

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 16 • Vol. I • Año 2016

La comunicación es líquida

Pablo Blesa Aledo, **Universidad Católica de Murcia (España)**
Director de la revista *Sphera Publica*
pblesa@ucam.edu

Sphera Pública es la revista científica señera y emblemática de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la UCAM, acrisolada a lo largo de ya lustros a golpes de corazón, voluntarismo generoso y pasión desbordante por un equipo romántico, inspirado y entregado del claustro docente; comprometido a base de garra y de conocimiento con el bagaje temporal y el poso de excelencia que la publicación ha ido aquilatando en su decurso madurativo hasta alcanzar este último número.

Este número 16, editado en julio de 2016, apreciará el lector, no traiciona en absoluto las esencias canónicas y puristas que han impregnado tradicionalmente a la revista, ni se desvía de su método cauto e incisivo en la elección de los artículos que engrosa, gracias a un comité de selección siempre riguroso, ecuaníme y diligente en el cometido tutelar de alquitarar con objetividad los mejores trabajos de entre los propuestos. Las páginas de *Sphera* han estado siempre abiertas a temáticas varias, con una idiosincrasia de afecto por la pluralidad de enfoques y un gusto expreso por la actualidad de los fenómenos que inciden con preeminencia en ese campo científico inmarcesible y líquido que es la Comunicación.

Este enfoque multidisciplinar se hace más palpable si cabe en el presente número 16, donde además aparecen varios trabajos (Pou y Sahuquillo, Carceller, Hernández y Cano) que proceden del Congreso Internacional Laudato SI sobre Ecología y Medio Ambiente, en homenaje al Papa Francisco y celebrado del 2 al 6 de marzo en la Universidad Católica de Murcia. A estos artículos, acompañan otros de temáticas tan diversas y sugerentes como el fenómeno transmedia en Japón (López), el Estatuto de Guernica en la prensa madrileña (Reguero), el perfil del consumidor

de Moda (Llovet), la gestión de la comunicación empresarial en Facebook (Quiles, Martínez y Monserrat) y las negociaciones de un dircom con sus públicos (Medina y Buil). Además, la doctora María Dolores Lorán, especialista en comunicación corporativa audiovisual, reseña la obra reciente de Urcola Tellería y Urcola Martiarena (2015).

Como Decano de la Facultad es para mí un honor que mis palabras actúen como antesala y sirvan de incitación a la lectura y el degustado de artículos tan valiosos y originales como los que aquí se compilan, y por los que felicito en primer término a sus autores, y también al equipo de profesores y autoridades que los han cribado y seleccionado para que luzcan con capacidad para instruirnos, guiarnos e inspirarnos en la topografía amazónica de las Ciencias de la Comunicación, cada vez más transversal y líquida.