



Taylor Swift em 2025: impacto cultural e números dos grandes anúncios

Taylor Swift in 2025: Cultural Impact and Numbers from the Big Advertisements

Luis Otávio Vilela da Cruz¹

RESUMO

Em 2025, Taylor Swift consolidou-se como fenômeno cultural e econômico global, protagonizando dois anúncios de grande impacto: o lançamento do álbum *The Life of a Showgirl* e o noivado com o jogador Travis Kelce. Esta pesquisa teve como objetivo analisar os efeitos econômicos, midiáticos e simbólicos desses acontecimentos, tratando-os como instrumentos ativos de criação de valor. O estudo utilizou como método principal a Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), complementada por técnicas de sistematização metodológica em ciências sociais aplicadas (Martins; Theóphilo, 2009), estratégias de pesquisa em contabilidade (Ott, 2012) e princípios de elaboração de pareceres contábeis (Crepaldi, 2019). O *corpus* contemplou documentos primários como comunicados oficiais, relatórios de plataformas de *streaming*, *rankings* musicais e métricas verificáveis de redes sociais e *merchandising*, além de reportagens de veículos reconhecidos. Os resultados confirmam a hipótese de que os anúncios não apenas refletiram o sucesso prévio da artista, mas funcionaram como alavancas de engajamento e monetização: recordes digitais, pré-vendas esgotadas, picos de audiência e aumento expressivo nas vendas associadas à NFL. Conclui-se que Taylor Swift exemplifica um modelo contemporâneo de economia da celebridade, no qual vida pessoal, carreira artística e estratégia contábil convergem para produzir valor econômico, cultural e simbólico em escala global.

Palavras-chave: Taylor Swift; economia da cultura; Contabilidade.

ABSTRACT

In 2025, Taylor Swift consolidated herself as a cultural and economic phenomenon, with two major announcements: the release of the album The Life of a Showgirl and her engagement to NFL player Travis Kelce. This study aimed to analyze the economic, media, and symbolic effects of these events, treating them as active instruments for value creation. The research applied Content Analysis as the main method (Bardin, 2016), combined with methodological guidelines for applied social sciences (Martins; Theóphilo, 2009), accounting research strategies (Ott, 2012), and principles for drafting accounting reports (Crepaldi, 2019). The corpus included primary documents such as official statements, streaming platform reports, music charts, verified social media and merchandising metrics, and reports from reputable outlets. Results confirmed the hypothesis that these announcements not only reflected Swift's prior success but also acted as powerful levers of engagement and monetization: digital records, sold-out pre-orders, audience

¹ Mestrando em Produção de Conteúdo Multiplataforma pela Universidade Federal de São Carlos. Especialista em Advocacia Criminal, Tribunal do Júri e Execuções Penais pela Legale Educacional. Bacharel em Direito pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Pucminas). luisvilelajuridico@outlook.com

peaks, and sharp increases in NFL merchandise sales. The study concludes that Taylor Swift represents a contemporary model of celebrity economy, in which personal life, artistic career, and accounting strategy converge to generate global economic, cultural, and symbolic value.

Keywords: Taylor Swift; cultural economy; Accounting.

1 INTRODUÇÃO

Em 2025, Taylor Swift consolidou-se como um fenômeno cultural e econômico global, protagonizando acontecimentos que extrapolaram os limites convencionais do entretenimento e alcançaram dimensões significativas para os campos da economia da cultura, do marketing e da contabilidade. Dois anúncios, em particular, se destacaram: o lançamento do álbum *The Life of a Showgirl* e o noivado com o jogador de futebol americano Travis Kelce. Ambos foram divulgados em agosto daquele ano e geraram repercussão imediata e mensurável, tanto em termos de engajamento digital quanto em impactos econômicos, como aumento das vendas de *merchandising*, ascensão de valores de mercado associados e fortalecimento do branding pessoal da artista. Esses episódios oferecem um terreno fértil para análise contábil e comunicacional, na medida em que evidenciam como a convergência entre momentos profissionais e pessoais pode se traduzir em valor econômico, simbólico e cultural.

À luz da literatura metodológica, a elaboração desta pesquisa pauta-se na necessidade de estruturação clara e científica do problema de investigação, conforme orientam Martins e Theóphilo (2009). A introdução deve situar o fenômeno, justificar sua relevância e explicitar os objetivos que orientam o estudo. Assim, esta pesquisa propõe-se a apresentar um “balanço contábil” dos anúncios em questão, buscando quantificar vendas, desempenho em plataformas de *streaming*, engajamento em redes sociais e repercussões comerciais (como *merchandising* e contratos associados), sempre com base em fontes primárias e verificáveis.

A importância da delimitação metodológica, ressaltada por Ott (2012), orienta o recorte temporal e empírico do estudo: a análise considera o período a partir do primeiro anúncio realizado em agosto de 2025, contemplando tanto a repercussão imediata quanto os desdobramentos de curto prazo. Com isso, pretende-se responder à seguinte questão central: quais foram os impactos financeiros, de engajamento e de marca após os anúncios de 2025, e de que modo eles se inserem no contexto mais amplo da carreira de Taylor Swift e do mercado musical global contemporâneo?

Do ponto de vista técnico, Crepaldi (2019) enfatiza que o parecer contábil deve conjugar clareza, fundamentação documental e utilidade prática, aspectos que também norteiam este trabalho. Dessa forma, busca-se não apenas oferecer uma descrição do impacto midiático, mas propor uma análise sistematizada que combine rigor contábil, relevância cultural e validade científica. A hipótese que sustenta o estudo é que os anúncios não constituem apenas reflexos do sucesso prévio de Swift, mas instrumentos ativos de criação de valor imediato, revelando uma estratégia de comunicação integrada entre vida pessoal e carreira.

O presente trabalho contribui, portanto, para três campos simultaneamente: (i) para os estudos de contabilidade e finanças, ao exemplificar como eventos culturais podem ser traduzidos em indicadores econômicos verificáveis; (ii) para a comunicação e os estudos culturais, ao evidenciar a lógica da economia da celebridade; e (iii) para a prática profissional, ao demonstrar a aplicação de princípios contábeis e metodológicos na interpretação de fenômenos contemporâneos de grande visibilidade.

2 METODOLOGIA

Para conduzir esta pesquisa adotou-se como base teórica e técnica a Análise de Conteúdo, conforme Bardin (2016), como método principal para tratamento de documentos textuais, mídias digitais, relatórios e discursos públicos. A escolha recaiu sobre Bardin por sua robustez em categorizar, quantificar e interpretar conteúdos manifestos e latentes, permitindo a inferência de significados a partir de frequências, contextos, emissores e receptores.

Entretanto, conforme destacam Martins e Theóphilo (2009), toda investigação científica exige que a metodologia seja apresentada de forma clara, com definição de objeto, justificativa e objetivos operacionais. Nesse sentido, a introdução da Análise de Conteúdo foi acompanhada de uma delimitação rigorosa do *corpus* e da temporalidade da pesquisa, garantindo coerência entre o problema formulado e os procedimentos adotados. O *corpus* de pesquisa foi estruturado em três fases: levantamento, filtragem e análise.

Na fase de levantamento de dados, coletaram-se documentos a partir de fontes primárias confiáveis: comunicados oficiais de gravadoras, relatórios de plataformas de *streaming* (Spotify, Apple Music), *rankings* reconhecidos (Billboard, IFPI, Nielsen), declarações em entrevistas de veículos de imprensa, postagens oficiais da artista em redes sociais com métricas verificadas (curtidas, visualizações) e dados comerciais como vendas de *merchandising* e contratos de licenciamento. O recorte temporal considerou agosto de 2025, quando os anúncios foram feitos, estendendo-se por três semanas posteriores, conforme recomenda Ott (2012) ao enfatizar que a delimitação temporal e amostral é essencial para manter a validade de estudos aplicados em contabilidade.

