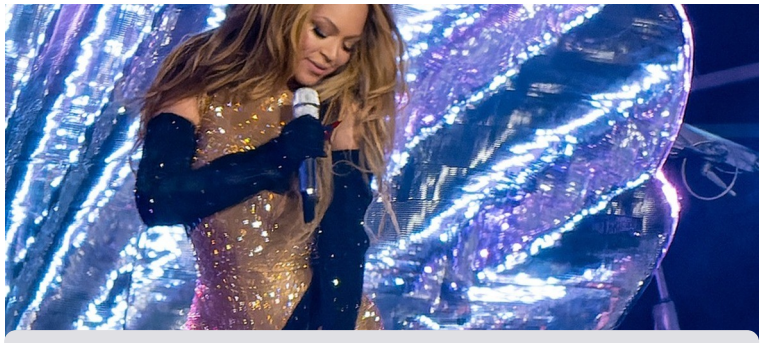
De la interfaz al ritual: implicación fan plataformizada en Beyoncé, Charli XCX y Lady Gaga

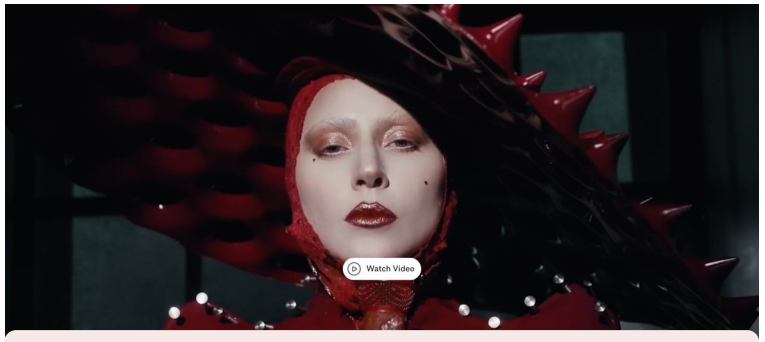
José Patricio Pérez-Rufí (Universidad de Málaga, España)
Andrés Navarro-Garrido (Universidad de Málaga, España)
Sevie Pastrana-Crespillo (Universidad de Málaga, España)



Beyoncé · Renaissance



Charli XCX · Brat



Lady Gaga · Mayhem

Imágenes: Raph_PH/Wikimedia Commons, CC BY 2.0 (Renaissance World Tour, 2023); Wikimedia Commons (Charli XCX en directo); Lady Gaga, web oficial / Awwwards (2025).

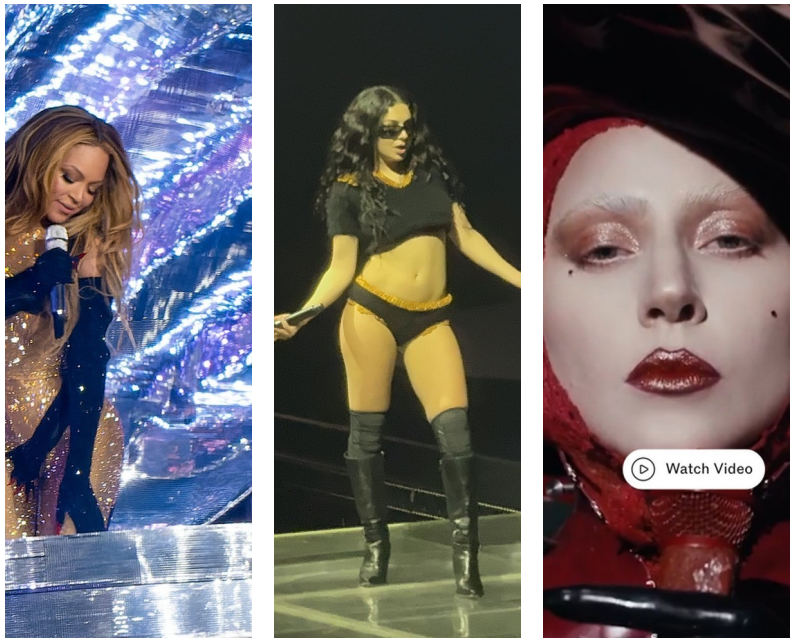
Introducción: fandom musical en un ecosistema de plataformas

– La promoción musical enlaza escucha, imagen pública y conversación social. Cada lanzamiento activa una temporalidad que continúa en actuaciones y publicaciones, mientras los seguidores la prolongan con memes, remezclas, coreografías o archivos colectivos.

