

10. Tras los pasos de lo novedoso. Análisis de dos casos de danzas en las redes: *Harlem Shake* vs *Gangnam Style*

GERMÁN ROSSO

Letra. Imagen. Sonido L.I.S. Ciudad Mediatizada
Año VI, # 12, Segundo semestre 2014
Buenos Aires ARG | Págs. 129 a 145

129

En este artículo nos proponemos analizar las características discursivas de dos fenómenos mediáticos de gran repercusión sobre finales del 2012 y comienzos del 2013 respectivamente: el *Gangnam Style* y el *Harlem Shake*. Se trata de producciones audiovisuales a cargo de los propios usuarios que, en una mirada poco atenta, pueden llegar a ser considerados como dos casos de un idéntico fenómeno. Para demostrar lo contrario, se empleará la metodología sociosemiótica, particularmente orientada al estudio de las mediatizaciones y su historia, en un estudio contrastivo entre los corpus de cada uno. Esto permitirá establecer similitudes y diferencias acerca de sus procesos productores de sentido y a partir de ellos postular *estatutos* que expliquen el funcionamiento de sus modalidades. Los resultados serán posteriormente volcados a un esquema de tres series que permite organizar los fenómenos mediáticos e identificar sus componentes novedosos. Veremos cómo frente al *Gangnam Style* los usuarios realizan una *producción paródica*, mientras que en torno al *Harlem Shake* la producción es una *transformación directa* que transpone la misma acción en diferentes situaciones.

Palabras clave: networking ~ Harlem Shake ~ Gangnam Style

In the following article we are going to analyze discursive features of two phenomena of great impact in the media over the end of 2012 and the beginning of 2013 respectively: *Gangnam Style* and *Harlem Shake*. They are user-generated audiovisual productions that could be considered, without an attentive look, two cases of same phenomenon. To prove otherwise, we will use a sociosemiotic methodology, especially focused on the study of mediatizations and their history, in a comparative study between each of its corpuses. This will enable us to establish similarities and differences regarding their process of meaning production and, based on them, we will propose *statutes* which can explain how their modalities work. The results will be afterwards exposed on a three series scheme, which allows us to organize the media's phenomena and identify their innovative components. We will see how users carry out a *parodical production* around the *Gangnam Style*, while, over the *Harlem Shake*, the production is a *direct transformation* that transposes the same action into different situations.

Keywords: networking ~ Harlem Shake ~ Gangnam Style

0. Presentación¹

En este trabajo nos proponemos analizar las características discursivas de dos fenómenos mediáticos de gran repercusión sobre finales del 2012 y comienzos del 2013 respectivamente: el *Gangnam Style* y el *Harlem Shake*. Atendiendo a definiciones nativas, ambos se tratan de “danzas” que tuvieron una gran circulación en la plataforma Youtube, logrando incluso penetrar en la industria *broadcast* y obligarle a participar de estas producciones. *Gangnam Style* es una canción y videoclip del cantante surcoreano PSY² que relata en clave irónica la vida en uno de los distritos pudientes de Seúl, capital de su país. “El baile del caballo”, nombre por el cual comúnmente se conoce a la coreografía performada por el artista y demás actores en escena, logró popularizarse rápidamente y tanto este paso de baile como las cómicas escenas del videoclip resultaron un terreno fértil para la actividad paródica de los usuarios. De modo aparentemente similar, *Harlem Shake* se trató de una serie de videos producidos por usuarios de Youtube, cuyo texto fundacional puede adjudicarse a Filthy Frank³. En ellos, los usuarios bailan de manera caótica y descoordinada en situaciones inesperadas. Los videos son acompañados por un mismo fragmento musical: el estribillo de un tema homónimo compuesto por Dj Baauer.⁴

El interés por estos objetos discursivos es inseparable de la reavivada discusión acerca del fin de los medios *broadcasting* (CARLÓN Y SCOLARI, 2009) y la emergente producción de contenido a cargo de los propios usuarios (CARLÓN Y SCOLARI, 2012), fenómeno descrito muchas veces con la figura del *prosumidor*⁵, que resulta mediatizada por plataformas

130

- 1 Una versión inicial de este artículo fue presentada en la IIª Jornada del Área de Comunicación, Artes Escénicas y Artes Audiovisuales de la carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. En ella se tomaba como eje comparativo a la danza mediatizada en ambas producciones audiovisuales, y se presentaba la posibilidad de una clasificación más rigurosa a partir de los rasgos discursivos de ambos fenómenos. En esa dirección nos proponemos avanzar ahora.
- 2 El videoclip fue publicado en Youtube el 15 de julio de 2012 y alcanzó una alta cantidad de reproducciones al poco tiempo. Actualmente es el video con más reproducciones desde la creación de la plataforma.
- 3 Filthy Frank es un conocido usuario de Youtube cuyo canal de contenido cómico posee una gran cantidad de suscriptos. El “*Harlem Shake*” originalmente formaba parte una compilación cómica publicada a finales de enero del 2013: <http://www.youtube.com/watch?v=Ge03yCpLt0Q>. Posteriormente, y debido a su amplia repercusión, el autor separó el baile del resto del video, considerándose así el “original”: <http://youtu.be/8vJiSSAMNww>. Puede observarse que éste aún no responde por completo a las características que pronto especificaremos. El primer video que estableció el formato canónico fue realizado días después por el grupo *The Sunny Coast Skate (TSCS)*: <http://www.youtube.com/watch?v=384IUU43bfQ>. Fechas de consulta: 04/10/2014.
- 4 Es importante remarcar que cuando utilizamos el término *Harlem Shake* nos referimos exclusivamente a las producciones audiovisuales realizadas por los usuarios, y no al estilo de baile callejero introducido en 1981 por *Al B*, un residente del barrio de Harlem, ciudad de Nueva York. Esta danza se popularizó a partir del 2001 cuando el músico *G Dep* lo incluyó en su videoclip *Let's Get It*, y guarda poca semejanza con el baile que los usuarios realizan en el fenómeno mediático aquí estudiado. Para un estudio pormenorizado que demuestra la independencia de este último con respecto al baile regional, se sugiere la lectura de *The Harlem Shake: Anatomy of a Viral Meme* (LOTAN, 2013) donde, desde la perspectiva del data mining, se muestra el crecimiento por separado de ambos fenómenos. Disponible en: http://www.huffingtonpost.com/gilad-lotan/the-harlem-shake_b_2804799.html. Fecha de consulta: 04/10/2014.
- 5 Siguiendo a TOFFLER (1980), entendemos por *prosumidores* a los receptores/usuarios consumidores de discursos mediáticos que también son productores de contenidos.

con esquema *networking*⁶. Es importante aclarar que con esto no se quiere decir que los consumidores antes del proceso de digitalización⁷ eran meros receptores pasivos. La instancia de reconocimiento siempre consistió en la producción de otros discursos, pero lo que ahora sucede es que estos discursos pueden ser mediatizados y puestos a circular a escalas masivas, llegando incluso a disputar espacios de consumo con productos del *broadcast*. En pocas palabras, pareciera que los usuarios se tornan “ruidosos”.