Na fase de filtragem, aplicaram-se critérios éticos e metodológicos: exclusão de fontes duvidosas, confirmação cruzada de dados (comparação de números de *streaming* divulgados pela plataforma com reportagens que citam a mesma fonte) e registro detalhado de datas, versões de documentos e contextos. A Inteligência Artificial foi utilizada como apoio instrumental, auxiliando na triagem por palavras-chave e reconhecimento de métricas, mas nunca substituindo a checagem humana, em consonância com a noção de responsabilidade do pesquisador científico (Martins; Theóphilo, 2009).

Após a filtragem, passou-se à análise propriamente dita, estruturada nas três etapas de Bardin: (1) pré-análise, com leitura inicial e organização do *corpus*; (2) exploração do material, com categorização dos dados (vendas, engajamento, visibilidade de marca, repercussão comercial); e (3) tratamento dos resultados e interpretação. Essa etapa foi reforçada com princípios trazidos por Crepaldi (2019), que enfatiza a necessidade de clareza, objetividade e fundamentação documental em relatórios e pareceres contábeis. A interpretação buscou articular dados quantitativos (ex.: vendas, métricas digitais) e qualitativos (ex.: narrativas midiáticas) de forma integrada, em linha com a abordagem mista preconizada por Ott (2012).

Quanto ao uso ético da IA, seguiram-se princípios de transparência, responsabilidade e verificabilidade. Nenhum dado foi gerado sem confirmação manual: cada número identificado foi verificado em sua fonte original. Para evitar vieses, descartaram-se análises automáticas de sentimentos ou inferências não documentadas, mantendo apenas informações respaldadas por fontes primárias. Além disso, observou-se o respeito a direitos autorais, utilizando materiais pagos ou protegidos apenas nos limites permitidos, com citação clara de suas origens.

A análise final, portanto, combinou rigor metodológico (Martins; Theóphilo, 2009), aplicabilidade prática em contabilidade (Ott, 2012) e clareza técnica compatível com elaboração de pareceres (Crepaldi, 2019). Essa triangulação assegura não apenas consistência acadêmica,

mas também relevância profissional, permitindo que os resultados ofereçam valor científico e aplicabilidade real à prática contábil e à análise de fenômenos da economia da cultura.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Contexto: Taylor Swift no Auge da Carreira (2024-2025)

Para compreender a dimensão dos anúncios de 2025, é preciso contextualizá-los na fase extraordinária que Taylor Swift vivenciou nos anos anteriores. Entre 2023 e 2024, Swift embarcou na *The Eras Tour*, turnê mundial de 21 meses que foi um fenômeno sem precedentes. Todos os 149 shows lotaram, levando mais de 10 milhões de espectadores no total (Shaffer, 2023; Banerjee, 2024). O faturamento ultrapassou a barreira histórica de US\$ 2 bilhões em bilheteria, algo nunca antes alcançado por um artista em turnê (Crosbie, 2025). De acordo com o *The New York Times*, ao final da turnê Swift tornou-se a primeira artista a atingir esse patamar de receita em uma única turnê, feito confirmado pela própria empresa de turnês de Taylor (Crosbie, 2025). Esse sucesso estrondoso teve impactos econômicos amplos: apenas a etapa norte-americana da turnê (56 shows nos EUA e México) gerou cerca de US\$ 780 milhões de receita e contribuiu com US\$ 4,3 bilhões ao PIB dos EUA, segundo análise da *Bloomberg Economics* (Crosbie, 2025). Trata-se de um impacto que transcende a música, movimentando as economias locais das cidades-sede e consolidando Swift como uma potência econômica.

Paralelamente, Swift manteve sua hegemonia nas paradas musicais. Em 2024 lançou seu 11º álbum de estúdio, *The Tortured Poets Department*, que quebrou vários recordes de *streaming*. No dia do lançamento, 19 de abril de 2024, o álbum tornou-se o primeiro na história do *Spotify* a ultrapassar 300 milhões de streams em 24 horas, atingindo essa marca em menos de 12 horas (Spotify, 2024). Essa façanha fez de *The Tortured Poets Department* o álbum mais reproduzido em um único dia em 2024. Ainda no primeiro dia, uma das faixas – “Fortnight (feat. Post Malone)” – registrou o maior número de streams em 24h já contabilizado para uma música na plataforma (Spotify, 2024). Além do domínio nos serviços digitais, o álbum rendeu a Swift seu maior reinado nas paradas: permaneceu 17 semanas consecutivas em #1 na Billboard 200 (Ahlman, 2025), estabelecendo um novo recorde pessoal de longevidade no topo para a artista. Esses números ilustram o patamar ímpar em que Swift se encontra: cada lançamento seu mobiliza audiências massivas e estabelece novos referenciais para a indústria musical.

Esse domínio se reflete também em reconhecimentos e marcos financeiros. Em 2023, Swift entrou oficialmente para o seleto grupo de bilionários, tornando-se a primeira artista da história a atingir uma fortuna de dez dígitos predominantemente graças à música – composição, gravação e turnês – sem depender de grandes empreendimentos paralelos como marcas de cosméticos ou linhas de moda (Crosbie, 2025; Ahlman, 2025). Segundo a *Forbes*, o patrimônio de Swift foi estimado em torno de US\$ 1,6 bilhão em 2025, consolidando-a como a cantora mais rica do mundo na atualidade (Forbes, 2025; Castillo, 2025). A maior parcela dessa fortuna provém de sua valiosa discografia e das receitas astronômicas de *streaming*, vendas de músicas, ingressos de shows e merchandise (Crosbie, 2025). Para dimensionar, apenas a primeira etapa da *Eras Tour* (em 2023) rendeu a Swift cerca de US\$ 190 milhões líquidos (após impostos) (Castillo, 2025). Além disso, o filme-concerto *Taylor Swift: The Eras Tour*, lançado nos cinemas em outubro de 2023, quebrou recordes de pré-venda com mais de US\$ 100 milhões em ingressos antecipados e posteriormente acumulou US\$ 261 milhões nas bilheterias mundiais, tornando-se o documentário musical de maior bilheteria de todos os tempos (Crosbie, 2025; Ahlman, 2025). Swift, que financiou o filme independentemente dos estúdios, fechou um acordo em que

embolsou 50% da receita bruta do filme, além de lucrar novamente vendendo os direitos de *streaming* para a Disney por mais de US\$ 75 milhões (Crosbie, 2025). Esses feitos ilustram a versatilidade de Swift em monetizar sua arte em múltiplas frentes, sempre batendo recordes.

Ainda em termos de negócios, Taylor Swift alcançou em 2025 algo pelo qual lutava há anos: recuperar a posse de seus masters originais. Em maio de 2025, ela anunciou publicamente que recomprou todo o seu catálogo musical referente aos seus seis primeiros álbuns, que haviam sido vendidos a um investidor anos antes (Desantis, Nelson, 2025). “Toda a música que eu já fiz... agora pertence a mim”, escreveu Swift emocionada em suas redes ao revelar a notícia (Swift *apud* Desantis, Nelson, 2025, *on-line*, tradução nossa). Essa aquisição encerrou uma longa saga iniciada em 2019, quando os masters de seus álbuns foram vendidos sem seu consentimento, levando-a a regravar suas obras (*Taylor’s Versions*) para retomar o controle criativo e comercial. A recompra, facilitada pela empresa de capital privado Shamrock Capital, ocorreu quase seis anos após a perda dos direitos e foi celebrada por Swift como “o meu maior sonho se tornando realidade” (Swift *apud* Desantis, Nelson, *on-line*, tradução nossa). Embora os valores oficiais não tenham sido divulgados, sabe-se que os masters haviam sido negociados anteriormente por cerca de US\$ 300 milhões em 2020 (Bonner, 2025), dando ideia da magnitude financeira envolvida. Com essa vitória empresarial, Swift passou a deter total autonomia sobre toda a sua obra, algo raríssimo na indústria e que reforça seu status não apenas como artista, mas também como uma influente mulher de negócios.