– La cultura participativa explicó tempranamente esta capacidad de apropiación y circulación; los estudios de fandom subrayaron su dimensión social y biográfica (Jenkins, 1992, 2006; Hills, 2002; Gray et al., 2007; Duffett, 2014; Baym, 2018).

– La consolidación de las plataformas introduce interfaces programables, *datificación* y mecanismos opacos de visibilidad. Las herramientas orientan la participación y registran sus respuestas como datos (Bucher, 2012, 2018; van Dijck & Poell, 2013; Nieborg & Poell, 2018; Poell et al., 2019).

– El problema central aparece cuando una práctica fan pasa de la pantalla al cuerpo, al concierto o a la ciudad y después puede regresar a canales oficiales.



participación

formato → circulación → presencia → retorno

Imágenes: Raph_PH/Wikimedia Commons; Wikimedia Commons; Lady Gaga, web oficial/Awwwards. Esquema: elaboración propia.

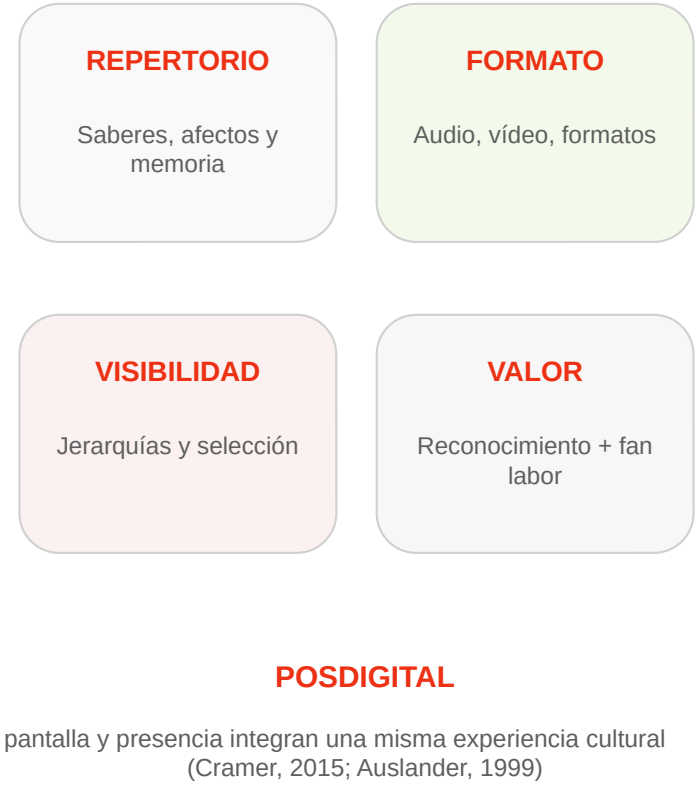
Marco teórico: cultura participativa, plataformas y visibilidad

– Los fandoms convierten los textos culturales en repertorios compartidos de interpretación y reconocimiento. En la música, la escucha reiterada y el concierto incorporan esas prácticas a la memoria biográfica (Hills, 2002; Gray et al., 2007; Booth, 2015; Baym, 2018).

– La plataformización describe la reorganización de prácticas culturales alrededor de infraestructuras digitales y mercados privados. En la producción cultural favorece contenidos adaptables a interfaces, datos de uso y condiciones comerciales (Nieborg & Poell, 2018; Poell et al., 2019, 2022).

– El audio reutilizable, el vídeo vertical y las plantillas reducen el umbral de réplica. La repetición con variaciones favorece públicos de imitación que se reconocen en una pauta común (Shifman, 2014; Zulli & Zulli, 2022).

