

Call for papers

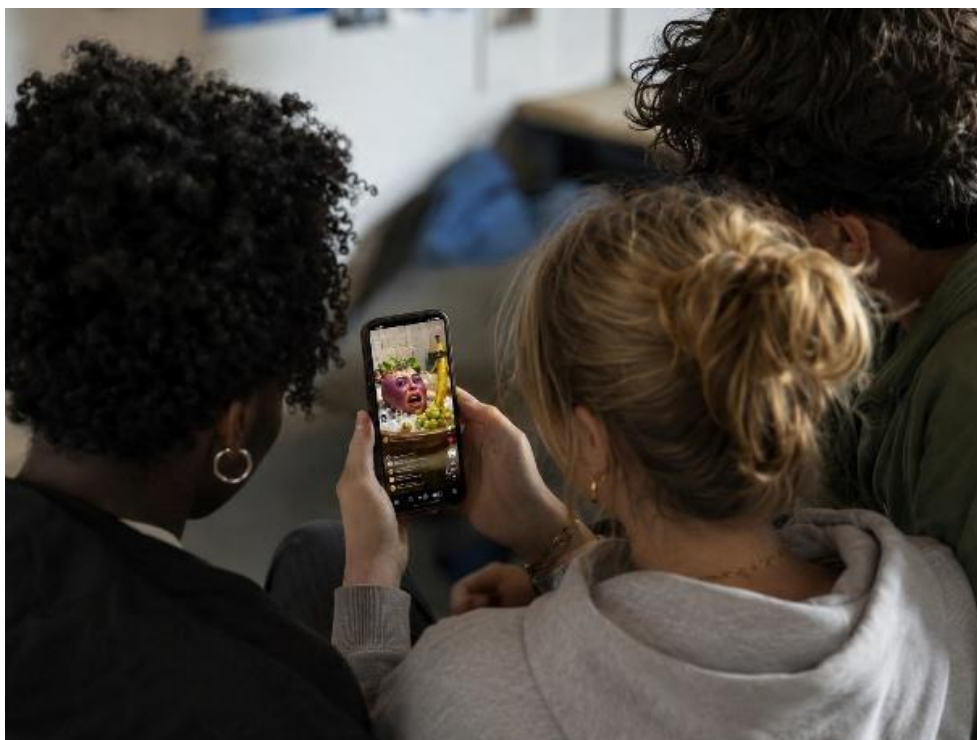
Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication V19N1 (enero 2028)

Fecha tope envíos: 1 de julio de 2027)

Envíos [aquí](#).

Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication invita al envío de textos para el monográfico ***Shitposting y contenidos efímeros: slop, memes y microtendencias en la comunicación contemporánea***, coordinado por la Dra. Nadia Alonso-López (Universitat Politècnica de València, València, España), el Dr. Pavel Sidorenko-Bautista (UNIR-Universidad Internacional de La Rioja, La Rioja, España) y el Dr. Fábio Giacomelli (Universidad de las Azores, Ponta Delgada, Portugal) que se publicará en enero de 2028 (V19N1). **Fecha tope de recepción de artículos: 1 de julio de 2027.** [See details in English language at the bottom.](#)

Shitposting y contenidos efímeros: slop, memes y microtendencias en la comunicación contemporánea/Shitposting and ephemeral content: slop, memes and micro-trends in contemporary communication



Fuente: Imagen generada con ChatGPT

Se propone el estudio de los fenómenos efímeros en internet y en las plataformas digitales, con especial atención a manifestaciones como el *brainrot*, los memes, los formatos virales, las microtendencias, las *frutinovelas* y otras expresiones culturales caracterizadas por su rápida viralización, mutación y obsolescencia. Estas formas comunicativas, tradicionalmente consideradas marginales, triviales o residuales, ocupan hoy una posición central en la configuración de imaginarios sociales, prácticas mediáticas, estrategias publicitarias, narrativas televisivas, discursos desinformativos y dinámicas de participación en redes sociales. Más que expresiones pasajeras o meramente anecdóticas, constituyen laboratorios acelerados de producción de sentido, en los que se ensayan nuevas gramáticas audiovisuales, formas de visibilidad, vínculos comunitarios y modos de intervención pública (Crilley & Saunders, 2025; Gross & Colson, 2025).