Como tanto el *Gangnam Style* y el *Harlem Shake* son producciones audiovisuales a cargo de los propios usuarios, es posible que en una mirada poco atenta puedan confundirse y considerarse dos casos de un idéntico fenómeno. Para demostrar lo contrario, se empleará la metodología sociosemiótica⁸, particularmente orientada al estudio de las mediatizaciones y su historia, en un estudio contrastivo entre los corpus⁹ de ambos fenómenos, lo que permitirá establecer similitudes y diferencias en cuanto a las operaciones productoras de sentido que cada uno convoca y las prácticas realizadas por los usuarios. Los resultados serán posteriormente ubicados dentro de alguna de las tres series utilizadas por FERNÁNDEZ (2008) para organizar los fenómenos mediáticos e identificar su aporte novedoso a un determinado estilo de época.¹⁰

131 Procederemos primero a diferenciar el *Harlem Shake* del *Gangnam Style*, para luego identificar operaciones productoras de sentido particulares a cada uno. A partir de ellas postularemos *estatutos* que expliquen el funcionamiento de distintas modalidades de dichos fenómenos¹¹. Sobre el cierre del artículo distinguiremos el aporte novedoso de cada fenómeno a la producción social de sentido, basándonos en el ya nombrado esquema de las tres series.

6 “La atención que genera el *networking* ha revalorizado la presencia que en la vida social tenían previamente las redes no totalmente mediatizadas (redes de condiscípulos, paisanos, profesionales, de afinidad, etc.). El reconocimiento de las actividades reticulares ha llevado a recuperar los niveles de segmentación interna dentro de la sociedad que la *comunicación masiva hegemónica* contribuía a ocultar” (FERNÁNDEZ, 2014:32). En esta cita, como en todas las posteriores, las cursivas corresponderán siempre al texto original.

7 “La digitalización, ese proceso que reduce los textos a una masa de bits que puede ser fragmentada, manipulada, enlazada y distribuida, es lo que permite la hipermedialidad y la interactividad” (SCOLARI, 2008:78-79)

8 Términos como el de producción, reconocimiento y circulación se enmarcan en el desarrollo teórico de Verón en *La semiótica social* (1987).

9 Se analizaron producciones audiovisuales pertinentes a los dos fenómenos mencionados, indagando especialmente su dimensión discursiva, es decir, prestando particular atención a las características retóricas, temáticas, enunciativas, e intertextuales, entre otras operaciones productoras de sentido, de los discursos.

10 “(...) la aparición de un fenómeno discursivo mediático depende de que –en el contexto y con el impulso, conflictivos ambos, de un cierto estilo de época– se articulen elementos de las historias particulares (de las tecnologías utilizables en comunicación, de los géneros y estilos discursivos y de las costumbres de intercambio comunicacional disponibles), generando efectos, a su vez, en el propio estilo de época” (FERNÁNDEZ, 2008: 33).

11 “El mecanismo del *estatuto* no se enfoca en el efecto *sucesión* sino en el de los *procesos de producción de sentido* –comunes o diferenciados– que explican, al menos parcialmente, la presencia de los diferentes fenómenos que se incluyen en la *lista*”. (FERNÁNDEZ, 2010:6)

1. Dos danzas, dos prácticas: transformar y parodiar¹²

Dos características son comunes a nuestros objetos de estudio: por un lado, ambos se trata de textos audiovisuales producidos por usuarios; por otro, es posible identificar un tipo de relación intertextual común entre estas producciones y sus correspondientes textos originales, la *hipertextualidad*: “Entiendo por ello toda relación que une un texto B (que llamaré *hipertexto*) a un texto anterior A, (al que llamaré *hipotexto*) en el que se injerta de una manera que no es la del comentario” (GENETTE, 1989:14). A lo que refiere el autor de la cita es que el texto B no se trata de un metadiscurso que “habla” acerca del texto A, sino que entre ambos se establece una relación causal: B no podría existir sin A, y el primero es resultado de una operación de *transformación* sobre el último.

Llegados a este punto, estamos en condiciones de considerar en qué se diferencian ambos fenómenos. En el *Gangnam Style* descubrimos que los usuarios realizan una producción paródica, por lo que resulta indispensable, si se quiere lograr plenamente el efecto cómico, la remisión al hipotexto, además del establecimiento de una relación intertextual irónica entre éste y el texto parodiante (GENETTE, 1989). En cambio, en torno al *Harlem Shake* la producción es de otro tipo: si bien la relación intertextual con el hipotexto es también necesaria (puesto que gracias a éste existe el hipertexto) no resulta indispensable la remisión al original, ni una distancia irónica con éste, para lograr el efecto de comicidad. Como veremos, es posible decir que el efecto cómico del *Harlem Shake* es intratextual, o al menos se manifiesta por completo en la superficie discursiva del hipertexto (se da por lo incoherente de la situación final con respecto al escenario inicial del video), mientras que en *Gangnam Style* la comicidad es inevitablemente intertextual (debido a que, de no reponerse efectivamente la relación intertextual, no podrá establecerse la distancia irónica con el original que genera el efecto cómico).

132

Mientras que la producción de PSY (posibilitada y apuntalada por su entorno *broadcasting*) es parodiada en una instancia de reconocimiento que se inserta en un esquema *networking* como el de Youtube, la producción de Filthy Frank (quien no es más que otro prosumidor, entre tantos, dedicado a realizar videos cómicos) es *transformada* por otros prosumidores, produciendo textos dotados de cierta independencia respecto del hipotexto.¹³

12 Agradezco particularmente las intervenciones de Pablo Porto López en la discusión acerca del abordaje apropiado para el estudio del *Harlem Shake*.

13 Es pertinente señalar que remitir al original se dificulta un poco. Basta comprobar que al colocar en el buscador de Youtube las palabras “*Harlem Shake*” lo primero en aparecer no será el original, sino la producción de algún otro prosumidor. Agregamos a esto un dato cuantitativo que puede aportar a la cuestión: mientras es terminada la redacción de este artículo, el *Harlem Shake* original cuenta con 52.345.744 visualizaciones (<https://www.youtube.com/watch?v=8vJiSSAMNww>) mientras que el *Harlem Shake (Army Edition)* cuenta con 103.611.283 visualizaciones (<https://www.youtube.com/watch?v=4hpEnLtgUDg>). Al parecer, no es del todo necesario remitirse al original, ya que de ser así la cantidad de visualizaciones podría ser más equitativa. Con el *Gangnam Style* sucede lo opuesto: lo primero que aparece como resultado de búsqueda es el video original, con 2.099.211.024 visualizaciones (<https://www.youtube.com/watch?v=9bZkp7q19f0>). A una distancia abismal encontramos a la primera parodia, *Pocayo Gangnam Style HD*, con sólo 93.120.077 visualizaciones (<https://www.youtube.com/watch?v=s7QE62FDn08>). Aquí sí se manifiesta en estadísticas la necesidad de consumir el video original. Fechas de consulta: 04/10/2014.