Todo esse contexto de recordes, fortuna bilionária e conquistas estratégicas explica por que, em 2025, Taylor Swift é frequentemente apontada como a artista mais poderosa da atualidade, com impacto que ultrapassa as fronteiras da música. Como veremos a seguir, os anúncios de seu novo álbum e de seu noivado – ocorridos no auge dessa fase áurea – exemplificam de forma contundente esse impacto, tanto em termos culturais quanto financeiros.

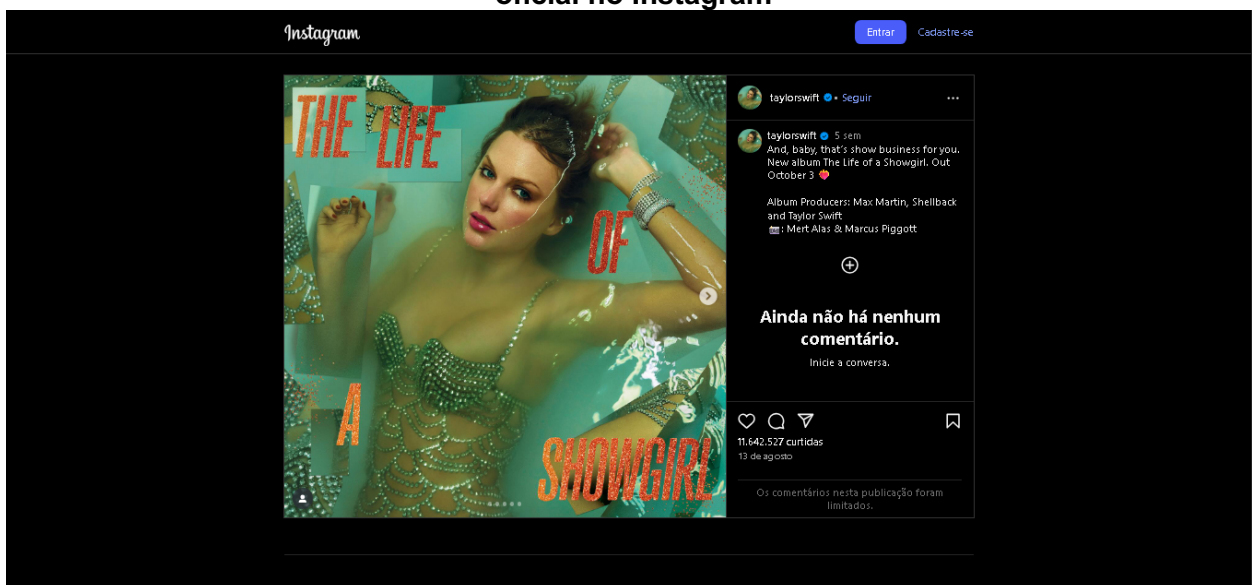
3.2 Anúncio do Álbum *The Life of a Showgirl* – Estratégia Inovadora e Engajamento Recorde

No dia 13 de agosto de 2025, Taylor Swift surpreendeu o mundo pop ao anunciar seu 12º álbum de estúdio, intitulado *The Life of a Showgirl*, de uma maneira pouco convencional. Em vez de um comunicado tradicional à imprensa ou posts enigmáticos como fizera em álbuns anteriores, Swift revelou o novo projeto durante uma participação especial no *podcast* “*New Heights*”, apresentado por seu namorado, o astro da NFL Travis Kelce, e pelo irmão dele, Jason Kelce. A aparição de Swift no episódio, gravado em vídeo, ocorreu à meia-noite (0h12 ET) e foi precedida por muito mistério: dias antes, tanto a página oficial de Swift quanto as redes do *podcast* divulgaram teasers e uma contagem regressiva que atizou a curiosidade dos fãs (Kaplan, 2025a). Na contagem regressiva exibida no site de Taylor, um relógio sobre um fundo laranja brilhante indicava que algo seria revelado à 0h12 de 13/08 – horário pouco usual que, como notaram jornalistas, coincide com o número 12 (referência ao TS12, 12º álbum) e era um *Easter egg* típico da artista, conhecida por esses detalhes planejados (Kaplan, 2025a).

Quando o momento chegou, Swift apareceu no *podcast* “*New Heights*” ao lado de Travis Kelce, carregando uma maleta verde menta com suas iniciais “T.S.”. Num trecho transmitido, Jason Kelce reage à cena perguntando: “Temos uma maleta? Verde menta, com T.S. em cima?” e Swift responde revelando o conteúdo: “Este é o meu novo álbum, *The Life of a Showgirl*!” (Swift *apud* Kaplan, 2025, *on-line*, tradução nossa). Travis vibra imediatamente, exclamando “TS 12!” ao vivo (Kelce *apud* Kaplan, 2025a, *on-line*, tradução nossa). A própria capa do disco, porém, não foi mostrada nesse instante, mantendo algum suspense. Minutos depois, simultaneamente,

Taylor postou no Instagram a capa oficial e a data de lançamento do álbum. Na foto de capa, Swift incorpora a estética *showgirl*: surge usando um maiô adornado de pedrarias com recortes, deitada parcialmente submersa em água, ostentando seu clássico batom vermelho e um olhar marcante. A legenda que Swift escreveu na publicação resumia a novidade: “*And, baby, that’s show business for you. New album The Life of a Showgirl. Out October 3.*” (“E, querido, isso é o *show business* para você. Novo álbum *The Life of a Showgirl*. Lançamento em 3 de outubro.”). Assim, ela confirmava que o disco seria lançado em 3 de outubro de 2025, marcando seu aguardado retorno musical no outono daquele ano.

Figura 1 – Anúncio do álbum “The Life of a Showgirl” por Taylor Swift em sua conta oficial no Instagram



Fonte: Instagram de Taylor Swift (@taylorswift), 13 ago. 2025.

A decisão de Taylor Swift de fazer o anúncio nesse formato – misturando vida pessoal e profissional ao utilizar a plataforma de seu parceiro – foi amplamente comentada como um golpe de mestre do marketing. Analistas observaram que Swift conseguiu gerar manchetes duplas: promoveu seu álbum e simultaneamente colocou os holofotes sobre Travis Kelce, numa sinergia rara entre música pop e esportes. De fato, a estratégia rendeu frutos imediatos em termos de audiência e engajamento. A participação de Swift no *podcast* quebrou um recorde mundial: segundo o *Guinness World Records*, aquele episódio do “New Heights” atingiu o maior número de visualizações simultâneas para um *podcast* transmitido no YouTube, com 1,3 milhão de espectadores concorrentes durante a estreia em 13 de agosto (Kaplan, 2025b). Além do pico ao vivo, o episódio acumulou mais de 20 milhões de visualizações nas duas semanas seguintes, tornando-se possivelmente o *podcast* de maior audiência já registrado na plataforma de vídeo (Kaplan, 2025b). Esses números impressionantes mostram como cada movimento de Swift atrai atenção massiva e em tempo real, comprovando sua capacidade singular de dominar a conversa cultural. Como exemplificado por um caso curioso: naquele mesmo dia 13/08, durante um jogo de baseball em Nova York, torcedores – inclusive de perfis teoricamente fora do público típico da cantora – comentavam nas arquibancadas sobre o anúncio, evidenciando que “acompanhar cada passo pessoal e profissional de Taylor Swift é um dos últimos traços que restam de uma monocultura” (Ahlmán, 2025, *on-line*, tradução nossa), conforme observou um artigo da *Business*

Insider. Em outras palavras, Swift atingiu um patamar em que suas novidades viram assunto generalizado, discutido por pessoas de todas as idades e nichos.