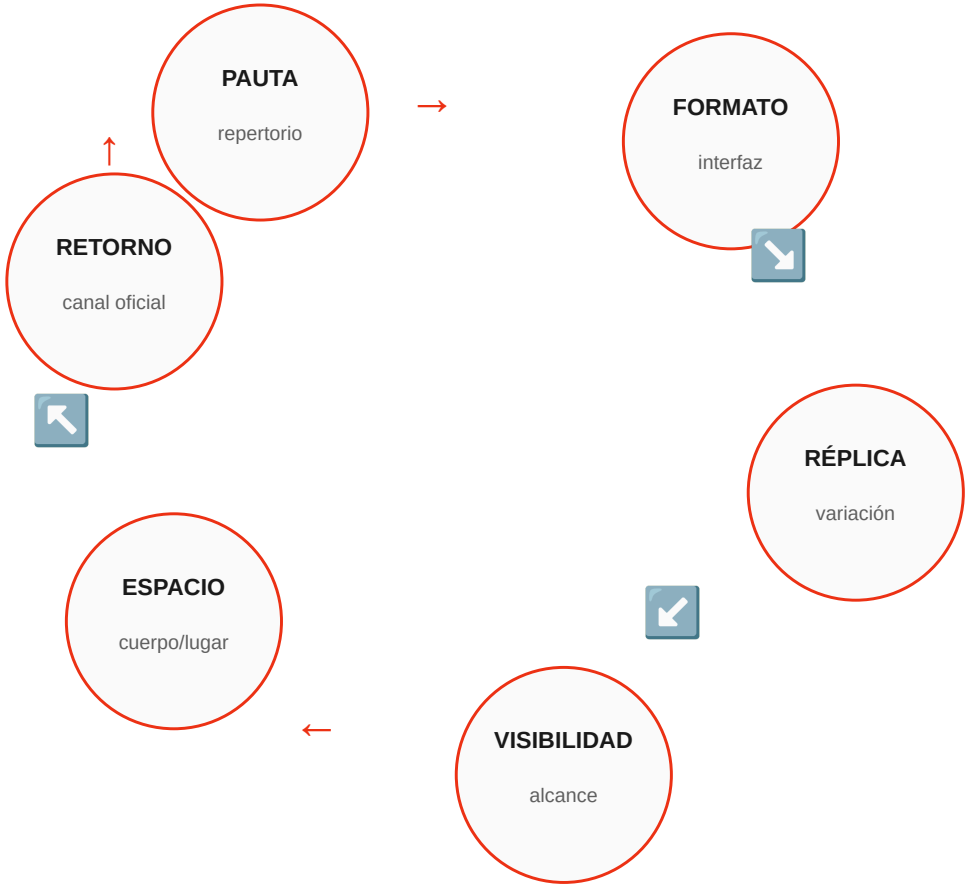
– La visibilidad constituye un recurso desigual: algoritmos, normas de servicio y cuentas de gran alcance intervienen en qué aportaciones alcanzan el centro público de la era musical (Bucher, 2012, 2018; Gillespie, 2018).



Esquema: elaboración propia a partir de Jenkins (2006), Nieborg y Poell (2018), Poell et al. (2019) y Zulli y Zulli (2022).

Marco teórico: circuito de implicación fan plataformizada

El estudio propone entender la implicación fan como un circuito. Una pauta artística o comunitaria adquiere una forma técnica, circula entre usuarios y recibe variaciones reconocibles. El régimen de visibilidad determina su alcance. La práctica puede trasladarse al cuerpo, al concierto o a la ciudad; después, algunas aportaciones regresan a canales oficiales o comerciales. Este retorno produce legitimidad y valor afectivo, pero también integra el trabajo fan en estrategias promocionales. El concepto reúne iniciativa comunitaria y mediación tecnológica dentro de relaciones de poder concretas (De Kosnik, 2013; Galuszka, 2016; Bengtsson & Edlom, 2021; Stanfill, 2019; Poell et al., 2022).



Esquema: elaboración propia a partir del marco teórico y del procedimiento comparativo.