2. Do the Harlem Shake

Al explicar la *transformación simple o directa*, Genette ejemplifica con la relación hipertextual existente entre *La Odisea* de Homero y *Ulysse* de Joyce. La operación que aquí acontece consiste en “transponer la acción” (GENETTE, 1989:15) presente en el hipotexto a otro universo de referencias (Dublín en el siglo XX), es decir, extraer “un esquema de acción y de relación entre personajes” y tratarlo con “un estilo muy diferente” (GENETTE, 1989:16).

El caso del *Harlem Shake* resulta similar: su acción, que puede entenderse como un relato¹⁴, es transpuesta a diferentes campos temáticos y situaciones enunciativas. A continuación describiremos cuales son los rasgos estables en las producciones realizadas por los usuarios. Aunque no sólo nos detendremos en los rasgos retóricos que den cuenta de la acción transpuesta, es importante señalar su importancia: sin la transposición de la acción es imposible hablar de una relación de *transformación* entre el hipotexto y los diferentes hipertextos. Tal es el caso de los *anti-shakes*, nombre con el que proponemos agrupar a las producciones críticas que desestabilizan la estructura del relato presente en los *Harlem Shakes*, y que pueden leerse como un *indicio de saturación en la instancia del reconocimiento*. En ellos no se establece una relación hipertextual, sino más bien un comentario crítico hacia el hipotexto. Volveremos sobre estos casos en la sección 2.3.

2.1. Estructura canónica del Harlem Shake

133

Todos los *Harlem Shake* presentan ciertas características de base que inusualmente son modificadas por los usuarios: su duración se acota a 30 segundos y la pista que acompaña y marca los tiempos del audiovisual se mantiene —un fragmento de la homónima composición de música electrónica realizada por Dj Baauer.

En cuanto a su *estructura retórico-temática*, atendemos a un *relato* organizado en dos partes:

- > *Momento A*: 15 segundos iniciales en los que sólo baila uno de los individuos presentes (usualmente utiliza algo en la cabeza, evitando que se distinga su rostro). Dicho individuo, además, funciona como motivo germinal¹⁵.
- > *Momento B*: 15 segundos finales en los que bailan, de manera ni idéntica ni coordinada, todos los individuos. Se trata de la explicitación final del tema presentado por el motivo germinal. Entre ambas partes, y coincidiendo con el “clímax” de la pieza sonora, acontece una operación de sustracción¹⁶ que extrae del audiovisual el momento en que los demás personajes se “contagian” del baile.

La organización de la *escena espacial* también se puede describir en base a esas mismas dos partes:

- > *Momento A*: inicialmente al menos un individuo se presenta en escena y ocupa el espacio central de la misma.

14 Todorov (1983) describe los dos principios indispensables para todo relato: la sucesión y la transformación (no en el mismo sentido en que venimos utilizando este término) entre las distintas unidades o momentos que componen su estructura. En seguida veremos que el *Harlem Shake* cumple con estas características.

15 También se presenta en numerosas ocasiones otro motivo, pero de tipo recurrente: el hastío en uno o varios de los individuos que no bailan, lo que contrasta con el provocativo movimiento del bailarín.

16 En las operaciones de sustracción “algo desaparece del texto: una toma de un film, una palabra de una frase, una sílaba de una palabra, etc.” (FERNÁNDEZ Y TOBI, 2009:51).

- > *Momento B*: posteriormente se presenta un conjunto de individuos que puede estar en escena desde el inicio o agregarse de manera inesperada gracias a la operación de sustracción, pero que indispensablemente intenta ocupar todo el plano con el movimiento de sus cuerpos.

Tanto el espacio físico de la escena como la posición y tamaño del plano se mantienen fijos, destacando aún más la operación de sustracción acontecida. Lo único que varía entre ambos momentos es la posición, cantidad y actividad de los individuos.

También se verifican ciertos rasgos enunciativos estables¹⁷ que se corresponden con los dos momentos ya señalados:

- > *Momento A*: los individuos no miran a cámara, lo que construye un *espacio enunciativo social*: se trata de un afuera mediático que existe previa y externamente al video. Es la figura del bailarín la que pone en tensión este espacio, ya que establece la mirada a cámara (muchas veces disimulada por el uso de un casco u otro elemento que cubre su rostro; pero la dirección de su cuerpo denota que se está estableciendo el contacto visual) y revela que se trata de un *espacio enunciativo mediático*. Que el bailarín y el resto de los individuos se ignoren mutuamente revela que el primero preferiría encontrarse en un *espacio enunciativo cero* y en directa interpelación a la audiencia (cosa que la visualidad impide), mientras que los segundos preferirían permanecer en un *espacio enunciativo social* (cosa que la interpelación del bailarín a cámara inhabilita).¹⁸
- > *Momento B*: se devela y asume plenamente la construcción de un *espacio enunciativo mediático*, cuya existencia sólo se justifica por la presencia de la cámara que graba. Los individuos involucrados dirigen anárquicamente la mirada a la cámara, entre ellos o al fuera de cámara, de modo similar al que en un programa radial el presentador y los columnistas interactúan entre ellos o se dirigen a la audiencia.

134

Un rasgo particular que atraviesa este conjunto de discursos es la simetría como respuesta, en cuanto rasgo intertextual y con importantes consecuencias en instancia de reconocimiento. El individuo, que al inicio baila en solitario frente a un grupo indiferente, recibe como respuesta el baile del grupo. Se trata de una respuesta simétrica, en tanto que la respuesta del receptor es el mismo comportamiento que el del emisor.¹⁹ Esto, a su vez, se continúa a nivel reconocimiento: la respuesta *puede* ser la producción de un *Harlem Shake* por parte de los usuarios.²⁰ Retomaremos este punto en las conclusiones del artículo.

17 Aquí se retomarán varios conceptos propuestos por FERNÁNDEZ (1994) para el análisis enunciativo radiofónico.

18 La figura del bailarín que mira a cámara recuerda, por momentos, al análisis de la pintura griega de vasos realizado por Marín y recuperado por FABBRI (1998). En él se descubre que sólo algunas figuras podían mirar de frente, es decir, interpelar a los espectadores: la Gorgona, los moribundos, los pederastas, etc. Más allá de las conclusiones que saca Fabbri sobre las construcciones enunciativas allí presentes, complementarias a las recién expuestas, llama la atención esta mirada a cámara por parte de los socialmente desviados, tanto en la antigua Grecia como en los contemporáneos *Harlem Shakes*. El bailarín es un desviado de la norma social y del contexto en donde se realiza el video.

19 Partimos de la distinción entre simetría y complementariedad tal y como la retoma VERÓN (1987:141-142) de las investigaciones realizadas por Bateson.

20 Las cursivas, como siempre, no son inocentes. Se subraya que *puede* llegar a producirse, por quien se ubica en instancia de reconocimiento, un discurso con similar estructura

Actualmente, la producción de estos videos por parte de los usuarios ha caído estrepitosamente. Este fin de la efervescencia del fenómeno es inseparable de otro, de características discursivas analizables: se comprueba en algunas ocasiones el avance de los usuarios sobre el conjunto de características formales descrito más arriba.²¹ Se trata de modificaciones en la pista musical, violaciones de la duración máxima, e incluso interrupciones en la línea del relato (los mencionados *anti-shakes*). Sobre todo es este último tipo de desvíos el que puede leerse como un síntoma de saturación en la instancia de reconocimiento.

