



**SCUOLA SUPERIORE PER MEDIATORI LINGUISTICI**  
(Decreto Ministero dell'Università 31/07/2003)

Via P. S. Mancini, 2 – 00196 - Roma

**TESI DI DIPLOMA  
DI  
MEDIATORE LINGUISTICO**

**(Curriculum Interprete e Traduttore)**

Equipollente ai Diplomi di Laurea rilasciati dalle Università al termine dei Corsi afferenti alla classe delle

**LAUREE UNIVERSITARIE  
IN  
SCIENZE DELLA MEDIAZIONE LINGUISTICA**

**TITOLO TESI  
La multimedialità in relazione ai social network**

RELATORI:  
Prof.ssa Adriana Bisirri

CORRELATORI:  
Prof. Massimo Micheli  
Prof.ssa Luciana Banegas  
Prof.ssa Maggie Paparusso

CANDIDATA:

BRACAGLIA LUDOVICA  
3135

**ANNO ACCADEMICO 2022/2023**



Ai miei nonni,  
ab imo pectore.



## Sommario

<i>INTRODUZIONE</i> .....	9
<i>1. La comunicazione multimediale</i> .....	11
<i>1.1. Il ruolo dei multimedia nell'infanzia</i> .....	15
<i>1.2. La multimedialità e la didattica</i> .....	21
<i>1.3. Il linguaggio nella multimedialità</i> .....	25
<i>2. La traduzione audiovisiva</i> .....	29
<i>2.1. Il doppiaggio</i> .....	33
<i>2.2. La sottotitolazione</i> .....	37
<i>2.3. I profili linguistici e culturali</i> .....	41
<i>2.4. L'importanza della traduzione social</i> .....	47
<i>3. I social network come canale comunicativo</i> .....	50
<i>3.1. Gli effetti nel comportamento umano</i> .....	56
<i>3.2. Le opportunità e i rischi sui giovani</i> .....	60
<i>CONCLUSIONI</i> .....	65
<i>INTRODUCTION</i> .....	68
<i>1. Multimedia communication</i> .....	70
<i>1.1. The role of multimedia in childhood</i> .....	72
<i>1.2. Multimedia and didactics</i> .....	74
<i>1.3. Language in multimedia</i> .....	75

<i>2. Audiovisual translation</i> .....	77
<i>2.2. Subtitling</i> .....	80
<i>2.4. The importance of social translation</i> .....	84
<i>3. Social networks as a communication channel</i> .....	87
<i>3.2. The opportunities and risks for young people</i> .....	91
<i>CONCLUSIONS</i> .....	94
<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	97
<i>1. La comunicación multimedia</i> .....	99
<i>1.1. El papel de los multimedia en la infancia</i> .....	101
<i>1.2. El multimedia y la didáctica</i> .....	104
<i>1.3. El lenguaje en el multimedia</i> .....	105
<i>2. La traducción audiovisual</i> .....	107
<i>2.1. El doblaje</i> .....	108
<i>2.2. La subtitulación</i> .....	110
<i>2.3. Los perfiles lingüísticos y culturales</i> .....	111
<i>2.4. La importancia de la traducción social</i> .....	115
<i>3. Las redes sociales como canal de comunicación</i> .....	118
<i>3.1. Los efectos en el comportamiento humano</i> .....	120
<i>3.2. Las oportunidades y los riesgos para los jóvenes</i> .....	122
<i>CONCLUSIONES</i> .....	126

<i>RINGRAZIAMENTI</i> .....	128
<i>BIBLIOGRAFIA</i> .....	133
<i>SITOGRAFIA</i> .....	135

# **LA MULTIMEDIALITÀ IN RELAZIONE AI SOCIAL NETWORK**

SEZIONE ITALIANO

## *INTRODUZIONE*

La multimedialità nella vita delle persone è stato uno dei fenomeni sociali di maggior impatto degli ultimi due decenni, e l'emergere dei social network in particolare ha creato le condizioni perfette per una rivoluzione nella rivoluzione. L'accesso ai media è sinonimo di trasmissione di cultura, notizie e intrattenimento in ogni angolo del globo e il mondo è ormai considerato un villaggio globale.

Nella presente tesi di laurea verrà affrontato il tema della multimedialità in relazione ai social network, e verrà illustrato come le due cose siano inestricabilmente legate attraverso il ruolo che svolge anche la traduzione audiovisiva. La traduzione nei media è importante perché consente di superare le barriere linguistiche e di raggiungere un pubblico globale. In altre parole, quando i contenuti sono condivisi e compresi da più persone in tutto il mondo, possono diffondere più informazioni e aumentare la consapevolezza culturale.

Nel seguente elaborato sarà dapprima trattato il tema della multimedialità come chiave di lettura specifica in un campo particolare, in secondo luogo saranno approfonditi gli aspetti della traduzione audiovisiva nota anche come multimediale, legata con ciò che la contraddistingue, e infine si tratterà il tema dei social network e, più in particolare, di come i social network possono influenzare il comportamento umano e il modo in cui influenzano l'istruzione.

Le motivazioni dietro l'approfondimento di tali temi nascono da un immenso interesse per i media e i social network. Al giorno d'oggi non si può distogliere lo sguardo da come questi rendano il mondo così

accessibile a tutti ma allo stesso tempo contribuiscano a cambiare la realtà e a creare una verità da comprendere.

A questo interesse, si accompagna un'attrazione senza eguali per la traduzione audiovisiva, e quando i due si incontrano suscitano un completo trasporto.

L'obiettivo del seguente elaborato è quello di prendere degli argomenti così noti e onnipresenti come la multimedialità e i social network, enumerando i vari aspetti della sua importanza attuale, e il ruolo che la traduzione audiovisiva ha nel mondo, perché per quanto vicini questi due concetti possono essere, naturalmente gli uni condizionano gli altri.

## *1. La comunicazione multimediale*

*“Chiunque controlli i media, le immagini  
controlla la cultura.”*

*- Allen Ginsberg*

Comunicare è un'esigenza basilare della quotidianità. Si passa molto tempo a comunicare durante la giornata, trasmettendo idee, pensieri, progetti, domande e nuove informazioni. E nell'era digitale, parte della comunicazione è mediata dalle nuove tecnologie.

La comunicazione ci permette di "funzionare" come individui continuamente coinvolti in dinamiche di gruppo per la necessità di creare legami con altre persone. Tuttavia, nel corso dei secoli, i modi e i mezzi di comunicazione hanno subito diverse rivoluzioni.

Prima della rivoluzione industriale, lo scambio culturale era difficile perché le culture erano in gran parte locali e non esistevano mezzi di comunicazione o di trasporto rapidi. Tuttavia, verso la metà e la fine del XIX secolo sono emerse diverse tecnologie a questo scopo. In primo luogo, le tecniche di stampa commerciale migliorarono e divennero più comuni, poi nuove tecniche di "lastre umide" resero popolare la fotografia. Poi, nel 1877, Edison<sup>1</sup> inventò il fonografo. Queste tecnologie hanno favorito la prima grande ondata di cultura popolare diffusa dai nuovi media. All'inizio del XX secolo, Edison inventò una tecnologia che creò un nuovo mercato di massa attraverso le immagini in movimento. La comunicazione attraverso i nuovi media ha sempre portato grandi

---

<sup>1</sup> Thomas Alva Edison, 1847- 1931, inventore e imprenditore statunitense

cambiamenti nel modo di comunicare delle persone e quindi nella società.

Secondo Marshall McLuhan<sup>2</sup>, tutti i grandi cambiamenti nei media hanno avuto un profondo impatto sulla società, modificando la formazione delle idee, dei valori condivisi e del pensiero critico. La nascita di Internet ha segnato l'alba dell'era digitale moderna e oggi le persone scambiano una grande quantità di informazioni e comunicano attraverso i media digitali (spesso multimediali), utilizzando molteplici canali di comunicazione.

Così come Gutenberg<sup>3</sup> inventò un modo veloce e relativamente economico per diffondere la stampa, l'avvento dei computer e di Internet ha reso la diffusione multimediale delle informazioni più pratica ed economica, raggiungendo lentamente ma inesorabilmente tutti, o almeno gran parte della popolazione mondiale.

Basti pensare ai post sui social media; in pochi anni, la maggior parte di essi si è evoluta da semplice testo a messaggio multimediale, con video, audio, link e foto aggiunti alle parole. Pertanto, comunicano utilizzando diversi canali di comunicazione (immagini, parole, video, audio) e diverse piattaforme (blog, social media).

Più precisamente, i messaggi che fanno uso di più canali di comunicazione, come audio, video, immagini, testo e musica, sono chiamati contenuti multimediali. Ad esempio, Wikipedia<sup>4</sup> che è la più nota enciclopedia libera su Internet, permette di associare il testo di una

---

<sup>2</sup> Marshall McLuhan, 1911-1980, sociologo, filosofo, critico letterario e professore canadese

<sup>3</sup> Johannes Gensfleisch della corte di Gutenberg, 1400 circa-1468, orafo e tipografo tedesco

<sup>4</sup> Wikipedia, 2001, enciclopedia online, libera e collaborativa

voce a musica, video, immagini e link a seconda delle necessità per integrare o completare la descrizione testuale.

Se è vero che anche le enciclopedie cartacee potevano associare al testo immagini e illustrazioni, il termine multimediale si riferisce generalmente alla comunicazione mediata dal computer. L'animazione, che combina la grafica digitale con musica, testo e voci fuori campo, è un esempio di prodotto multimediale che utilizza più canali di comunicazione.

È chiaro che più sono i media coinvolti, più diventa complesso padroneggiarli e gestirli per ottenere un prodotto coerente che comunichi efficacemente un messaggio. Per comprendere le comunicazioni multimediali di oggi, è utile anche una definizione di Web 2.0. Il Web 2.0 si riferisce a un insieme di interazioni online come blog, forum, chat, piattaforme di condivisione come YouTube<sup>5</sup> e social media come Facebook<sup>6</sup> e X<sup>7</sup> che consentono un elevato grado di interazione tra siti web e utenti, in contrasto con il cosiddetto web statico e il Web 1.0. Il Web 1.0, in contrapposizione al paradigma del web dinamico, si ottiene tipicamente attraverso appropriate tecniche di programmazione web e relative applicazioni associate al paradigma del web dinamico.

La recente evoluzione del web da contenitore di informazioni a strumento di interazione e relazione ha trasformato profondamente le dinamiche socioeconomiche e politiche che dominano la vita quotidiana. Innumerevoli studi hanno dimostrato come oggi le persone ascoltino e

---

<sup>5</sup> Youtube, 2005, piattaforma web 2.0.

<sup>6</sup> Facebook, 2004, social media e rete sociale statunitense

<sup>7</sup> X, 2006, servizio di notizie e microblogging statunitense

credano ad altre persone che dicono veramente la loro opinione in base alle proprie esperienze (siano esse di prodotti o di servizi).

Va da sé che la comunicazione multimediale ha subito una rapida accelerazione con la nascita del web 2.0. Grazie alla sua forza espressiva e comunicativa, la multimedialità si è diffusa in tutti i settori della cultura e della società, dall'istruzione ai giochi, dalla documentazione all'intrattenimento.

Oggi il canale linguistico tra mittente e destinatario è supportato da un (multi) canale tecnologico robusto e flessibile, basato su un alfabeto digitale. Questo canale è più vicino alla concretezza del corpo che all'astrazione della mente ed è incorporato nell'apparato neurosensoriale dell'uomo, trasformandone le capacità comunicative, espressive ed emotive. La multimedialità cerca quindi di ripristinare la natura globale delle connessioni cognitive e sensoriali tra l'uomo e il suo ambiente, mettendo in gioco non solo le parole ma anche le immagini e i suoni.

La multimedialità può quindi essere vista come l'integrazione di diversi media e linguaggi e viene talvolta confusa con l'interattività. Sebbene siano strettamente correlati, si tratta comunque di due concetti distinti e separati. L'interattività è un processo di comunicazione tra l'uomo e il software del computer, il cui comportamento non è fisso, ma ha la capacità di cambiare in risposta agli input dell'utente.

Un altro termine che spesso genera confusione quando si parla di multimedialità è l'ipertestualità. Si riferisce all'uso di testo, dati, grafica, audio e video come elementi di un sistema ipertestuale esteso in cui tutti

gli elementi sono collegati e i contenuti sono accessibili tramite collegamenti ipertestuali.

