.instagram.com/p/BYJLF9SnA7I/>

Taylor Swift (2017, agosto 25). Look What You Made Me Do (Audio) [Lyric Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3K0RzZGpyds&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=7>

Taylor Swift (2017, agosto 28). Look What You Made Me Do [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=3tmd-ClpJxA>

Taylor Swift (2017, septiembre 3). ...Ready For It? (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=T62maKYX9tU>

Taylor Swift (2017, octubre 10). Gorgeous (Lyric Video) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=EUoe7cf0HYw&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=8>

Taylor Swift (2017, octubre 27). ...Ready For It? [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=w1ft-t-MQuE>

Taylor Swift (2017, noviembre 3). Call It What You Want (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: https://www.youtube.com/watch?v=V54CEEITF_U&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=14

Taylor Swift (2018, enero 12). End Game [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=dfnCAmr569k>

Taylor Swift (2018, marzo 12). Delicate [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=tCXGJQYZ9JA>

Taylor Swift (2018, agosto 16a). End Game (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=zAiOfWu5xUk&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=3>

Taylor Swift (2018, agosto 16b). I Did Something Bad (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=xYLxUJ9v6KU&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=3>

Taylor Swift (2018, agosto 16c). Don't Blame Me (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=kRJKB291Z1g&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=4>

Taylor Swift (2018, agosto 16d). Delicate (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5XMCHTAbwtU&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=5>

Taylor Swift (2018, agosto 16e). So It Goes... (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=iAv1Y1Ylwm8&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=7>

Taylor Swift (2018, agosto 16f). Getaway Car (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=FhPLQVIUINQ&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=10>

Taylor Swift (2018, agosto 16g). King Of My Heart (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5U7bF68xcRg&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=10>

Taylor Swift (2018, agosto 16h). Dancing With Our Hands Tied (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=erGyUphZSt8&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=11>

Taylor Swift (2018, agosto 16i). Dress (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=FNEoPctNIUE&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=12>

Taylor Swift (2018, agosto 16j). This Is Why We Can't Have Nice Things (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=6Z3QJ4L1Bq0&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=13>

Taylor Swift (2018, agosto 16k). New Year's Day (Audio) [Video]. YouTube. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=KkvTYrFlxNM&list=PLV1bhAAf21cSxHaqUDyG1meQz3hUPi4eO&index=15>

Temer, V.J. (2017). *ESTRATEGIA DE MARCA PERSONAL PARA UNA ARTISTA MUSICAL*, Repository Javeriana. Disponible en: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/36439/Trabajo%20de%20grado.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.

UNIVERSAL MUSIC ONLINE (2023). Reputation – CD [album de Taylor Swift]. Disponible en: <https://universalmusiconline.es/products/reputation-cd? pos=2& sid=b274010bd& ss=r>

Villafañe, J. and Isidre, F. i C. (2013). *La Buena Empresa: Propuesta para una teoría de la reputación corporativa*. Madrid: Educación de Pearson.

Villafañe, J. (2021) *La Gestión Profesional de la Imagen Corporativa*. Madrid: Pirámide.

Wilson, L (2020). *Miss Americana [Película]*. Netflix. Disponible en: <https://www.netflix.com/search?q=miss%20americana&jbv=81028336>.

PARTE EN INGLÉS

INTRODUCTION

The purpose of this work is the research and analysis of the sixth studio album of the singer Taylor Swift "Reputation" as a case of brand reconstruction through its audiovisual discourse, since this album was a response to the waves of hate that the singer received in 2016 due to her controversy with the rapper Kanye West. To carry out the research, an exhaustive analysis of the lyrics related to the controversy, the aesthetics of the album and the messages of the videos that the singer presented will be carried out.

On the other hand, it is also intended to find out the strategies and tactics followed by Taylor Swift to rebuild her own personal brand and to appropriate different symbols that a priori had been used against her, turning them into part of the aesthetics of the album and of this new era.

It will also try to analyze and explain the evolution of the singer towards this new style and aesthetics so different from what was known of her before and how she managed to break a lot of sales records.

In short, this research will deal with aspects related to rebranding and crisis management applied to the case of the singer, in order to understand the reason for her success and how the audiovisual discourse can influence the reconstruction of a brand in an unfavourable situation for this week.

THEORETICAL FRAMEWORK

1. Brand building

In this first section we will talk about brand building. The concepts of brand, personal brand and music brand will be discussed.

1.1 Brand and brand building

The brand is the way to differentiate from the rest of competitors and acquire a specific identity. According to David Ogilvy (1983) the brand concept is the sum of different attributes or factors that make up a product. This is why the brand concept encompasses the values attributed to the brand and other more superficial factors such as packaging. In terms of brand building, corporate image and identity are the most important values to be taken into account.

