

Comunicar(se) en el siglo XXI

Doce propuestas de estudio
sobre la comunicación



Marta García González
Aurora García González (ed.)

EDITORIAL COMARES



Comunicar(se) en el siglo XXI

Marta García González
Aurora García González
(eds.)

Comunicar(se) en el siglo XXI

Doce propuestas de estudio sobre la comunicación

Granada, 2014

Colección indexada en la MLA International Bibliography desde 2005

EDITORIAL COMARES

INTERLINGUA

137

Directores académicos de la colección:

EMILIO ORTEGA ARJONILLA

PEDRO SAN GINÉS AGUILAR

Comité Científico (Asesor):

ESPERANZA ALARCÓN NAVÍO Universidad de Granada	MARIA JOAO MARÇALO Universidade de Évora
JESÚS BAIGORRI JALÓN Universidad de Salamanca	HUGO MARQUANT Institut Libre Marie Haps, Bruxelles
CHRISTIAN BALLIU ISTI, Bruxelles	FRANCISCO MATTE BON LUSPIO, Roma
LORENZO BLINI LUSPIO, Roma	JOSÉ MANUEL MUÑOZ MUÑOZ Universidad de Córdoba
ANABEL BORJA ALBÍ Universitat Jaume I de Castellón	FERNANDO NAVARRO DOMÍNGUEZ Universidad de Alicante
NICOLÁS A. CAMPOS PLAZA Universidad de Murcia	NOBEL A. PERDU HONEYMAN Universidad de Almería
MIGUEL A. CANDEL MORA Universidad Politécnica de Valencia	MOISÉS PONCE DE LEÓN IGLESIAS Université de Rennes 2 – Haute Bretagne
ÁNGELA COLLADOS AÍS Universidad de Granada	BERNARD THIRY Institut Libre Marie Haps, Bruxelles
ELENA ECHEVERRÍA PEREDA Universidad de Málaga	FERNANDO TODA IGLESIA Universidad de Salamanca
PILAR ELENA GARCÍA Universidad de Salamanca	ARLETTE VÉGLIA Universidad Autónoma de Madrid
FRANCISCO J. GARCÍA MARCOS Universidad de Almería	CHELO VARGAS SIERRA Universidad de Alicante
CATALINA JIMÉNEZ HURTADO Universidad de Granada	MERCEDES VELLA RAMÍREZ Universidad de Córdoba
ÓSCAR JIMÉNEZ SERRANO Universidad de Granada	ÁFRICA VIDAL CLARAMONTE Universidad de Salamanca
HELENA LOZANO Università di Trieste	GERD WOTJAK Universidad de Leipzig
JUAN DE DIOS LUQUE DURÁN Universidad de Granada	

ENVÍO DE PROPUESTAS DE PUBLICACIÓN:

Las propuestas de publicación han de ser remitidas (en archivo adjunto, con formato PDF) a alguna de las siguientes direcciones electrónicas: eortega@uma.es, psgines@ugr.es

Antes de aceptar una obra para su publicación en la colección INTERLINGUA, ésta habrá de ser sometida a una revisión anónima por pares. Para llevarla a cabo se contará, inicialmente, con los miembros del comité científico asesor. En casos justificados, se acudirá a otros especialistas de reconocido prestigio en la materia objeto de consideración.

Los autores conocerán el resultado de la evaluación previa en un plazo no superior a 60 días. Una vez aceptada la obra para su publicación en INTERLINGUA (o integradas las modificaciones que se hiciesen constar en el resultado de la evaluación), habrán de dirigirse a la Editorial Comares para iniciar el proceso de edición.

© Los autores

Editorial Comares, S.L.

Polígono Juncaril • C/ Baza, parcela 208

18220 Albolote (Granada)

Tlf.: 958 465 382

E-mail: libreriacomares@comares.com

<http://www.editorialcomares.com>

ISBN: 978-84-9045-237-0 • Depósito legal: Gr. 439/2015

Fotocomposición, impresión y encuadernación: COMARES

Sumario

Comunicar(se) en el siglo XXI: ¿Qué ha cambiado? ¿Qué sigue igual? <i>Marta García González & Aurora García González</i>	1
Medios alternativos como respuesta al proceso de homogeneización informativa. La prensa gallega. <i>Lorena Arévalo Iglesias y Alba López Bolás</i>	13
Specialised Communication in English and Spanish: A Corpus-Based Study on Paul Krugman's Press Articles. <i>Jesús Meiriño-Gómez</i>	31
El humor gráfico en la prensa: de la opinión desdibujada a la opinión desubicada. <i>Félix Caballero Wangüemert y Mercedes Román Portas</i>	49
La fotografía y el lenguaje como fuente de la memoria histórica social. <i>Joaquín Antonio Vallejo Moreno</i>	69
Children's Programming on Spanish Regional Channels: The Case of the Galician Television (TVG). <i>Beatriz Feijoo Fernández and Aurora García González</i>	87
Señas de identidad de la marca James Bond. <i>Vicente Badenes Pla</i>	103
Analysis of Technical and Stylistic Aspects of Creative Subtitling and their Application to Audiovisual. Products for Deaf and Hard of Hearing Children: Towards an Improvement in Communicative Success. <i>Cayetana Álvarez Raposeiras</i>	123
Comunicación, accesibilidad, nuevas tecnologías y ocio: el «teatro accesible» (en minúsculas y en mayúsculas). <i>Joan Miquel-Vergés</i>	143
O «Social Training» como instrumento para reforçar e aumentar o entendimento da comunicación não verbal e da sua importância para o processo de tomada de decisões e escolhas. <i>Maria João Ramos Monteiro Soares Ribeiro</i>	171
Estrategias publicitarias innovadoras en la economía del conocimiento: el papel del espíritu emprendedor corporativo. <i>M.ª Esmeralda Lardón López y Víctor J. García Morales</i> ..	189
El Derecho en tanto cultura, la cultura del Derecho: nuevos campos de comunicación y mediación en ámbitos histórico-sistémicos altamente diferenciados. <i>Arturo Parada Diéguez</i>	203
Algunas reflexiones sobre la ubicación académica de los Estudios de Traducción. <i>Oscar Díaz Fouces</i>	225

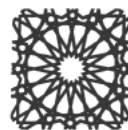
colección:
INTERLINGUA

137

Dirigida por:
Emilio Ortega Arjonilla y Pedro San Ginés Aguilar

BREVE SINOPSIS

El presente volumen aborda el estudio de la Comunicación entendida en su sentido más amplio, aquel en el que se considera la puesta en común de información, ideas, opiniones, pensamientos, sensaciones, opiniones. Desde esa óptica, los trabajos que lo conforman exploran formas de comunicación en algunos casos tan aparentemente alejadas como pueden ser la programación televisiva infantil, el lenguaje especializado económico, el humor gráfico o las películas de James Bond. La obra recoge, además, varias contribuciones centradas en el análisis de la accesibilidad y la mediación lingüística e intercultural, actividades esenciales en muchas situaciones comunicativas y consideradas actos de comunicación en sí mismas. Como meta última, la monografía busca hacer al lector reflexionar sobre en qué medida los avances de las nuevas tecnologías han supuesto una revolución en la forma en la que comunicamos, en la forma en que nos comunicamos, o en la forma en que se nos comunica.



COMARES
editorial

ISBN 978-84-9045-237-0



9 788490 452370