El auge de la inteligencia artificial generativa ha intensificado esta transformación al multiplicar la producción, reproducción y circulación de imágenes, textos, audios y vídeos marcados, con frecuencia, por la espontaneidad, el absurdo, la repetición, la baja fidelidad estética o la ausencia de un sentido narrativo convencional (Sidorenko Bautista & Abellán Hernández, 2025). Esta proliferación de contenidos sintéticos se relaciona con el debate reciente en torno al *AI slop*, entendido como una producción masiva, automatizada y frecuentemente degradada de contenidos digitales que puede saturar los entornos informativos y culturales (Abellán Hernández & Sidorenko Bautista, 2026). En un contexto en el que la cultura digital se define por temporalidades aceleradas, estéticas de la mutación y una creciente indistinción entre creatividad humana, automatización algorítmica y producción sintética, fenómenos como el *brainrot* o las *frutinovelas* concentran una parte significativa de la atención de las audiencias y empiezan a influir en las formas de concebir, producir y consumir relatos audiovisuales (Chateau, 2026). Asimismo, estos formatos intervienen en la circulación pública de saberes, controversias científicas, discursos pseudocientíficos y narrativas sobre salud, clima o tecnología, especialmente cuando adoptan gramáticas meméticas, virales o sintéticas propias de las plataformas digitales. La naturaleza inestable de estos objetos demanda aproximaciones metodológicas sensibles a la velocidad de las plataformas, a la mutación de los formatos, a la circulación transnacional de las tendencias y a la dificultad de preservar materiales que pueden desaparecer, recombinarse o resignificarse en periodos muy breves (Olivares-Delgado & Delgado-Laguna, 2026).

Este monográfico busca reunir investigaciones que examinen cómo estos fenómenos efímeros producen sentido, generan comunidades, transforman industrias culturales y reconfiguran las relaciones entre audiencias, plataformas, marcas, medios y tecnologías. Interesa especialmente analizar su impacto en las narrativas y formatos audiovisuales contemporáneos, desde la televisión y el entretenimiento hasta la publicidad, las redes sociales, los vídeos breves, los contenidos seriados, los formatos híbridos y las ficciones generadas o amplificadas mediante inteligencia artificial.

Se aceptarán contribuciones teóricas, empíricas, metodológicas, comparadas o interdisciplinarias que dialoguen con debates internacionales en comunicación, estudios de plataformas, cultura visual, estudios televisivos, publicidad, sociología digital, semiótica, estudios culturales, desinformación e inteligencia artificial. Serán especialmente valorados los trabajos que analicen objetos emergentes, desarrollen marcos conceptuales innovadores o propongan metodologías capaces de capturar, archivar, contextualizar e interpretar fenómenos volátiles, multimodales, de rápida desaparición y amplia repercusión en el ámbito audiovisual.

Las líneas de investigación que tendrían cabida son:

1. **Cultura memética, *brainrot* y nuevas gramáticas de la viralidad digital.**
2. **Temporalidades efímeras, obsolescencia acelerada y ciclos de atención en plataformas.**
3. **Inteligencia artificial generativa, automatización creativa y producción sintética de contenidos virales.**
4. **Impacto y transformación de las narrativas audiovisuales, televisivas y seriadas por efecto de lógicas meméticas, algorítmicas y efímeras.**
5. **Repercusión de las estéticas meméticas y las tendencias digitales en publicidad y marcas.**
6. **Redes sociales, algoritmos de recomendación y circulación transnacional de microtendencias.**
7. **Comunidades digitales, pertenencia, humor, ironía y códigos culturales de nicho.**

8. Desafíos metodológicos para capturar, archivar y analizar contenidos efímeros, multimodales, algorítmicos y de rápida desaparición.
9. Desinformación, política, polarización y usos estratégicos de formatos virales efímeros.
10. Ética, autoría, autenticidad y gobernanza de contenidos generados, apropiados o amplificados por IA.
11. Comunicación pública de la ciencia, pseudociencia y circulación memética de controversias científicas, sanitarias, climáticas o tecnológicas en formatos virales efímeros.

Algunas preguntas orientadoras:

- ¿De qué manera los fenómenos efímeros de internet producen sentido social, cultural y político en entornos digitales caracterizados por la aceleración, la mutación y la obsolescencia?
- ¿Cómo transforman las lógicas meméticas, algorítmicas y virales las narrativas audiovisuales contemporáneas, incluyendo la televisión, los contenidos seriados, la publicidad, los vídeos breves y las ficciones digitales?
- ¿Qué papel desempeña la inteligencia artificial generativa en la producción, reproducción, circulación y resignificación de contenidos efímeros, sintéticos o de baja fidelidad estética en las plataformas digitales?
- ¿Cómo se configuran comunidades, códigos culturales de nicho, formas de pertenencia, humor, ironía y participación pública en torno a formatos digitales de rápida viralización y desaparición?
- ¿Qué desafíos metodológicos, éticos y epistemológicos plantea el estudio de objetos comunicativos volátiles, multimodales, algorítmicamente mediados y parcialmente inestables, especialmente en relación con su captura, archivo, análisis e interpretación crítica?