La multimedialità può quindi essere suddivisa in media lineari e non lineari. I primi procedono senza controllo o modifica da parte dell'utente, mentre i secondi interagiscono con l'utente e rispondono ai suoi input. L'istruzione è un'area importante in cui il multimediale viene utilizzato e in cui si svolge la formazione sui suoi contenuti.

I computer, Internet, i social network e gli smartphone sono i principali attori dell'era della comunicazione multimediale. La vita quotidiana di oggi è immersa in un flusso costante di informazioni multimediali, ipertestuali e interattive. La familiarità con le dinamiche della comunicazione, degli strumenti e delle tecnologie contemporanee è quindi un prerequisito quasi assoluto.

In conclusione, non c'è dubbio che i cittadini di tutto il mondo siano diventati all'unisono comunicatori multimediali e che la multimedialità sia più integrata di quanto si pensi.

### *1.1. Il ruolo dei multimedia nell'infanzia*

Grazie a dispositivi con accesso costante a internet e alla rete, la capacità di comunicare è stata notevolmente semplificata, l'accesso alle informazioni è stato ampliato e il flusso di notizie è stato accelerato. Questi nuovi dispositivi digitali sono entrati rapidamente nelle vite e anche i bambini ne hanno subito approfittato. In particolare, sono i bambini a scoprire l'ambiente che li circonda avvicinandosi contemporaneamente a più stimoli di diversa natura, che solo in un secondo momento potranno distinguere separatamente. Nelle loro

attività, i bambini sviluppano interrelazioni che permettono loro di passare facilmente in diversi campi d'istruzione.

Un tempo i nonni leggevano le storie ai nipoti, oggi le raccontano in TV e nei cartoni animati: i bambini vivono già molte aree di sviluppo nelle opportunità offerte dalla multimedialità e, a differenza di molti adulti, non provano alcun disagio di fronte a questa tecnologia.

Fondamentalmente, i bambini preferiscono la multimedialità perché li tiene occupati a un livello più sensoriale rispetto alla lettura o allo studio dei libri. Loro arrivano a sperimentare e conoscere sé stessi, gli altri e il mondo attraverso un approccio che possiamo definire "multimediale".

Il bambino di oggi è un essere multimediale, perché la logica che utilizza per conoscere sé stesso e per relazionarsi con i suoi coetanei si basa sulla collaborazione e sull'integrazione di una grande varietà di media (telefono, radio, registratore, televisione, giornali, libri, album di figurine, giocattoli, ecc.).

Così, il mondo della comunicazione è radicalmente cambiato e i bambini sono ora in grado di comprendere e utilizzare queste risorse più degli adulti. Il loro modo di essere multimediale è del tutto naturale, incontrano e collaborano alla pari con codici (iconografici, acustici, simbolici, tattili) intesi inizialmente come non omologhi.

L'apprendimento multimediale funziona per "immersione" e quindi determina complicità, mentre l'apprendimento monomediale funziona per "astrazione". In questo caso, l'ascolto in un ambiente sonoro diventa la modalità di immersione per eccellenza. I "bambini mediali" operano in

una logica di contaminazione, rimando e incrocio spesso incomprensibile per gli adulti abituati a utilizzare i modelli tradizionali di alfabetizzazione.

I continui progressi tecnologici hanno portato a un drammatico aumento dell'uso dei dispositivi mobili. I bambini crescono ormai con computer, tablet, TV, smartphone, app e altri stimoli che catturano costantemente e fortemente la loro attenzione.

In Italia, ad esempio, otto bambini su dieci di età compresa tra i tre e i cinque anni conoscono l'uso del cellulare da parte dei genitori e nel 20% dei casi il primo utilizzo risale al primo anno di vita. Questo atteggiamento non è una deviazione negativa dovuta alla digitalizzazione della società, ma un normale riflesso dei bambini che imitano naturalmente il contesto e il comportamento dei genitori.

L'approccio naturale e rapido ai dispositivi tecnologici deriva in realtà da una semplice ragione. Schermi e display, soprattutto touch screen, sono strumenti che eliminano le barriere linguistiche e le difficoltà nell'articolare lettere e parole. Le esperienze che accendono l'intelligenza dei bambini oggi sono molto diverse da quelle del passato e si basano su metodi di apprendimento molto rapidi.

Negli anni '70, le innovazioni includevano i giochi meccanici che richiedevano un certo tipo di progettazione del gioco, i mattoncini Lego<sup>8</sup> con ingranaggi e parti mobili, le bambole che camminavano e parlavano e i giradischi per ascoltare le fiabe su dischi a 45 giri. Negli anni '80 la presenza della tecnologia nei giocattoli e il suo grado di interattività sono aumentati, si è affermato il concetto di gioco educativo, con circuiti elettrici e feedback sonori e luminosi che spesso comparivano in

---

<sup>8</sup> Lego, 1932, azienda danese produttrice di giocattoli

grassetto sulle confezioni dei giocattoli, mentre allo stesso tempo i giocattoli imitavano le realtà tecnologiche degli adulti, come macchine fotografiche, microscopi ottici e registratori. Dagli anni '90, la tecnologia si è intensificata; dai primi bambini con giochi computerizzati e attività limitate, simili agli odierni computer portatili, ai giocattoli computerizzati come il Game Boy<sup>9</sup> e la PlayStation<sup>10</sup>, impostati per eseguire una varietà di giochi a scelta dell'utente, alle videocamere e ai videoregistratori; si iniziò così a convivere con oggetti elettronici per casa, come videocamere e registratori. Alla nuova generazione mancheranno i "vecchi giochi" degli anni 2000, come i peluche interattivi che comunicano tra loro e riconoscono la voce dell'utente, i blocchi intelligenti programmabili della Lego Technics, la TV satellitare, i lettori CD e DVD e, soprattutto, i computer che non servono solo per giocare ma anche per imparare.

La tecnologia digitale è parte integrante della vita di bambini e adolescenti in quanto strumento essenziale per la comunicazione, le relazioni e l'apprendimento; in quanto tali, essi possono soddisfare i bisogni fondamentali, fornire opportunità di crescita e partecipazione e garantire il godimento dei diritti sanciti dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti dell'infanzia e dell'adolescenza. Il periodo intercorso durante la pandemia da Covid-19<sup>11</sup> ha aumentato notevolmente l'uso della tecnologia digitale e ha ulteriormente ridotto le fasce d'età che accedono ad essa.

I bambini e gli adolescenti hanno quindi bisogno di una guida adulta adeguata che li protegga fin dalla più tenera età, li aiuti a comprendere il

---

<sup>9</sup> Game Boy, 1989-2003, console per videogiochi

<sup>10</sup> PlayStation, 1994-2000, console per videogiochi

<sup>11</sup> Acronimo di Corona-Virus Disease

loro ambiente digitale, a riconoscere e gestire le loro emozioni e a sviluppare gradualmente la loro autonomia, il senso di responsabilità e il senso critico. In effetti, non è più utile fare una distinzione tra vita "offline" e "online" nel ragionamento quotidiano se si vuole comprendere a pieno i cambiamenti che si vivono; ciò è dovuto in parte alla precoce accessibilità dell'ambiente digitale e all'integrazione delle nostre esperienze con l'uso e la presenza della tecnologia.

La tecnologia intuitiva e alcune caratteristiche come il touch screen hanno infatti attratto e soddisfatto la curiosità di molti bambini. Ogni caratteristica, ogni colore, ogni suono di un dispositivo tecnologico è attentamente studiato da un gruppo di progettisti e psicologi per "coinvolgere" (questo vale anche per gli adulti). Per questo motivo gli accompagnatori nel mondo tecnologico devono essere supervisionati da adulti consapevoli e attenti e per quanto riguarda i risultati delle ricerche e le indicazioni della comunità scientifica, si possono fare delle considerazioni sull'esposizione generale alla tecnologia digitale, ma non tutti sono d'accordo sul suo impatto sul benessere psicofisico. La tecnologia non deve essere negata; al contrario, deve essere utilizzata al meglio, ad esempio evitando di usare lo smartphone come strumento di calma o di distrazione.

La tecnologia digitale non comporta di per sé rischi per lo sviluppo, ma il suo utilizzo deve essere regolato in base all'età e man mano che i ragazzi e le ragazze crescono, aumentano anche i fattori positivi derivanti dal loro utilizzo, contribuisce allo sviluppo delle capacità di problem solving.

È importante notare che i bambini non capiscono sostanzialmente la televisione con contenuti orientati ai bambini fino all'età di due anni, e a questa età imparano più dalle presentazioni della vita reale che dalle immagini. I neonati e i bambini molto piccoli hanno difficoltà a trasferire i nuovi apprendimenti dallo schermo alla vita reale, che è invece una rappresentazione in 3D.

Lo studio di Anderson<sup>12</sup> del 2007 ha rilevato che la visione della televisione non riesce a insegnare ai bambini di due anni quanto l'interazione dal vivo. Secondo il giornalista, la visione su schermi digitali dovrebbe essere negata ai bambini al di sotto dei due anni a causa delle associazioni per lo più negative, soprattutto per il linguaggio e il funzionamento esecutivo, solo la visione di programmi educativi ha un impatto positivo. Il concetto che egli ha espresso ha inoltre sostenuto che i mass media per i bambini incoraggiano il pensiero lassista, riducono le capacità cognitive e competono con attività più produttive per lo sviluppo. L'impatto negativo dei media digitali sul linguaggio è stato confermato anche da Brown<sup>13</sup> che spiega che gli effetti a lungo termine dei media sulle competenze linguistiche non sono ancora noti, mentre gli effetti a breve termine sono quasi "allarmanti". I bambini di uno o due anni che guardano molta televisione e video presentano ritardi nel linguaggio espressivo. Vale a dire che è stato inoltre dimostrato che trascorrere ore davanti alla televisione in tenera età riduce l'interazione con i coetanei e con i genitori, il che può portare a problemi cognitivi, linguistici, emotivi e sociali. Da questa ricerca emerge anche la

---

<sup>12</sup> Daniel R. Anderson, 1944, psicologo americano e professore emerito all'Università del Massachusetts Amherst

<sup>13</sup> D.h. Brown

problematica che i bambini che utilizzano i media digitali prima dei due anni hanno maggiori probabilità di diventare utenti regolari più avanti nella vita.

Le ricerche dimostrano che il rapporto madre-bambino è stato messo in secondo piano e addirittura sostituito dal "rapporto" tra i media digitali e il bambino, a causa di smartphone, TV, tablet e altri strumenti digitali.

### *1.2. La multimedialità e la didattica*

Negli ultimi anni la tecnologia si è diffusa rapidamente in tutti i settori, affinché si parla di servizi, amministrazione e scuola, si intende sempre di digitalizzazione. La dimensione digitale è ormai una realtà e la comunità scolastica deve essere quindi "educata" ad utilizzarla.

Il facile accesso alle tecnologie digitali dell'informazione e della comunicazione sta accelerando i metodi di apprendimento. La didattica multimediale può avere un grande valore educativo se si realizza in un ambiente in cui gli studenti possono esprimere le loro potenzialità attraverso l'auto-apprendimento, con la mediazione formativa del docente e l'aiuto di software appropriati e specializzati, in quanto la produttività individuale dello studente ha un grande valore formativo.

Tutto l'apprendimento che avviene in ambito multimediale è un apprendimento basato sulle risorse, che prevede la partecipazione collaborativa, la responsabilità individuale e la gioia di creare il proprio percorso di conoscenza in un certo modo. Ad esempio, creare un CD-ROM o un DVD come validazione di un percorso di apprendimento significa offrire agli studenti la possibilità di scegliere il tipo di testo, le

immagini, l'audio, il contenuto e lo stile di comunicazione, e di ottenere un lavoro che incorpora una varietà di conoscenze e diverse abilità.

Utilizzare immagini, suoni, commenti vocali, ipertesti, mappe concettuali, animazioni, video aiuta a sviluppare un'interattività tra gli studenti, incrementando anche la possibilità di ricercare informazioni in tempo reale attraverso internet e favorendo le capacità comunicative degli alunni, i processi metacognitivi, la curiosità e un apprendimento attivo piuttosto che passivo magari solo passato ad "ascoltare" ed "osservare".