A resposta dos fãs ao anúncio do álbum também foi imediata e quantificável em vendas. Como parte da estratégia de divulgação de *The Life of a Showgirl*, a equipe de Swift disponibilizou em seu site oficial quatro edições limitadas em vinil do álbum, cada uma com capa e cor de disco diferentes, vendidas exclusivamente por janelas curtas de tempo (Ahlman, 2025). Cada variante vinha acompanhada de itens colecionáveis (como um encarte especial ou um poema exclusivo, conforme anunciado nas redes sociais da cantora). A demanda foi tão alta que todas as edições se esgotaram em poucas horas, apesar de estarem inicialmente previstas para ficarem disponíveis por 48 a 72 horas ou “até durarem os estoques” (Ahlman, 2025, on-line, tradução nossa). Segundo comentários de fãs e imprensa, edições que deveriam ficar três dias no ar esgotaram-se em menos de 24 horas, tamanha a corrida de colecionadores e o poder de venda instantânea de Swift (Willman, 2025). Essa bem-sucedida tática de vendas relâmpago já havia sido empregada pela artista em lançamentos anteriores, mas em *Showgirl* ficou ainda mais evidente: Swift transformou a divulgação em um evento participativo e lucrativo, criando senso de urgência e recompensando os fãs mais atentos aos seus canais oficiais. Vale notar que todas essas cópias vendidas (mesmo antes de alguém ouvir o álbum) contabilizarão para as paradas musicais assim que o disco for lançado (MRC Data, 2023; Gheldhill, 2024), o que significa que *The Life of a Showgirl* já partia com centenas de milhares de unidades encomendadas antecipadamente – uma base robusta que prenunciava uma estreia gigantesca nos charts. Não por acaso, a *Billboard* e outros veículos especularam que Swift poderia vir a quebrar novos recordes de vendas na primeira semana com esse álbum, dada a frenética atividade de pré-venda e o histórico de sua era anterior (Zellner, 2025).

Em termos de conteúdo, *The Life of a Showgirl* gerou antecipação não apenas pelos métodos de anúncio, mas também pelo que representava na trajetória de Swift. Em sua participação no *podcast*, Taylor explicou que o álbum foi criado “nos bastidores da Eras Tour” (Swift *apud* Desantis, 2025), capturando sentimentos pessoais vividos durante a turnê dos sonhos. Ela o descreveu como um trabalho nascido de um período “efervescente, vibrante e dramático” (Swift *apud* Desantis, 2025) de sua vida, em que sua realidade pessoal era de felicidade intensa – uma fase de amor e realização que contrastava com o tom mais melancólico do álbum anterior (que abordava desgostos amorosos). *Showgirl*, portanto, chegou cercado de curiosidade sobre como essa nova fase se refletiria na música. A lista de faixas anunciada por Swift incluiu títulos sugestivos como “*Elizabeth Taylor*”, “*Honey*”, “*Eldest Daughter*” e “*The Fate of Ophelia*”, e revelou colaborações de peso – por exemplo, a presença da cantora Sabrina Carpenter na faixa-título (Kaplan, 2025). Esses detalhes aguçaram a atenção da mídia e dos fãs, dominando conversas online. O nome do álbum e toda a estética apresentada (com plumas, brilhos e referências a show business) indicavam que Swift estava assumindo uma persona inspirada nas vedetes e na grandiosidade do palco. De fato, críticos notaram que a artista parecia canalizar elementos autobiográficos da vida de uma estrela em turnê, quase como se estivesse “expondo o show por trás do show” (Lesavage, 2025; Ingle, 2025). Tudo isso só alimentou mais manchetes.

Durante as semanas entre o anúncio e o lançamento programado para 3 de outubro, a divulgação permaneceu em ritmo intenso. Taylor concedeu entrevistas selecionadas – notavelmente, uma capa para a *PEOPLE* magazine de setembro trouxe Travis Kelce declarando admiração pelo perfeccionismo e alcance de Swift, dizendo que ela “capta a atenção do mundo” com cada novo objetivo que se propõe (Alvarez, 2025). A escolha de Swift de envolver Kelce também na promoção do álbum, colocando-o na narrativa, sinalizou uma nova estratégia: em vez de compartimentalizar vida amorosa e carreira, ela uniu os dois universos em uma narrativa única,

o que ampliou o público e criou um interesse cruzado inédito. Como observou a especialista em PR Beth Booker, “tudo isso parece muito estratégico e planejado, o que não surpreende, porque é a Taylor Swift” (Ahlgirm, 2025, *on-line*, tradução nossa). Nada foi por acaso: o dia da semana escolhido para o anúncio (uma terça-feira, dia favorito dos publicitários para obter cobertura midiática), a proximidade com um fim de semana de feriado nos EUA (garantindo terreno livre nas notícias), a referência temática ao show business e até o horário 0h12 sincronizado com seu 12º álbum – cada elemento foi calculado para maximizar o impacto e a atenção (Alvarez, 2025). Swift provou mais uma vez ser uma “*mastermind*” de sua própria carreira, uma estrategista do pop que sabe transformar um simples anúncio em um acontecimento viral e rentável (Domena, Lindstorm, 2023).

Em suma, o anúncio de *The Life of a Showgirl* exemplificou Swift operando em sua capacidade máxima: quebrando recordes de audiência digital, impulsionando vendas instantâneas e dominando o noticiário cultural por dias. Se considerarmos que nem mesmo se tratava ainda do lançamento do álbum em si, mas apenas da revelação, fica claro o porquê de Taylor Swift ser frequentemente chamada de “indústria musical ambulante”. Até mesmo outros setores perceberam a atração gravitacional de Swift – por exemplo, logo após a aparição no podcast, a empresa *Guinness World Records* oficializou a conquista de Swift para “maior público simultâneo em um podcast no YouTube” (Kaplan, 2025b), e casas de aposta online chegaram a criar apostas sobre quando e como Swift anunciaria noivados e álbuns, tamanha é a atenção e especulação em torno de seus passos. Com *Showgirl*, Swift mostrou que consegue orquestrar seus lançamentos como grandes eventos multimídia, onde cada post e aparição se convertem em engajamento massivo e, consequentemente, em cifras consideráveis.

