

Cruel media coverage: polarización y sesgo sexista en la cobertura mediática de la visita del Eras Tour de Taylor Swift en España

Cruel media coverage: polarisation and sexist bias in media representations of Taylor Swift's eras tour in Spain

Cande Sánchez-Olmos

Universidad de Alicante

cande.sanchez@ua.es

 0000-0001-5080-2835

Resumen

El artículo examina si la cobertura mediática de Taylor Swift, a raíz de su parada del *Eras Tour* en Madrid, presenta sesgos sexistas. Para ello, se realiza un análisis del discurso en seis reportajes publicados en medios escritos: *El País*, *El Mundo*, *El Confidencial*, *ElDiario.es*, *20 Minutos* y *Forbes*. En primer lugar, se identifican las principales temáticas abordadas y, en segundo lugar, se analiza si su tratamiento refleja sesgos de género. Los resultados evidencian una polarización en la representación de Swift: mientras *El Mundo*, *ElDiario.es* y *Forbes* legitiman su papel como compositora y figura clave en la industria musical actual, *El Confidencial*, *El País* y *20 Minutos* adoptan un tono condescendiente que infravalora tanto a la cantautora como a su *fandom*, que es mayoritariamente femenino. Se identifican estereotipos sexistas que infantilizan a la artista y aluden a aspectos físicos y personales. Este artículo contribuye a visibilizar, por un lado, la polarización entre una cobertura mediática y tradicional que perpetúa sesgos de género en las artistas, y, por otro, una perspectiva feminista, aunque, que destaca la relevancia de las mujeres en la industria musical.

Palabras Clave

Análisis del discurso; cobertura mediática; Eras Tour; industria musical y feminismo; *Swifties*; Taylor Swift.

Abstract

This article examines whether media coverage of Taylor Swift following her *Eras Tour* stop in Madrid displays sexist bias. To this end, a discourse analysis is conducted on six reports published in print media: *El País*, *El Mundo*, *El Confidencial*, *ElDiario.es*, *20 Minutos*, and *Forbes*. First, the main themes addressed are identified, and then their treatment is analysed to determine whether they reflect gender bias.

The results reveal a polarisation in Swift's representation: while *El Mundo*, *ElDiario.es*, and *Forbes* legitimise her role as a songwriter and key figure in the current music industry, *El Confidencial*, *El País*, and *20 Minutos* adopt a condescending tone that undermines both the artist and her predominantly female fandom.

Sexist stereotypes are identified, which infantilise the singer and refer to physical and personal aspects. This article helps shed light on, on the one hand, the polarisation between a traditional media coverage that perpetuates gender bias against female artists, and, on the other, a feminist perspective that highlights the relevance of women in the music industry.

Keywords

Discourse analysis; Eras Tour; media coverage; music industry and feminism; Swifties; Taylor Swift.

1. Introducción

Taylor Swift es una compositora estadounidense que ha batido récords de permanencia en las listas de éxitos y reproducciones. Es la única artista que ha ganado cuatro premios Grammy al mejor álbum, la categoría más prestigiosa de este certamen. Su gira, el Eras Tour, se ha convertido en la más exitosa de la historia reciente de la música pop tanto en términos económicos como de impacto cultural. Eras Tour comenzó en marzo de 2023 en Estados Unidos y finalizó en diciembre de 2024 en Canadá e incluyó más de 146 conciertos en unas 50 ciudades. Con dos años de duración, el Eras Tour superó otras giras históricas como las de Elton John y Ed Sheeran (Gensler, 2023). La extensión del Eras Tour permitió una parada en Madrid en mayo de 2024 que generó una cobertura mediática significativa.

Dado el impacto mediático de Taylor Swift como una de las figuras más influyentes de la cultura popular contemporánea, resulta relevante analizar la cobertura que recibió en los medios españoles. Por tanto, este estudio propone realizar un análisis crítico del discurso desde una perspectiva de género de la cobertura mediática del Eras Tour en España. Aunque la cobertura fue extensa en distintos medios y géneros informativos, se seleccionan cuatro reportajes de diarios generalistas de amplia audiencia (*El País*, *El Mundo*, *El Confidencial*, *ElDiario.es*), un perfil de *20 Minutos* y un reportaje de *Forbes*, medio especializado en economía. Todos los reportajes fueron publicados tanto *online* como en papel unos días antes del concierto para contextualizar el fenómeno de Swift.

Paradójicamente, no se identifica ningún reportaje de las mismas características en medios musicales especializados como *Mondosonoro*, *Jenesaispop* o *Rockdelux*. Davies (2001) ya observó hace unas décadas en Reino Unido que la forma más común en que los periodistas del *rock* trataban a las artistas femeninas era ignorándolas por completo. La ausencia de cobertura mediática sobre Taylor Swift en medios especializados en música es un signo que motiva esta investigación porque evidencia la persistencia de una hegemonía masculina en las convenciones y narrativas dominantes del periodismo musical, particularmente aquellas asociadas al canon del *rock*.

La elección de reportajes y perfiles en medios escritos generalistas en lugar de noticias permite un análisis de géneros informativos en los que predomina la función interpretativa sobre la informativa. Concretamente, esta investigación se propone responder a dos preguntas clave: ¿Qué temáticas han sido tratadas por los medios sobre Taylor Swift? ¿Existe un tratamiento sexista en la cobertura de dichas temáticas? A través del análisis crítico del discurso de Van Dijk (1993), se examina cómo el lenguaje en los medios refuerza estructuras de poder y prejuicios. Los reportajes seleccionados funcionan como discursos semióticamente mediados que reflejan ideologías a través de la codificación de connotaciones positivas o negativas sobre Swift.

Este artículo adopta un enfoque interdisciplinario basado en la semiótica de la comunicación (Danesi, 2015) y los estudios culturales (Dyer, 1993; Fiske, 1989; Hall, 1997) para desentrañar las ideologías implícitas en la prensa. El lenguaje funciona como un sistema de transmisión de ideologías que integra elementos sociales e individuales (Barthes, 2009), operando como un vehículo de transmisión de valores y estructuras de desigualdad (Hall, 2004; Van Dijk, 1993). Consecuentemente, la representación de una artista como Taylor Swift en los medios está relacionada con un proceso activo de codificación, de construcción de significado, profundamente entrelazado con ideologías hegemónicas que refuerzan relaciones de poder y desigualdad en cuestiones de clase, raza y género (Hall, 1997), y que en la industria musical se manifiestan en un canon predominantemente masculino.

2. Revisión de la literatura

2.1. El fenómeno Taylor Swift en los medios escritos internacionales

La revista *Time*, una de las publicaciones más prestigiosas en el ámbito internacional, nombró Persona del Año a Taylor Swift en 2023, una portada que por primera vez en casi un siglo se concede a un perfil artístico. Swift es la sexta mujer en recibir este título, junto a Wallis Simpson, Isabel II, Angela Merkel, Greta Thunberg y Kamala Harris. Según *Time*, Swift ha logrado un éxito histórico a los 33 años que va más allá de lo económico, destacando por ser una persona que inspira en un mundo en crisis. La clave está en su capacidad de conectar con el público (Jacobs, 2023). Aunque Swift ha sido portada de revistas musicales como *The Rolling Stone* y *Vogue*, es particularmente relevante que un medio generalista focalizado en cuestiones políticas y económicas como *Time* haya difundido un discurso positivo de una mujer joven que destaca por su astucia, talento y creatividad.

Esta representación contrasta con los sesgos de género que históricamente han caracterizado el tratamiento mediático de artistas e intérpretes femeninas, quienes a menudo son valoradas más por su vida personal o su apariencia física que por su labor como creadoras, instrumentistas o productoras (Cohen, 2001; Frith y McRobbie, 1978; Monedero Morales y Calderón Istán, 2021). La prensa musical ha ignorado y deslegitimado a las artistas, especialmente cuando se identifican como feministas o cuando alcanzan los primeros puestos de las listas de éxito (Davis, 2001). Las raras veces que aparecen en prensa no son tratadas con la misma seriedad que sus homólogos masculinos, la cobertura se centra con frecuencia en atributos físicos, en la sexualización de su imagen, especialmente en géneros como el *hip-hop*, cuestiones de edad, y en una falta de valoración de su talento y trayectoria (Panuzzo, 2014; Lieb, 2013; Strong, 2011). Estos sesgos de género también son patentes en la crítica musical, donde los álbumes creados por mujeres suelen recibir un tratamiento más breve, menos riguroso o más

condescendiente (Mangani, 2021). Asimismo, las fans son, con frecuencia, estigmatizadas a través de discursos que las asocian con un fanatismo irracional (Davis, 2001; Leonard, 2007).