I tool per l'accessibilità integrati, per esempio, nella LIM (Lavagna Integrale Multimediale) permettono di modificare la dimensione, il colore e il contrasto di testi e immagini in modo da migliorarne la visibilità per gli studenti ipovedenti; l'ampio uso di materiale di tipo visivo rende più facile la fruizione dei contenuti agli studenti sordi o agli studenti stranieri che ancora non padroneggiano la lingua.

La didattica digitale si pone come obiettivo proprio quello di rivedere il modello tradizionale di insegnamento, a volte improntato eccessivamente su un approccio "nozionistico", e traghettare i docenti verso l'adozione di nuove metodologie e tecniche che mettono al centro della scena il dialogo con lo studente.

Tuttavia, non tutti la pensano allo stesso modo sull'uso della tecnologia nelle scuole. Alcuni sostengono che l'accesso alle reti informatiche è un mezzo pericoloso per i bambini piccoli e che debba essere costantemente monitorato.

Allo stesso tempo, non si possono negare le possibilità illimitate offerte dagli strumenti tecnologici e l'importanza che queste innovazioni

avranno nella vita dei giovani in futuro. Gli strumenti tecnologici sono progettati per adattarsi alle diverse esigenze e ai vari livelli di preparazione degli alunni. Le informazioni disponibili sul web sono sempre aggiornate e le lezioni sono aperte a tutti, rendendo gli studenti consapevoli di ciò che accade fuori e nel mondo.

L'accesso alle informazioni e la loro immediata condivisione favoriscono la collaborazione e lo spirito di gruppo. Tuttavia, l'uso costante della tecnologia può essere una distrazione per gli studenti, molti potrebbero non essere in grado di concentrarsi sull'apprendimento se sono abituati a usare i loro dispositivi per cose più divertenti, come i giochi, i social network e la posta elettronica.

Inoltre, non tutti hanno un dispositivo a disposizione e ci sono migliaia di tipi diversi; il fatto che ogni studente venga a scuola con il proprio dispositivo e che si occupi di tutti contemporaneamente potrebbe aumentare le difficoltà. In particolare, per gli alunni con difficoltà di apprendimento o con disabilità, la didattica multimediale, attraverso l'uso di software specifici e di elementi grafici particolari, rende l'informazione e la comunicazione accessibili e autonome, senza causare loro disagio o accentuare il loro malessere e può davvero facilitare la loro integrazione.

Tra tutti i mezzi tecnologici, quello che sembra avere le maggiori implicazioni per l'utilizzo nel settore dell'istruzione e della formazione è il computer ed è proprio nell'era della Didattica a Distanza dove l'efficacia dell'azione educativa è stata consegnata, per i mesi di emergenza sanitaria dovuta alla pandemia di Covid-19, alla tecnologia.

L'emergenza sanitaria causata dalla pandemia di Covid-19 ha sconvolto l'intera comunità educativa e l'istruzione di bambini e adolescenti. Ciò ha comportato delle chiusure prolungate e abbreviate delle scuole e la riorganizzazione dell'istruzione in modi diversi per garantire il diritto all'istruzione. Di fronte alla chiusura delle scuole, ai ripetuti lockdown, all'isolamento dei contagiati e alla necessità di bilanciare il diritto fondamentale alla salute, con il diritto all'apprendimento, l'apprendimento a distanza e l'educazione digitale integrata sono diventati degli strumenti indispensabili; nel frattempo, è stato essenziale non interrompere il processo di apprendimento, affinché ogni studente potesse partecipare ad attività significative dal punto di vista formativo, sfruttando il tempo a disposizione e le diverse opportunità tecnologiche. Il sistema scolastico ha supportato le nuove metodologie di apprendimento a distanza (DAD) e l'apprendimento digitale integrato (DDI), anche attraverso l'uso delle nuove tecnologie digitali. Si tratta rispettivamente del primo tipo di insegnamento erogato attraverso l'uso di strumenti telematici, più precisamente attraverso l'uso di piattaforme online e classi in streaming, e del secondo tipo di insegnamento attraverso modalità organizzative che alternano lezioni frontali e online. I vantaggi attribuibili a questo cambio sono proprio nell'accessibilità ai contenuti di apprendimento che diventano più semplici, veloci ed intuitivi, così da eliminare un'impalcatura rigida e preimpostata da seguire obbligatoriamente.

### *1.3. Il linguaggio nella multimedialità*

Il linguaggio multimediale dà vita alla narrazione in modo emozionante, fluido e coinvolgente, ma soprattutto è il linguaggio con cui oggi si comunica, che è nell'immaginario collettivo e si traduce in nuovi comportamenti. Un linguaggio che richiama per analogia la cultura dell'oralità su cui si basava il pensiero discorsivo e le sue caratteristiche: indeterminatezza, ripetizione, immediatezza, simultaneità, frammentazione e connessione.

Se l'applicazione tecnologica è orientata nella giusta direzione, essa può diventare un contenuto e non un semplice strumento, creando un importante meta-livello nel percorso. Questo per la necessità di integrare il maggior numero possibile di media e per l'esigenza sempre più pressante di gestire volumi sempre maggiori di informazioni attraverso operazioni "parallele" che contrappongono la simultaneità dell'informazione alla fruizione continua, basata sulla continuità temporale dell'informazione.

I linguaggi multimediali si sono formati a partire dalla fine degli anni '80 attraverso un processo di tentativi ed errori. Nei primi esperimenti, la logica della giustapposizione ha spesso prevalso, condizionando pesantemente i modelli del libro, della televisione o delle prime realizzazioni informatiche per il grande pubblico; all'inizio degli anni '90 è iniziata la fase di sviluppo dei CD-ROM e della cosiddetta editoria elettronica, e la comunicazione multimediale (a parte i giochi) è diventata una delle principali aree di traduzione. Dalla fine degli anni '90, i componenti multimediali hanno assunto un'importanza crescente. Con

la realizzazione di una serie di nuovi prodotti destinati al mercato di massa, il linguaggio multimediale si è sempre più definito e ha consolidato il suo carattere. Lo sviluppo di questo linguaggio è stato guidato da una serie di fattori: l'espansione delle potenzialità dei personal computer, i nuovi sistemi di compressione e gli standard per i film, la diffusione dei lettori di CD-ROM e, dal 1997, dei DVD-ROM, oltre a Internet e alla diffusione dei telefoni cellulari.

Alcune caratteristiche invariabili dei linguaggi multimediali sono: la coesistenza di diverse componenti medialità su un piano di parità, la loro forte integrazione verso una sintesi creativa e, ancora, il rapporto di interazione tra queste e l'utente.

Negli ultimi decenni, l'intero scenario delle conoscenze e delle abitudini umane è cambiato radicalmente. L'emergere di nuove tecnologie ha messo in discussione i modi tradizionali di apprendimento. La multimedialità ha portato a cambiamenti psicologici e culturali che vanno ben oltre i benefici pratici delle nuove tecnologie. L'uso della multimedialità, cioè la creazione di ipertesti su una rete telematica interattiva con molte immagini, stimola processi cerebrali diversi rispetto ai metodi di apprendimento tradizionali. Questo perché le immagini utilizzano i sistemi di codifica e di associazione del cervello, che si sviluppano in aree diverse rispetto al linguaggio parlato. La multimedialità non è solo la somma di più mezzi di rappresentazione, ma l'integrazione di essa attraverso più codici.

In altre parole, la multimedialità è un metodo di comunicazione che utilizza diversi linguaggi (testo, immagini, suoni e animazioni) per produrre educazione, pubblicità e informazione, utilizzando

contemporaneamente e sinergicamente più media. I prodotti multimediali sono prodotti che utilizzano diversi tipi di strumenti di comunicazione ma anche strumenti hardware, software (programmi multimediali), progetti educativi (editoria multimediale, didattica multimediale), ambienti di allestimento (aule multimediali, aule multimediali), linguaggi e stili di espressione (linguaggi multimediali), ecc.

I linguaggi multimediali si sono evoluti dall'opportunità di omogeneizzare, attraverso la digitalizzazione, la grande quantità di informazioni disponibili nei diversi media. Ciò significa che tutti i segnali provenienti da media diversi vengono ridotti a due soli simboli (0 e 1 nel codice binario) ed è possibile così creare una sintesi inedita e originale che non può essere attribuita né ai singoli componenti né alla semplice somma di specifiche regole di rappresentazione. Marshall McLuhan ha detto che "il mezzo è il messaggio", sottolineando l'idea che nella comunicazione la scelta dei mezzi tecnici per trasmettere un messaggio non è solo irrilevante, ma è parte integrante del messaggio stesso. I principali linguaggi multimediali includono il cinema, che crea tagli e panorami; il web, che combina testo, audio e video per consentire una narrazione non lineare; i videogiochi, che consentono la sintesi di linguaggio e immagini per creare narrazioni immersive. Questa idea sta diventando sempre più importante con l'aumentare dei mezzi di comunicazione disponibili e delle possibilità di intersecarli. In aggiunta, esistono due tipi di media: quelli virtuali che ci immergono completamente in un mondo virtuale, lo isolano e lo collocano in un nuovo contesto, e quelli estesi che combinano elementi virtuali con ambienti reali per creare fedeltà e riconoscibilità.

Di solito ci si riferisce a qualsiasi tipo di informazione multimediale presentata in modo altamente interattivo, che può cambiare il modo in cui i consumatori percepiscono, memorizzano e condividono le informazioni. Essa è diventata pertanto parte integrante dei servizi forniti dalle reti Internet nel cosiddetto Web 2.0, i cui contenuti richiedono grandi quantità di larghezza di banda, poiché le immagini e, più in generale, i video contengono maggiori quantità di informazioni rispetto ai dati o ai suoni.

In conclusione, la multimedialità è soprattutto una forma di comunicazione che combina diversi tipi di contenuti per creare un'unica presentazione multimediale, ed è più recente rispetto ai tradizionali mezzi di comunicazione di massa. Può essere utilizzata per la comunicazione, l'intrattenimento, l'istruzione e la traduzione.

## *2. La traduzione audiovisiva*

*“Tradurre, in verità,  
è la condizione d'ogni pensare e d'ogni apprendere.”  
- Giovanni Gentile*

La traduzione audiovisiva, detta anche multimediale, è un'area specialistica della traduzione che riguarda la resa di testi multimodali e multimediali in un'altra lingua e/o cultura e che comporta l'uso di un sistema multimediale durante il processo di traduzione o trasmissione. Presenta un intervento sugli aspetti linguistici di un prodotto audiovisivo (battute e dialoghi) che ne consente la distribuzione in un mercato diverso da quello originale. Fin dalle origini del cinema sonoro, che ha esordito con *The Jazz Singer*<sup>14</sup> di Alan Crossland<sup>15</sup>, la traduzione audiovisiva (TAV) è sempre stata una tecnica utilizzata in fase di post-produzione. La pratica della TAV si basa sulla natura del prodotto audiovisivo e sulla sua produzione fin dalla concezione.

Oggi, grazie all'aumento dei canali, i film vengono proiettati contemporaneamente in diverse lingue e in diverse parti del mondo. Inoltre, sono disponibili diverse opzioni linguistiche, tra cui il doppiaggio, i sottotitoli in lingua originale, i sottotitoli in lingua originale per i non udenti e gli studenti di lingue straniere; anche le serie televisive sono tradotte e offerte sui canali ufficiali, insieme a varie opzioni audio. La rete offre anche traduzioni amatoriali realizzate da una comunità di

---

<sup>14</sup> *The Jazz Singer*, 1927

<sup>15</sup> Alan Crossland, 1894- 1936, regista, sceneggiatore e produttore cinematografico statunitense

*fansubbers* (traduttori non professionisti ma appassionati), che creano sottotitoli letteralmente da un giorno all'altro.