Objetivos y metodología: objetivo, pregunta e hipótesis

OBJETIVO

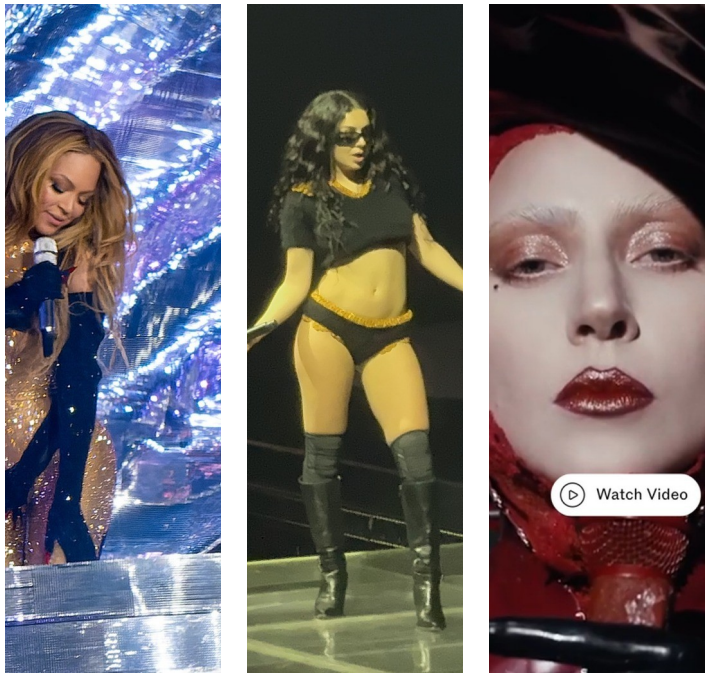
Analizar cómo las plataformas digitales intervienen en las prácticas de los fandoms vinculados con Renaissance, Brat y Mayhem, con atención al diseño técnico, la circulación y la continuidad entre pantallas y espacios presenciales.

PREGUNTA

¿Cómo intervienen las plataformas en la transformación de una práctica fan situada en un repertorio compartido? El análisis sigue su activación, el formato que facilita la repetición y su posible retorno a canales oficiales.

HIPÓTESIS

Las plataformas participan en la producción de comunidad al aportar recursos para reproducir y reconocer prácticas. A la vez, distribuyen la visibilidad y condicionan qué aportaciones alcanzan los canales promocionales.



Renaissance	Brat	Mayhem

Tres eras recientes del pop anglófono transnacional

Imágenes: Raph_PH/Wikimedia Commons; Wikimedia Commons; Lady Gaga, web oficial/Awwwards.

Objetivos y metodología: diseño comparativo y corpus

– Se plantea un diseño cualitativo comparativo de casos múltiples con unidades incrustadas: cada era constituye un caso y cada práctica documentada funciona como unidad interna (Stake, 1995; Yin, 2018).

– La observación comprende julio de 2022-noviembre de 2025. El corpus reúne doce secuencias públicas, cuatro por caso, elegidas por su trazabilidad y por conectar plataformas con cuerpo, concierto o ciudad.

– Las fuentes combinan contenidos de artistas, plataformas y marcas con registros audiovisuales, interfaces web y publicaciones abiertas de seguidores. Los estudios previos actúan como mapas documentales (Pérez-Rufí et al., 2025a, 2025b; Martín-Martín et al., 2026).

– El procedimiento reconstruye cronología e iniciativa, examina mediación técnica y huellas de visibilidad, y registra traslado presencial y retorno oficial. Se evitan inferencias causales sobre algoritmos no observables (Bengtsson & Edlom, 2021).



Diseño: elaboración propia a partir de Stake (1995), Yin (2018) y Bengtsson y Edlom (2021).

Corpus: doce secuencias de implicación fan plataformizada

La unidad de análisis es una cadena pública con origen identificable que adopta un formato técnico, circula entre usuarios o servicios y puede desplazarse a otro espacio antes de recibir reconocimiento comunitario, institucional o comercial. La concentración en doce secuencias conserva una base comparativa equilibrada y facilita reconstruir cada recorrido.