Esta desigualdad no se limita a la música, sino que se extiende al arte y a otras expresiones culturales, donde la cobertura mediática reproduce estereotipos y barreras de género (Berkers *et al.*, 2016). También existe literatura académica que analiza con perspectiva de género la desigualdad de roles y representación de las mujeres en el periodismo televisivo, la publicidad y el cine, en los que se muestra que persiste una estructura patriarcal (Ribeiro *et al.* 2024; Meliveo-Nogues y Cristófol-Rodríguez, 2024; Minchola *et al.* 2024). No obstante, Martínez-Jiménez (2025) detecta en España la existencia de una cobertura mediática con perspectiva feminista por parte de algunas periodistas y medios comprometidos con erradicar los sesgos de género, especialmente en las violencias sexuales.

En cuanto a Swift, entre los eventos que mayor controversia mediática generaron se encuentra la interrupción de Kanye West en los MTV Video Music Awards de 2009, cuando el rapero interrumpió a Swift en el escenario para declarar que el premio a Mejor Video Femenino debía haber sido para Beyoncé, artista racializada. Esta polémica reavivó el conflicto no solo en cuestiones de género, sino también de raza entre artistas blancas y racializadas (Cullen, 2016). A esta invasión en el escenario se sumó el conflicto posterior con West y Kim Kardashian por la inclusión de Swift en la canción “Famous”, un tema que menospreciaba a Swift. Como consecuencia de estos conflictos, Swift desapareció un tiempo del foco mediático hasta su resurgimiento con *Reputation*, un álbum de rasgos autorreferenciales en el que se defendía de estos conflictos (Smialek, 2021). Su imagen de mujer privilegiada blanca y normativa blanca y normativa ha generado fricciones, especialmente en relación con artistas como Nicki Minaj. Incluso corrientes neonazis se apropiaron de su imagen, una vinculación que la propia Swift tuvo que desmentir públicamente (Arnold, 2021).

Además, la relación de Swift con otras artistas femeninas, como Katy Perry, así como su vida sentimental, han sido temas recurrentes en unos medios de comunicación que refuerzan el estereotipo de rivalidad entre mujeres y el énfasis en su vida privada. En este sentido, la cobertura de cuestiones personales se focaliza en las artistas, consolidando el estereotipo de la mujer como persona que pertenece al espacio privado (Avdeeff, 2025). Finalmente, su disputa con el empresario Scooter Braun por recuperar los derechos de sus grabaciones másteres, que la llevó a regrabar sus primeros álbumes, también ha captado gran cobertura mediática por haber marcado un hito en la historia de la industria musical y en la defensa de los derechos de los y las artistas.

El diccionario Oxford incluyó “swiftie” entre las palabras finalistas de 2023 para designar al *fandom* de Taylor Swift, una artista que dominó los titulares ese año debido a su éxito en la industria musical (Oxford Languages, 2023). Las *swifties* son fundamentalmente mujeres y personas del colectivo LGTBQ+. Swift ha resonado en personas marginadas o infravaloradas, que se ven reflejadas en las experiencias de Swift, ya sean realidad o ficción, porque en ellas muestra su vulnerabilidad y honestidad a través de sus letras. La capacidad de Swift de crear vínculo emocional la consolida como una figura líder en la cultura popular (Nadzira y Sinha, 2024). No obstante, las declaraciones de Swift en contra de Trump, el acoso sexual, el apoyo al colectivo LGTBQ+ y los abusos en la industria musical representan un desafío en la forma en que sus fans decodifican y negocian estas posturas de forma crítica hacia la artista (Avdeeff, 2025; Driessen, 2022).

2.2. Taylor Swift Studies: creatividad, industria musical, activismo y fandom

La trayectoria de Swift ha sido objeto de estudio en la academia en temas de raza, género, industria musical, economía y *fandom* (Bentley et al., 2025; Fogarty y Arnold, 2021), cuestiones también presentes en la agenda mediática española. En los últimos años, han surgido en la academia diversos artículos que configuran el corpus de los *Swiftie Studies*, un campo interdisciplinario dedicado a examinar las dimensiones de la influencia y el impacto de Taylor Swift en la creatividad, en la industria musical y en su capacidad de movilizar el *fandom* (Bentley et al., 2025), no exento de polémica por su estrategia comercial en un contexto neoliberal.

Desde la lingüística, se ha explorado la riqueza de recursos retóricos, narrativos y poéticos que utiliza Swift (Bradley, 2017; Harrison y Ringrow, 2022), así como el uso del lenguaje figurativo para expresar emociones. Departamentos de literatura, lingüística y musicología de universidades internacionales han incorporado el análisis de Swift en sus programas académicos (Gil, 2024), lo que legitima su relevancia como compositora en un ámbito dominado por formas y convenciones patriarcales (Citron, 1993; Green, 1997). La industria musical ha estado históricamente marcada por una brecha de género sistémica y estructural en diversas regiones: solo alrededor del 20% de los artistas en las listas de éxitos son mujeres (Bain, 2019; Sánchez-Olmos, 2025), lo que resalta la importancia del éxito de Taylor Swift en este contexto, especialmente porque ella es autora y, en muchos casos, productora de sus canciones.

La autoría es crucial en la creatividad musical, ya que es el faro de la autenticidad; proporciona credibilidad, reputación y reconocimiento a quien firma una canción. Tradicionalmente, el canon musical ha asociado la autoría con la figura masculina del “genio creador”, como si esta cualidad fuera innata del hombre. La escasez de compositoras y los prejuicios de género, reforzados desde la socialización femenina, afectan la autopercepción de las mujeres como creadoras y contribuyen a lo que Citron (1993) denomina ansiedad de la composición. Las composiciones femeninas a menudo se ven como excepcionales, se subestiman y se cuestionan, aunque la musicóloga considera que la escritura de canciones por mujeres ya constituye un acto de rebeldía.

A lo largo de su carrera, Swift ha manifestado en entrevistas y discursos las dificultades que ha vivido para obtener legitimidad y credibilidad como autora en una industria predominantemente masculina (Billboard, 2019). Wilkinson (2019) examina cómo el cambio de Taylor Swift del *country* al pop generó debates sobre su autenticidad, dado que el *country* valora la autoría y la narrativa personal. Desde entonces, Swift ha luchado por mantener su credibilidad dentro de las convenciones del pop, un estilo musical que por cuestiones de género sitúa a las mujeres en la interpretación más que en la autoría.

Según Sloan (2021), la identidad de Swift como autora evoluciona de manera coherente, especialmente en un entorno que cuestiona la autenticidad de la autoría femenina. Para legitimarse, ha publicado materiales sonoros que evidencian su proceso creativo y desafían las jerarquías patriarcales que ponen en duda su autoría cuando trabaja con otros compositores, como Max Martin y Ryan Tedder (McNutt, 2020). Un ejemplo de esta búsqueda de legitimación como compositora es la película *Folklore: The Long Pond Studio Sessions* (Swift, 2020), en la que incluye conversaciones con sus colaboradores Aaron Dessner y Jack Antonoff sobre el proceso creativo del álbum *Folklore*.

En la industria musical, la influencia de Taylor Swift va más allá de su rol como compositora y cantante. Se ha consolidado como una empresaria influyente, defendiendo mejores condiciones de compensación para artistas en plataformas como Spotify y Apple (Théberge, 2021). Uno de sus logros más significativos ha sido la regrabación de sus álbumes para recuperar los derechos de sus másteres, después de que su catálogo fuera vendido por el CEO de Big Machine, Scott Borchetta, a Scooter Braun, quien lo transfirió posteriormente a un fondo de inversión. Las regrabaciones, bajo el título *Taylor's Version*, han sido recibidas positivamente tanto por la audiencia como por otros artistas y han marcado un hito en la industria musical (Théberge, 2021).

Taylor Swift ha expresado su desacuerdo con las desigualdades que enfrentan las mujeres y la violencia sexual a través de declaraciones públicas, redes sociales y letras de sus canciones como "The Man". Sin embargo, su enfoque parece reflejar un feminismo liberal centrado en su experiencia personal, ya sea por la discriminación en la industria musical o por el abuso sexual que ha sufrido (McNutt, 2020). Esta forma de feminismo, más centrada en lo individual que en lo colectivo, también se manifiesta en otras figuras del pop contemporáneo como Beyoncé, Madonna, Nicki Minaj o Meghan Trainor (Manzano-Zambruno, 2019; Werner, 2022), cuyas narrativas de empoderamiento se alinean con lo que Banet-Weiser (2018) denomina "feminismo popular": un feminismo mediático que encuentra legitimación en la economía de la visibilidad que rige las redes sociales y la cultura digital. Este tipo de feminismo obtiene mayor cobertura mediática precisamente porque no incomoda. Al carecer de una perspectiva crítica que cuestione de manera explícita las estructuras patriarcales y capitalistas que perpetúan la desigualdad de género, dicho feminismo tiende a despolitizarse, mercantilizarse y vaciarse de contenido transformador. Sus mensajes se diluyen en un discurso de empoderamiento individual compatible con las lógicas neoliberales de la industria musical en las que opera Taylor Swift.