2.2. Las modalidades del *Harlem Shake*

Procederemos ahora a distinguir dos modalidades en la producción audiovisual de los usuarios, a través de las cuales se construyen distintas escenas enunciativas basadas en una relación simétrica o asimétrica entre las figuras del enunciador y el enunciatario. Partimos de la misma pregunta que VERÓN se realiza al respecto de las revistas femeninas francesas: “¿cuál es la legitimidad del enunciado, por qué se dirige a mí y me habla?” (1995:108). De lo que se trata es de postular las estrategias por las cuales un prosumidor legitima ante otro usuario (que quizás también se torne prosumidor) su producción. En cierta medida, los resultados obtenidos por Verón se relacionan con las dos modalidades que describiremos a continuación, pero intentaremos atravesar en nuestro análisis la clásica cuestión del reconocimiento según la presenta KOJÈVE (1975). En este apartado también describiremos otras operaciones de sentido, relacionadas con el reciclaje digital y la elaboración de compilados, las cuales construyen figuras enunciativas particulares y aportan riqueza al estudio del *Harlem Shake*.

135

2.2.1. Modalidad simétrica

La distancia entre el enunciador y el enunciatario tiende a reducirse al mínimo, generando el efecto de una cierta complicidad entre ambas instancias. Podríamos presentarlo en los siguientes términos: “porque nos parecemos, tú también podrías producir y poner en circulación tu propio *Harlem Shake*”.

La reticencia al uso de disfraces inusuales o demasiado elaborados, así como la elección de espacios cotidianos o domésticos como escenografía, sumado al modesto número de individuos en escena, reducen la distancia entre ambas figuras enunciativas e invitan a compartir la acción.²²

retórica-temática que el discurso en producción. Con esto no se pretende omitir que la respuesta puede ser (y en gran medida es) diferente: un comentario, un megusteo/no-megusteo, compartir en otra red social, entre otra gran variedad de *acciones* que el usuario puede realizar desde el reconocimiento (sin duda, menos rítmicas y menos estridentes que la producción de un video), y que incluso puede que no sean mediatizadas. No decimos que la simetría ejerce imperio sobre la complementariedad. Pero sí que el imperio de la complementariedad durante el broadcasting empieza a ser cuestionado.

21 Diversos medios periodísticos coinciden, basándose en estadísticas acerca de la circulación de contenidos en internet, en indicar el 01/03/2013 como la fecha de defunción del fenómeno. Cada cual, además, refiere a diferentes causantes: mientras *HLNtv* culpa a *Today Show* (disponible en: <http://www.hlnv.com/article/2013/03/08/harlem-shake-dead-long-live-harlem-shake>), el portal *New Media Rockstars* hace lo propio refiriendo a la performance del equipo de básquet *Miami Heat* (disponible en: <http://newmediarockstars.com/2013/03/obituary-the-harlem-shake-has-died-infographic-video/>). Nosotros preferimos indicar el agotamiento del fenómeno estudiando los indicios discursivos que se manifiestan en ciertos textos audiovisuales (véase sección 2.3). Fechas de consulta: 04/10/2014.

22 <https://www.youtube.com/watch?v=B1q7JZJM9I4>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

2.2.2. Modalidad asimétrica

En las antípodas del caso anterior, esta modalidad presenta la construcción de una distancia. Volviendo al análisis de Verón sobre las revistas femeninas, el autor señala que es la diferencia entre enunciador y enunciatario la que invita a la lectura, ya que nos ofrecería un producto distinto y variado, una suerte de diversidad que seduce por la oferta de algo nuevo.

Lo que más bien sucede con el caso del *Harlem Shake* es la construcción de una relación asimétrica en la escena enunciativa, en la que el enunciador desafía a superar cualitativa o cuantitativamente a su texto. En términos de Kojève, aquí se pone en juego el reconocimiento del enunciatario, a quien el enunciador parecería plantearle: “tú no podrías hacerlo y, por lo tanto, debes valorar mi producción o intentar superarla”. El usuario es provocado antes que invitado a producir su video.

Tanto el uso de escenarios inusuales (que van desde el fondo de una piscina²³ hasta vacío absoluto del salto en paracaídas²⁴) como el uso de disfraces elaborados y poco habituales, o la concentración de gran cantidad de individuos²⁵, comportan una distancia entre las dos posiciones enunciativas. En los primeros casos, el desafío se plantea en términos cualitativos, debiendo superar la calidad o novedad de la producción, mientras que en el segundo caso el desafío corresponde a criterios cuantitativos, desafiando a que se logre aglutinar mayor cantidad de individuos frente a la cámara.

136

2.2.3. Instituciones, celebridades y reciclaje digital

La elección de ciertos escenarios y el aglutinamiento de gran cantidad de individuos fuerza a otra distinción más particular: en reiterados casos se construye la figura de un enunciador polifónico por la inclusión de una institución en la performance. La presencia de la institución es construida a partir del espacio físico y de la simbología o uniformes que visten los individuos, además de todos los agregados metadiscursivos que hacen referencia a la misma.²⁶ Este tipo de enunciatarios pareciera inseparable de una modalidad asimétrica, ya que se aglutina una desafiante cantidad de individuos que se presenta como un colectivo, no sólo por el parecido de sus vestimentas, sino por la coordinación casi coreográfica de movimiento luego de la ejecución del *Harlem Shake* propiamente dicho, o por la mirada de todo el conjunto a la cámara en el *momento B*.²⁷ Es este último factor, por sobre el resto, el que permite que el conjunto de individuos se presente como un colectivo.²⁸

Con la inclusión de celebridades, es decir, fuentes extramediáticas, o el reciclaje de contenidos previos (cuya fuente puede ser intramediática o extramediática), se generan dos escenas enunciativas particulares. Que un integrante del *star system* participe de un

23 <https://www.youtube.com/watch?v=QkNrSpqUr-E>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

24 https://www.youtube.com/watch?v=RT_4NIPsMCY. Fecha de consulta: 04/10/2014.

25 <https://www.youtube.com/watch?v=2tWFTo3bC1s>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

26 <https://www.youtube.com/watch?v=jjQzYhKqj0E>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

27 <https://www.youtube.com/watch?v=Jr6K3I8XLDE>. El caso de interés puede verse en los 30 segundos finales. Fecha de consulta: 04/10/2014.

28 Incluso ciertas instituciones *broadcast* (principalmente noticieros televisivos y algunos programas radiales) realizaron sus propios *Harlem Shakes*. Por supuesto, damos por sentado que donde se involucra una de estas instituciones, el enunciador necesariamente se torna polifónico.

*Harlem Shake*²⁹ apela a “un saber sobre los medios de comunicación masiva y el mundo del arte” (FRATICELLI, 2012:55). La utilización de disfraces que aluden a personajes ficticiales también convoca este tipo de saberes y promueven una relación intertextual con otras obras, ya sean consagradas o pertenecientes a la esfera de los consumos populares. En el reciclaje digital, en cambio, se establece una relación intertextual con contenidos preexistentes y autónomos al fenómeno.³⁰ Se trata de una “adecuación” a la estructura del *Harlem Shake*. Aquí también se presenta la posibilidad de recurrir a fuentes externas a la plataforma, pero se agrega una segunda: recurrir a fuentes intramediales, donde “el saber que se convoca es sobre los videos subidos a Youtube. Aquí el espectador ideal construido aprecia la relación intertextual porque sabe sobre la producción que se da en el medio” (IBÍDEM).