RENAISSANCE	
«Break My Soul»	montaje fan en TikTok
«Cuff It»	coreografía replicable
Código plateado	red → estadio → archivo
Mute challenge	ritual → película

BRAT	
Brat Generator	plantilla editable
Brat Wall	localización → imágenes
«Apple»	danza de Kelley Heyer
Memes	expansión gráfica

MAYHEM	
Cuenta atrás/web	memoria interactiva
Press Conference	Spotify administra acceso
«Abracadabra»	Mastercard selecciona
Project MAYHEM	iniciativa comunitaria

Fuente: elaboración propia a partir del corpus; Pérez-Rufí et al. (2025a, 2025b) y Martín-Martín et al. (2026).

Resultados: Renaissance y la ritualidad acumulativa



– El estreno de Beyoncé en TikTok incorporó vídeos de seguidores y puso el catálogo a disposición de nuevas reutilizaciones. La apertura participativa convivió desde el inicio con una selección jerárquica desde la cuenta oficial (Spangler, 2022; Martín-Martín et al., 2026).

– «Cuff It» aisló una pauta corporal fácil de aprender. El código plateado trasladó la estética de la era a los cuerpos y convirtió el estadio en una imagen colectiva preparada previamente en redes.

– La *mute challenge* condensó la lógica acumulativa: los vídeos de fechas anteriores enseñaban la pausa de «Energy», comparaban ciudades y construían reputaciones provisionales (Gibson, 2023; Tseng, 2023).

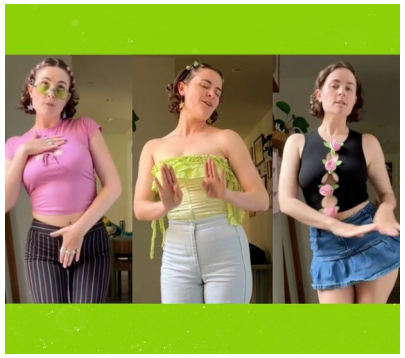
– Renaissance: A Film by Beyoncé incorporó finalmente el ritual al archivo oficial de la gira. La plataforma prepara, compara y conserva la memoria concertística (Beyoncé, 2023).



Imagen: Raph_PH/Wikimedia Commons, CC BY 2.0, Renaissance World Tour (2023). Esquema: elaboración propia.

Resultados: Brat y la modularidad expansiva







– La campaña fijó una gramática reconocible —verde ácido, Arial y composición austera— que admitía sustituciones sin perder el vínculo con el álbum. El Brat Generator convirtió esa consistencia en una interfaz de personalización masiva (King, 2025; Pérez-Rufí et al., 2025a).

– El Brat Wall trasladó el código al espacio urbano de Brooklyn. Las coordenadas y los cambios de inscripción transformaron un emplazamiento local en una secuencia global de imágenes y visitas.

– La coreografía de «Apple», creada por Kelley Heyer, se expandió mediante imitaciones sucesivas. La reproducción de Charli XCX cambió su escala y la incorporó al repertorio oficial (Demopoulos, 2024; Zulli & Zulli, 2022).

– La configuración resultante es una modularidad expansiva: plantillas y pautas corporales facilitan variaciones continuas mientras preservan el reconocimiento de marca.

Imágenes: portada de Brat / Wikimedia Commons; Brat Wall, Colossal Media (2024); Kelley Heyer / difusión de la coreografía de «Apple» (2024).

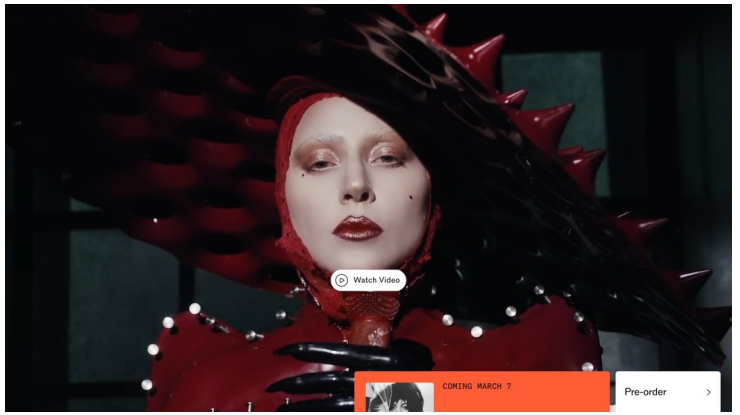
Resultados: Mayhem y la mediación selectiva

– La cuenta atrás del sitio oficial recuperó códigos visuales de eras anteriores y activó la memoria de los Little Monsters. Las capturas de los seguidores conservaron una interfaz efímera y conectaron el espacio oficial con archivos comunitarios (O'Neal, 2025; Pérez-Rufí et al., 2025b).