3. Objetivos y metodología

El objetivo general de esta investigación es analizar la cobertura mediática de Taylor Swift por su visita a Madrid con la gira Eras Tour. Con este propósito, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- OE1. Extraer las temáticas que han generado notoriedad sobre Taylor Swift.
- OE2. Analizar si la cobertura de las temáticas por parte de los medios contiene sesgos sexistas.

La metodología aplicada consiste en un análisis crítico del discurso, dado que las estructuras lingüísticas no solo transmiten información, sino que también reflejan prejuicios, desigualdades y relaciones de poder (Van Dijk, 1993). Se concibe el lenguaje como un vehículo simbólico de creación de significado, en el que las expresiones y los argumentos persuasivos poseen implicaciones emocionales, sociales, políticas y culturales. Se aplica una metodología cualitativa estructurada en dos niveles de análisis alineados con los objetivos específicos: en primer lugar, se examinan las temáticas predominantes en los reportajes de los principales diarios; en segundo lugar, se aplica una perspectiva de género para identificar si las connotaciones presentes en los discursos periodísticos están marcadas por sesgos sexistas.

Para llevar a cabo el análisis de contenido, se diseñó una ficha de análisis con variables formales, tal como se presenta en la Tabla 1. La codificación de los textos de los reportajes se realizó mediante el software Nvivo, lo que permite un tratamiento sistemático y estructurado de las estructuras lingüísticas. La unidad de análisis se definió como enunciados o un conjunto de enunciados que aborden una misma temática, garantizando así la identificación de patrones discursivos y connotaciones subyacentes en

los reportajes analizados. Por ejemplo, el titular de *20 Minutos* “Taylor Swift, la churrera del pop que ha hecho de sus rupturas sentimentales un arte” constituye dos unidades de análisis. “La churrera del pop” se codifica con relación a su rol de compositora de canciones y “que ha hecho de sus rupturas sentimentales un arte” se refiere a su vida personal. Además de hacer referencia a su vida personal, el discurso presenta connotaciones sexistas al atribuir su éxito a factores personales en lugar de reconocer su talento. Este enfoque posibilita una categorización precisa de los contenidos y facilita la comparación entre diferentes reportajes.

Tabla 1. Muestra de la investigación

Medio	Audiencia	Título	Fecha	Enunciador	Difusión
<i>El País</i>	15%	La era de Taylor Swift: radiografía del fenómeno pop más extraordinario	26/05/24	Xavi Sancho (Redactor especializado)	Impresión Suscripción
<i>20 Minutos</i>	13%	Taylor Swift, la churrera del pop que ha hecho de sus rupturas sentimentales un arte	28/05/24	Chema R. Morais (Redactor especializado)	Suscripción
<i>El Mundo</i>	13%	Universidades de todo El Mundo incluyen a Taylor Swift en sus programas de literatura, musicología o negocios.	25/05/24	Pablo Gil (Jefe Cultura)	Abierto
<i>ElDiario.es</i>	13%	Qué tiene que ver Taylor Swift con tus prejuicios, la extrema derecha y el PIB	27/05/24	Ana Requena Aguilar. (Redactora jefa de Género)	Abierto
<i>El Confidencial</i>	10%	Por qué no puedes cantar ninguna canción de la artista más escuchada del mundo	25/05/24	Héctor García Barnés (Redactor especializado)	Suscripción
<i>Forbes</i>	-	Así es la fuerza económica de Taylor Swift	30/4/24	Natalia Rojo	Abierto

Fuente: elaboración propia y Reuters Institute (2024)

Se seleccionan reportajes en lugar de crónicas o noticias porque este género informativo posee un carácter interpretativo y permite ofrecer una explicación profunda y contextualizada de fenómenos complejos. A diferencia de las noticias, los reportajes se publican antes de que se produzca el concierto para contextualizar el fenómeno y presentan estructuras subjetivas, lo que posibilita un análisis del discurso que identifica connotaciones e ideologías en los medios de comunicación.

La selección de medios se fundamenta por su audiencia: se consideran los diarios con mayor audiencia según el Reuters Institute Digital News Report (2024) y medios especializados que han cubierto la visita de Taylor Swift a España (Tabla 1). Se seleccionan aquellos que publicaron reportajes sobre la artista: *El País*, *El Mundo*, *El Confidencial*, *20 Minutos* y *ElDiario.es*. Además, se realizó una búsqueda en Google en septiembre de 2024 para identificar coberturas relevantes en prensa musical. No se encontraron reportajes similares en prensa musical, aunque sí críticas del concierto en medios especializados como *Rock de Lux* que quedan fuera de los criterios de selección. Por otro lado, se incluyó un reportaje de la revista *Forbes*, que, si bien no es un medio generalista ni de prensa diaria, aporta un reportaje relevante sobre el impacto económico de la artista.

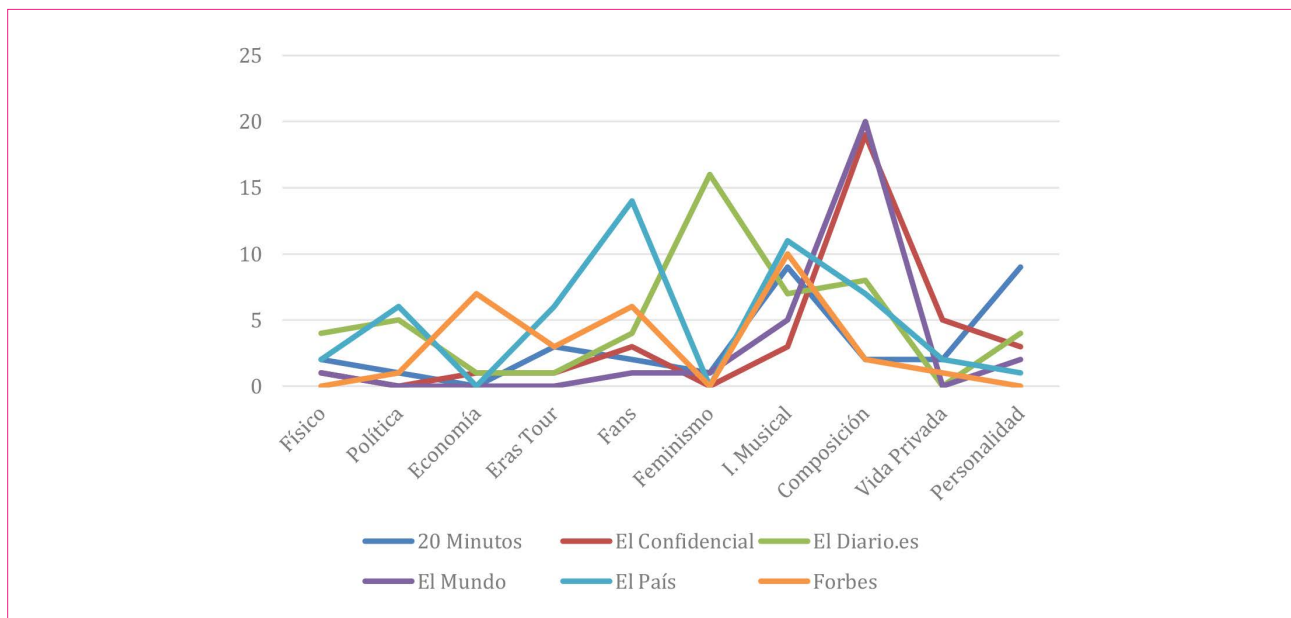
4. Resultados

4.1. Temáticas por reportajes en torno a Taylor Swift

Las referencias codificadas en los cinco reportajes aluden principalmente a diez temáticas que obtienen el siguiente orden según la cantidad de referencias detectadas: composición de canciones (58 referencias), industria musical (45), fenómeno fan (30), rasgos de personalidad (19), referencias relacionadas con el feminismo (18), Eras Tour (14), la política (13), vida privada (10) e impacto económico (9). La Figura 1 muestra el enfoque predominante en cada reportaje, aunque la mayoría de los medios cubren casi la totalidad de las temáticas. Los resultados indican que los aspectos relacionados con la industria musical son las temáticas predominantes en los reportajes, lo que significa que la prensa española se ha interesado por abordar las características creativas de Taylor Swift, su papel relevante en la industria de la música y el fenómeno fan como características fundamentales del fenómeno Taylor Swift. No obstante, también se observan referencias en menor medida sobre política, economía, feminismo, vida privada, apariencia física y la personalidad de la artista.