Come l'aggiunta di tecniche di montaggio ed effetti speciali, la traduzione ha un impatto significativo sull'impatto di un film o di una serie sul pubblico. Oggi l'uso combinato di attributi "audio" e "video" per qualificare questo tipo di testo coincidono sul fatto che il processo di traduzione influisce non solo sulla lingua ma anche sull'intera esperienza multimodale della visione di un film, di una serie, di un programma televisivo o di un video. Questo vale sia per la sottotitolazione che per il doppiaggio. Il dibattito in corso su quale dei due tipi di traduzione audiovisiva sia migliore nasce dal discutibile presupposto che solo i sottotitoli alternino la percezione dell'immagine sullo schermo. Anche se è giusto dire che i sottotitoli sono più invasivi perché sovrappongono le informazioni allo schermo, a differenza del doppiaggio, che può creare un'aderenza quasi perfetta tra volto e voce, entrambi interferiscono con il significato semiotico ed espressivo del testo originale e quindi lo alterano. Se nella strutturazione del racconto si tiene conto solo delle informazioni veicolate dal dialogo, si può affermare che, a differenza degli effetti speciali e degli effetti sonori, il doppiaggio è innanzitutto funzionale all'intelligibilità e quindi incide poco sull'espressività complessiva del testo audiovisivo. L'idea di utilizzare questo tipo di traduzione a cavallo degli anni '30, con Michelangelo Antonioni<sup>16</sup> che dichiarava su *Cinema*<sup>17</sup> che il doppiaggio produceva una "discrepanza tra il suono e l'immagine", e Jack Becker<sup>18</sup> che lo definiva "l'inquietante

---

<sup>16</sup> Michelangelo Antonioni, 1912-2007, regista, sceneggiatore e montatore italiano

<sup>17</sup> *Cinema*, 1940, quindicinale italiano di critica cinematografica

<sup>18</sup> Jack Becker, 1906-1960, regista e sceneggiatore francese

gemello tardivo" del film sonoro, è stata respinta da molti registri e, dopo la "svolta linguistica" negli studi sul cinema e sulla televisione negli anni Settanta e Ottanta, e l'emergere di nuove discipline come i *Film Studios* e gli *Television Studies*, i linguisti hanno sentito la necessità di trovare definizioni per le molteplici forme di traduzione in cui il testo di partenza presenta sia elementi acustici che visivi. Si è sentita la necessità di trovare delle definizioni come, ad esempio, "traduzione cinematografica", utilizzata soprattutto negli anni Settanta, ma non sembrava tenere sufficientemente conto dei testi audiovisivi diversi dai film. Negli anni Novanta la definizione di "trasposizione linguistica" si riferiva solo ai codici linguistici, mettendo in ombra l'importanza dei codici visivi nella determinazione del significato. Sempre in quel periodo, l'espressione "multimediale" teneva invece conto della dimensione polisemica dei testi audiovisivi, mentre la definizione di "traduzione dei media del parlato" sottolineava il fatto che il dialogo cinematografico è un tipo di discorso scritto per essere detto. Infine, si è arrivati ad una definizione efficace per descrivere questo tipo di traduzione che è «parafrasi dello schermo». Questa definizione è importante perché tiene conto dei diversi testi audiovisivi presenti oggi sul mercato (film, serie, videogiochi, video online) e degli schermi su cui possono essere fruiti - non solo cinema e televisori, ma anche schermi di computer e altri dispositivi elettronici. La traduzione audiovisiva comprende una serie di pratiche, come la trascrizione dei dialoghi, il commento audio, la voce fuori campo, l'interpretazione simultanea, il commento libero, la sottotitolazione e il sopratitolaggio. Queste pratiche possono essere classificate a grandi linee in due modalità, isosemiotica e diasemiotica, a seconda che

comportino o meno il passaggio dal linguaggio parlato a quello scritto. I sottotitoli e i soprattitoli, invece, sono una forma di traduzione diasemiotica che richiede il passaggio dall'oralità alla scrittura, in quanto richiedono la trascrizione del parlato. Questo salto di qualità ha fatto sì che questo tipo di ricerca sulla parafrasi sia entrato a far parte della comunità accademica, dove vengono approfonditi gli aspetti teorici e metodologici. Sebbene la traduzione audiovisiva non sia ancora unanimemente considerata una vera e propria branca degli studi della traduzione, bisogna riconoscere che negli ultimi anni ha avuto un successo tale da attirare l'interesse di molti ricercatori della comunità accademica, e rappresenta una trasformazione in varie fasi, dalla post-produzione alla distribuzione.

La traduzione audiovisiva è considerata una tappa fondamentale per entrare nel patrimonio culturale di altri Paesi e tocca veramente tanti settori e tecniche. Le modalità preferite legate a questa branca sono la sottotitolazione, una tecnica essenziale per guardare film o serie televisive in lingua originale con un supporto linguistico; ma anche il doppiaggio, quindi con il cinema, la televisione, i film, i documentari, le serie e le web-serie tanto amate da grandi e piccoli.

Ed è proprio nella traduzione cinematografica che il doppiaggio copre una parte molto importante, cioè la sostituzione delle voci originali con altre di attori della lingua del pubblico target. È presente in quasi ogni lingua, con qualche differenza tra chi predilige l'uso del *voice over* o la scelta di utilizzarlo solo nei prodotti per bambini.

## *2.1. Il doppiaggio*

Il doppiaggio è il processo di sostituzione della voce originale di un attore o di un personaggio (che spesso recita in un'altra lingua) con la voce di un doppiatore in un film, una serie televisiva, una sitcom, un'animazione, un documentario o una serie TV. È il processo di ricreazione delle emozioni attraverso la voce, è quindi proprio l'abilità del professionista in questo campo a fare la differenza, la capacità di giocare con la situazione, con il volto e le espressioni dell'attore. Sono gli italiani, più di tutti gli altri, ad essere considerati i maestri mondiali del doppiaggio. I testi audiovisivi sono molto diversi tra loro in termini di formato, intento autoriale e pubblico di destinazione. Il doppiaggio tiene conto di questa diversità ed è funzionale a queste importanti variabili; adattare i dialoghi al doppiaggio significa tenere conto delle differenze citate sia nella formulazione (stile e tono) sia nella lunghezza e nella durata del dialogo. La concavità di esso è, infatti, concepita con l'obiettivo di essere "naturale". Per quanto riguarda lo stile, bisogna far fronte all'adattamento che si forma... alcune linee guide possono essere che esso deve essere scritto in un italiano corretto, deve riprodurre la fluidità della lingua parlata, la scelta di una traduzione legittima in base all'espressività del testo originale e il rispetto della coerenza del dialogo con la sua funzione, ovvero con il personaggio, l'ambientazione, la storia, il gesto, la cinematica e l'espressione.

L'adattatore di dialogo deve quindi lavorare sempre davanti al video. La traduzione deve essere rifatta per produrre un testo utilizzabile in fase di doppiaggio. La lista dei dialoghi può essere paragonata a una

partitura musicale, che deve contenere tutte le informazioni necessarie al direttore del doppiaggio per assegnare le parti e ai doppiatori per recitare i dialoghi. Nessuna di queste specifiche dovrebbe essere omessa, ma d'altra parte è anche buona norma che il testo sia il più "pulito" possibile. In questo modo, si inseriscono solo le informazioni essenziali per la buona riuscita della registrazione, in modo che gli attori e i registratori non siano continuamente distratti da istruzioni in scena o da altri segni grafici.

Sia il doppiaggio che la sottotitolazione sono soggetti a vincoli tecnici che dipendono dal mezzo e dal formato in cui l'adattamento è scritto.

Nel caso del doppiaggio, ciò serve a far sì che gli attori possano recitare il testo; mentre per quanto riguarda i sottotitoli, a far sì che il testo possa essere facilmente letto sullo schermo. Per comprendere gli aspetti tecnici dell'adattamento, è necessario capire quali sono i diversi tipi di traduzione audiovisiva, per quali prodotti vengono utilizzati e chi sono i principali destinatari. Tutte le tecniche di doppiaggio possono essere raggruppate sotto il nome di *revoicing*, ma ogni forma presenta caratteristiche tecniche diverse che influiscono sull'adattamento e che vanno quindi distinte, abbiamo:

- L'Interpretazione simultanea dove la voce del traduttore o dell'interprete deve avere una certa forza espressiva e deve non solo interpretare il discorso in modo accurato ma anche persuasivo.

- Il Commento audio dove il commentatore (spesso uomo) è responsabile del doppiaggio del film e legge il dialogo tradotto con un tono naturale e neutro.
- L'audio descrizione che viene utilizzata per le persone non vedenti o ipovedenti. Qui vengono spiegati tutti i dettagli dei personaggi, le azioni e i dettagli contestuali rilevanti che compaiono tra i dialoghi.
- Il lip-sync, invece, si occupa della sincronizzazione labiale. È considerato uno dei principali vincoli tecnici, soprattutto quando le labbra dell'attore sono chiaramente visibili, come nell'animazione. È una tecnica che rispetta i movimenti delle labbra dell'attore e la durata, le pause e il ritmo del dialogo, ed è spesso utilizzata nei film e nelle serie TV. La sincronizzazione visiva prevede che la durata del dialogo recitato dall'attore corrisponda alla durata del dialogo ascoltato, mentre l'isocronia motoria si basa sul presupposto che il messaggio letto dalla voce che produce la traduzione debba corrispondere ai movimenti del corpo mostrati nell'immagine. Questa tecnica viene utilizzata quando l'esperienza del film o dell'episodio deve essere immersiva, senza distrazioni e senza la costante consapevolezza di trovarsi di fronte al testo tradotto.
- Il simil-sync è una forma di doppiaggio che rispetta la lunghezza del dialogo ma non tiene conto della sincronizzazione labiale, come avviene nei reality, dove l'esperienza dello spettatore non si basa su un impegno

estetico, ma su giudizi e criteri. Inoltre, la velocità dei reality conferisce al dialogo un ritmo frenetico e caotico, che differisce notevolmente dal ritmo controllato e studiato del dialogo cinematografico. È utilizzato, principalmente, nei reality show e talk show.

- Il dialogo doppiato ha la stessa lunghezza del dialogo originale, e presenta una sincronizzazione ritmica non linguistica.
- L'over sound si caratterizza per la battuta originale che si sente due secondi prima dell'inizio del doppiaggio e due secondi dopo la sua fine.
- Il voice-over è invece spesso usato come sinonimo di over sound, ma occorre distinguere tra il doppiaggio asincrono delle voci fuori campo (over sound) e il doppiaggio dei narratori fuori campo (voice-over). Il doppiaggio è solitamente alternato all'over sound, una tecnica che sta diventando sempre più popolare, anche se in genere è limitata ai documentari, interviste e notiziari.

C'è chi sostiene che alcuni dialoghi suonano meglio se doppiati in italiano ma, al contrario, c'è chi si sente estraneo quando vede film doppiati in altre lingue. I doppiatori che prestano la loro voce agli attori sullo schermo sono artisti a tutti gli effetti; infatti, non si parla semplicemente di "doppiatori", ma di "*voice talents*", sottolineando l'importanza delle loro performance e il loro ruolo integrale nella percezione estetica ed espressiva del film. Ciò nonostante, è anche in voga la sottotitolazione che richiede un alto grado di competenza linguistica, culturale e, soprattutto, tecnica.

## *2.2. La sottotitolazione*

La sottotitolazione è una forma di traduzione audiovisiva (TAV), ma ha una storia breve in Italia, poiché il Paese ha sempre utilizzato il doppiaggio. A riprova di ciò, la terminologia non è molto stabile, convive con il termine “sottotitolaggio” (che indica sia il settore nel suo complesso sia il processo di sottotitolazione) mentre meno frequente è sottotitolazione (che di solito indica il prodotto finito, cioè i sottotitoli stessi). La richiesta di sottotitolare o doppiare film stranieri nella lingua dello spettatore è in costante crescita, e quindi c'è bisogno di servizi in grado di fornire prodotti all'altezza delle aspettative. I sottotitoli variano molto a seconda dei media, dei formati e del pubblico, sono elementi testuali collocati nella parte inferiore dello schermo, destinati a riportare dialoghi verbali o altre componenti espositive con un importante ruolo informativo. Partendo da questa definizione generale, si possono identificare tre categorie di sottotitoli:

- I sottotitoli intra-linguistici che vengono presentati nella stessa lingua del dialogo, per i non udenti o gli ipoudenti, come parte della grafica di un testo audiovisivo, ad esempio per indicare segni o titoli, o a scopo di apprendimento, perché di difficile comprensione per i parlanti di lingue standard o di altri dialetti regionali della stessa lingua. Si utilizza quando è necessario integrare la comprensione del parlato con un testo.

- I sottotitoli interlinguistici trattano invece della traduzione dei sottotitoli dalla lingua di partenza di un dialogo orale a una diversa lingua di arrivo. Si usa anche per i non udenti e per tutti gli spettatori/uditori che non conoscono la lingua in cui è stato prodotto il film o la serie.