2.2.4. El enunciador compilador

La corta duración de los videos posibilita la creación de compilaciones cuya duración no suele superar los 10 minutos. Aquí se construyen dos escenas enunciativas bien diferenciadas:

137

- > *Compilaciones estilístico-valorativas*: el enunciador se presenta como un “curador” de contenidos, con amplios conocimientos sobre los videos que han sido producidos hasta el momento, pero por sobre todo con el criterio valorativo de un crítico especialista capaz de diferenciar entre estilos “altos” y “bajos” de las performances. Los metadiscursos que habitualmente acompañan a estos conjuntos son “*The best of*”, “*Top 10*”, “*Funniest*”, entre otros.³¹
- > *Compilaciones temáticas*: de modo similar al anterior, aquí también se construye un enunciador especialista, pero ahora acotado a un área específica. Ya no se trata de una selección en base a la calidad de los videos, sino de la constitución de conjuntos a partir de la recurrencia de ciertos motivos: *Military HARLEM SHAKE Compilation!!*³², *Top 10 Harlem Shake (Sports Edition)*³³, *Harlem Shake v3 (office edition)*³⁴, y las listas continúan.

2.3. Indicios de saturación y *anti-shakes*

Como habíamos anticipado, reservamos para la última sección el estudio de aquellos casos en que la estructura canónica del *Harlem Shake* es cuestionada por los prosumidores. Aquí agrupamos desde modificaciones de la pista musical original hasta interrupciones en la línea del relato. Resulta conveniente comenzar por aquellos que afectan en menor medida a las características formales del fenómeno, para luego detenernos en aquellos que critican de modo radical su funcionamiento.

29 <https://www.youtube.com/watch?v=Ir2TdfSwh8g>. Puede verse a LeBron James, estrella de básquetbol, junto a otros famosos jugadores del equipo, bailando. Fecha de consulta: 04/10/2014.

30 <https://www.youtube.com/watch?v=PJLWQyJJmk0>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

31 Como es sabido, los críticos no sólo valoran las grandes producciones. También hunden las peor elaboradas, como puede comprobarse en *The Worst Harlem Shake Compilation | FULL HD | AW FILMS*: <https://www.youtube.com/watch?v=obEQVU5AqT8>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

32 https://www.youtube.com/watch?v=_9jkZXhYxWE. Fecha de consulta: 04/10/2014.

33 https://www.youtube.com/watch?v=y_Xq0ckAl1A. Fecha de consulta: 04/10/2014.

34 <https://www.youtube.com/watch?v=0IJoKuTlvuM>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

En ciertos videos se modifica la pista original compuesta por Dj Baauer, que es una de las características que identificamos como base del fenómeno. Las canciones que aparecen en su reemplazo, sin embargo, suelen mantener similitudes rítmicas suficientes como para no ocasionar una ruptura total. En términos de GENETTE (1989), podemos decir que, por ejemplo, en *Harlem Shake v3 (MEXICAN EDITION)*³⁵ la letra de la canción por momentos cita al original, mientras que la melodía alude a él³⁶.

La duración de los videos, otra de las características de base identificadas, también se ve afectada en reiterados casos. Los prosumidores superan el tope máximo de 30 segundos para extender el *momento B* de baile desenfrenado o para agregar secuencias particulares. Un ejemplo de este último caso es *Harlem Shake Mocha Girls Version (original)*³⁷, en el cual se agregan 18 segundos de video donde una de las bailarinas realiza un breve *Harlem Shake* en solitario.

Estos casos pueden entenderse como intentos de superar la estructura básica y agregar nuevos efectos de sentido o rasgos singulares del usuario a los *Harlem Shakes*. Diferentes son los casos en que se interrumpe la línea del relato, los cuales deben leerse como un síntoma de cierta saturación en la instancia de reconocimiento que repercute en la instancia de producción (es decir, cuando el usuario torna prosumidor y realiza un video). En *Harlem Shake vFinal (NODE Edition) - NODE*³⁸, la estructura canónica se ve por completo desestabilizada. A pocos segundos del “clímax” de la pista que marca el pasaje al *momento B*, un individuo irrumpe desde fuera de escena y agrede al bailarín solitario. El video finaliza con aquel individuo increpando al espectador a que deje de realizar *Harlem Shakes*, y se agrega un paratexto al final que lo explicita por completo: “Los amigos no dejan a sus amigos hacer videos de *Harlem Shake*”³⁹. El relato de dos partes que organiza a los videos se ve interrumpido, y el efecto de ruptura se refuerza al establecer una crítica radical a las performances. El motivo recurrente de estos *anti-shakes* es la agresión física sobre el bailarín inicial, como intento de reprimir el desvío, y también se reitera el uso de paratextos que llaman al final del fenómeno.⁴⁰ En términos de Genette, podríamos señalar que la primera parte de los *anti-shakes*, en la que parece tratarse de un *Harlem Shake* común y corriente, funciona como una cita explícita al fenómeno, mientras que la segunda, en la que se interrumpe el relato, establece una relación de *metatextualidad*, a manera de comentario crítico sobre la totalidad del fenómeno.⁴¹

35 <https://www.youtube.com/watch?v=yh5gSEBNIHc>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

36 Véase en Genette (1989:10) los conceptos de cita y alusión.

37 <https://www.youtube.com/watch?v=MfeXwpmH1Zo>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

38 <https://www.youtube.com/watch?v=C4ZxszoCiU>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

39 La traducción es nuestra. En el original: “*Friends don’t let friends make Harlem Shake videos*”. La frase proviene de campañas publicitarias de concientización como “*Friends don’t let friends drive drunk*” (“Los amigos no dejan a sus amigos conducir ebrios”) que posteriormente fueron apropiadas de manera paródica por los usuarios.

40 Otro caso similar: <https://www.youtube.com/watch?v=C4ZxszoCiU>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

41 A pesar de la ya mencionada caída en la producción de videos, aún surgen nuevos usos para el fenómeno, como la crítica política: en el reciente *Harlem Shake “Lenin in Ukraine”* se satiriza la figura de Lenin al colocar en el *momento B* escenas televisivas de la quita de sus estatuas en Ucrania: https://www.youtube.com/watch?v=93i_KzmFLUk. Fecha de consulta: 04/10/2014.

3. Producciones paródicas del *Gangnam Style*

Como dijimos, *Gangnam Style* relata, en clave irónica, la vida en el distrito de Gangnam (Seúl), conocido por su opulencia exagerada y su desmesura nocturna. Su éxito⁴² suele atribuirse a dos elementos: la peculiar composición musical (una mezcla de música dance, electrónica y rap) y su coreografía. Esta última es conocida como “el baile del caballo”, debido a la clara construcción metafórica, por vía de la *comparación*, con el movimiento corporal al montar un equino. Aunque, vista dentro del marco del videoclip, puede señalarse una construcción metonímica: la actividad de montar a caballo es propia de las clases adineradas de Seúl, las cuales residen mayoritariamente en Gangnam. Entonces, representar —o más bien ironizar— el estilo de vida de Gangnam a través de una coreografía que imita el cabalgar constituye una operación por *contigüidad*, ya que se representa con una *parte* de las actividades del grupo el *todo* de su vida social. Dicho de otro modo, un *fragmento* de la serie sintetiza y representa la totalidad de la misma.