Los diarios *El Confidencial* y *El Mundo* han destacado la relevancia de Taylor Swift como compositora, mientras que *El País* ha abordado diversos aspectos, centrándose especialmente en la contextualización del *Eras Tour*, su impacto en la industria musical y el fenómeno fan. Por otro lado, *ElDiario.es* ha puesto el foco en la postura feminista de Swift a lo largo de su trayectoria artística y personal, mientras que *20 Minutos* es el medio que más atención ha dedicado a su vida privada.

Figura 1. Temáticas abordadas según diarios



Fuente: elaboración propia a partir de la codificación de Nvivo (2025)

No obstante, estos resultados cuantitativos no profundizan en el sesgo de género que será abordado a continuación.

4.2. Sesgos de género en la cobertura de Taylor Swift

4.2.1. Creatividad y composición de canciones

La escritura y composición de canciones ha sido el tema más referenciado en los reportajes analizados, ya que tanto *El Mundo* como *El Confidencial* centran gran parte de su contenido en contextualizar el impacto de Taylor Swift con motivo de su concierto en Madrid. Sin embargo, las connotaciones de ambos diarios son opuestas.

Ambos reportajes están escritos por periodistas especializados en cultura y ambos fundamentan sus reportajes en fuentes académicas, recurriendo a profesorado universitario de literatura y musicología con publicaciones sobre la obra de Swift. No obstante, mientras Gil (*El Mundo*) elabora un reportaje que legitima el éxito de Swift destacando sus virtudes y fortalezas como compositora y vocalista, García Barnés (*El Confidencial*) cuestiona el valor de su obra, minimizando sus logros y desestimando los gustos de sus seguidores. Veamos cómo.

Con respecto a *El Confidencial*, el reportaje titulado “El enigma de Taylor Swift. Por qué no puedes cantar ninguna canción de la artista más escuchada del mundo”, plantea una contradicción aparente entre su popularidad y la supuesta falta de impacto de su repertorio. El titular se construye en torno a una pregunta formulada en negativo, lo que refuerza la idea de que, a pesar de su éxito mundial, su música carece de impacto. El significante “enigma” connota que su impacto no es consecuencia de su talento, sino de factores paranormales.

El gancho del reportaje es una controversia generada por Neil Tennant (Pet Shop Boys), quien afirma que Swift no posee un éxito inapelable como “Billie Jean” de Michael Jackson, a pesar de récords alcanzados por hits como “Shake It Off” (Rolli, 2020) o “Blank Space”. Estas declaraciones subjetivas se viralizaron entre los detractores de la artista, mayoritariamente hombres maduros, y fueron amplificadas por medios musicales y generalistas. García Barnés, alineándose con Tennant, sostiene que el éxito mundial de Swift es incomprensible porque, aunque “Shake It Off” (y otros éxitos) son “más o menos reconocibles”, “no es la canción que reconocería tu pariente lejano en una boda”. Este argumento omite el contexto generacional y las diferencias en el consumo musical entre la era analógica de Michael Jackson y la era digital de Swift. En la actualidad, la música no depende exclusivamente de la difusión en medios tradicionales, sino del acceso en plataformas digitales, donde el *engagement* del público y la cultura participativa desempeñan un papel central en la popularidad de la música.

No obstante, García Barnés indica que no tener un hit indiscutible “no tiene por qué ser un demérito”. Considera que Swift es una artista de fondo. Sin embargo, su línea de argumentación cuestiona el éxito de Swift al afirmar que Tennant “se atrevió a decir en público lo que muchos piensan”: Swift “genera animadversión entre quienes no comprenden” su éxito. Esta retórica persuade a los detractores de Swift y refuerza su incredulidad respecto a su relevancia. Además, este argumento presenta un sesgo de género evidente. Si en el top 10 de artistas más exitosos globalmente solo está Swift (IFPI, 2023), ¿por qué solo se cuestiona la capacidad de Swift para generar éxitos reconocibles?

Para descifrar lo que García Barnés considera un “enigma”, recurre a datos y herramientas de inteligencia artificial para comparar la estructura musical de Taylor Swift con la de Ariana Grande. Se analizan el número de palabras en los versos, la energía de las canciones y el nivel de autorreferencialidad

en sus letras. Los datos obtenidos indican que los versos de ambas artistas son más largos de lo habitual, que algunos discos de Swift son menos bailables que los de Grande y que Swift emplea más referencias a su propia obra. A primera vista, estos datos carecen de sesgos de género y son similares para ambas artistas. Sin embargo, el análisis que García Barnés elabora a partir de ellos introduce connotaciones que refuerzan prejuicios sexistas. En primer lugar, al definir el estilo musical de Swift, el periodista señala: “no deja de ser una evolución de la tradición country-pop de Nashville (...), y algún toque de sofisticación vía Bon Iver”. La expresión formulada en negativo “no deja de ser” connota que su autoría es una extensión predecible de lo ya establecido, en lugar de un proceso de innovación en su evolución estética como investigó Sloan (2021). El significante positivo, “sofisticación”, se atribuye a un hombre.

En relación con sus versos, el periodista afirma que: “tienen texto, mucho texto. Y, a diferencia de la tradición pop más básica, sus versos son largos, muy largos e intrincados”. La reiteración enfatiza el exceso de palabras como un aspecto negativo, presentando como defecto lo que es una virtud en artistas como Bob Dylan. García Barnés respalda su argumento con un análisis musicológico que indica que “los versos de Taylor Swift suelen ser largos y con variaciones en la entonación, lo que dificulta su memorización y réplica”. De esta declaración se deduce la razón por la que “no puedes cantar las canciones de la artista más escuchada del mundo”. Sin embargo, la dificultad en la memorización no es un indicador de falta de éxito, sino un rasgo estilístico que forma parte de la identidad creativa de Swift y de la innovación que las artistas están insertando en el pop. De hecho, el propio musicólogo compara Swift con Bob Dylan por la capacidad de ambos de narrar historias y conectar con millones de personas a través de sus letras. Aunque el análisis musicológico no minusvalora a Swift, *El Confidencial* tergiversa este dato al presentar la complejidad compositiva como una debilidad en lugar de una virtud.

Asimismo, el musicólogo señala que en las canciones de Swift predominan melodías constantes que sirven como vehículo para el contenido lírico, otorgando protagonismo a su voz, descrita como “limpia y brillante, perfecta para el pop”. Sin embargo, García Barnés interpreta esta información para construir un discurso negativo: “Swift no es una experimentadora musical, sino que utiliza un espectro limitado de formas musicales para contar lo que le interesa en cada momento”. Este comentario minimiza la diversidad de estilos que ha explorado la artista a lo largo de su carrera y refuerza la idea de que su música es repetitiva o carente de innovación, en contraposición a análisis que destacan su capacidad para sincronizar melodías memorables con estructuras líricas complejas (Sloan, 2021).

El periodista critica su interpretación al afirmar que “tampoco se distingue por ser una gran bailarina o poseer una voz de amplísimo espectro”. Este juicio refleja un enfoque machista del canon musical femenino, que históricamente ha reducido a las mujeres al papel de cantantes visualmente atractivas con habilidades innatas para el canto y el baile. Además, ignora que la voz es un instrumento complejo que permite a la artista expresar emociones y conectar con su público, más allá de su rango vocal. Se evidencia que el espectro de voz es un criterio de evaluación aplicado exclusivamente a las mujeres.

García Barnés convence a los detractores de Swift. Afirma que “Swift no ha dudado en presentar sentimientos negativos en sus canciones (envidia, rencor, ira, celos, venganza), lo que la ha convertido para sus detractores en una arpía obsesionada consigo misma e incapaz de encajar una crítica”. Estas expresiones se centran en cuestiones personales, reducen la obra de Swift a argumentos negativos, refuerzan el mito de la arpía, un estereotipo sexista que penaliza a las mujeres por expresar emociones intensas en su arte, y excluye a los hombres de recibir el mismo tipo de juicio cuando escriben sobre las mismas temáticas.

Con respecto a *El Mundo*, este diario es contrario a *El Confidencial* respecto a la temática de la composición. Basándose en fuentes académicas, Gil contextualiza el impacto de Taylor Swift en el titular definiéndola como “la poeta de una generación” y la compara con figuras literarias como Bob Dylan y Shakespeare. Destaca su capacidad para crear personajes complejos, dominar la autoficción y utilizar giros del lenguaje innovadores. Los musicólogos citados en el reportaje subrayan su habilidad para combinar estructuras narrativas complejas con melodías pegadizas. Las canciones son accesibles en rango vocal pero ricas en significado y relevancia estética. El uso de rimas internas, asonancia y ganchos melódicos mejora la memorización de las letras. Esta combinación innovadora de narrativa y música explican, según las fuentes citadas, el impacto de la compositora en la música popular.