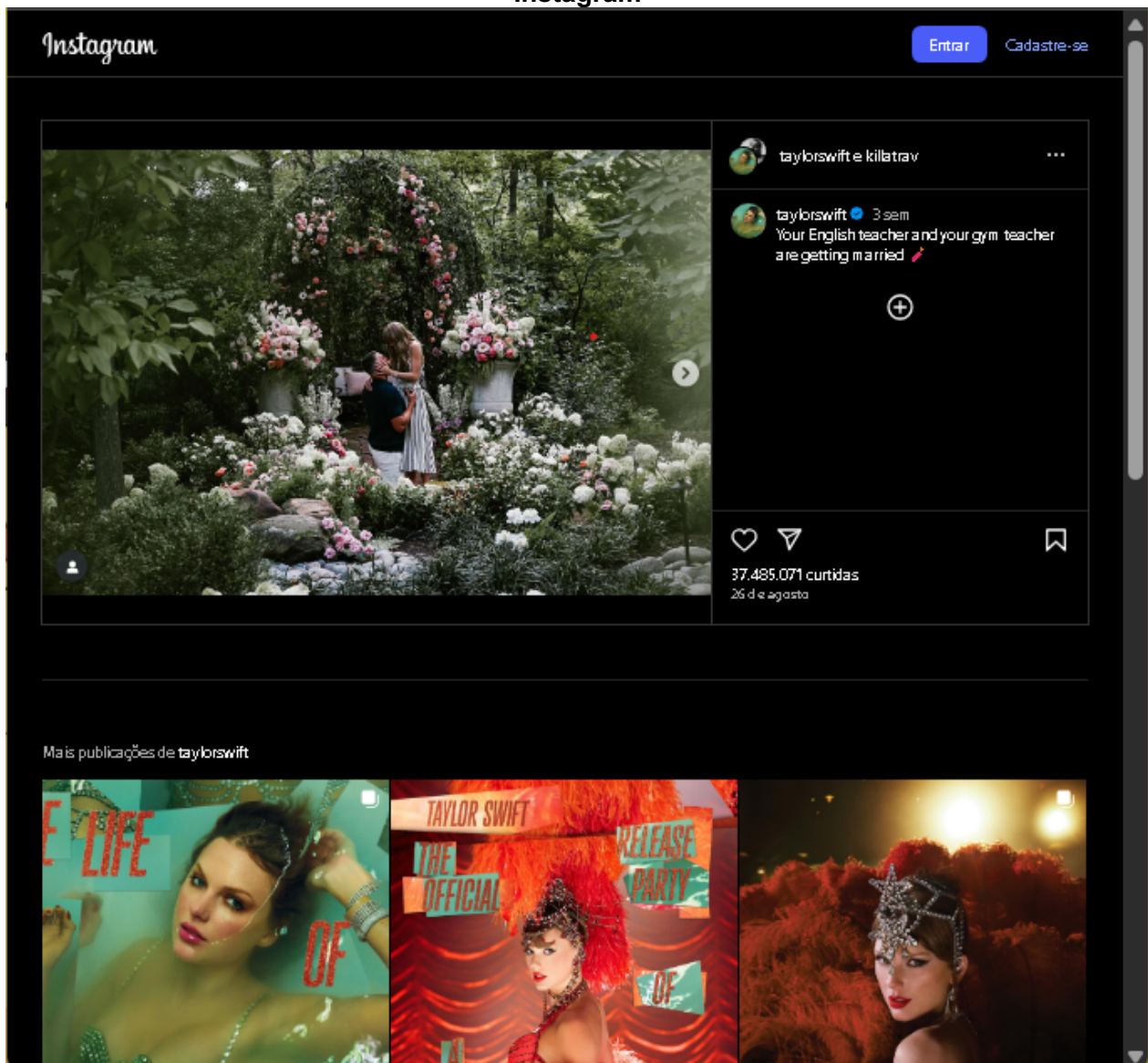
3.3 Anúncio do Noivado com Travis Kelce – Amor, Mídia e Economias em Ascensão

Poucas semanas após o alvoroço em torno do novo álbum, Taylor Swift voltou a “quebrar a internet” – desta vez com um acontecimento de sua vida pessoal. Em 26 de agosto de 2025, Swift e Travis Kelce anunciaram oficialmente seu noivado, após cerca de dois anos de relacionamento (iniciado publicamente em fins de 2023). O anúncio veio na forma de um post conjunto no Instagram, com uma série de fotos do momento do pedido de casamento em um jardim repleto de flores. A legenda escrita por Taylor no post já se tornou histórica: “Sua professora de inglês e seu professor de educação física vão se casar” (Speckman, Chimenz, Chiu, 2025, *on-line*, tradução nossa). A frase espirituosa, acompanhada de um emoji de explosão, aludia de forma bem-humorada às profissões que os fãs costumavam brincar que o casal representava (ela, a “teacher” com seus troféus de compositora literata; ele, o “coach” atlético). Em minutos, a internet foi à loucura com a novidade – não apenas fãs, mas também celebridades, veículos de imprensa e até figuras políticas comentaram sobre o noivado do astro do pop e do astro da NFL.

Os números de engajamento do anúncio de noivado foram igualmente impressionantes e ajudam a dimensionar o alcance do momento. A postagem de Swift no Instagram ultrapassou 37 milhões de curtidas em cerca de duas semanas e meia, tornando-se um dos posts mais curtidos da história da plataforma (Fox Sports, 2025). Para se ter ideia, isso colocou o anúncio do casal como a 9ª publicação com mais likes em toda a história do Instagram até então (Fox Sports, 2025). Em questão de horas, dezenas de milhões de pessoas ao redor do globo haviam interagido com as fotos do pedido – uma audiência digna de final de Copa do Mundo, mas concentrada num anúncio pessoal. A título de comparação, o engajamento no post de Swift superou, por exemplo, a população inteira do Canadá ou da Austrália. Esses “megadados” de curtidas e compartilhamentos indicam que o noivado transcendeu qualquer segmento: era notícia do tipo que aparece em jornais econômicos, programas de fofoca, blogs esportivos e até noticiários

políticos. De fato, o então ex-presidente dos EUA, Donald Trump – conhecido desafeto de Swift em outras ocasiões – foi perguntado sobre o assunto e chegou a desejar “boa sorte” ao casal publicamente, comentário que a mídia repercutiu à exaustão (Deadline, 2025). Quando até figuras desse calibre se manifestam sobre o tema, fica claro quem “possui o ciclo de notícias” naquele momento. Como resumiu o portal *Deadline*, “se até Donald Trump está comentando o noivado recém-anunciado de Taylor Swift e Travis Kelce, você sabe quem realmente domina o noticiário” (Deadline, 2025, *on-line*, tradução nossa).

Figura 2 – Anúncio do noivado de Taylor Swift e Travis Kelce em sua conta oficial no Instagram



Fonte: Instagram de Taylor Swift (@taylorswift), 26 ago. 2025.

Mas as repercussões não pararam nas redes ou nas manchetes. O anúncio do noivado teve efeitos econômicos imediatos e mensuráveis, especialmente em torno da figura de Travis Kelce. É o que vem sendo chamado de “*Taylor Swift effect*”: a capacidade de Swift de impulsionar