139

El videoclip del *Gangnam Style* surge como un fenómeno broadcasting, —nace como producto del sello discográfico YG Entertainment— pero rápidamente es apropiado por la actividad de los usuarios. El videoclip original fue objeto de una práctica discursiva característica de plataformas como Youtube: la producción paródica de los prosumidores. La coreografía, la letra de la canción y la melodía,⁴³ además de la imitación de ciertas escenas y juegos de planos, son los elementos que construyen la relación intertextual entre el texto parodiado y el texto parodiante, una de las propiedades necesarias según GENETTE (1989) para que pueda producirse una parodia. La otra propiedad, el establecimiento de una relación irónica entre ambos textos a través de una distancia que genera burla y comicidad, la darán el resto de los elementos presentes en los videos de los prosumidores, los cuales en muchas ocasiones remiten y también parodian a figuras del mundo político o artístico, o exponen elementos de la vida cotidiana del propio usuario.

En ésta línea, FRATICELLI (2012) analiza las distintas operaciones paródicas realizadas por los usuarios sobre una emisión televisiva de un barítono ruso, conocida en Youtube bajo el título “Trololo”. Las categorías por él elaboradas retoman conceptos del reciclaje digital tal como lo plantea LÓPEZ CANO (2010). Sirviéndonos de las herramientas conceptuales de ambos autores, pero atendiendo a las características particulares de nuestro objeto, analizaremos las principales operaciones que los prosumidores realizan a partir del *Gangnam Style*.

3.1. El operar paródico en torno al *Gangnam Style*

Las operaciones significantes que atraviesan las producciones paródicas de los usuarios pueden agruparse en tres grandes conjuntos: aquellas que aportan algún elemento novedoso o especialmente elaborado por el propio usuario a la nueva pieza audiovisual (ya sea en el registro sonoro, en el visual, o en ambos); aquellas que se basan exclusivamente en material sonoro y audiovisual preexistente, sin aportar elementos de elabo-

42 *Gangnam Style* fue el video más visto en 2012 y actualmente continúa siendo el video más visto en la historia de Youtube, con más de 2.090 millones de reproducciones en su canal oficial.

43 Como enseguida veremos, canción suele ser modificada, a veces en su letra, a veces en su melodía. Pero en todos los casos se conservan características rítmicas que permiten remitir al original. En cambio, “el baile del caballo” es aquel elemento característico del original que asegura sin problemas la relación intertextual.

ración propia⁴⁴; por último, aquellas en las que se transponen las escenas del videoclip a lenguajes o dispositivos ajenos al original. El primer conjunto recibirá el nombre de *imitante*, para focalizar la variación respecto del original que se produce en toda repetición, mientras que el segundo será llamado *editorializante*, en referencia a la adaptación de contenidos preexistentes al formato del videoclip original, y el tercero *transpositivo*, en virtud de las ganancias y pérdidas de sentido que comporta todo cambio de soporte a pesar de la conservación de la estructura de la obra.

3.1.1. Operaciones imitantes

Correspondientes a las operaciones que aportan nuevos contenidos al material preexistente, las producciones de mayor presencia en Youtube son los *lip-dubs*⁴⁵ en que los promotores imitan la actuación y varias de las escenas del videoclip con el tema musical original de fondo. Se presentan de dos tipos: *anónimas*, donde el usuario recorre sus propios entornos y su vida cotidiana (su ciudad, su escuela, su hogar, etc.)⁴⁶; *mediáticas*,⁴⁷ en las que los usuarios parodian personajes reales o ficcionales mientras reproducen las principales escenas del videoclip en los escenarios que les serían habituales.⁴⁸ En algunas ocasiones, estas imitaciones no siguen el juego de escenas del original, por lo que la única relación intertextual que mantienen con él radica en la música y la coreografía.⁴⁹

Los *lip-dubs* también pueden acompañarse de *conmutaciones sonoras* gracias a las cuales es posible modificar la letra original del tema⁵⁰ (para así poder narrar verbalmente la vida y el entorno del usuario, o la historia del personaje mediático citado). En algunos casos se modifica incluso la melodía musical, lo que aleja aún más a la producción del usuario de su hipotexto. En *Gunman Style - Gangnam Style (Asian Western Parody)*⁵¹, además de presentarse este tipo de distancias sonoras, la referencia a las escenas originales es mínima, a tal punto que se alude más a típicas escenas del género western —como el juego de plano y contra-plano entre contrincantes, o el uso de paratextos dialogales propios del cine mudo— que a las escenas del propio *Gangnam Style*. Es la coreografía lo que mantiene vigente el lazo intertextual, además de ciertas alusiones rítmicas.⁵² Se trata de uno de los casos de mayor distancia con respecto al video original de PSY.

140

44 En términos del reciclaje digital, hasta cierto punto equivale a la diferencia entre el *sampleo*, el cual “supone que existe un elemento del nuevo artefacto sonoro, audiovisual o multimedia, que es original de quien realiza el reciclaje” (LÓPEZ CANO, 2010:173), y el *mashup*, donde “los fragmentos previos que se extraen, editan y mezclan, no se integran a ninguna creación original del autor del reciclaje” (IBÍDEM:176).

45 “El *lip-dub* consiste en un video clip casero donde los que participan cantan en play back una canción conocida de principio a fin” (LÓPEZ CANO, 2010:179).

46 <https://www.youtube.com/watch?v=lMmyeXeXeK0>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

47 Podemos decir que esta categoría subsume la distinción entre fuentes intramediática y extramediática que analizamos en el caso del *Harlem Shake*. Esto se justifica si tenemos en cuenta que no nos estamos deteniendo en las escenas enunciativas que estos textos construyen.

48 <https://www.youtube.com/watch?v=2zPiQgUQt3E>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

49 <https://www.youtube.com/watch?v=9tY3yo25xUQ&noredirect=1>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

50 <https://www.youtube.com/watch?v=rHRdLnsnWV0>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

51 <https://www.youtube.com/watch?v=ceVlttPBcHg>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

52 Es también “el baile del caballo” lo que permite aquí ciertos juegos paródicos con el género western, en referencia a la figura del cowboy.

En el polo opuesto, existen operaciones por las que sólo se conmuta una parte del registro sonoro, la letra, y se conserva tanto la melodía como el video originales.⁵³ En todos los casos analizados hasta aquí se presenta una intromisión de la indicialidad corporal de los usuarios, gracias a la presencia de su cuerpo en el registro icónico-indicial del video o a la aparición de su voz⁵⁴ en el registro sonoro.