- I sottotitoli bilingue si occupano della sottotitolazione in due lingue. È una forma che si riscontra soprattutto negli Stati bilingue con più di una lingua ufficiale, come il Belgio e la Finlandia, dove i sottotitoli vengono utilizzati sia all'interno delle lingue sia tra le lingue nelle opere teatrali e liriche per consentire agli spettatori di comprendere il testo e seguire lo spettacolo. Questi ultimi possono essere fatti scorrere sulla scena o resi disponibili su un piccolo schermo posto dietro il sedile di fronte.

Va ricordato che i sottotitoli sono codici di caratteri facili da giudicare dal punto di vista grammaticale, lessicale e stilistico. Inoltre, gli spettatori che hanno familiarità con la lingua straniera di partenza, anche senza conoscere la traduzione, saranno in grado di individuare eventuali incongruenze. Di fronte a questa situazione, i traduttori non possono perciò giustificare le loro scelte di traduzione con un testo esplicativo.

La sottotitolazione è il risultato della coesistenza di diversi elementi, ma complementari, per trasmettere un unico messaggio allo spettatore. Tra questi, il dialogo originale degli attori, gli elementi discorsivi presenti nelle immagini (testi, manifesti, cartelloni pubblicitari, ecc.), gli elementi acustici (canzoni) e il suono proveniente da altri canali di trasmissione nei formati audiovisivi (radio, televisione). Tutti questi diversi tipi di sottotitoli possono essere prodotti e distribuiti come didascalie aperte (sottotitoli aperti o "non criptati") o chiuse (sottotitoli chiusi o "criptati"). I sottotitoli aperti o "semplici" sono sovrapposti allo schermo e appaiono automaticamente accanto al testo audiovisivo. Essi possono apparire per tutta la durata di un film o di un programma televisivo, o solo in alcuni momenti della giornata, e traducono la grafica e altre informazioni

rilevanti che appaiono sullo schermo, come i titoli di testa e di coda. I sottotitoli aperti possono anche tradurre i dialoghi dei notiziari e dei documentari. Qui, la traduzione può essere intra-linguistica (quando il parlato non è intelligibile o quando ci sono diversi dialetti o varianti della stessa lingua) o interlinguistica (quando, ad esempio, sono presenti interviste a personaggi famosi o ad oratori importanti di altri Paesi). Naturalmente, a volte un intero film o programma viene fornito con sottotitoli chiari e questo accade di solito in paesi dove non è comune il doppiaggio come nel Nord Europa.

I film indipendenti, che di solito sono altamente artistici e si rivolgono solo a un pubblico di nicchia, vengono proiettati in lingua originale con sottotitoli in lingua inglese nei festival cinematografici internazionali e vengono distribuiti solo in questa forma.

Mentre i sottotitoli chiusi, anche detti "criptati", possono essere visualizzati su richiesta di una traccia separata, selezionando una delle varie opzioni nel menu "Lingua" del DVD, in TV, o nei programmi trasmessi su piattaforme OTT come Amazon Prime<sup>19</sup>, Sky Now<sup>20</sup> e Disney+<sup>21</sup>. Le didascalie chiuse dei film invece sono disponibili in un file separato che gli spettatori possono aggiungere al video e possono essere presenti diverse tracce di essi, compresi i sottotitoli intra-linguistici e interlinguistici. Quest'ultimi possono essere suddivisi in sottotitoli per non udenti e per chi li seleziona per altri motivi, come per apprendere una nuova lingua. A questo proposito, i sottotitoli per non udenti devono includere, oltre ai dialoghi, la descrizione di altri elementi del discorso,

---

<sup>19</sup> Amazon Prime, 2005, servizio a pagamento Amazon

<sup>20</sup> Sky Now, 2012, servizio di streaming on demand e in diretta a pagamento Sky

<sup>21</sup> Disney+, 2019, servizio on demand\_Disney Media and Entertainment Distribution

come, in particolare, i suoni e i rumori fuori campo, nonché i suoni in camera che non possono essere immediatamente dedotti dall'azione o dalla regia. In altre parole, questo tipo di sottotitolazione non è solo una descrizione del dialogo, ma una sincronizzazione di informazioni acustiche verbali e non verbali.

Analogamente, i sottotitoli in lingua straniera migliorano la comprensione dei dialoghi ed è proprio una nuova ricerca a suggerire a coloro che intendono migliorare la loro comprensione di una lingua straniera di guardare film con i sottotitoli in lingua originale. Apprendere una lingua straniera non è solo una questione di lessico, regole grammaticali, e pronuncia corretta ma un processo ben più complesso e articolato che richiede dedizione, costanza, ma soprattutto il desiderio vivo di scoprire le infinite sfaccettature di una lingua-cultura diversa dalla propria. Attraverso l'esposizione diretta alla lingua straniera e l'utilizzo di risorse realmente capaci di trasferire conoscenze culturali oltre che linguistiche, il processo di apprendimento si trasforma in un percorso di continuo arricchimento.

In particolare, l'acquisizione di una nuova terminologia è uno dei principali vantaggi di questo approccio. La collocazione delle parole in un contesto semanticamente ricco e la presentazione simultanea di audio, sottotitoli e video consente allo spettatore di sfruttare i meccanismi di associazione di riferimento e di interferenza di significato. L'informazione fornita attraverso tre canali - audio, video e testuale - imprime nella memoria una triplice traccia che ha un impatto maggiore sul ricordo e rende più vivida l'informazione stessa.

Idealmente, i sottotitoli dovrebbero essere "fatti su misura" per l'immagine ideale dell'ascoltatore o del pubblico di ciascun testo audiovisivo. Ad esempio, è meglio non usare termini troppo tecnici o scientifici per un pubblico generico, come nei reality. I clienti sono consapevoli di questo fatto e di solito informano in anticipo gli sceneggiatori e i traduttori dei loro requisiti specifici; sebbene esistano standard generali, i clienti possono richiedere un numero massimo di caratteri per riga o se il testo debba essere centrato o allineato al centro.

In conclusione, i sottotitoli devono preservare il più possibile il contenuto, l'intento, lo stile e il registro linguistico di ogni testo audiovisivo.

### *2.3. I profili linguistici e culturali*

A differenza di altre forme di traduzione, la traduzione audiovisiva richiede un processo lungo e complesso, soprattutto per quanto riguarda il doppiaggio, che consiste in fasi successive affidate a professionisti altamente qualificati che utilizzano tecnologie avanzate. Ad esempio, persone, luoghi e cose devono essere citati con gli stessi termini in tutto il testo. Questo non è scontato, soprattutto quando alla traduzione partecipano più traduttori o quando il testo audiovisivo da tradurre è una serie televisiva che dura più stagioni. Sia il doppiaggio che la sottotitolazione comportano sfide pratiche che richiedono competenze linguistiche e tecniche specifiche. Queste competenze devono basarsi su una conoscenza approfondita degli aspetti pragmatici e culturali del dialogo, ma richiedono anche molta creatività e talento. Ci sono vantaggi e svantaggi, ma quando si parla di doppiaggio, la fruizione è più facile e

coinvolgente, la sospensione dell'incredulità è garantita e la visione non viene interrotta. Gli svantaggi includono la perdita della colonna sonora originale, la mancata corrispondenza della voce e del viso, un costo maggiore e il fatto che non aiuta a imparare una nuova lingua. Per quanto riguarda la sottotitolazione, la colonna sonora originale viene rispettata, non c'è disadattamento tra voci e volti e aiuta ad imparare nuove lingue. Quest'ultima è più economica e veloce e può essere utilizzata per qualsiasi programma, ma tra gli svantaggi che presenta ci sono: la necessità di una transizione dal linguaggio orale a quello scritto, il fatto che l'ascoltatore debba dividere la propria attenzione tra la parte visiva e quella testuale e la rimozione di informazioni non ritenute necessarie per la condensazione.

La scelta tra la sottotitolazione e il doppiaggio è determinata a livello regionale da ragioni economiche, storiche e culturali. L'Italia, insieme all'Austria, la Spagna, la Francia e la Germania, è un Paese doppiatore, mentre i Paesi Bassi e i Paesi nordici preferiscono la sottotitolazione. Questa differenza si basa su diverse ragioni, per esempio in Italia, prima il cinema e poi la televisione sono sempre stati abbastanza attivi da investire nel doppiaggio. Alberto Castellano<sup>22</sup> e Fabrizio Nucci<sup>23</sup> affermano che l'industria italiana del doppiaggio è un meccanismo perfetto e durante l'epoca d'oro del cinema, negli anni '30 e '40, egli ebbe un grande successo in Italia. Questo perché c'era una domanda di film che non poteva essere soddisfatta dall'industria nazionale e di conseguenza venivano importati e distribuiti film stranieri, soprattutto

---

<sup>22</sup> Alberto Castellano, saggista e critico cinematografico napoletano

<sup>23</sup> Fabrizio Nucci, regista, produttore, sceneggiatore

hollywoodiani. Un altro fattore che portò più film ad essere doppiati piuttosto che sottotitolati fu il fatto che, almeno nella prima metà del XX secolo, il tasso di alfabetizzazione nazionale era molto basso. Di conseguenza, poche persone erano in grado di leggere i sottotitoli alla velocità richiesta: fino alla fine degli anni '50 e all'inizio degli anni '60, l'unica lingua straniera insegnata nelle scuole, oltre al latino e al greco, era il francese. Ciò significava che i sottotitoli dovevano sopportare tutto il peso delle informazioni del dialogo e non c'era alcuna integrazione della comprensione uditiva da parte del pubblico. Il fattore più rilevante che ha promosso il doppiaggio come forma privilegiata di traduzione audiovisiva in Italia è stata l'invenzione del cinema sonoro alla fine degli anni Venti, unita alla politica autarchica e protezionistica del Ministero della Cultura in epoca fascista, che ha vietato la distribuzione dei film americani in lingua originale. Infatti, mentre con i sottotitoli il dialogo era inalterato e praticamente accessibile al pubblico così com'era, con il doppiaggio il contenuto poteva essere completamente controllato per motivi politici e morali. In breve, il doppiaggio è l'opzione più conveniente sia accessibilità che per il controllo dei contenuti.

Inoltre, quella che in Italia è nata come una scelta politica è presto diventata una pratica culturale e la visione di film in versione doppiata era, fino a poco tempo fa, parte dell'immaginario nazionale e un'esperienza attesa. Anche il registro medio dei dialoghi cinematografici è stato a lungo considerato semplicemente il linguaggio del film, semplicemente il modo in cui gli attori "dovrebbero" parlare.

Il linguaggio volgare è stato spesso censurato, ignorato o ridicolizzato e la possibilità di tradurre lo slang e gli stili di scrittura

profani, con o senza restrizioni. Dipende anche dal fatto che le parolacce siano doppiate o sottotitolate, al giorno d'oggi sembra esserci più tolleranza per le parolacce rispetto al passato. Tuttavia, se le parolacce sono ritenute offensive, le emittenti televisive si riservano il diritto di sostituirle, in tutto o in parte, con dei bip o con un linguaggio meno volgare.

Nei Paesi anglofoni, alcune parolacce che si riferiscono a oggetti sacri possono essere considerate più offensive che in altri Paesi ed è proprio qui che si hanno delle caratteristiche linguistiche e pragmatiche specifiche che devono essere prese in considerazione. Esse sono dense e concise, contengono molte informazioni (sulla posizione sociale e sul background dei personaggi) e hanno delle pause. A ciò si aggiunge il fatto che il testo tradotto non solo deve essere efficace da un punto di vista pratico ed estetico, ma deve anche rientrare in un determinato spazio temporale, calcolato in fotogrammi e secondi per ogni inquadratura.

Nel doppiaggio, in particolare nel lip-sync, il testo deve essere sincronizzato con il dialogo secondo i principi del ritmo, della sincronizzazione visiva e della sincronizzazione motoria.

La sottotitolazione, invece, richiede che il testo occupi una porzione limitata dello schermo e non si sovrapponga a informazioni visive importanti; che sia chiaro, scorrevole e facilmente leggibile con un tempo di lettura adeguato; che sia sincronizzato con l'audio e, soprattutto, che sia accurato secondo gli standard della lingua scritta. La traduzione audiovisiva è un atto che aggiunge ulteriore complessità all'oralità prefabbricata dei testi audiovisivi e il linguaggio è spesso paragonato al gergo. Il linguaggio che cerca di apparire neutro non ricorda affatto le

forme di comunicazione nelle situazioni reali e quotidiane, ma finisce piuttosto per essere una dimensione parallela del linguaggio. Infatti, la mancanza di spontaneità del doppiaggio passa spesso inosservata a causa della separazione del dialogo convenzionale nel cinema, che colloca gli eventi comunicativi in un "altro" mondo.