negócios e tendências apenas com sua associação. Já havia precedentes notáveis – em setembro de 2023, quando Swift apareceu pela primeira vez num estádio para assistir a um jogo de Kelce, as vendas da camisa nº 87 do jogador dispararam quase 400% em apenas um dia, tornando-a uma das mais vendidas de toda a NFL naquela semana (Caruso, 2025). Essa mesma influência se repetiu e até se superou com o noivado: de acordo com a *Fanatics* (parceira oficial de e-commerce da NFL), as vendas do uniforme de Kelce saltaram 200% no dia seguinte à notícia do noivado, comparado ao dia anterior (Caruso, 2025; CNN Brasil, 2025). Foi o suficiente para aquele 27 de agosto de 2025 se tornar o dia de maior venda de camisas de Kelce desde o Super Bowl daquele ano (TMZ Staff, 2025). Em outras palavras, nem ganhar um campeonato provocou tanta busca por produtos de Travis Kelce quanto ficar noivo de Taylor Swift. O evento foi um dos maiores picos de venda já registrados para a camisa de um jogador ativo em tão curto intervalo, evidenciando a abrangência do público que Swift traz consigo. Muitos dos compradores, presume-se, eram novos fãs atraídos pela narrativa romântica – pessoas que talvez nem acompanhassem futebol americano, mas que, pelo amor à cantora, passaram a consumir produtos ligados ao esporte. Esse cruzamento improvável de mercados virou objeto de análise: Swift não apenas movimenta a indústria musical, como impacta segmentos como o esportivo e o da moda esportiva, gerando receita e publicidade onde quer que sua influência toque (Ahligrim, 2025). CEOs de empresas de relações públicas comentaram que o relacionamento “catapultou Kelce para a estratosfera” da fama, abrindo oportunidades econômicas inimagináveis para ele antes (Ahligrim, 2025, *on-line*). Afinal, Travis Kelce já era um jogador célebre e vencedor de Super Bowls, mas sua associação com Taylor Swift o introduziu a audiências globais muito além dos fãs de NFL, potencializando seus negócios paralelos – como o podcast que ele co-apresenta e sua marca de roupas. Não por acaso, um dia após o noivado, Kelce lançou uma colaboração de edição limitada de sua linha de vestuário com uma grande varejista, e os *releases* de imprensa de diversos veículos destacavam “recém-noivo” ao citar o nome dele, deixando clara a relação entre o *timing* do noivado e a promoção comercial (Ahligrim, 2025).

Do ponto de vista de relações públicas e estratégia de imagem, o noivado de Swift e Kelce provou ser um movimento perfeitamente sincronizado com outras ações da cantora. Observadores notaram que a revelação do compromisso ocorreu no meio do ciclo promocional de *The Life of a Showgirl*, servindo quase como um “turbo” de mídia espontânea durante a contagem regressiva para o álbum (Ahligrim, 2025). Enquanto manchetes sobre o noivado dominavam sites de celebridades, lembrava-se também que Swift estava prestes a lançar um disco – e vice-versa: toda nota sobre o álbum mencionava o noivado recente. Essa sinergia pode não ter sido coincidência. Taylor Swift é conhecida por planejar minuciosamente seus lançamentos em datas simbólicas; logo, não seria surpreendente que tenha “dado o aval” para divulgar o noivado exatamente quando isso traria benefício máximo tanto para sua vida pessoal quanto profissional. De fato, familiares de Kelce sugeriram que o casal ficou noivo algumas semanas antes do anúncio público, aguardando o momento certo para contar ao mundo. O pai de Travis Kelce revelou a uma emissora de Cleveland que, ao perguntar ao filho quando tornariam a notícia pública, ouviu como resposta: “Quando a Taylor disser que sim” (Bharade, 2025, *on-line*, tradução nossa). Isso reforça a ideia de que Swift controlou a narrativa e escolheu agosto de 2025 – quando as atenções já estavam nela por conta do novo álbum – para maximizar a repercussão. O resultado foi considerado por especialistas de mídia como um golpe duplo de mestre: “Taylor Swift não precisava de mais PR – cada passo dela já é analisado obsessivamente – mas se houve alguém que ganhou muito com esse timing, foi Kelce” comentou Evan Nierman, executivo de uma firma global de relações públicas (Nierman *apud* Timford, 2025, *on-line*, tradução nossa). Enquanto Swift já estava no topo do mundo pop, para Kelce, esse noivado representou entrar de vez na cultura pop *mainstream*, ampliando seus horizontes para muito além do esporte.

Outro indicador da onipresença desse noivado foi como ele gerou discussões até sobre eventos futuros não confirmados. Um exemplo é a especulação sobre Taylor Swift tocar no show do intervalo do Super Bowl LX (2026). Swift historicamente declinou convites para o Halftime Show, mas com a NFL “em família” por causa de Kelce, rumores ganharam força. Durante uma entrevista em setembro, o comissário da liga, Roger Goodell, foi indagado se Swift poderia ser a atração e respondeu diplomaticamente: “Não posso dizer nada... quem sabe, é um talvez” (Goodell *apud* Fox Sports, 2025). Essa possibilidade virou assunto nas rodas esportivas e de entretenimento, mostrando que a presença de Swift cria expectativas e afeta até a maior plataforma do esporte americano. Embora seja um rumor, ilustra bem a influência transversal dela: a NFL, que viu um salto na audiência de jovens mulheres quando Swift apareceu em jogos em 2023, reconhece o valor de tê-la associada. O casamento Swift-Kelce, portanto, já é visto não apenas como uma união de duas celebridades, mas quase como uma fusão de “dois impérios de fãs” – algo que poderia gerar desde audiência recorde na TV (caso ela se apresentasse em um Super Bowl onde Kelce estivesse jogando, um pico dos sonhos para a liga) até movimentação de turismo e comércio. Um segmento da Fox News chegou a chamar o futuro enlace de “casamento do século”, especulando que a demanda por serviços relacionados (hotéis, decoração, coberturas televisivas) poderia ser enorme devido à curiosidade global em torno do casal (Bashian, 2025). Embora muito disso seja projeção, não há como negar: o noivado de Taylor Swift imediatamente se traduziu em valor midiático e monetário, seja através de vendas de produtos, cliques em notícias, ou expectativas de negócios futuros.

Por fim, é interessante notar que, apesar de toda essa exposição, Swift e Kelce pretendem manter alguns limites. Fontes próximas ao casal indicaram que, a despeito de terem anunciado o noivado publicamente, eles desejam que a cerimônia de casamento em si seja discreta e privada, “não um espetáculo” (Desantis, 2025). Amigos dizem que ambos têm círculos próximos fortes e que planejam proteger a privacidade no grande dia. Ainda assim, mesmo que optem por um evento íntimo, é inegável que o casamento de Taylor Swift se tornará um dos assuntos mais comentados da cultura pop quando acontecer, tendo em vista todo o contexto apresentado. Swift, que construiu uma carreira também expondo emoções e narrativas pessoais em sua música, vive agora uma fase celebrada pelos fãs como seu “final feliz” – e muitos se sentem investidos nessa história, quase como se acompanhassem a trajetória de uma amiga de longa data. “Para os fãs, é como ver sua melhor amiga do colégio finalmente ter um final feliz, depois de vê-la namorar vários idiotas ao longo dos anos”, brincou a publicitária Beth Booker ao comentar a aceitação do público a Kelce (Booker *apud* Ahlrigm, 2025, *on-line*, tradução nossa). O noivo, por sua vez, é elogiado por apoiar e não se intimidar com o sucesso estratosférico de Swift, algo que os fãs da cantora apreciam profundamente (Ahlrigm, 2025). Todo esse cenário contribui para que o casal seja visto com simpatia pelo público, consolidando a imagem de Swift não só como uma superestrela inatingível, mas também como uma mulher que realiza seus sonhos pessoais sem abrir mão de sua autoridade profissional.

3.4 Império Swift – A artista e seu impacto hoje

A análise dos anúncios do novo álbum e do noivado de Taylor Swift em 2025 evidencia o grau incomparável de influência cultural e poder de mercado que a artista detém na atualidade. Poucas vezes, se é que alguma, vimos uma figura pública que consegue transitar de forma tão dominante entre as esferas artística, empresarial e pessoal, transformando cada aspecto de sua vida em catalisador de tendências e resultados mensuráveis.