Además de las expresiones positivas previamente mencionadas sobre Swift, Gil recoge varias declaraciones de las fuentes consultadas que refuerzan su legitimidad como compositora y vocalista. Entre ellas destacan afirmaciones como: “Si quisiera, podría impresionar a la élite intelectual del jazz”, “Es una maestra a la hora de crear melodías pegadizas y ganchos que no te puedes quitar de la cabeza”, o “Trabaja constantemente con metáforas muy fuertes y con dobles sentidos”. Asimismo, se resalta que “Es una artista en la cima de su carrera, en constante búsqueda de nuevos retos estéticos” y que “Sus melodías están perfectamente sincronizadas con cada sílaba para maximizar su coherencia y su potencial para ser recordadas”. Por tanto, el reportaje de *El Mundo* articula un discurso positivo sobre Swift citando fuentes académicas que validan su talento y relevancia en la industria musical. Gil incide en que Swift ha enfrentado prejuicios a lo largo de su carrera, intensificados tras su transición del *country* al pop, un cambio que generó cuestionamientos adicionales sobre su autoría y credibilidad artística.

En cuanto al resto de diarios, Xavi Sancho, periodista especializado en cultura y ex redactor jefe de *Icon* en *El País*, también refleja una postura escéptica sobre el valor artístico de Taylor Swift como compositora, coincide con *El Confidencial* y Tennant en que Swift carece de éxitos indiscutibles. En particular, describe sus melodías como “narcóticas”, que no te las puedes sacar de la cabeza, insinuando que su éxito radica más en un efecto adictivo que en la creatividad. Aunque Sancho coincide en destacar lo memorables que son las melodías de Swift, las connotaciones son negativas y despectivas. También podría interpretarse como una alusión a la canción de Swift “Who’s Afraid of Little Old Me?” de 2024 en la cual artista indica que ha puesto narcóticos en todas sus canciones para que sean cantadas.

En contraposición, Ana Requena, jefa de Género en *ElDiario.es*, en su artículo “Qué tiene que ver Taylor Swift con tus prejuicios, la extrema derecha y el PIB”, argumenta que la animadversión hacia la artista responde a prejuicios de género que buscan desacreditarla. En su análisis, señala que el escepticismo en torno a Swift no se debe únicamente a valoraciones artísticas, sino que se basa en una visión sexista que minimiza su talento y atribuye su éxito exclusivamente a factores comerciales, algo que no se cuestiona de sus pares masculinos.

4.2.2. Industria musical

La temática relacionada con la industria musical ha sido abordada en todos los reportajes siendo *El País* y *20 Minutos* los diarios que registran un mayor sesgo sexista.

El periodista de *El País* atribuye su impacto a su tesón, no a su genialidad en la industria musical: “trabajadora incansable, emprendedora y ubicua, hasta el punto de que parece estar testando los

límites del capitalismo a base de saturarlo con su presencia". *El País* convierte a Swift en el símbolo del capitalismo a través de una representación metonímica, a pesar de ser la única mujer en el top 10 de superventas mundiales en 2022. Incluso atribuye su éxito al capitalismo, comparándola con "instituciones financieras que jamás quebrarán porque los gobiernos no lo permitirán, ya que las repercusiones económicas de su caída serían devastadoras". El éxito de Swift es presentado como el resultado de fuerzas económicas externas que garantizan su permanencia en la industria musical, más que como fruto de su talento y su capacidad de conectar con sus fans.

Sancho, en *El País*, cita una fuente que describe a Swift como "un producto accesible a su público, mayoritariamente mujeres que se identifican con su éxito, su lucha y sus ansias de poder en lo que, entienden, es un mundo de hombres". Esta afirmación presenta un sesgo sexista al reducir el éxito de una mujer a "ansias de poder", sugiriendo que la competitividad y el liderazgo son cualidades esencialmente masculinas. Asimismo, la expresión "en lo que, entienden, es un mundo de hombres" minimiza la desigualdad de género, insinuando que es una percepción exagerada o exclusiva de las mujeres. El periodista deslegitima las reivindicaciones feministas al considerarlas meras percepciones subjetivas en lugar de reconocerlas como respuestas a problemas estructurales. Finalmente, la afirmación de que Swift "no es un talento torturado o un genio" refuerza un estereotipo sexista y potencia el mito que asocia genio y tormento, y que excluye a las artistas.

El reportaje de Sancho está redactado con condescendencia, ironía e incluso sarcasmo. Contiene casi 6000 palabras y cubre todas las temáticas, pero su connotación es negativa: "Una chica de 34 años (...) ha decidido llevar al mundo hacia una era de luz. Y lo ha hecho con tanta fuerza que corremos el riesgo de quedarnos ciegos para siempre". El uso del sarcasmo deslegitima la influencia de Swift, la oración enfatiza una hipérbole que despoja a la compositora de su agencia artística y reduce su éxito a una especie de fenómeno sobrevalorado de consecuencias dañinas. Para el periodista, Swift: "Es el único alimento de supermercado que, tras leer en la etiqueta su composición, aún te apetece comer". Se observa un prejuicio recurrente en la crítica musical hacia el pop *mainstream* y, especialmente, hacia las artistas femeninas. No obstante, y comparativamente con lo que hay en el mercado, Swift es apetecible, un sarcasmo que admite su relevancia pero que la sitúa como excepción del pop.

Sancho cuestiona la teoría de *El Confidencial* sobre la dificultad de memorización al señalar: "(...) lo de las letras ya es una barbaridad. Los niños no se aprenden la lección en el colegio, pero se saben la letra de la versión de diez minutos de 'All Too Well' entera". Sin embargo, su comparativa infantiliza a las fans, resta valor a las letras y trivializa el valor narrativo de las canciones.

El perfil de *20 Minutos* proyecta una visión misógina de Taylor Swift en la industria musical, especialmente tras la regrabación de sus discos para recuperar el control de sus derechos. Expresiones como lo hizo "para reventar de nuevo las listas y hacer que millones de personas compren una nueva copia" reducen su decisión a una mera ambición económica (aunque con la regrabación vendió de nuevo sus versiones con material extra, también devaluó su másteres originales), negándole a recuperar los derechos de su obra. Además, el texto la retrata como una manipuladora que usa su influencia para obtener beneficios a costa de sus fans. El artículo también sostiene que Swift "obliga a sus compañeras a irse de vacío" en las galas de premios, lo que refuerza el mito de la rivalidad femenina y sugiere que su éxito se debe a una estrategia desleal más que a su talento. Al insinuar que su presencia es una amenaza para otras mujeres y que no merece los premios que recibe, la presenta como una impostora y refuerza estereotipos de género que deslegitiman a las mujeres exitosas.

4.2.3. Sobre las *Swifties*

El tratamiento informativo de las *swifties* ha sido recurrente, destacando especialmente en *El País* como medio que ha cubierto esta temática. El periodista viajó a un concierto en París para obtener declaraciones de las fans y relatar el evento. Las citas seleccionadas en el reportaje refuerzan una visión irracional y fanática de las *swiftie*. En una actitud paternalista, el periodista cita a los padres de las fans: “yo vi a Michael Jackson en 1992 y no es comparable a esta locura”. Expresiones como locura o “su hija mayor llora de emoción” alimentan la percepción de histeria colectiva de las fans. Cuando incluye declaraciones de las fans aportan una visión negativa: “me quiere sacar siempre el dinero con miles de ediciones especiales. Pero la quiero, es mi madre”. Finalmente, testimonios como “la verdad es que no me relaciono mucho con otros fans. Hay una parte que no es muy sana y, bueno, ahora muchos son muy pequeños” contribuyen a reforzar la idea de que el *fandom* de Swift es tóxico o inmaduro. En conjunto, estas citas construyen una representación que reduce a las fans a un colectivo infantil, irracional, emocionalmente desbordado y casi sectario, deslegitimando su conexión con la artista y minimizando la complejidad del fenómeno cultural que representa.

El País no solo enuncia críticas contra las fans, sino también contra la crítica y artistas que públicamente ha defendido a Swift. Considera que las *swifties* son un “contingente belicoso de fans” que “asó a fuego vivo” a Tennant cuando dudó del éxito de Swift. Sancho define a quien defiende a Swift como “observadores supuestamente neutrales y maduros que harían cualquier cosa por no parecer viejos y que terminan por defender cualquier novedad, la entiendan o no”. La utilización del término “supuestamente” y “harían cualquier cosa por no parecer viejos” connota que las personas maduras que valoran a Swift carecen de agencia en gustos musicales y que sus preferencias responden a una necesidad de encajar en lo que el periodista considera que es Swift; una moda pasajera. De nuevo, el discurso de Sancho incide en la dicotomía entre lo “auténtico”, que es lo que sanciona una crítica musical conservadora mayoritariamente sexista, y lo “novedoso” (asociado a la defensa de Swift), aunque la artista lleve dos décadas en activo. Al sugerir que hay críticos que terminan “defendiendo cualquier novedad, la entiendan o no” se deduce una condescendencia que desacredita cualquier postura positiva hacia Swift, como si seguir a Swift fuese un acto de conformismo o impostura intelectual.