Il doppiaggio riguarda soprattutto il vocabolario e in particolare sono i traduttori spesso ad utilizzare o a prendere in prestito le parole dalla lingua originale; questo fenomeno è noto come "interferenza". Le traduzioni italiane di espressioni idiomatiche inglesi con interferenze sintattiche e lessicali nei film e nelle serie televisive sono talmente frequenti e consolidate nella lingua di arrivo da non essere più percepite come strane e più in generale, va detto che il doppiaggio, nonostante la relativa libertà concessa al traduttore, è ancora vincolato dalla lunghezza delle parole e dall'articolazione del suono.

In particolare, le strategie di traduzione possono essere implementate nella sottotitolazione. I sottotitoli devono corrispondere a ciò che si vede sullo schermo e, in alcuni casi, alle informazioni che si possono decifrare dal dialogo. Tuttavia, lo spazio limitato di 35-38 caratteri per riga, con un massimo di due righe, può causare problemi, oltre a questioni culturali e traduttive più generali. Ciò che vediamo sullo schermo fa parte del mercato audiovisivo ed esso è dedicato alla produzione di contenuti narrativi audio e video, che vengono distribuiti su una varietà di piattaforme e possono essere visualizzati/ guardati su più dispositivi, tra cui il computer, le console di gioco, gli smartphone, i tablet e le smart TV.

Questo mercato è iniziato con l'industria cinematografica e si è poi ampliato con l'emergere dell'industria televisiva e digitale, che comprende tutti i prodotti audiovisivi, compresi i videoclip e gli ideogrammi. Ciò ha portato alla nascita delle società OTT (Over The Top), che inizialmente sono nate come società di distribuzione audiovisiva via Internet, ma da diversi anni sono impegnate con successo nella produzione audiovisiva e cinematografica.

L'iniezione di fondi da parte di piattaforme OTT, come Amazon Prime e Netflix<sup>24</sup>, ha creato nuovi modi di produrre intrattenimento multimediale e contenuti cinematografici. I contenuti non sono più disponibili solo nei cinema quando escono o in TV quando fanno parte del palinsesto, ma possono essere guardati in qualsiasi momento attraverso le reti che hanno costruito.

La crescente popolarità dello streaming ha permesso a milioni di persone in tutto il mondo di accedere a una grande quantità di contenuti senza mai uscire di casa. Netflix, Amazon Prime, Disney+ e molti altri si sono affermati come attori principali in un mercato inarrestabile e oggi producono e distribuiscono contenuti originali a livello globale con un ritmo senza precedenti.

Queste aziende doppiano già i loro prodotti in diverse lingue, o almeno li corredano di sottotitoli di alta qualità, spesso modificando il testo per renderlo più comprensibile, non solo dal punto di vista puramente grammaticale e sintattico, ma anche dal punto di vista culturale del pubblico di destinazione.

---

<sup>24</sup> Netflix, 1997, servizio di streaming via Internet di film, serie tv, e altri contenuti a pagamento

Il successo di questa strategia è legato alla rapida localizzazione dei contenuti che serve per raggiungere un pubblico più ampio e a fornire un'esperienza più coinvolgente.

#### *2.4. L'importanza della traduzione social*

Viviamo in un mondo globale e, per raggiungere il maggior numero possibile di lettori, dobbiamo tradurre i nostri contenuti. Ecco perché molti blogger e aziende hanno deciso di utilizzare la traduzione dei social network per promuoversi e testare la "temperatura" dei loro consumatori. Utilizzando social network come Facebook, X e Instagram, possono dimostrare la popolarità della loro offerta a migliaia di persone in pochi secondi. Inoltre, per esplorare il mercato, le conversazioni dei consumatori vengono decifrate e tradotte in preziose previsioni di marketing. La traduzione di contenuti pubblicati sui social network (post, commenti, video) presenta molte peculiarità. Da un lato, i traduttori devono attenersi a una lunghezza specifica, ma quando si traduce da una lingua all'altra, il numero di parole varia notevolmente. I traduttori devono quindi non solo tradurre il testo originale così come è espresso nel testo di partenza, ma anche adattare il testo alle specifiche tecniche.

Anche i social network hanno regole particolari, come gli hashtag, che rappresentano una sfida per la traduzione. Si raccomanda quindi che le traduzioni per i social network non siano solo una traduzione diretta dell'hashtag originale perché è necessaria una ricerca per trovare l'hashtag più accurato nel Paese in cui si traduce. A volte ci si chiede se un hashtag debba essere tradotto o meno e ciò dipende anche dal

pubblico di lettori, dall'azienda e dal settore; sono tutti fattori che devono essere presi in considerazione nella traduzione.

La traduzione dei social media richiede conoscenze molto particolari, tra cui un alto grado di precisione e una precisa attenzione per seguire queste tecniche. Inoltre, i traduttori specializzati in social media devono avere una conoscenza approfondita della cultura del Paese di destinazione per adattare le loro traduzioni al pubblico di riferimento. È quindi essenziale affidarsi a specialisti della traduzione tecnica per questo tipo di contenuti digitali. Dopo tutto, l'immagine del marchio e la reputazione di un'azienda sono a rischio quando si comunica sui social network e il complesso settore dei servizi di traduzione presenta una serie di sfide. In esso, si può trovare:

- La traduzione del linguaggio social

Il linguaggio utilizzato sulle piattaforme social è pieno di acronimi, sigle, neologismi e gerghi di settore. Si tratta di un vero e proprio gergo che varia notevolmente a seconda del contesto geografico e culturale. La situazione si complica ulteriormente se si considerano i pittogrammi, icone che veicolano le reazioni e le emozioni degli utenti e che sono codici-immagine che devono essere decifrati e modificati secondo regole non scritte corrispondenti alle convenzioni culturali della lingua di destinazione.

- L'adempimento del numero di caratteri

Le diverse forme di pubblicazione dei contenuti sui social network impongono alcuni vincoli, come il numero di caratteri disponibili. Ad esempio, i tweet su X sono limitati a 280

caratteri; ciò significa che i traduttori devono fare affidamento solo sullo spazio disponibile per trasmettere il messaggio originale.

- La traduzione degli hashtag

Gli hashtag sono tag che aggregano i contenuti per argomento per facilitare la ricerca. La traduzione diretta degli hashtag in lingue diverse può fuorviare gli utenti verso tendenze diverse; quindi, è necessario cercare hashtag corrispondenti nel Paese di destinazione e se non ci fosse una corrispondenza diretta, la traduzione dell'hashtag in questione dovrebbe essere evitata.

Tradurre non significa solo trasferire il testo da una lingua all'altra ma comporta anche il trasferimento di messaggi da una cultura all'altra. In particolare, i traduttori di social network devono conoscere entrambe le culture, le strategie per catturare l'attenzione del pubblico e le tecniche SEO per migliorare le prestazioni dei contenuti ed infine avere buone conoscenze di marketing.

In conclusione, ogni social network ha il suo pubblico e il suo stile; scrivere un articolo su LinkedIn è diverso dallo scrivere su Instagram o Pinterest. Tutti i social network sono caratterizzati da uno stile conciso, incisivo e informale, ma ogni social network ha una propria comunità di utenti e una terminologia specifica.

### *3. I social network come canale comunicativo*

*“Siamo tutti collegati a Internet,  
come i neuroni in un cervello gigante.”*

*- Stephen Hawking*

Ogni giorno, più di un miliardo di persone in tutto il mondo accedono ai social network dai loro dispositivi mobili e dai loro computer; essi hanno avuto un'importante funzione educativa durante gli anni dello sviluppo e del boom degli anni '60, sono stati caratterizzati dalla pubblicità negli anni '70 e '80, ma dagli anni 2000 ad oggi sono aumentati in maniera esponenziale, diventando gli strumenti della “connessione”. Si è pertanto arrivati all'era del web, dove essere connessi è più importante che essere sé stessi.

In particolare, negli ultimi anni il web è diventato sempre più sociale, con una crescente interazione tra i contenuti e una migliore usabilità. Questo ha trasformato il web in un social web, dove le persone non solo raccolgono informazioni dal proprio computer, ma sono anche costantemente connesse a milioni di altre persone, che possono pubblicare e accedere a nuovi contenuti in qualsiasi momento. Il termine social media si riferisce solitamente a blog e microblog (ad esempio, X), forum, siti di social networking (ad esempio, Facebook) e siti web su progetti di condivisione culturale (ad esempio, Wikipedia). Uno sguardo più attento alle origini del termine mostra che il termine social si riferisce all'interazione con altre persone, caratterizzata da un processo simultaneo di condivisione e ricezione di informazioni; mentre il termine

media, che deriva dal latino *medium* e significa mezzo o strumento, si riferisce agli strumenti utilizzati per comunicare e condividere contenuti (ad esempio internet, televisione, radio, giornali). Combinando ciascuna definizione, si può affermare che i social media sono uno strumento di comunicazione basato sul Web 2.0 e consentono a un vasto pubblico di interagire consumando e condividendo contenuti in maniera semplice, efficiente e pratica.

Andando indietro nel tempo, il primo social network della storia non sapeva di essere un social network perché il termine non era ancora stato reso popolare. Si trattava di un sito web chiamato SixDegrees<sup>25</sup>, nato dall'idea di un avvocato americano di nome Andrew Weinreich<sup>26</sup>. Il portale era stato creato per riunire persone che la pensavano allo stesso modo, secondo il concetto di strati sociali, gruppi di età e sei gradi di separazione.

Il termine "social network" è stato coniato nel 2003, proprio quando ci fu la creazione di Friendster<sup>27</sup>. Questo sito di incontri americano è nato da un'idea di Jonathan Abrams<sup>28</sup>, un ingegnere canadese che voleva che le persone interagissero online garantendo la massima sicurezza. L'inaspettato successo del sito portò a una confusione tecnica dovuta all'enorme numero di iscritti. Tuttavia, è stato il criterio di popolarità legato esclusivamente al numero di amici a determinarne la fine.

---

<sup>25</sup> SixDegrees, 1997, social network

<sup>26</sup> Andrew Weinreich, 1997, imprenditore seriale americano

<sup>27</sup> Friendster, 2002-2015, social network

<sup>28</sup> Jonathan Abrams, ingegnere, imprenditore e investitore canadese

Il più popolare dei primi anni 2000 è stato MySpace<sup>29</sup>, nato da un'idea di Chris DeWolfe<sup>30</sup> e Tom Anderson<sup>31</sup>. Questo social network ha rappresentato un punto di svolta importante perché non solo ha permesso alle persone di comunicare, ma anche di condividere contenuti audio e video e di personalizzare i propri profili. Non sorprende che molti artisti abbiano iniziato a usare MySpace come mezzo di autopromozione, il social network ha avuto un enorme successo anche tra coloro che non avevano altro obiettivo se non quello di fare nuove amicizie online.

Ma il vero big bang è avvenuto nel 2003 con la nascita di Facebook. Facebook non è considerato un social network, ma "IL" social network; è nato dall'idea del giovane studente di Harvard<sup>32</sup> Mark Zuckerberg<sup>33</sup> di creare un album fotografico interattivo per gli studenti universitari, ha rapidamente ottenuto un ampio consenso. Non è un caso che l'iscrizione, limitata agli studenti di Harvard, sia rapidamente migrata verso altre università e successivamente verso le scuole superiori, dove chiunque abbia più di 13 anni può creare un account.

La rapida espansione della popolarità di questo canale social ha creato un vero e proprio fenomeno di massa che ha reso Zuckerberg una delle persone più famose al mondo, oltre ad avergli portato una ricchezza incalcolabile.

In Italia, questo social network ha avuto un boom nel 2008 ma rimane ancora oggi la piattaforma più popolare e utilizzata. Si stima che

---

<sup>29</sup> MySpace, 2003, social network

<sup>30</sup> Chris DeWolfe, 1965/1966, imprenditore tecnologico americano

<sup>31</sup> Tom Anderson, 1970, imprenditore statunitense

<sup>32</sup> Harvard University, 1636, università privata statunitense situata a Cambridge, USA

<sup>33</sup> Mark Zuckerberg, 1984, magnate americano miliardario, programmatore di computer, imprenditore di Internet e filantropo

attualmente esistano più di 200 siti di social network, di cui Facebook detiene la prima posizione.