Desde este punto de vista, *las parodias de autor*, casos complejos donde la figura del autor se construye a partir de la relación intertextual (que el dispositivo de Youtube potencia) con otras obras producidas por el prosumidor, es un efecto que se monta sobre las operaciones que agregan nuevos contenidos a los preexistentes, ya sea mediante la *presencia corporal de usuarios*, como recién se describió, o mediante otros contenidos elaborados y no necesariamente corporales, como es el caso de *Annoying Orange*.⁵⁵

3.1.2. Operaciones editorializantes

Otra serie de operaciones permite a los usuarios combinar materiales preexistentes (como sucede con las secuencias audiovisuales provenientes de la televisión o del cine que son adaptadas al ritmo de la canción original) o sencillamente alterar de manera significativa algún elemento del original.

141

Por medio de operaciones como la transmutación, el usuario puede alterar elementos mínimos del video, como sucede con la banda sonora de *Alvin Style - Chipmunked Version*.⁵⁶ Aplicando algunos efectos sobre la voz de PSY se logran los tonos agudos de “Alvin la ardilla”, un conocido personaje de películas infantiles. Este video también nos sirve de ejemplo para analizar otra operación editorializante como el *mashup*: se utilizan escenas del film de Alvin en las que el personaje mueve su cuerpo o su boca de manera similar a como lo haría si cantara el *Gangnam Style*, además de alternar escenas en que baila él o alguno de los otros personajes. A pesar de que no realizan el característico “baile del caballo”, emulan con cierta eficacia las situaciones de baile grupal del original. Parodias más elaboradas intercalan con gran precisión las escenas y el audio original de películas con la melodía del *Gangnam Style*, logrando, por ejemplo, que el Hitler de *La caída* parezca cantar la pista de PSY en alemán.⁵⁷

Hasta aquí, al editarse materiales preexistentes parece imposible parodiar la coreografía original. La operación que sí permite conservarla es la conmutación de imágenes, proceso por el cual se reemplaza algún elemento del original por material proveniente de diversas fuentes. Al igual que en el caso de *Trololo* (FRATICELLI, 2012:54), el objeto predilecto a ser reemplazado es la cabeza de los personajes presentes en el video. En *Gundam Style ! m/v*⁵⁸, por traer un ejemplo, se sobreimprime en la totalidad de las cabezas de los participantes distintos cascos de los robots de la serie de anime *Gundam*.

53 <https://www.youtube.com/watch?v=0UMkLL7wy2k>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

54 Como señala FERNÁNDEZ: “en efecto, la voz es *cuerpo* del emisor. Fragmentado, pero plenamente corporal como componente de individualización absoluta” (1994:39).

55 <https://www.youtube.com/watch?v=s7QE62FDn08>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

56 <https://www.youtube.com/watch?v=6WytCZ1EtN8>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

57 <https://www.youtube.com/watch?v=HkhdAANimFA>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

58 <https://www.youtube.com/watch?v=LRN-IrejBTw>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

3.1.3. Operaciones transpositivas

Por último, los usuarios también transponen la obra producida por PSY a materias significantes heterogéneas. En *Amazing Gangnam Style Animation (Flipbook)*⁵⁹, la totalidad del video es reproducido gracias a la velocidad en el pasaje de imágenes fijas dibujadas, de modo similar al que en *Gangnam Style Animated! 8 BIT!*⁶⁰ se ve a una sencilla caricatura de PSY realizando el paso del caballo en diferentes escenarios (con el interesante agregado de que la melodía está compuesta con los sonidos de los videojuegos del *arcade* tradicional).

Estos ejemplos harían pensar que toda transposición conlleva una irremediable pérdida de riqueza en comparación a algunas de las operaciones antes analizadas. Basta con detenerse en lo que pasa con los videojuegos para revertir esa impresión. La *machinimia* consiste en extraer fragmentos de videojuegos para imitar las secuencias de una producción audiovisual, en este caso un videoclip. Por lo tanto, dependerá de las características del videojuego el tipo de transposiciones que resista.⁶¹ Para que *GTA San Andreas*⁶² pueda reproducir el videoclip es necesario primero que los usuarios realicen un *mod*⁶³ del videojuego que permita a sus personajes realizar “el baile del caballo”, y que luego registren esas imágenes y les añadan música. Aún así, la imitación que puede verse en el video es bastante pobre, y pierde la riqueza de la variedad de escenas del original, cosa que otras parodias sí recuperan.

Se requiere de videojuegos de mayor versatilidad para producir parodias que no pierdan la riqueza videoclip original, como *The Sims 3*⁶⁴ o *Minecraft*⁶⁵. En ambas, el amplio mundo virtual desplegado impide la fuga de gags y casi la totalidad de las escenas encuentra su imitación.

142

4. Tras los pasos de lo novedoso

Para concluir, creemos necesario organizar los resultados obtenidos en esta investigación basándonos en las tres series pertinentes a todo fenómeno mediático (FERNÁNDEZ, 2008), para poder así distinguir cuáles son los aportes novedosos de nuestros casos al estilo de época:

- > *Serie de los dispositivos*: ambos fenómenos se apoyan en las características mediáticas y del dispositivo técnico de la plataforma Youtube. Dentro de éstas, la que resulta más importante es la posibilidad de reconstruir relaciones intertextuales entre paquetes significantes. En la interfaz, la oferta intertextual se ubica en el margen derecho. El *Gangnam Style* requerirá de

59 <https://www.youtube.com/watch?v=8D0kG4URfxs>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

60 <https://www.youtube.com/watch?v=AmYNcsm6H94>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

61 Como señala Garín (2012), la *machinimia* usualmente emplea mundos virtuales 3D antes de recurrir a los videojuegos 2D, por la dificultad de estos últimos para imitar las narrativas inspiradas en modelos cinematográficos.

62 <https://www.youtube.com/watch?v=lmQboaeU4oA>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

63 “Mientras un *machinimator* simple tan sólo filma y edita imágenes virtuales sin modificarlas necesariamente, un *modder* es un fan que gusta de alterar y transformar videojuegos comerciales mediante la reprogramación y el añadido de recursos que no existían en la copia original” (Garín, 2012:80).

64 <https://www.youtube.com/watch?v=Xr3IfLtuqH4>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

65 <https://www.youtube.com/watch?v=u9emjals0sE>. Fecha de consulta: 04/10/2014.

dicha función de la interfaz para remitir al texto parodiado, así como para exponer otros textos parodiantes. Por otra parte, esta área también permitirá al *Harlem Shake* remitir a los distintos hipertextos producidos por los usuarios. Como ya señalamos, se podrá acceder con mayor facilidad a otros hipertextos que al hipotexto producido por Filthy Frank, debido a la menor cantidad de visualizaciones que éste posee en comparación a otros *Harlem Shakes* de mayor éxito. La abrumadora cantidad de visualizaciones del *Gangnam Style* original, en cambio, vuelve improbable la ausencia de este video entre las recomendaciones de la barra lateral.

