
Prácticas meméticas y resignificación del conflicto en las canciones creadas por IA de videos y comentarios en redes sociales

Candelaria Sánchez-Olmos*^{†1} and Eduardo Viñuela*^{‡2}

¹Dto. Comunicación y Psicología Social, Universidad de Alicante – España

²Dpto. H^a del Arte y Musicología, Universidad de Oviedo – España

Resumen

La viralización de la canción de los comentarios de Wallapop, conocida como "La canción del abogado", es el punto de partida para analizar prácticas meméticas que resignifican conflictos en redes sociales en España. Esta tendencia consiste en crear canciones a partir de comentarios ofensivos en redes sociales, noticias, partidos de fútbol o incluso recetas de cocina. El resultado son videomemes breves, absurdos, pegadizos y con gran capacidad de viralización, que funcionan como textos multimodales donde confluye la parodia, el entretenimiento y la creatividad. El contexto transmedia, las prácticas meméticas y la IA contribuyen a resignificar el conflicto existente en los comentarios de los posts, la actualidad, el fútbol y el discurso político. La cultura popular se convierte en material "cancionable" y compartible por una audiencia que no solo escucha, sino que también recrea, adapta y redistribuye. El objetivo de esta comunicación es examinar las características formales, los géneros musicales más utilizados y los significados culturales que adquieren estas canciones virales construidas a partir de materiales preexistentes, como comentarios de usuarios, la actualidad informativa o recetas de cocina. Se estudiarán casos concretos como "La canción del abogado", el episodio viral del robo de los gallos de Valladolid, las musicalizaciones de partidos de La Liga o las recetas cantadas de TikTok del creador @keepitsexi. El análisis muestra que estas canciones generadas por IA se articulan como una forma contemporánea de juglaría digital transmedia, una suerte de chirigota digital que parodia el conflicto en los comentarios en redes sociales y que narra la actualidad en clave musical y satírica. La IA facilita la creación de canciones a partir de algoritmos y estructuras meméticas que combinan intertextualidad, humor y yuxtaposición de textos con códigos disonantes, transformando lo popular en videomemes virales que se expanden por diversas plataformas y nos abocan al scroll infinito.

Referencias:

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York and London: New York University Press.

López Cano, Rubén. *Música dispersa. Apropiación, influencias, robos y remix en la era de la escucha digital*. Barcelona: Musikeon Books, 2018.

*Ponente

[†]Autor correspondiente: cande.sanchez@ua.es

[‡]Autor correspondiente: vinuelaeduardo@uniovi.es

Sanchez-Olmos, C., & Vinuela, E. (2017). The musicless music video as a spreadable meme video: Format, user interaction, and meaning on YouTube. *International Journal of Communication*, 11, 3634–3654.

Shifman, L. (2012). An anatomy of a YouTube meme. *New Media & Society*, 14(2), 187–203. <http://dx.doi.org/10.1177/1461444811412160>

Vernallis, Carol. *The Media Swirl: Politics, Audiovisuality, and Aesthetics*. Durham: Duke University Press, 2023.

Viñuela, Eduardo. "La música como elemento satírico en la edición de vídeos de contenido político en YouTube: el uso del AutoTune". *Revista de Comunicación de la SEECI*, 37, 2015, pp. 268-284.

Contraseña: redes sociales, TikTok, parodia, memética, IA y música, musicalización