Referencias:

- Abellán Hernández, María, & Sidorenko Bautista, Pavel (2026, 24 de marzo). 'Slopagenda': cuando el contenido basura anula nuestra capacidad crítica. *The Conversation*.
<https://theconversation.com/slopagenda-cuando-el-contenido-basura-anula-nuestra-capacidad-critica-278508>
- Chateau, Lucie (2026). Italian Brainrot as a GenAI Meme: The Evolution of Slop and Brainrot Aesthetics in the Digital Cultural Economy. *OSF*. https://doi.org/10.33767/osf.io/xze26_v1
- Crilly, Rhys & Saunders, Robert A. (2025). The resonant slop machine: public diplomacy and strategic narratives in the age of artificial intelligence. *Place Brand Public Diplomacy*.
<https://doi.org/10.1057/s41254-025-00419-z>
- Gross, Eduard-Claudiu & Colson, Alicia- J. M. (2025). AI-slop and political propaganda: The role of AI-generated content in memes and influence campaigns. *EON*, 6(3), 289–298.
<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1392959>
- Olivares-Delgado, Fernando y Delgado-Laguna, Isabel (2026). Italian Brainrot e Inteligencia Artificial Generativa. El hiperengagement de lo absurdo en TikTok. *Revista Latina de Comunicación Social*, (85), 1–35. <https://doi.org/10.4185/rlds-2027-2581>
- Sidorenko-Bautista, Pavel y Abellán-Hernández, María (2025, 27 de abril). *Cocodrilos voladores y cerebros podridos: el absurdo triunfa en internet*. *The Conversation*.
<https://theconversation.com/cocodrilos-voladores-y-cerebros-podridos-el-absurdo-triunfa-en-internet-254636>

Call for papers

Revista Mediterránea de Comunicación/ Mediterranean Journal of Communication V19N1

(January 2028)

Deadline: July 1, 2027

For submission click on this [link](#)

[Revista Mediterránea de Comunicación / Mediterranean Journal of Communication](#) invites the submission of texts for the monograph **Shitposting and ephemeral content: slop, memes and micro-trends in contemporary communication**, coordinated by Dr. Nadia Alonso-López (Universitat Politècnica de València, Valencia, Spain), Dr. Pavel Sidorenko-Bautista (UNIR-International University of La Rioja, La Rioja, Spain), and Dr. Fábio Giacomelli (University of the Azores, Ponta Delgada, Portugal), which will be published in January 2028 (V19N1). **Deadline: July 1, 2027.**

Shitposting and ephemeral content: slop, memes and micro-trends in contemporary communication

The proposal is to examine ephemeral phenomena on the internet and digital platforms, with a particular focus on 'brainrot', memes, viral formats, micro-trends, 'frutinovelas' and other cultural expressions characterized by rapid viral spread, mutation and obsolescence. These forms of communication, traditionally regarded as marginal, trivial or residual, now occupy a central position in shaping social imaginaries, media practices, advertising strategies, television narratives, disinformation discourses and the dynamics of participation on social media. Rather than being fleeting or merely anecdotal expressions, they constitute accelerated laboratories to produce meaning, in which new audiovisual grammar, forms of visibility, community ties and modes of public engagement are tested (Crilley & Saunders, 2025; Gross & Colson, 2025).

The rise of generative artificial intelligence has intensified this transformation by multiplying the production, reproduction and circulation of images, texts, audio and videos that are often characterized by spontaneity, absurdity, repetition, low aesthetic fidelity or the absence of a conventional narrative (Sidorenko Bautista & Abellán Hernández, 2025). This proliferation of synthetic content is linked to the recent debate surrounding 'AI slop', understood as the mass-produced, automated and often low-quality output of digital content that can saturate informational and cultural environments (Abellán Hernández & Sidorenko Bautista, 2026). In a context where digital culture is defined by accelerated temporalities, aesthetics of mutation and a growing blurring of the lines between human creativity, algorithmic automation and synthetic production, phenomena such as 'brainrot' or 'frutinovelas' command a significant share of audiences' attention and are beginning to influence the ways in which audiovisual narratives are conceived, produced and consumed (Chateau, 2026). Furthermore, these formats play a role in the public circulation of knowledge, scientific controversies, pseudoscientific discourses, and narratives concerning health, climate, or technology, particularly when they adopt the memetic, viral, or synthetic conventions characteristic of digital platforms. The unstable nature of these objects calls for methodological approaches that take into account the speed of platforms, the evolution of formats, the transnational circulation of trends, and the difficulty of preserving materials that may disappear, be recombined or take on new meanings within very short periods of time (Olivares-Delgado & Delgado-Laguna, 2026).