No campo estritamente musical, Swift já era reconhecida por recordes de vendas e *streams*, detendo marcos como artista mais reproduzida no Spotify em 2023 (mais de 26,1 bilhões de *streams* globais naquele ano) (Spotify, 2024), múltiplos álbuns multi-platina e 14 prêmios Grammy, incluindo quatro vitórias de Álbum do Ano – um feito que nenhum outro artista na história alcançou (Ahlrigm, Crosbie, 2025). Esse prestígio artístico se traduz em uma base de fãs global hiperengajada (os “Swifties”), que atua quase como uma comunidade de marketing voluntário, promovendo cada lançamento e decifrando cada pista que a cantora insere em seu trabalho. Assim, quando Swift anuncia algo – seja uma música nova ou um marco de vida – milhões estão a postos para reagir, consumir e amplificar a mensagem.

O que 2025 mostrou é que essa influência atingiu uma dimensão ainda mais ampla: Taylor Swift tornou-se um fenômeno de monocultura, quebrando a bolha do pop e penetrando em universos diversos. Seu impacto nos números da NFL foi prova disso, assim como sua entrada no seletor clube dos bilionários a colocou em destaque em publicações de economia. A própria *Wall Street Journal* listou Swift entre as aproximadamente 150 mulheres bilionárias dos EUA em 2025, destacando como ela converteu fama pop em um negócio bilionário sustentável. Ao contrário de outras celebridades que diversificaram fortuna com marcas de maquiagem, lingerie ou investimentos, Swift construiu seu império fundamentalmente com música e turnês – e, mais recentemente, reapropriando seus ativos artísticos (masters), reforçando a mensagem de valorização do trabalho criativo no setor. Essa conquista inspirou outros artistas a buscarem contratos mais justos; Swift comentou que cada vez que um novo artista diz ter negociado a posse de suas gravações graças ao exemplo dela, lembra-se de como essa luta foi importante e coletiva (Desantis, 2025; Speckman, Chimenz, Chiu, 2025).

Os eventos de 2025 também escancararam a expertise de Taylor Swift em gestão de marca pessoal e estratégia de comunicação. Ao orquestrar o anúncio do álbum junto com um momento tão pessoal quanto um noivado, ela maximizou a exposição midiática, sem, contudo, diluir a autenticidade de nenhum dos dois fatos. Pelo contrário, as duas narrativas – a profissional e a romântica – se fortaleceram mutuamente, criando uma história maior que capturou a imaginação pública: a da superstar no auge criativo que encontra felicidade na vida amorosa, e compartilha ambos os triunfos simultaneamente com seu público. Em termos de relações públicas, muitos chamaram isso de *masterclass* sobre controlar a própria marca (Deadline, 2025). Swift mostrou que *sabe* quando e como lançar uma “bomba” de informação, calibrando o impacto desejado. Desde escolher revelar a capa do álbum no Instagram (onde tem mais de 270 milhões de seguidores) até segurar por semanas a revelação do noivado para sincronizá-la com seus projetos, Swift dominou o ciclo de notícias a seu favor. Como resumiu uma manchete: “*Taylor & Travis: o amor verdadeiro como touchdown de marketing definitivo*” – implicando que o enlace pessoal também foi, voluntária ou involuntariamente, um golaço promocional (Deadline, 2025, online, tradução nossa).

Mais importante ainda, todo esse sucesso não se deu com controvérsias negativas ou apelos sensacionalistas extremos – pelo contrário, Swift cultivou uma imagem positiva, de artista talentosa e mulher de negócios decidida, granjeando respeito em múltiplos setores. Em 2025, ela consolidou a narrativa de ser não apenas a maior popstar, mas também uma figura influente na cultura contemporânea, cujo apoio ou simples menção pode alavancar empresas (vide a explosão de vendas de camisetas e ingressos associada a ela). Seu nome, por si só, passou a carregar um enorme valor de mercado. Não surpreende que revistas e veículos se refiram a esta fase como “a tomada de 2025 por Taylor Swift” – um ano em que, a cada mês, havia um grande tópico envolvendo a cantora, seja um lançamento, uma conquista ou um recorde quebrado.

Em conclusão, ao avaliar o “balanço contábil” dos anúncios do álbum *The Life of a Showgirl* e do noivado de Taylor Swift, vemos números impressionantes: recorde mundial de 1,3

milhão de espectadores simultâneos em sua aparição de anúncio (Kaplan, 2025); vendas esgotadas em horas de edições limitadas de vinil (Ahlrigm, 2025); *post* com mais de 37 milhões de *likes* e lugar no top 10 histórico do Instagram (Fox Sports, 2025); aumento de 200% nas vendas do jersey de Kelce após o noivado (Caruso, 2025); sem contar os US\$ 2 bilhões da turnê recém-concluída (Ahlrigm, Crosbie, 2025) e a fortuna de US\$ 1,6 bi acumulada (Bashian, 2025). Esses dados são frios, mas, interpretados em conjunto, contam uma história exuberante: a de uma artista no controle absoluto de sua carreira, cujo talento e apelo atingiram uma massa crítica capaz de mover mercados e unir multidões em torno de momentos culturais compartilhados. Taylor Swift entrou em 2025 como uma estrela já gigantesca e, ao que tudo indica, sai dele ainda maior – não apenas pela conquista de feitos inéditos, mas por ter conseguido algo raro: ser o centro das atenções do mundo pop sem perder a credibilidade artística, ser assunto nos negócios sem perder o carisma junto ao público, ser ícone de uma geração e, ao mesmo tempo, ultrapassar gerações.

Como celebridade, Swift hoje é comparável a figuras históricas de apelo global, mas com a vantagem de operar numa era de redes sociais e economia digital que potencializa seu alcance. Cada “era” de Taylor Swift torna-se, em essência, a era também da cultura pop. E 2025 ficará marcado como a era em que Taylor Swift, com um anúncio de álbum e um anúncio de casamento, mostrou que seu impacto não conhece fronteiras – seja nas plataformas de *streaming*, nas bolsas de valores ou nos corações de milhões de fãs ao redor do planeta.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa buscou analisar os impactos econômicos, culturais e simbólicos dos dois grandes anúncios protagonizados por Taylor Swift em 2025: o lançamento do álbum *The Life of a Showgirl* e o anúncio de seu noivado com Travis Kelce. Partindo da hipótese de que tais eventos não se limitariam a reflexos do sucesso prévio da artista, mas constituiriam instrumentos ativos de criação de valor financeiro e de fortalecimento de sua marca pessoal, foram examinados dados concretos de vendas, engajamento digital, repercussão midiática e movimentação de mercados paralelos.

Os resultados confirmam plenamente a hipótese. O anúncio do álbum revelou uma estratégia inovadora, ao conjugar vida pessoal e promoção profissional, resultando em recordes de audiência em plataformas digitais, pré-vendas esgotadas em tempo recorde e ampla cobertura da imprensa. Essa ação consolidou Swift como uma estrategista que transforma cada movimento em acontecimento midiático e econômico. O noivado, por sua vez, demonstrou que sua influência transcende a música: gerou um dos posts mais curtidos da história do Instagram, elevou exponencialmente as vendas de *merchandising* esportivo e colocou seu parceiro em patamar de notoriedade global. Juntos, os dois eventos exemplificam a sinergia entre vida pessoal e carreira como motores de valor agregado.

No campo metodológico, a utilização da Análise de Conteúdo (Bardin, 2016), aliada às orientações de Martins e Theóphilo (2009), Ott (2012) e Crepaldi (2019), mostrou-se eficaz para organizar, filtrar e interpretar dados massivos, conciliando rigor científico, clareza técnica e aplicabilidade prática. O uso da Inteligência Artificial como ferramenta auxiliar, controlada por verificações humanas rigorosas, reforçou a confiabilidade dos resultados e apontou caminhos para futuras pesquisas que pretendam explorar grandes volumes de dados sem abrir mão da ética e da acurácia.

