

Sphera Publica

REVISTA DE CIENCIAS SOCIALES Y DE LA COMUNICACIÓN

sphera.ucam.edu

ISSN: 1576-4192 • Número 19 • Vol. I • Año 2019

Presentación

Este nuevo número de *Sphera Publica* (volumen 1, número 19) presenta artículos procedentes de España, México y Brasil, confirmando su apuesta por la investigación multidisciplinar en ciencias sociales, tendiendo puentes con Latinoamérica y mezclando tanto propuestas de enfoque teórico como otros trabajos empíricos con casos de estudio diversos.

El volumen que aquí se presenta es ejemplo de dicha diversidad. Alonzo González recupera la herencia de Alvin Toffler y Jean Cloutier para comparar el uso que se ha dado a los conceptos de “prosumidor” y “emirec”, para contextualizar su utilidad al describir al usuario creador de contenidos en internet. Por su parte, Martínez Polo realiza una revisión crítica, combinada con entrevistas, para clarificar el concepto de economía colaborativa en una era de capitalismo digital.

Sanz y Micaletto presentan un análisis semiótico del Branded Content en los festivales de publicidad españoles. Los autores analizan los rasgos definitorios de este recurso publicitario a partir del esquema de valores de consumo de Semprini. Desde Brasil, Coutinho, Mata y Pereira analizan la segunda ronda de las elecciones presidenciales de su país en 2018, con un trabajo que se centra en el perfil del candidato Bolsonaro en Instagram, así como en el Jornal Nacional y el rol vigilante que presuntamente adopta internet frente a los medios tradicionales.

Por último Calvo, Cantero y Serrano utilizan el modelo más contemporáneo y global que existe para analizar la comunicación, la narrativa transmedia, para sistematizar su aplicación en una celebración tan antigua como la Semana Santa de Cuenca. Este es el catálogo que presente el volumen 1 del número 19 de *Sphera Publica*.

Coordinación editorial de *Sphera Publica*