– La Little Monster Press Conference reunió a doscientos seguidores. Spotify administró convocatoria, producción y distribución; el saber del fandom se convirtió en contenido editorial para presentar Mayhem (Campbell, 2025; Spotify, 2025).

– La convocatoria de Mastercard alrededor de «Abracadabra» combinó coreografía, publicación y selección para una versión fan del videoclip y una experiencia presencial (Adams, 2025; Pérez-Rufí et al., 2025b).

– Project MAYHEM desplazó la iniciativa hacia la comunidad. El rasgo común es la mediación selectiva: cambian las reglas de acceso y el reparto del control según intervengan plataforma, marca o cuenta fan.





Imágenes: Lady Gaga, web oficial / Awwwards (2025); Wikimedia Commons, actuación de Lady Gaga en la era Mayhem (2025).

Resultados comparados: tres configuraciones



RITUALIDAD ACUMULATIVA

La red prepara conductas y conserva el recuerdo de la gira. El retorno aparece en la selección de vídeos y en la incorporación de la *mute challenge* al archivo oficial.



MODULARIDAD EXPANSIVA

Plantillas, audios y códigos visuales facilitan réplicas sucesivas. La respuesta de la artista amplifica ciertas aportaciones y las integra en el relato de la era.



MEDIACIÓN SELECTIVA

Interfaces y convocatorias organizan el acceso y fijan reglas de selección. Spotify y Mastercard concentran la difusión, aunque también aparece iniciativa comunitaria.

La forma técnica y la distribución de la visibilidad explican una parte sustancial de la implicación fan contemporánea. Las categorías describen recorridos concretos y pueden coexistir dentro de una misma comunidad.

Imágenes: Raph_PH/Wikimedia Commons; Wikimedia Commons; Lady Gaga, web oficial/Awwwards. Síntesis: elaboración propia.

Resultados: visibilidad, reconocimiento y trabajo fan

– Las plataformas multiplican la participación, aunque muchas aportaciones permanecen en circuitos de baja circulación. La amplificación depende de posiciones jerárquicas, decisiones editoriales y dinámicas algorítmicas poco transparentes (Bucher, 2012, 2018).

– «Apple» muestra el cambio de escala: una coreografía creada por Kelley Heyer se expande por imitaciones y la respuesta de Charli XCX la sitúa ante públicos más amplios. Renaissance ofrece un movimiento equivalente cuando la cuenta oficial selecciona vídeos o legitima ejecuciones del ritual (Demopoulos, 2024).

– Mayhem formaliza la selección mediante Spotify y Mastercard. El acceso, la edición y el retorno a contenidos oficiales quedan reglados desde el diseño de la acción.

– El reconocimiento produce recompensa simbólica, mientras plataformas e industria obtienen atención, materiales y datos. El trabajo fan queda inscrito en un intercambio desigual (De Kosnik, 2013; Galuszka, 2016; Stanfill, 2019).



El retorno oficial altera la escala
y reabsorbe parte del valor fan.

Esquema: elaboración propia a partir de Bucher (2012, 2018), De Kosnik (2013), Galuszka (2016) y Stanfill (2019).

Resultados: de la pantalla al cuerpo, el concierto y la ciudad

El desplazamiento espacial añade densidad social a la participación. En Renaissance, el código plateado ocupa los cuerpos y la *mute challenge* organiza el silencio del estadio. Brat convierte el muro de Brooklyn en destino físico y archivo global; «Apple» pasa de habitaciones domésticas a escenarios. Mayhem combina interfaces oficiales, un encuentro producido por Spotify y propuestas de intervención urbana. Cada traslado añade contexto y funciones nuevas. Pantalla y lugar forman una continuidad posdigital en la que la práctica se aprende, se representa, se documenta y vuelve a circular (Auslander, 1999; Jenkins, 2006; Cramer, 2015; O'Sullivan & Fortunati, 2021).