En su análisis sobre las fans, García Barnés en *El Confidencial* establece una comparación con los fans de *The Beatles*. Mientras que estos últimos, según el periodista, apreciaban “el rupturismo musical y estético” de la banda de Liverpool, las *swifties* solo buscan “una amiga”. Esta expresión desvaloriza el criterio musical de las seguidoras de Swift y perpetúa estereotipos de género al sugerir que las mujeres priorizan el vínculo emocional sobre la música. La dicotomía planteada connota que la apreciación musical femenina es superficial o secundaria, en contraposición con la de los hombres, quienes, bajo esta lógica, serían los verdaderos jueces de la calidad musical.

4.2.4. Personalidad, relaciones sentimentales y aspecto físico

Si bien todos los reportajes analizados hacen referencia a la personalidad de Taylor Swift, es el diario *20 Minutos* el que ha dedicado mayor atención a este aspecto mediante la realización de un perfil, un género periodístico que explora la vida, personalidad, trayectoria profesional, el contexto social y cultural de la persona retratada. El artículo titulado “Taylor Swift, la churrera del pop que ha hecho de sus rupturas sentimentales un arte” constituye un claro ejemplo de un discurso misógino, burdo y

coloquial propio de un tabloide. La metáfora “churrera del pop” desacredita la prolificidad de Swift y sitúa a *20 Minutos* como el más despectivo de los tres reportajes que articulan discursos negativos sobre Swift; *El Confidencial* y *El País*. Estos son algunas frases que perfilan a Swift: “lo tiene todo, pero quiere más” (...), “se carcajea de todo y de todos, y ha logrado elevar el género del melodrama melódico” (...); “es la soberana del corazón partío” (...). Estas expresiones son ofensivas y distorsionan el perfil de Swift mediante un sesgo sexista que se enfoca en su vida privada, su aspecto físico y sus relaciones sentimentales para desacreditarla como autora. Refuerzan estereotipos que presentan a las mujeres ambiciosas y obsesionadas con el romance y el melodrama.

El perfil de *20 Minutos* incluye expresiones despectivas que desacreditan el talento compositivo de Swift, como: “(...) una chica corriente, gracias a unas letras sobre el amor y el desamor, especialmente este último, lo suficientemente cotillas para contar sin demasiado detalle todas sus rupturas con famosos que no pueden acostumbrarse a su fama (...)”. Este fragmento no solo minimiza el valor artístico de sus letras, sino que también atribuye a Swift la responsabilidad de sus rupturas sentimentales. Es otro un signo de estereotipo sexista. Además, la expresión “(...) una diva de andar por casa” ridiculiza a la artista, devalúa lo doméstico y sugiere una imagen de vulgaridad.

Sancho, en *El País*, también perfila su personalidad a través de una fuente: “una persona simple, tan simple como puede ser una estrella mundial. Nos toca una fase de recesión y conservadurismo”. Esta caracterización minimiza su complejidad artística, infantiliza su figura y desacredita su talento y culpa a Swift de la coyuntura social.

Finalmente, no faltan los comentarios que reducen a Taylor Swift a su apariencia física, un tipo de tratamiento mediático que rara vez afecta a los hombres. *20 Minutos* la describe con la frase: “es rubia, guapa y, además, muy lista”, mientras que *El Mundo*, a pesar de ofrecer un reportaje positivo y constructivo sobre la cantante, concluye con una expresión que refuerza su imagen estereotipada: “nuestra rubia protagonista”. Por su parte, *El País* la presenta como “la eterna reina del instituto”, a quien se le ha asignado “la responsabilidad de sostener la maltrecha hegemonía cultural estadounidense, casi toda cargada sobre sus blancos hombros”. Es un signo de la infantilización de la artista.

4.2.5. Sobre feminismo

La muestra contiene un único reportaje con enfoque feminista en la cobertura de Swift. Está escrito por la periodista feminista Ana Requena Aguilar y resalta con un lenguaje positivo cómo Swift ha evolucionado para convertirse en una mujer que “dirige su carrera, despliega talento como compositora, llena estadios, genera ingresos, aborda el acoso sexual, hace campaña contra Donald Trump y critica la laxitud de las leyes sobre armas”. Las fuentes de Requena Aguilar son Azahara (artista feminista); Stephanie Demirdjian (periodista feminista) y Laura Viñuela (musicóloga feminista). Las tres fuentes contextualizan la importancia del vínculo de Swift con su público femenino y su habilidad para contar historias universales desde una mirada feminista. El reportaje concluye que se la estigmatiza y subestima por ser “una mujer a la que le habla especialmente a las mujeres”. Además, la periodista de *ElDiario.es* titula el reportaje aludiendo a los prejuicios que existen sobre Swift a la hora de juzgar su obra por ser mujer.

Por su parte, Natalia Rojo para *Forbes* destaca que Swift ha alcanzado la lista de millonarios de *Forbes* gracias a su “talento y dedicación”, ya que su fortuna es fruto de su arte. Ambos enfoques resaltan

el reconocimiento de las mujeres en roles de liderazgo y éxito, reconfigurando las narrativas sobre el poder y situando el talento y la economía en el centro de la capacidad femenina en la cultura contemporánea. El reportaje de *Forbes* muestra la creatividad y el papel relevante que Taylor Swift desempeña en la industria musical, en la que Swift siempre ha defendido una mayor y más justa remuneración para los y las artistas. Las connotaciones que se desprenden del discurso son positivas y contribuyen a contextualizar su inclusión en la lista de *Forbes* como una de las mujeres más poderosas del mundo. Además, el artículo enfatiza que su riqueza proviene principalmente de su talento creativo, dado que la mayor parte del valor de sus activos se origina en sus propias canciones.

5. Discusión

La cobertura mediática de Taylor Swift evidencia la persistencia de sesgos sexistas que históricamente han afectado a las artistas, sin importar su procedencia geográfica ni su género musical. La focalización en aspectos de su vida privada, su apariencia física o sus relaciones personales reproduce estereotipos de género documentados en los estudios sobre música popular y medios de comunicación (Cohen, 2001; Davis, 2001; Leonard, 2007; Lieb, 2013; Monedero Morales y Calderón Istán, 2021; Strong, 2011).

Como ha ocurrido con otras figuras del pop, la representación de Swift tiende a la condescendencia, e incluso a expresiones despectivas como “la churrera del pop” que refuerzan la trivialización de las artistas femeninas. Las *Swities* también se representan con connotaciones negativas; son fanáticas irracionales (Davis, 2001; Leonard, 2007).

Sin embargo, algunos reportajes constituyen una excepción a esta tendencia, mostrando un enfoque con perspectiva feminista. Es el caso del artículo publicado en *ElDiario.es*, firmado por Ana Requena Aguilar, quien forma parte de una nueva generación de periodistas comprometidas con una cobertura mediática con perspectiva feminista (Martínez-Jiménez, 2025) cuyos reportajes se fundamentan en fuentes autorizadas dentro de esta corriente ideológica y movimiento social.

La ausencia de la cobertura de Swift en *Mondonsonoro*, *JNSP* o *Rock de Luxe* en favor de *Forbes* evidencia los sesgos de género en la prensa musical y la persistencia de prejuicios en torno al pop en la prensa española. Al igual que la prensa británica (Davis, 2001), los medios musicales se focalizan en el *rock* y continúan ignorando a artistas como Taylor Swift, incluso después de haber compuesto dos discos junto a figuras consagradas del *indie* como Aaron Dresner. La constante búsqueda de autenticidad y legitimidad como autora (Sloan, 2021), así como los frecuentes cambios de estilo a través de productores reconocidos, suelen ser aplaudidos en artistas masculinos como David Bowie. Sin embargo, en mujeres como Taylor Swift, Madonna o Beyoncé, estas mismas estrategias solo sirven para cuestionar su agencia como compositoras y atribuir sus cambios estilísticos a los hombres. Como indica *El Confidencial*, la innovación y la sofisticación de Swift vienen de la mano de Aaron Dresner y Bon Iver.