- > *Serie de los géneros y estilos discursivos*: Si consideramos al *Gangnam Style* en su versión original, es decir, cuando aún es un simple producto del *broadcasting*, no encontramos elementos novedosos en esta serie. Musicalmente consiste en una mezcla, creativa sin dudas, de estilos y géneros preexistentes. Coreográficamente tampoco hallamos mucho. “El baile del caballo” puede remitirse a la larga historia de pasos de baile en videoclips, sobre todo la del género pop. Es cuando este producto ingresa a los circuitos reticulares del *networking* que se vuelve un fenómeno denso en relaciones intertextuales y presenta todo tipo de operaciones significantes combinadas de manera novedosa. Basta contrastar nuestro análisis con otros similares y ya mencionados —FRATICELLI (2012) sobre *Trololo*; LÓPEZ CANO (2010) sobre contenidos musicales y audiovisuales; GARIN (2012) sobre *Super Mario*; SCOLARI (2012) sobre *Lost*— para comprobar que, aunque las herramientas de análisis puedan ser similares, en cada fenómeno la actividad de los usuarios se entreteje de maneras particulares y peculiares. En cuanto al *Harlem Shake*, llama la atención su relativa independencia respecto a contenidos preexistentes producidos por el *broadcasting* (aunque conserva, entre las operaciones significantes que habilita, la posibilidad de reciclar estos materiales). Se trata, en todo caso, de un fenómeno nacido en plataformas con esquema *networking*, desde sus propios prosumidores, y que posteriormente fue apropiado por ciertas instituciones del *broadcast* y figuras públicas. La extrema brevedad de estos discursos audiovisuales, superior a la de los cortos cinematográficos, habilita a preguntarse por la relación entre este fenómeno y la gran cantidad de producciones audiovisuales breves que circulan actualmente por la plataforma Vine, la cual fue comprada por Twitter en 2012 y lanzada en sus versiones para teléfonos móviles durante el transcurso del 2013 —es decir, casi en el mismo periodo de tiempo que aquí analizamos.
- > *Serie de las prácticas de los intercambios discursivos*: Si bien las prácticas de cada fenómeno son similares en algún punto, demostramos que es necesario diferenciarlas. En el *Gangnam Style* los usuarios producen parodias; en el *Harlem Shake* los usuarios *transforman* un hipotexto, transportan esa acción y ciertas características estables a diferentes ámbitos, lo que proporciona a sus producciones una mayor independencia del original en comparación a lo que sucede con el *Gangnam Style*. Ambas prácticas se inscriben dentro de lo más novedoso del actual estilo de época: un consumidor que puede producir discursos del mismo orden de aquellos que consume. Y aquí retomamos algo especificado en el *Harlem Shake*: la instancia de reconocimiento tiene la posibilidad de simetría en la respuesta, es decir, la posibilidad de equiparar, en cierta medida, lo que antes sólo producía el *broadcasting*. Anteriormente, en

la época de clara primacía de los medios *broadcasting*, la posibilidad de simetría se veía reducida: prepondera la complementariedad como respuesta. Al parecer, las nuevas mediatizaciones, con esquema *networking*, permitirían una explosión de las posibilidades discursivas en las instancias de reconocimiento, enriqueciendo así a la *producción social de sentido*.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CARLÓN, M. Y SCOLARI, C. (COMPS.) (2012) *Colabor_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa*. Buenos Aires, La Crujía.
- (COMPS.) (2009) *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate*. Buenos Aires, La Crujía.
- FABBRI, P. (1998) *El giro semiótico*. Barcelona, Gedisa, 2000.
- FERNÁNDEZ, J.L. (1994) *Los lenguajes de la radio*. Buenos Aires, Atuel , Colección del Círculo.
- (2008) "La construcción de lo radiofónico: modos de producción de la novedad discursiva". En: Fernández, J. L. (Director) *La construcción de lo radiofónico* . Buenos Aires, La Crujía.
- (2010) "Listas y estatutos en las novedades mediáticas". En: *Revista LIS. Letra Imagen Sonido. Ciudad Mediatizada* Año 3, N° 5, marzo - julio 2010. Buenos Aires, Equipo UBACyT S094, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales-UBA.
- (2014) "Periodizaciones de idas y vueltas entre mediatizaciones y músicas". En Fernández, J. L. (editor) *Música en las redes. Vida musical en el post broadcasting*. Buenos Aires, La Crujía, Colección Futuribles.
- FERNÁNDEZ, J. L. Y TOBI, X. (2009) "Criminal y contexto: estrategias para su figuración". En: *Revista LIS. Letra Imagen Sonido. Ciudad Mediatizada* Año 2, N° 4, julio - diciembre 2010. Buenos Aires, Equipo UBACyT S094, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales-UBA.
- FRATICELLI, D. (2012) "El arte de las parodias en Youtube. El caso Trololo". En Carlón, M. y Scolari, C. A. (comps.) *Colabor_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa*. Buenos Aires, La Crujía.
- GARIN, M. (2012) "Super Mario reimaginado. Machinimia, glitch y el arte de la apropiación fan en el videojuego". En Carlón, M. y Scolari, C. A. (comps.) *Colabor_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa*. Buenos Aires, La Crujía.
- GENETTE, G. (1989) *Palimpsestos (la literatura en segundo grado)*. Madrid, Taurus.

- KOJÈVE, A. (1975) *La dialéctica del amo y del esclavo en Hegel*. Buenos Aires, La Pléyade.
- LÓPEZ CANO, R. (2010) "La vida en copias: breve cartografía del reciclaje musical". En: *Revista LIS. Letra Imagen Sonido. Ciudad Mediatizada* Año 3, N° 5, marzo - julio 2010. Buenos Aires, Equipo UBACyT S094, Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales-UBA.
- SCOLARI, C. (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona, Gedisa.
- (2012) "El texto DIY (Do It Yourself)". En Carlón, M. y Scolari, C. A. (comps.) *Colabor_arte: medios y artes en la era de la producción colaborativa*. Buenos Aires, La Crujía.
- TODOROV, T. (1983) "Los dos principios del relato", en *Los géneros del discurso*, Buenos Aires, Paidós.
- TOFFLER, A. (1980) *La tercera ola*. Madrid, Plaza y Janes, 1992.
- VERÓN, E. (1987) *La semiosis social*. Buenos Aires, Gedisa.
- (1995) "La mediatización" (Conferencia 3). En *Semiosis de lo ideológico y el poder/La mediatización*. Buenos Aires, Oficina de publicaciones del CBC.

ARTÍCULOS PERIODÍSTICOS CITADOS

145

- Anker, J. "Confirmed: The Harlem Shake is dead (2013-2013)". En *HLNtv*, posteo el 8 de marzo de 2013. Disponible en: <http://www.hlnv.com/article/2013/03/08/harlem-shake-dead-long-live-harlem-shake>. Fecha de consulta: 04/10/2014.
- Klima, J. "Obituary: R.I.P. "Harlem Shake" — A Look Back at its Life and Times [INFOGRAPHIC]". En *New Media Rockstars*, posteo el 4 de marzo de 2013. Disponible en: <http://newmedia-rockstars.com/2013/03/obituary-the-harlem-shake-has-died-infographic-video/>. Fecha de consulta: 04/10/2014.
- Lotan, G. "The Harlem Shake: Anatomy of a Viral Meme". En *The Huffington Post*, posteo el 3 de mayo de 2013. Disponible en: http://www.huffingtonpost.com/gilad-lotan/the-harlem-shake_b_2804799.html. Fecha de consulta: 04/10/2014.