La práctica cambia de soporte sin perder necesariamente su reconocimiento.



Imágenes: Brat Wall, Colossal Media (2024); Raph_PH/Wikimedia Commons, CC BY 2.0 (2023). Esquema: elaboración propia.

Conclusiones: tecnología, comunidad y retorno industrial

– Los resultados respaldan la hipótesis: las plataformas intervienen en la producción de comunidad al aportar recursos para elaborar y reproducir prácticas; también distribuyen su visibilidad y condicionan el reconocimiento oficial (Jenkins, 2006; Poell et al., 2019).

– Renaissance muestra ritualidad acumulativa; Brat, modularidad expansiva; Mayhem, mediación selectiva. Las configuraciones dependen de la interfaz, la historia del fandom y el grado de intervención empresarial.

– La principal aportación es el circuito de implicación fan plataformizada, que conecta forma técnica y circulación con desplazamiento espacial y retorno industrial. Ese regreso genera legitimidad afectiva y, a la vez, integra trabajo fan en estrategias promocionales (De Kosnik, 2013; Stanfill, 2019).

– El estudio se limita a prácticas públicas de alta visibilidad y artistas globales, además de sistemas de recomendación cuyo funcionamiento interno permanece fuera del acceso investigador. Futuras investigaciones pueden incorporar entrevistas, etnografías o auditorías de recomendación (Yin, 2018).

TECNOLOGÍA

configura la forma y el recorrido

COMUNIDAD

interpreta, replica y conserva

INDUSTRIA

selecciona y reabsorbe valor

Participación ampliada ≠ reconocimiento distribuido de forma equivalente

Referencias bibliográficas

Adams, P. (2025, 3 de febrero). Mastercard helps Lady Gaga fans sow “Mayhem” in music culture play. *Marketing Dive*. https://www.marketingdive.com/news/mastercard-lady-gaga-mayhem-music-culture-campaign/739016/

Auslander, P. (1999). *Liveness: Performance in a mediatized culture*. Routledge.

Baym, N. K. (2015). Connect with your audience! The relational labor of connection. *The Communication Review, 18*(1), 14–22. https://doi.org/10.1080/10714421.2015.996401

Baym, N. K. (2018). *Playing to the crowd: Musicians, audiences, and the intimate work of connection*. NYU Press.

Bengtsson, L. R., & Edlom, J. (2021). Mapping transmedia marketing in the music industry: A methodology. *Media and Communication, 9*(3), 5–14. https://doi.org/10.17645/mac.v9i3.4064

Beyoncé (Directora). (2023). *Renaissance: A film by Beyoncé* [Película]. Parkwood Entertainment; Southpaw Productions.

Booth, P. (2015). *Playing fans: Negotiating fandom and media in the digital age*. University of Iowa Press. https://doi.org/10.2307/j.ctt20p58ks

Bucher, T. (2012). Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society, 14*(7), 1164–1180. https://doi.org/10.1177/1461444812440159

Bucher, T. (2018). *If... then: Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.

Campbell, E. (2025, 6 de marzo). Inside Lady Gaga’s Little Monster “Mayhem” press conference. *Paper Magazine*. https://www.papermag.com/lady-gaga-little-monsters-mayhem

Cramer, F. (2015). What is “post-digital”? En D. M. Berry & M. Dieter (Eds.), *Postdigital aesthetics: Art, computation and design* (pp. 12–26). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9781137437204_2

De Kosnik, A. (2013). Fandom as free labor. En T. Scholz (Ed.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (pp. 98–111). Routledge.

Demopoulos, A. (2024, 28 de julio). “I invented the Apple dance!” The woman behind Brat summer’s viral choreography. *The Guardian*. https://www.theguardian.com/music/article/2024/jul/28/apple-dance-charli-xcx-brat-tiktok

Duffett, M. (Ed.). (2014). *Popular music fandom: Identities, roles and practices*. Routledge.