6. Conclusiones

La cobertura mediática de una mujer blanca como Taylor Swift que ocupa una posición destacada en una industria musical tradicionalmente dominada por hombres también blancos ha resultado especialmente significativa. Su representación mediática ha mostrado cómo los medios polarizan sus

discursos según ideología culturales y de género. El análisis del discurso ha demostrado que Taylor Swift es más que música: es un significante polisémico dentro de la cultura popular. Su figura condensa tensiones sobre feminismo, industria musical y legitimidad como autora. La cobertura mediática es un espejo donde se proyectan narrativas de género, autenticidad y control. Cada representación mediática de Swift no es solo un juicio sobre su obra, sino un síntoma de las estructuras que aún condicionan la valoración de las mujeres en el pop. La polarización en su cobertura refleja una tensión semiótica entre dos discursos enfrentados: el que la consagra como creadora tan legítima como Bob Dylan (*El Mundo*, *ElDiario.es*, *Forbes*) y el que la presenta con sesgos sexistas reduciéndola a un producto prefabricado de una industria musical carente de autenticidad porque obtiene rentabilidad de sus rupturas amorosas (*El País*, *El Confidencial*, *20 Minutos*).

Las temáticas con mayor cobertura han sido la composición de canciones, la industria musical y el fenómeno fan, lo cual resulta previsible al abordar la figura de una estrella mundial del pop. Sin embargo, existe una polarización en la cobertura de estos temas. Este artículo contribuye a poner de relieve, por un lado, la dicotomía existente entre una cobertura mediática predominante que reproduce estereotipos de género hacia las artistas, y por otro, una narrativa feminista minoritaria que reivindica el papel de las mujeres como figuras claves en la industria musical, en la cultura y en la sociedad. Esta investigación evidencia que, cuando la artista es una mujer, emergen con mayor frecuencia temas ajenos a su rol como compositora, tales como sus relaciones amorosas, apariencia física o rasgos de personalidad.

El análisis concluye que la representación mediática de Taylor Swift en España está marcada por la polarización y los sesgos de género. *El Mundo*, *ElDiario.es* y *Forbes* legitiman su talento y contextualizan su impacto en la industria musical a propósito de su visita por el Eras Tour. En contraste, *El Confidencial*, *El País* y *20 Minutos* adoptan un enfoque condescendiente y sexista, minimizan sus logros con estereotipos de género, la infantilizan o la retratan como una figura ambiciosa y sin escrúpulos, tanto a la artista como a sus fans. Parafraseando uno de los *hits* de Swift, “Cruel Summer”, se podría concluir que estos diarios han difundido una cobertura mediática cruel.

Del polo que refuerza sesgos sexistas se observan frases despectivas como “churrera del pop” (*20 Minutos*), “arpía obsesionada consigo misma” (*El Confidencial*) o “producto de supermercado” (*El País*). Los periodistas atribuyen su éxito a factores comerciales en lugar de a su talento, presentan la virtud como un defecto y refuerzan mitos como la rivalidad entre mujeres, la arpía, la impostora y la desleal. Además, las *swifties* son tratadas con condescendencia, como histéricas y refuerzan la idea de que a las mujeres no les interesa la música de calidad.

Diarios como *20 Minutos* o *El Confidencial* inciden en su vida personal y en sus relaciones sentimentales de forma sexista, aplicando un sesgo que rara vez afecta a sus colegas masculinos. Recursos retóricos como el sarcasmo, la ironía, la reiteración y la hipérbole se emplean para ridiculizar a Taylor Swift. Además, se manipulan o presentan fuentes de manera tendenciosa para respaldar argumentos subjetivos, como la idea de *El Confidencial* al enfatizar que muchas personas desconocen sus canciones, a pesar de que es una de las artistas más escuchadas del mundo. Este argumento es cuestionado por *El País*, aunque con un tono irónico. Así, una contradicción entre reportajes, tanto el desconocimiento general de sus canciones como el hecho de que su público las memorice mejor que las lecciones escolares, se salda con connotaciones igualmente negativas para Swift.

El reportaje de *El Confidencial* se construye sobre un entimema retórico que podría formularse de la siguiente manera: Si Taylor Swift tuviera verdaderos éxitos, la gente podría tararearlos fácilmente.

Como no hay canciones suyas que una amplia audiencia pueda tararear, su éxito no se puede entender. A partir de esta premisa, el periodista persuade a los detractores de Swift que no entienden el éxito de una mujer cuyas fans son mayoritariamente mujeres y personas LGBTQ+.

En contraste, los reportajes de *ElDiario.es* y *Forbes*, escritos por dos mujeres, presentan una connotación positiva sobre Taylor Swift. Ambas destacan su papel como figura con poder, líder en la industria musical, subrayando su capacidad para desafiar barreras de género y visibilizar desigualdades en la industria musical. Las periodistas, sin embargo, no abordan las críticas que Swift ha recibido por su alineación con un feminismo popular o con el *queerbaiting*. No obstante, el discurso de las periodistas contrarresta la hegemonía masculina de la crítica cultural, que tiende a reducir a Swift a un producto del pop carente de agencia, a pesar de su relevancia en la transformación de la industria musical. Swift pasará a la historia de la música como la artista que recuperó el control artístico y económico sobre sus másteres cuando decidió la regrabación de sus discos, situando a los autores en el centro del negocio musical, tal y como resalta *Forbes*. La pregunta aquí sería qué habría ocurrido a nivel mediático si esta estrategia de regrabación la hubiese llevado a cabo un hombre. Bandas como U2 o Coldplay han apoyado esta acción de Swift, elogiado el talento y la astucia de la artista para defender los derechos de autoría.

Por su parte, el reportaje de *El Mundo*, aunque escrito por un hombre, legitima a Swift. Citando fuentes de la academia, Gil repasa la obra de Swift y no su vida personal para ofrecer un análisis que se centra en la música y la letra, respetando el gusto de sus fans y comparándola con figuras como Bob Dylan. Su aproximación coincide con la postura de la revista *Time* y centra su reportaje en cuestiones puramente relacionadas con la autoría y la industria.

Si bien es cierto que Swift forma parte de una industria musical caracterizada por prácticas abusivas propias del neoliberalismo, también lo es que, la música popular es un espacio de significación donde las *swifties* articulan el significado de las canciones. En este sentido, el fenómeno Swift no solo representa un éxito comercial sin precedentes, sino que también constituye un espacio de negociación de identidades históricamente infravaloradas, valores y discursos en torno al género, la raza, la autoría de mujeres y el poder femenino en la industria musical, como señalan *ElDiario.es*, *El Mundo* y *Forbes*.

7. Limitaciones del estudio y posibles líneas de investigación futura

El estudio presenta varias limitaciones. En primer lugar, la muestra es escasa para poder realizar un análisis de contenido riguroso y exhaustivo del tratamiento sexista en los medios de comunicación. En segundo lugar, abarca un espacio corto de tiempo, la visita de Swift por el Eras Tour. Finalmente, solo se centra en una artista. Futuras investigaciones deben considerar aumentar la muestra a otros géneros informativos, abarcar un mayor periodo y analizar a otras artistas tanto españolas como internacionales.

8. Contribución específica de cada firmante

- Función: C.S.O
- Conceptualización: C.S.O

- Curación de datos: C.S.O
- Análisis formal: C.S.O
- Adquisición de financiamiento: C.S.O
- Investigación: C.S.O
- Metodología: C.S.O
- Administración de proyecto: C.S.O
- Recursos: C.S.O
- Software: C.S.O
- Supervisión: C.S.O
- Validación: C.S.O
- Visualización: C.S.O
- Escritura - borrador original: C.S.O
- Escritura - revisión y edición: C.S.O

9. Agradecimientos

No aplica.

10. Financiación

Este artículo cuenta con la financiación del proyecto MUSIMA (Ministerio de Universidades): PID2023-147271NB-I00. Next Generation UE, Ministerio de Universidades (Plan RTR) and UA: REQUALI/7/21.

11. Declaración de conflicto de intereses

Ausencia de conflicto de intereses.

12. Declaración responsable de uso de inteligencia artificial

Se han utilizado herramientas de Inteligencia Artificial para la corrección gramatical de español (ChatGPT) e inglés (Grammarly).

13. Materiales adicionales y disponibilidad de los datos

No aplica.