Quanto aos objetivos específicos, todos foram alcançados: foi possível mapear quantitativamente os efeitos financeiros diretos (como pré-vendas, *streams* e *merchandising*),

interpretar qualitativamente as estratégias comunicacionais e de branding, e inserir esses resultados no contexto mais amplo da carreira de Swift e do mercado musical global. O “balanço contábil” dos anúncios confirmou não apenas a capacidade de Swift de gerar cifras impressionantes, mas também sua habilidade de mobilizar narrativas pessoais em benefício de sua marca artística e empresarial.

Sugere-se, para futuras pesquisas, ampliar a análise para impactos de médio e longo prazo, como a evolução das receitas pós-lançamento do álbum, os contratos comerciais firmados após o noivado e possíveis efeitos de arrasto em setores como moda, turismo e mídia esportiva. Além disso, pode ser relevante comparar o caso de Taylor Swift a outros artistas contemporâneos, identificando até que ponto o “efeito Swift” é replicável ou único.

Por fim, cabe destacar que esta investigação contribui para o entendimento da economia da celebridade no século XXI, demonstrando como arte, vida pessoal e estratégia contábil podem se integrar em um modelo sustentável de criação de valor. Em 2025, Taylor Swift não apenas reafirmou seu estatuto de maior estrela da música, mas também consolidou-se como um dos mais notáveis exemplos de como a cultura pop pode se traduzir em impacto econômico mensurável, legitimando sua posição como protagonista da indústria cultural e referência para pesquisadores e profissionais que estudam a intersecção entre entretenimento, finanças e comunicação.

REFERÊNCIAS

AHLRIGM, Callie. Taylor Swift's engagement is a fairytale for fans – and a business windfall for Travis Kelce. **Business Insider**, 27 ago. 2025. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/taylor-swift-travis-kelce-engagement-pr-album-brand-promo-2025-8>. Acesso em: 19 set. 2025.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 1. ed. São Paulo: Edições 70, 2016. ISBN 978-85-62938-04-7.

BASHIAN, Lori. Taylor Swift and Selena Gomez crack America's billionaire list with booming empires. **Fox 5 NY**, 15 set. 2025. Disponível em: <https://www.fox5ny.com/news/taylor-swift-selena-gomez-america-billionaire-list-booming-empires>. Acesso em: 19 set. 2025.

BHARADE, Aditi. Where Taylor Swift got engaged: Garden in Lee's Summit, Missouri. **Business Insider**, 27 ago. 2025. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/travis-kelce-proposal-taylor-swift-where-when-missouri-lees-garden-2025-8>. Acesso em: 19 set. 2025.

CARUSO, Skyler. Travis Kelce jersey sales spike 200% after Taylor Swift engagement news. **People**, 28 ago. 2025. Disponível em: <https://people.com/travis-kelce-jersey-sales-spike-after-taylor-swift-engagement-news-11799733#:~:text=,cheering%20on%20Kelce%C2%A0at%20Arrowhead%20Stadium>. Acesso em: 19 set. 2025.

CNN BRASIL. Vendas de camisas de Travis Kelce sobem 200% após noivado com Taylor Swift. **CNN Brasil**, 28 ago. 2025. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/esportes/futebol-americano/vendas-de-camisas-de-travis-kelce-sobem-200-apos-noivado-com-taylor-swift/>. Acesso em: 19 set. 2025.

CREPALDI, Silvio Aparecido. **Manual de perícia contábil**. São Paulo: Saraiva Educação, 2019.

DEADLINE. Taylor & Travis engagement is true love as the ultimate marketing touchdown: “A masterclass on how to control your brand”. **PressBee**, 27 ago. 2025. Disponível em: https://eng.pressbee.net/show4166077.html?title=taylor-travis-engagement-is-true-love-as-the-ultimate-marketing-#google_vignette. Acesso em: 19 set. 2025.

DESANTIS, Rachel. Why Taylor Swift & Travis Kelce's wedding won't be a 'spectacle': Source (Exclusive). **People**, 9 set. 2025. Disponível em: <https://people.com/taylor-swift-travis-kelce-wedding-wont-be-a-spectacle-exclusive-11805920>. Acesso em: 19 set. 2025.

DESANTIS, Rachel; NELSON, Jeff. Taylor Swift reveals she bought back her music catalog in emotional announcement 6 years after Scooter Braun drama. **People**, 30 maio 2025. Disponível em: <https://people.com/taylor-swift-reveals-she-bought-back-music-catalog-after-scooter-braun-drama-11745166>. Acesso em: 18 set. 2025.

DOMENA, Erica Star; LINDSTROM, Tamara. What makes Taylor Swift a business mastermind. **Business Insider**, 13 nov. 2023. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/taylor-swift-eras-tour-economy-album-taylors-version-tickets-record-2023-11>. Acesso em: 19 set. 2025.

FOX SPORTS. Travis Kelce details proposal to Taylor Swift: "Palms were definitely sweating". **Fox Sports**, 14 set. 2025. Disponível em: <https://www.foxsports.com/stories/fox-nfl-sunday/travis-kelce-details-engagement-taylor-swift-palms-were-definitely-sweating>. Acesso em: 19 set. 2025.

KAPLAN, I. Taylor Swift Breaks Guinness World Record After Appearance on Jason and Travis Kelce's New Heights Podcast. **PEOPLE.com**, 26 ago. 2025. Disponível em: <https://people.com/taylor-swift-guinness-world-record-travis-kelce-new-heights-podcast-11797694#:~:text=On%20Tuesday%2C%20Aug,3%20million>. Acesso em: 17 set. 2025.

KAPLAN, I. Taylor Swift Reveals Release Date for New Album The Life of a Showgirl on Rare Podcast Appearance with Travis Kelce. **PEOPLE.com**, 13 ago. 2025. Disponível em: <https://people.com/taylor-swift-announces-album-the-life-of-a-showgirl-album-11790470#:~:text=Swift%20announced%20her%20forthcoming%20LP,12>. Acesso em: 17 set. 2025.

MARTINS, Gilberto de Andrade; THEÓPHILO, Carlos Renato. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo: Atlas, 2009. 247 p.

OTT, Ernani. **Técnicas de pesquisa em contabilidade**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2012. 82 p. ISBN 978-85-7431-530-0.

SPECKMAN, Kimberlee; CHIMENZ, Luke; CHIU, Melody. Taylor Swift and Travis Kelce are engaged: "Your English teacher and your gym teacher are getting married". **People**, 26 ago. 2025. Disponível em: <https://people.com/taylor-swift-engaged-travis-kelce-8416978#:~:text=,with%20their%20relationship%20in%202023>. Acesso em: 19 set. 2025.

SPOTIFY. Taylor Swift's "The Tortured Poets Department" breaks multiple Spotify records in less than 24 hours. **Spotify Newsroom**, 19 abr. 2024. Disponível em: <https://newsroom.spotify.com/2024-04-19/tortured-poets-department-taylor-swift-library-los-angeles/#:~:text=From%20rerecordings%20to%20new%20music%2C,1%20billion%20global%20streams>. Acesso em: 19 set. 2025.

TIMFORD, Madeline. A new era of PR: The PR genius behind Taylor Swift's surprise album announcement. **Red Banyan**, 14 ago. 2025. Disponível em: <https://redbanyan.com/blog/taylor-swift-pr-strategy-podcast/>. Acesso em: 19 set. 2025.

TMZ STAFF. Travis Kelce jersey sales skyrocket after Swift engagement. **TMZ**, 28 ago. 2025. Disponível em: <https://www.tMZ.com/2025/08/28/travis-kelce-jersey-sales-surge-after-taylor-engagement/#continued>. Acesso em: 19 set. 2025.