This special issue aims to bring together research examining how these ephemeral phenomena produce meaning, generate communities, transform cultural industries, and reconfigure the relationships between audiences, platforms, brands, media, and technologies. Of particular interest is an analysis of their impact on contemporary audiovisual narratives and formats, ranging from television and entertainment to advertising, social media, short-form videos, serialized content, hybrid formats and fiction generated or amplified by artificial intelligence.

We welcome theoretical, empirical, methodological, comparative or interdisciplinary contributions that engage with international debates in communication, platform studies, visual culture, television studies, advertising, digital sociology, semiotics, cultural studies, disinformation and artificial intelligence. Particular consideration will be given to papers that analyze emerging phenomena, develop innovative conceptual frameworks, or propose methodologies capable of capturing, archiving, contextualizing, and interpreting volatile, short-lived phenomena with wide-reaching impact in the audiovisual sphere.

The lines of research that could be included are:

1. **Memetic culture, brainrot and new grammars of digital virality.**
2. **Ephemeral temporalities, accelerated obsolescence and attention cycles on platforms.**
3. **Generative artificial intelligence, creative automation and the synthetic production of viral content.**
4. **The impact and transformation of audiovisual, television and series-based narratives as a result of memetic, algorithmic and ephemeral logics.**
5. **The impact of memetic aesthetics and digital trends on advertising and brands.**
6. **Social media, recommendation algorithms and the transnational circulation of micro-trends.**
7. **Digital communities, a sense of belonging, humor, irony and niche cultural codes.**
8. **Methodological challenges in capturing, archiving and analyzing ephemeral, multimodal, algorithmic and rapidly disappearing content.**
9. **Disinformation, politics, polarization and strategic uses of ephemeral viral formats.**
10. **Ethics, authorship, authenticity and governance of content generated, appropriated or amplified by AI.**
11. **Public communication of science, pseudoscience and the memetic circulation of scientific, health, climate or technological controversies in ephemeral viral formats.**

Some guiding questions:

- **How do ephemeral internet phenomena generate social, cultural and political meaning in digital environments characterised by acceleration, mutation and obsolescence?**
- **How do memetic, algorithmic and viral logics transform contemporary audiovisual narratives, including television, serialised content, advertising, short videos and digital fiction?**
- **What role does generative artificial intelligence play in the production, reproduction, circulation and reinterpretation of ephemeral, synthetic or aesthetically low-fidelity content on digital platforms?**
- **How are communities, niche cultural codes, forms of belonging, humour, irony and public participation shaped around digital formats that go viral and disappear rapidly?**
- **What methodological, ethical and epistemological challenges does the study of volatile, multimodal, algorithmically mediated and partially unstable communicative objects pose, particularly in relation to their capture, archiving, analysis and critical interpretation?**

References

Abellán Hernández, María, & Sidorenko Bautista, Pavel (2026, 24 de marzo). *'Slopaganda': cuando el contenido basura anula nuestra capacidad crítica*. The Conversation.
<https://theconversation.com/slopaganda-cuando-el-contenido-basura-anula-nuestra-capacidad-critica-278508>

Chateau, Lucie (2026). Italian Brainrot as a GenAI Meme: The Evolution of Slop and Brainrot Aesthetics in the Digital Cultural Economy. *OSF*. https://doi.org/10.33767/osf.io/xze26_v1

Crilley, Rhys & Saunders, Robert A. (2025). The resonant slop machine: public diplomacy and strategic narratives in the age of artificial intelligence. *Place Brand Public Diplomacy*.
<https://doi.org/10.1057/s41254-025-00419-z>

Gross, Eduard-Claudiu & Colson, Alicia- J. M. (2025). AI-slop and political propaganda: The role of AI-generated content in memes and influence campaigns. *EON*, 6(3), 289–298.
<https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1392959>

Olivares-Delgado, Fernando y Delgado-Laguna, Isabel (2026). Italian Brainrot e Inteligencia Artificial Generativa. El hiperengagement de lo absurdo en TikTok. *Revista Latina de Comunicación Social*, (85), 1–35. <https://doi.org/10.4185/rlds-2027-2581>

Sidorenko-Bautista, Pavel y Abellán-Hernández, María (2025, 27 de abril). *Cocodrilos voladores y cerebros podridos: el absurdo triunfa en internet*. The Conversation.
<https://theconversation.com/cocodrilos-voladores-y-cerebros-podridos-el-absurdo-triunfa-en-internet-254636>