14. Referencias

- Arnold, G. (2021). I Don't Give a Damn About Your Bad Reputation: Taylor Swift, Beyoncé Knowles, and Performance. *Contemporary Music Review*, 40(1), 27–40. <https://doi.org/10.1080/07494467.2021.1945224>
- Avdeeff, M. (2025). Say It in a Tweet, That's a Cop-Out. En Christa Anne Bentley, Kate Galloway, Paula Clare Harper (Eds.), *Taylor Swift. The Star, The Songs, The Fans*. (pp. 205–219). Routledge.
- Banet-Weiser, S. (2018). *Empowered: Popular Feminism and Popular Misogyny*. Duke University Press.
- Barthes, R. (2009). *La aventura semiológica*. Paidós.
- Bain, V. (2019). *Counting the Music Industry: The Gender Gap. A study of gender inequality in the UK Music Industry*. <https://bit.ly/3Mzzg5J>
- Bentley, C.A.; Galloway, K.; Harper, P. C. (2025). *Taylor Swift. The Star, The Songs, The Fans*. Routledge.
- Berkers, P., Verboord, M., & Weij, F. (2016). "These Critics (Still) Don't Write Enough about Women Artists": Gender Inequality in the Newspaper Coverage of Arts and Culture in France, Germany, the Netherlands, and the United States, 1955–2005. *Gender & Society*, 30(3), 515–539. <https://doi.org/10.1177/0891243216643320>
- Bradley, A. (2017). *The Poetry of Pop*. Yale University Press.
- Citron, M. (1993). *Gender and the Musical Canon*. Cambridge University Press.
- Cullen, S. (2016). The Innocent and the Runaway: Kanye West, Taylor Swift, and the Cultural Politics of Racial Melodrama: The Innocent and the Runaway. *Journal of Popular Music Studies*, 28(1), 33–50. <https://doi.org/10.1111/jpms.12160>
- Danesi, M. (2015). The Semiotics of the Mass Media. *International Handbook of Semiotics*. Trifonas, Peter Pericles (Ed.). Springer International Publishing.
- Davies, H. (2001). All Rock and Roll Is Homosocial: The Representation of Women in the British Rock Music Press. *Popular Music*, 20(3), 301–319. <http://www.jstor.org/stable/853623>
- Driessen, S. (2022). Look what you made them do: understanding fans' affective responses to Taylor Swift's political coming-out. *Celebrity Studies*, 13(1), 93–96. <https://doi-org.bua.idm.oclc.org/10.1080/19392397.2021.2023851>
- Dyer, R. (1993). *The Matter of Images: Essays on Representations*. Routledge.
- Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. Routledge
- Fogarty, Mary, & Arnold, Gina. (2021). Are You Ready for It? Re-Evaluating Taylor Swift. *Contemporary Music Review*, 40(1), 1–10. <https://doi.org.bua.idm.oclc.org/10.1080/07494467.2021.1976586>
- Gensler (16 de diciembre de 2023) Taylor Swift Sets All-Time Touring Record With \$1 Billion Gross. *Pollstar*. <https://lc.cx/o57FM5>
- Frith, S. & McRobbie, A. (1978). Rock and Sexuality. *Screen Education*, 29, 3–19.
- Green, L. (1997). *Music, Gender, Education*. Cambridge University Press.

- Hall, S. (2004)[1978]. Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *Cuadernos de Comunicación e Información*, 9, 210-236. <https://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/CIYC0404110215A>
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage Publications.
- Harrison, C., & Ringrow, H. (2022). Disnarration and the performance of storytelling in Taylor Swift's folklore and evermore. *International Journal of Literary Linguistics*, 11(1). <https://doi.org/10.15462/ijll.v11i1.140>
- IFPI (2023). Global Music Report. *IFPI*. <https://lc.cx/T-7o7J>
- Jacobs, S. (5 de diciembre de 2023). 2023 The Choice. Taylor Swift. *Time*. <https://lc.cx/9vOVYI>
- Leonard, M. (2007). *Gender in the Music Industry: Rock, Discourse and Girl Power*. Routledge.
- Lieb, K. J. (2013). *Gender, branding, and the modern music industry: the social construction of female popular music stars*. Routledge.
- Mangani, A. (2021) Media bias against women in music: an empirical analysis of Italian music magazines. *Economia Politica*, 38, 657-676. <https://doi.org/10.1007/s40888-020-00188-3>
- Manzano-Zambruno, L. (2019). 'I'm a bad feminist': El feminismo liberal en el discurso de Madonna en los *Women in Music 2016* de Billboard. *Lectora: Revista de dones i textualitat*, 25, 307-329. <https://doi.org/10.1344/Lectora2019.25.19>.
- Martínez-Jiménez L. (2025). Hipermediatización del caso Errejón: análisis de la cobertura periodística con perspectiva feminista. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 31(1), 51-62. <https://doi.org/10.5209/emp.99313>
- Meliveo-Nogues, P., & Cristófol-Rodríguez, C. (2024). Análisis del discurso feminista de Adelfa Calvo como comunicación persuasiva para denunciar la desigualdad de género en las actrices españolas en los Premios Goya. *IROCAMP - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 7(1), 24-41. <https://doi.org/10.12795/IROCAMP.2024.v07.i01.02>
- McNutt, M. (2020). From "Mine" to "Ours": Gendered Hierarchies of Authorship and the Limits of Taylor Swift's Paratextual Feminism. *Communication, Culture & Critique*, 13(1), 72-91. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcz042>
- Minchola, A., Arbaiza, F., & Robledo-Dioses, K. (2024). Percepciones sobre discursos de género y empoderamiento en la publicidad peruana: un estudio con jóvenes universitarias. *IROCAMP - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 7(1), 9-23. <https://doi.org/10.12795/IROCAMP.2024.v07.i01.01>
- Monedero Morales, C. del R., & Calderón Istán, L. R. (2021). Estudio de caso del tratamiento mediático de tres divas de la música pop: ¿información especializada o sexismo? *Textual & Visual Media*, 1(14), 102-118. <https://textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/283>
- Nadzira, Z., & Sinha, A. (2024). *Celebrity-fan relationship: Studying Taylor Swift and Indonesian Swifties' parasocial relationships on social media*. *Media Asia*, 51(4), 533-547. <https://doi.org/10.1080/01296612.2024.2304422>
- Oxford Languages (2023). Word of the Year 2023. *Oxford Languages* <https://lc.cx/f5NYGg>
- Panuzzo, B. (2014) Covering performers, discovering femininities: US hip-hop journalism and female artists. *IASPM Journal*, 4(2), 43-54 [10.5429/2079-3871\(2014\)v4i2.4en](https://doi.org/10.5429/2079-3871(2014)v4i2.4en)
- Reuters Institute (17 de junio de 2024). Digital News Report 2024. *Reuters Institute* <https://acortar.link/U3CjXo>

- Ribeiro, V., Herrera Barreda, D., & López Montoto, L. (2024). Mujeres, estereotipos y representaciones en comunicación. Los roles de género en informativos de prime time de Cuba, Portugal y España. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 7(1), 42–64. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2024.v07.i01.03>
- Rolli, B. (14 de marzo de 2020). Taylor Swift's 'Shake It Off' Receives RIAA Diamond Certification. *Forbes*. <https://acortar.link/ABZ5pk>
- Sánchez-Olmos, C. (2025). Gender Inequality in Spain's Official Music Charts: Neither Representation nor Success for Female Artists (2008–2020). *Journalism and Media*, 6(1), 10. <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010010>
- Smialek, E. (2021). Who Needs to Calm Down? Taylor Swift and Rainbow Capitalism. *Contemporary Music Review*, 40(1), 99–119. <https://doi.org/10.1080/07494467.2021.1956270>
- Sloan, N. (2021). Taylor Swift and the Work of Songwriting. *Contemporary Music Review*, 40(1), 11–26. <https://doi.org/10.1080/07494467.2021.1945226>
- Strong, C. (2011). Grunge, Riot Grrrl and the forgetting of women in popular culture. *The Journal of Popular Culture*, 44(2), 398–416. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5931.2011.00839.x>
- Swift, T. (2020). *Folklore: The Long Pond Studio Sessions* [Película]. Disney+.
- Théberge, P. (2021). Love and Business: Taylor Swift as Celebrity, Businesswoman, and Advocate. *Contemporary Music Review*, 40(1), 41–59. <https://doi-org.bua.idm.oclc.org/10.1080/07494467.2021.1945227>
- Van Dijk, T.A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse and Society*, 4(2), 249–283.
- Werner, A. (2022). *Feminism and Gender Politics in Mediated Popular Music*. Bloomsbury.
- Wilkinson, M. (2019). 'Taylor Swift: the hardest working, zaniest girl in show business....' *Celebrity Studies*, 10(3), 441–444. <https://doi.org/10.1080/19392397.2019.1630160>

Citación: Barrientos-Báez, Almudena (2026). La imagen de marca de Madrid desde una perspectiva del neuromarketing. *IROCAMM - International Review Of Communication And Marketing Mix*, 9(1), 146–166. <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2026.v09.i01.07>



4.0

© Editorial Universidad de Sevilla 2026

IROCAMM- International Review Of Communication And Marketing Mix | e-ISSN: 2605-0447

IROCAMM

VOL. 9, N. 1 - Year 2026

Received: 26/03/2025 | Reviewed: 29/07/2025 | Accepted: 31/07/2025 | Published: 31/01/2026

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IROCAMM.2026.v09.i01.07>

Pp.: 146–166

e-ISSN: 2605-0447