Galuszka, P. (2016). New economy of fandom. *Popular Music and Society, 39*(1), 25–43. https://doi.org/10.1080/03007766.2014.974325

Gibson, K. (2023, 8 de septiembre). What is Beyoncé’s “mute challenge”? All about the viral Renaissance World Tour trend. *People*. https://people.com/beyonce-mute-challenge-renaissance-world-tour-everything-to-know-7967317

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.

Gray, J., Sandvoss, C., & Harrington, C. L. (Eds.). (2007). *Fandom: Identities and communities in a mediated world*. NYU Press.

Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Routledge.

Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. NYU Press.

King, E. (2025, 24 de enero). *Wallpaper** Design Awards 2025: Charli XCX’s album campaign was a masterclass in culturally impactful marketing. *Wallpaper**. https://www.wallpaper.com/design-interiors/charlixcx-brat-campaign-wins-wallpaper-design-award

Martín-Martín, P., Impelluso-Cortés, P., Higueras-Ruiz, M. J., & Pérez-Rufí, J. P. (2026). Renaissance de Beyoncé (2022) como universo cultural: Marketing musical, narrativa transmedia y construcción de marca. *Música Hodie, 26*, e85019. https://doi.org/10.5216/mh.v.26.85019

Nieborg, D. B., & Poell, T. (2018). The platformization of cultural production: Theorizing the contingent cultural commodity. *New Media & Society, 20*(11), 4275–4292. https://doi.org/10.1177/1461444818769694

O’Neal, L. (2025, 27 de enero). So, what was the mysterious countdown on Lady Gaga’s website even for? *Her Campus*. https://www.hercampus.com/culture/is-lady-gaga-teasing-lg7-countdown-clock-explained/

O’Sullivan, J., & Fortunati, L. (2021). Media convergence. En G. Balbi, N. Ribeiro, V. Schafer, & C. Schwarzenegger (Eds.), *Digital roots: Historicizing media and communication concepts of the digital age* (pp. 41–58). De Gruyter. https://doi.org/10.1515/9783110740202-003

Pérez-Rufí, J. P., Martín-Martín, P., & Pérez-Rufí, M. I. (2025a). Marketing musical postdigital en la era Brat de Charli XCX: Identidad, narrativas transmedia y fenómeno cultural. *Música Hodie, 25*, e82367. https://doi.org/10.5216/mh.v25.82367

Pérez-Rufí, J. P., Sánchez-Carrión, J., Navarro-Garrido, A., Valverde-Maestre, Á. M., & Pérez-Rufí, M. I. (2025b). Lady Gaga y la campaña transmedia de Mayhem (2025): Estrategias de marca, imagen y participación. En V. Gosciola, G. Sánchez, & C. Gois Falandes (Coords.), *Narrativas complexas 2.0* (pp. 401–431). Ria Editorial.

Poell, T., Nieborg, D., & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review, 8*(4). https://doi.org/10.14763/2019.4.1425

Poell, T., Nieborg, D. B., & Duffy, B. E. (2022). *Platforms and cultural production*. Polity.

Shifman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.

Spangler, T. (2022, 14 de julio). Beyoncé joins TikTok, bringing her full music catalog to the app. *Variety*. https://variety.com/2022/digital/news/beyonce-joins-tiktok-full-music-catalog-1235316796/

Spotify. (2025, 6 de marzo). Lady Gaga’s “Little Monster Press Conference” offers an unfiltered look at new album MAYHEM. *Spotify Newsroom*. https://newsroom.spotify.com/2025-03-06/lady-gaga-mayhem-press-conference-telephone-little-monsters/

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE.

Stanfill, M. (2019). *Exploiting fandom: How the media industry seeks to manipulate fans*. University of Iowa Press.

Tseng, A. (2023, 1 de septiembre). L.A., here’s how to win Beyoncé’s mute challenge. The experts weigh in. *Los Angeles Times*. https://www.latimes.com/lifestyle/story/2023-09-01/l-a-heres-how-to-win-beyonces-mute-challenge-the-experts-weigh-in

van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and Communication, 1*(1), 2–14. https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6.ª ed.). SAGE.

Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media & Society, 24*(8), 1872–1890. https://doi.org/10.1177/1461444820983603