Dopo la creazione di Facebook, sono nati numerosi altri portali e applicazioni che rientrano in questo termine.

La piattaforma di condivisione video più famosa al mondo, nata dalle idee di Jawed Karim<sup>34</sup>, Chad Hurley<sup>35</sup> e Steven Shih Chen<sup>36</sup>, YouTube ha iniziato a trasmettere più di 100 milioni di contenuti al giorno nel giro di un anno, attirando persino l'attenzione di Google<sup>37</sup>, che l'ha acquisita per oltre 1,5 miliardi di dollari nel 2006.

Anche Instagram<sup>38</sup>, fondata da Mike Kreiger<sup>39</sup> e Kevin Systrom<sup>40</sup> nel 2010, è nata come app per la condivisione di immagini e ha rapidamente ottenuto grandi risultati. Appena due anni dopo la sua nascita, l'azienda è stata acquisita da Facebook e, grazie a diverse evoluzioni (in particolare Instagram Stories), è diventata una delle piattaforme più popolari tra i giovani.

C'è poi X, considerato uno dei social network più importanti e influenti del panorama internazionale: nato dall'idea del fondatore Jack Dorsey nel 2006, questo social network permette di inviare messaggi di testo a più persone contemporaneamente ed oggi è utilizzato principalmente dalle aziende e per la comunicazione in tempo reale.

---

<sup>34</sup> Jawed Karim, 1979, imprenditore e informatico tedesco di origini bangladesi

<sup>35</sup> Chad Hurley, 1977, imprenditore e informatico statunitense

<sup>36</sup> Steven Shin Chen, 1978, imprenditore e informatico taiwanese

<sup>37</sup> Google, 1997, motore di ricerca per Internet

<sup>38</sup> Instagram, 2010, social network

<sup>39</sup> Mike Kreiger, 1986, imprenditore e informatico brasiliano naturalizzato statunitense

<sup>40</sup> Kevin Systrom, 1983, imprenditore e informatico statunitense

Per riassumere, le reti sociali sono quindi delle emblematiche palestre sociali, dove è possibile osservare l'intreccio tra la socializzazione delle vite connesse, i vincoli della piattaforma, le sue possibilità e le pratiche messe in atto dai suoi utenti.

Si può dire che online e offline sono due facce della stessa medaglia e i due termini, nonostante la loro diversa natura, tendono a fondersi come due flussi di significato opposti. Il mondo vicino e quello lontano, gli amici attuali e le vecchie conoscenze, si fondono insieme e i "mi piace" ai post fanno risaltare gli uni e gli altri, confondendo e unendo il pubblico. In questo modo, la distinzione tra pubblico e privato diventa meno netta, problematica e si apre a una nuova confluenza, un momento in cui i contenuti che osserviamo come privati vengono resi pubblici.

La natura di ciò che è pubblico e di ciò che è privato, di ciò che è vicino e di ciò che è lontano, di ciò che appartiene alla vita reale e di ciò che riguarda la vita mediatica, è cambiata in seguito alla proliferazione dei media nel processo sociale.

Ciò che differenzia la comunicazione sui social media dai media tradizionali (ad esempio, la televisione e la radio) è il fatto che i social media consentono una comunicazione bidirezionale e offrono alle persone la possibilità di partecipare alla conversazione, anziché essere semplici ascoltatori passivi.

Le persone vogliono comunicare le proprie idee online e i social network forniscono una comunicazione asincrona che avviene in tempo reale, come la messaggistica istantanea.

Infatti, il primo contatto degli altri con noi è spesso il contenuto dei nostri profili sui siti di social network. Data la democratizzazione portata

dai "social network", ogni "momento" è importante e può essere oggetto di questo nuovo stile di comunicazione.

L'immediatezza con cui queste piattaforme online sono letteralmente esplose e hanno contribuito enormemente, tuttavia, non è solo incarnata dalla "velocità" della parola. Ad esempio, su X, Facebook e Instagram, molti contenuti sono espressi attraverso immagini e video piuttosto che attraverso il testo. Questo significa che tutti possono capire le immagini e apprezzarle a una velocità che non può essere raggiunta con il testo. Le parole diventano guarnizioni e contorni, gli hashtag catalogano le immagini, ma non descrivono emozioni o momenti speciali. In questo modo, si assume la forma di qualcosa di nuovo e diverso, ma si utilizza al tempo stesso in parte le strutture esistenti. Parole, immagini e suoni sono sparsi e disseminati su Internet che sembra apparentemente disordinato, ma in realtà segue le infinite possibilità e necessità, reali o immaginarie, di chi produce e cerca contenuti.

Nonostante ciò, la diminuzione del numero di parole utilizzate sembra da un lato sminuire il valore del testo come importante mezzo di comunicazione, ma dall'altro rende fondamentali le poche parole che vengono selezionate e utilizzate. I motori di ricerca indicizzano ancora i contenuti in base alle parole chiave e agli hashtag, e sono sempre questi elementi a consentire la ricerca e la scoperta dei contenuti. In conclusione, Internet e il social networking hanno stravolto il modo di comunicare delle persone, dando loro la possibilità di entrare in contatto con milioni di utenti, con le loro preferenze e percezioni. La proliferazione del Web 2.0 e degli strumenti ad esso associati ha raggiunto una dimensione tale da far sì che si stabiliscano costantemente

nuove relazioni sociali virtuali e che gli utenti lascino tracce delle loro preferenze e dei loro sentimenti attraverso le loro attività su Internet, generando al contempo enormi quantità di dati. L'importanza dei social network come mezzo di comunicazione diventa immediatamente evidente quando ci si rende conto che i principali generatori di tali dati sono proprio le piattaforme sociali.

### *3.1. Gli effetti nel comportamento umano*

Essere online oggi significa essere presenti. Internet e i social network hanno riempito prima il tempo libero e poi l'ambiente di lavoro come prezioso strumento di marketing, ma mai si sarebbe immaginato che un giorno avrebbero sostituito i canali tradizionali di comunicazione e interazione umana.

La rete ha proposto un nuovo modello di villaggio globale, caratterizzato da infinite opportunità di socializzazione costantemente e istantaneamente accessibili. I cambiamenti apportati da queste nuove piattaforme digitali sono evidenti e drammatici, in quanto coinvolgono completamente la vita sociale di coloro che le utilizzano, il modo in cui si relazionano con gli altri, il modo in cui pensano e si comportano e persino la loro istruzione.

Antropologi, psicologi e sociologi hanno sempre cercato di studiare come l'ambiente circostante influenzi le persone direttamente e indirettamente. Gli esseri umani sono caratterizzati dal bisogno di essere soddisfatti: l'affetto, l'amore, l'accettazione, il rispetto e l'appartenenza sono spesso percepiti come un vuoto incolmabile.

Come racconta un episodio della serie televisiva distopica *Black Mirror*<sup>41</sup>, creata da Charlie Brooker<sup>42</sup>, le persone tendono a essere soddisfatte della propria esistenza quando tutti i loro bisogni sono appagati e soddisfatti. Non stiamo parlando di lavoro, né di passioni in generale, come l'arte o il baseball.

Sono soprattutto i social network a rafforzare questi desideri, tanto da spingere gli esseri umani ad attacchi di panico, disturbi d'ansia e depressione. Sono specchi audiovisivi di realtà secondarie immateriali che trasformano e immortalano modelli di vita utopici. Più ce ne sono, più il bisogno di piacere viene soddisfatto.

Questa teoria è supportata da uno studio del 2017 condotto dalla Royal Society for Public Health<sup>43</sup>, che ha evidenziato come i social network siano diventati parte integrante della salute mentale di adolescenti e giovani che si affacciano alla prima età adulta. I dati dello studio hanno mostrato un aumento del 70% dei casi di disturbi d'ansia e depressione nel Regno Unito negli ultimi 25 anni, a causa dei social network.

Per indicare alcune statistiche nazionali, il tempo medio globale trascorso sulle piattaforme sociali è di 142 minuti al giorno. Questo valore è generato da utenti e usi diversi ma allo stesso tempo simili e la generazione Y, i cosiddetti millennial, è senza dubbio uno dei gruppi di utenti più numerosi e attivo. Tuttavia, una menzione speciale va fatta alla Generazione Z, che è nata contemporaneamente o successivamente

---

<sup>41</sup> *Black Mirror*, 2011, serie tv britannica

<sup>42</sup> Charlie Brooker, 1971, sceneggiatore, conduttore televisivo, comico, satirista, produttore televisivo e scrittore britannico

<sup>43</sup> Royal Society For Public Health, 1876, ente di beneficenza indipendente e multidisciplinare

ad alcuni social network. Essi interagiscono, comunicano e contribuiscono alla creazione di nuove realtà e dinamiche come gli sport virtuali e le piattaforme di streaming.

I Millennials e la Generazione Z utilizzano sempre più i social network non solo come strumenti di comunicazione, ma anche come mezzo di comunicazione e collaborazione tra reti di persone, comunità e organizzazioni, potenziate dalla potenza tecnologica e dalla mobilità.

Sebbene i social network siano un fenomeno nuovo e il loro impatto a lungo termine sia sconosciuto, gli esperti stanno iniziando a capire come Facebook, Instagram e i social network in generale stiano influenzando il cervello. Nell'era dei social network, degli smartphone, dell'essere sempre e ovunque connessi, qualcosa sta cambiando nel cervello di chi li usa. In particolare, sta influenzando la memoria e il modo in cui si gestiscono le interazioni sociali, che sono minacciate da continue notifiche.

Un mi piace o anche un "commento" si trasformano in un piccolo piacere, in una scarica di dopamina a livello fisico. È questa la sostanza alla base della dipendenza da smartphone, in particolare da social network.

La dopamina è un neurotrasmettitore prodotto nel cervello e nelle ghiandole surrenali. È nota anche come l'ormone dell'euforia e produce effettivamente sensazioni di piacere e soddisfazione.

È risaputo che gli esseri umani sono sempre alla ricerca di esperienze piacevoli e appaganti e cercano di stare alla larga da situazioni che causano disagio o dolore. E sono proprio i social network ad avere questa piccola caratteristica molto interessante; quando gli utenti

scorrono la loro bacheca e trovano un contenuto di loro gradimento, possono mettere "mi piace" per esprimere le loro preferenze.

Spesso si dà per scontato che ogni post provenga da un utente reale e che ogni "Mi piace" sia un "Mi piace". I like, i commenti, le reazioni alle storie e commenti e le reazioni a una storia sono piccole ricompense che generano ogni volta piccole quantità di dopamina nel cervello. Questo crea un senso di benessere e il desiderio di ripetere l'esperienza più volte. Questo meccanismo porta gradualmente gli utenti a utilizzare i social media con maggiore frequenza e per periodi più lunghi, al fine di rivivere le emozioni positive. Il rischio è lo sviluppo di una dipendenza.

Così, le persone cercano costantemente l'approvazione e hanno fame di ricompense sociali. La mancanza di tali ricompense ha un forte impatto sul comportamento dei giovani utenti e degli adulti consenzienti, responsabili e intelligenti. Questo perché tutti questi meccanismi agiscono sulle parti più profonde della mente e del cervello.

Secondo gli scienziati, la principale conseguenza dell'uso prolungato di Internet è la frammentazione dell'attenzione. L'arrivo delle notifiche sul cellulare, il controllo costante dei social network, l'apertura sistematica della casella di posta elettronica: sono elementi che interrompono continuamente il lavoro e le altre attività in cui si è impegnati, determinando non solo una perdita di concentrazione, ma soprattutto stress e tensione.

Si attiva così un multitasking complesso, che rallenta, cambia rotta, intervalli e fili. Le persone che si distraggono costantemente da ciò che stanno facendo ottengono risultati peggiori e in tempi più lunghi ed è

sotto questo punto di vista che l'esposizione a Internet non è una buona cosa.

Questo fenomeno, in aumento, sembra essere causato dall'uso dei social network, dove gli smartphone e i tablet sono diventati degli accessori in mano e nelle tasche degli utenti. La generazione più a rischio è quella infantile, il cui cervello è ancora in fase di sviluppo.

Difatti, sono proprio i bambini più piccoli ad avere maggiori probabilità di incontrare problemi dovuti all'uso di Internet. I social network hanno cambiato le abitudini e il modo in cui si riceve, si elabora e si possiedono le informazioni.