As Justo Villafañe (1999) points out in *La gestión profesional de la imagen corporativa on corporate identity*, "the simplest way to approach the study of a company's identity is to identify it with those attributes that give it the character of uniqueness and permanence." (p.17)

However, as Gustavo Ibáñez Padilla (1979) points out in *Corporate Image*, "Corporate Image is the synthesis that is generated in the mind of the Public from perceptions about the company." (p.7)

1.2 Personal brand building

Arruda (2007) defines personal branding as the way of communicating those attributes and traits that make us special and differentiate us from the rest. The construction of a personal brand is about transmitting a symbolic value based on personality and achieving a place in people's minds. As with a commercial brand, to build a personal brand it is important to consider the identity and know how to communicate it.

1.3 Music brand

It is a concept closely related to personal branding. According to a study conducted by Arias Cortés, Hernández Guerrero and Ortega Cortázar (2014), "elements such as the lyrical proposal, composition, sonority (musicality), visual proposal and staging have a direct impact on the construction of brand in the artist." (p. 85)

In addition, it is important to highlight the presence of sexism when consolidating as an artist in the music industry.

2. Crisis management

In this section you will study crisis management in reference to the reputation of a brand.

2.1 Definition of crisis concept

As indicated by the Institute for Crisis Management, crisis is a significant disruption that results in extensive media coverage and public scrutiny.

2.2 How to manage a reputational crisis?

Two possibilities for managing a crisis will be discussed: opting for communication or opting for silence.

According to Lacasa (1998), communication is the only tool to overcome a crisis. It is crucial for the whole organization to prepare a communication strategy to solve the situation. Sincerity and speed will be key to ensure that the crisis has the least possible impact. As for silence, this resource is often used due to lack of experience, lack of preparation or in order not to aggravate the situation, when in fact the opposite is the case (Martínez and Durante, 2011).

3. Brand reconstruction

Throughout this section we will talk about the process of rebuilding a brand considering the previous sections on brand concept and crisis management.

3.1 Definition

Stuart and Muzellec (2015) argue that rebranding is a new beginning, as it sends a clear signal to its various audiences that something in the company has changed, preferably in a favorable way. This process consists of four stages, repositioning, rebranding, redesign and rebranding (O'Driscoll, 2004).

3.2 When should rebranding be performed?

Brand rebuilding is usually carried out for various reasons. According to Sotomayor and Fuentes (2020), the main reasons are: eliminating bad image, loss of market share, maintaining relevance. That is why if a brand is not working, devising a brand rebuilding strategy can help to reposition in all aspects.

4. Taylor Swift and Reputation

This section will provide information about Taylor Swift and what inspired her album **"Reputation."**

4.1 Who is Taylor Swift?

Taylor Swift is one of the most relevant artists of her generation. She began her musical career in 2006 and since then she has released a total of ten studio albums of different musical styles and has won a great number of awards thanks to them.

4.2 Context, composition of Reputation and return to the music scene

This album was inspired by the reputation crisis that the singer suffered due to a controversy with rapper Kanye West. This situation forced her to disappear from the public eye for a year, making her return to the music scene with the release of the album **"Reputation."**

CONCLUSION

During the theoretical framework, the importance of selecting an effective communication strategy to manage a crisis and rebuild a brand, whether commercial, personal or musical, has been highlighted. In the case of Taylor Swift, the communication strategy was to launch this new album and resume her presence in social networks to reestablish the connection with her fans and the public after her media disappearance.

An interesting aspect to highlight is the way in which Taylor Swift managed to reinvent herself and present a new image along with a new sound. This was key to rebuilding her brand, as well as allowing her to continue to grow and evolve as an artist.

Once analyzed both the lyrics, the aesthetics of the album and the video clips, it could be said that it is a perfectly cohesive album released at the right time. From the lyrics and the narratives told in the video clips Taylor Swift manages to solve her reputation crisis in an exemplary way and even acquiring even more success than she had.

From the analysis carried out, it is possible to answer the research question posed at the beginning of the study, since it has been possible to see how the singer exposed her personal life and told her perspective of the controversy both in the lyrics of the songs and in the video clips, telling a series of stories that allow the audience to empathize with her. In addition, as previously mentioned, the major makeover performed by the singer was a must to capture attention and accompany the context and aesthetics of the album. That is why it could be said that the use of the audiovisual medium in her sixth studio album "**Reputation**" was the answer and the way to manage the reputational crisis employed by the singer.

The brand rebuilding success could also be seen reflected in the figures, as "**Reputation**", which was released on November 10, 2017, at the time was the only album released in the last two years to sell 2 million copies in the United States. It sold 1 million 216,000 in its first week.