### *3.2. Le opportunità e i rischi sui giovani*

Post, hashtag, stories, reel, emoji come commenti e like: è fatto di ciò la vita quotidiana dei giovani.

L'adolescenza è un periodo di crescita intensa e la strada verso l'età adulta è lastricata delle stesse cose che c'erano già quando non si conoscevano gli smartphone. Facebook, Snapchat<sup>44</sup>, Instagram e altri forniscono la piattaforma ideale per coprire tutte le funzioni e le esigenze umane. Vogliono condividere, fare check-in e sentirsi uniti: i giovani vogliono trovare la propria strada e orientarsi nel mondo in cui vivono. Questo perché i social network stessi consentono innumerevoli attività divertenti e piacevoli, spesso considerate essenziali per questa fascia d'età.

Indipendentemente dagli strumenti digitali utilizzati, la più grande opportunità offerta dai social network è quella di conoscere persone che

---

<sup>44</sup> Snapchat, 2011, social network

non sono fisicamente vicine, ma che possono appartenere alla stessa comunità online (gruppi di persone con interessi e obiettivi simili).

Permettono ai ragazzi di darsi sostegno sociale a vicenda e di condividere pensieri e sentimenti in un ambiente virtuale e privato, separato dagli adulti. Soprattutto durante il lockdown del 2020, essi sono diventati l'unica modalità di comunicazione possibile per gli adolescenti e queste piattaforme online sono diventate ancora più importanti.

Chiusi in casa, alla ricerca di contatti umani, di informazioni, di intrattenimento sotto forma di video e meme, e di acquisti online per soddisfare almeno le loro voglie di consumo, i grandi vincitori (loro malgrado, ovviamente) della situazione determinata dal blocco globale da Covid-19 sono le piattaforme hi-tech, soprattutto i social network.

Gli utenti globali di Internet sono aumentati, così come il tempo trascorso utilizzando gli smartphone, guardando video, accedendo e rimanendo sui social network, scaricando un maggior numero di applicazioni per la conversazione video sul web e il commercio online. La tradizionale socializzazione faccia a faccia viene sostituita dai social network e le abilità sociali si riferiscono generalmente a un insieme di comportamenti appresi, utilizzati dagli individui per interagire con gli altri e affrontare le difficoltà (ad esempio, ascoltare e prestare attenzione agli altri, chiedere aiuto, leggere i segnali sociali, esprimere le emozioni in modo appropriato). Queste abilità fanno anche parte dello sviluppo quotidiano di una persona, consentendole di adattarsi al suo ambiente sociale e di mantenere la sua salute mentale e fisica.

Come già ribadito più volte, i social network non raccolgono tutta la corruzione che esiste nella società moderna. Si tratta di un'opportunità

che la società stessa dovrebbe comprendere, sviluppare e rafforzare per ridurre i comportamenti disfunzionali e l'uso irresponsabile, ed è giusto e opportuno sottolinearne anche gli aspetti positivi. Purtroppo, va detto che i confini tra l'uso giusto e sbagliato di questi strumenti sono molto labili e possono facilmente passare dall'uno all'altro senza essere notati. Questo perché, se è vero che i social network migliorano la socialità, è anche vero che la socialità online è molto diversa da quella reale e non risente dei benefici che la prima comporta. Gli impatti associati a questa inibizione delle abilità sociali includono barriere emotive a livello fisico, ridotta empatia dovuta all'incapacità di riconoscere l'espressione di emozioni e sentimenti, difficoltà cognitive nell'esprimere le proprie opinioni, problemi nel comprendere il significato degli altri e, infine, difficoltà nel mantenere una conversazione fluida.

È compito fondamentale degli adulti, dei genitori e degli insegnanti sostenere e educare gli adolescenti ad un uso sano e positivo dei social media e metterli di fronte ai rischi che possono portare a gravi conseguenze. Siccome l'adolescenza è l'età dell'incoscienza, dove molti accedono ai social network prima dell'età consentita, sono nello specifico i social network il dispositivo di amplificazione ideale. Si presume che le persone desiderino crescere velocemente, ma allo stesso tempo desiderino rimanere piccole per sempre.

L'accesso a nuovi dispositivi come smartphone ha aperto, tra l'altro, nuove possibilità. Nonostante le preoccupazioni associate all'uso dei social network, l'essere "iperconnessi" comporta anche molti vantaggi. Gli adolescenti possono utilizzare le piattaforme social per condividere le

proprie passioni, partecipare all'attivismo online, esprimere la propria creatività e persino trovare lavoro.

In particolare, questo è un momento del ciclo di vita in cui gli individui iniziano a lasciare il nucleo familiare, a liberarsi dai genitori e a emergere come attori sociali.

Attraverso la ricerca online, i giovani possono trovare opportunità per socializzare e arricchire i propri contatti. Possono imparare da fonti diverse e accedere a risorse educative per conoscere meglio se stessi. Possono imparare facilmente a usare la tecnologia, a sentirsi "disincarnati", non riconosciuti e confrontati, più liberi e meno esposti al giudizio.

Tuttavia, non si può negare che l'uso di Internet da parte dei giovani comporti dei rischi. Con la scomparsa della privacy, la perdita di identità, l'incessante desiderio di essere notati, il desiderio di mostrarsi con la forza e la vulnerabilità dei giovani amplificata dall'uso dei nuovi media che porta all'alfabetizzazione emotiva, i giovani in particolare, spesso derivati dall'ingenuità, amplificano l'uso dei nuovi media sempre più esposti a comportamenti ad alto rischio che trovano un gigantesco megafono per amplificare e distruggere.

Uno studio condotto dall'Università della Pennsylvania a Philadelphia, pubblicato nel dicembre 2018 sul *Journal of Social and Clinical Psychology*<sup>45</sup> mostra come i social network siano direttamente collegati a stati d'animo negativi come ansia, depressione e solitudine. Lo studio prevedeva la considerazione di tre social network - Facebook, Instagram e Snapchat - e di 143 studenti universitari di età compresa tra

---

<sup>45</sup> *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1983, rivista scientifica bimestrale

i 18 e i 22 anni. All'inizio dello studio, ai partecipanti è stato misurato l'umore attraverso test standardizzati e il loro utilizzo settimanale delle piattaforme è stato monitorato per conoscere le loro abitudini.

I volontari sono stati poi assegnati a caso in due gruppi: il primo gruppo ha trascorso molto meno tempo del solito sulle tre piattaforme sociali, utilizzandole per soli dieci minuti al giorno per tre settimane. All'altro gruppo è stato concesso di trascorrere lo stesso tempo di prima sulle piattaforme senza apportare alcuna modifica.

Secondo le conclusioni dell'esperimento, esiste un chiaro legame tra la riduzione dell'uso dei social network e la riduzione della solitudine, perché è proprio analizzando la vita degli altri, soprattutto quella che mostrano su Instagram, che si tende a definire che sia più interessante o migliore della propria.

Insomma, è chiaro che l'avvento dei social network sembra aver messo tutti in mostra come in una vetrina, facendo a gara per vedere chi ha la vita più intensa e più bella, o chi vive le avventure più spericolate e meravigliose. Non è più possibile vivere tranquillamente, nella propria privacy. Sotto la finzione di un contatto e di una condivisione più facili si nascondono solitudini nere, lacrime e persino dolore.

I social network sembrano inserirsi nella distanza tra le persone e riempire il vuoto creato dal senso di fiducia sempre minore tra sé stessi e gli altri in questo mondo postmoderno.

## *CONCLUSIONI*

Per raggiungere gli obiettivi di questa tesi di laurea, si è deciso di partire dalle origini. Difatti, l'elaborato si apre con un lungo resoconto di quanto sia radicata la multimedialità, seguito da una comprensione della traduzione nei media e di quanto sia arrivata a diffondersi pienamente nei social network.

Internet sta avvicinando la cultura a un pubblico più vasto, rendendone più facile e rapido l'accesso, ma sta anche alimentando la nascita di nuove forme di espressione per la diffusione dell'arte e della conoscenza. Questo perché Internet non è solo una tecnologia, ma un prodotto culturale a tutti gli effetti.

In questa tesi si è cercato di descrivere il collegamento tra la multimedialità e la traduzione audiovisiva, portando alla luce anche il ruolo dei social network. La comunicazione multimediale, per essere definita tale, non si limita solo a comunicare attraverso i media, ma deve anche esprimersi ed essere accessibile a tutti. I contenuti multimediali diventeranno ancora più impressionanti nei prossimi anni, poiché ci sarà la ricerca di un mondo più visivo.

Strettamente legato a questa forma di interazione è il ruolo dei contenuti in due ambiti: l'infanzia e la scuola. Nel primo caso, il multitasking aiuta i bambini a integrare un maggior numero di informazioni elaborate simultaneamente nel loro cervello, il che migliora la comunicazione in quanto sono più produttivi e più veloci nell'elaborare le informazioni che ricevono; nel secondo caso, il ruolo della multimedialità è cruciale, in quanto permette ai bambini di interagire con altri bambini in modo più produttivo. Per valorizzare le qualità degli

alunni rendendoli protagonisti, è essenziale far uso della multimedialità, essendo essa ricca di valore educativo.

Inoltre, nel secondo capitolo, si è visto come la multimedialità sia legata anche alla traduzione. Nello specifico, come già accennato, si occupa della resa di testi multimediali in un'altra lingua e l'uso di un sistema multimediale, che si tratti di doppiaggio o sottotitolazione, sono di particolare interesse perché riguardano proprio la traduzione.

È stato inoltre analizzato il ruolo dei social network nella sfera sociale, da quello più evidente a quello più nascosto.

In conclusione, si può definire che la multimedialità sta portando a un futuro basato su una completa realtà virtuale, dove la vita sarà sempre più smaterializzata e ogni azione della vita quotidiana sarà soggetta alla tecnologia multimediale.

# **MULTIMEDIA IN RELATION TO SOCIAL NETWORKS**

ENGLISH SECTION

## INTRODUCTION

Multimedia in people's lives has been one of the most impactful social phenomena of the last two decades, and the emergence of social networks in particular has created the perfect conditions for a revolution within a revolution. Access to media is synonymous with the transmission of culture, news and entertainment to every corner of the globe, and the world is now considered a global village.

In this thesis, the topic of multimedia in relation to social networks will be addressed, and it will be illustrated how the two are inextricably linked through the role played by translation. Media translation is important because it allows us to overcome language barriers and reach a global audience. In other words, when content is shared and understood by more people around the world, it can spread more information and increase cultural awareness.

In the following paper, the topic of multimedia as a specific key to a particular field will be first discussed, secondly, the aspects of audio-visual translation, also known as multimedia, will be explored, and finally, the topic of social networks, and more specifically, how social networks can influence human behaviour and how they affect education will be discussed.

The reason behind exploring these topics stems from an immense interest in media and social networks. One cannot overlook how they make the world so accessible to all but at the same time contribute to changing reality and creating a truth to be understood.

This interest is accompanied by an unequal attraction for audio-visual translation, and when the two meet, they arouse complete transport.

The aim of the following paper is to take such well-known and ubiquitous topics as multimedia and social networking, enumerating the various aspects of its current importance, and the role that audio-visual translation plays in the world, because as close as these two concepts may be, they naturally condition each other.

## *1. Multimedia communication*

*“Whoever controls the media, the images  
controls the culture.”*

*- Allen Ginsberg*

Communicating is a basic requirement of everyday life. We spend a lot of time communicating throughout the day, passing on ideas, thoughts, plans, questions, and new information. In the digital age, part of communication is mediated by new technologies.

Communication allows us to 'function' as individuals, continuously involved in group dynamics because of the need to create bonds with other people. However, over the centuries, the ways and means of communication have undergone several revolutions. Before the industrial revolution, cultural exchange was difficult because cultures were largely local and there were no rapid means of communication or transport. Furthermore, in the mid- to late 19th century, various technologies emerged for this purpose. These technologies fostered the first great wave of popular culture spread by the new media.

Just think of social media posts; in just a few years, most of them evolved from simple text to multimedia messages; with video, audio, links, and photos added to the words. Therefore, nowadays people communicate using different communication channels (pictures, words, video, audio) and different platforms (blogs, social media).

For example, Wikipedia<sup>46</sup>, which is the best-known free encyclopedia on the Internet, allows the text of an entry to be associated with music, videos, images, and links as needed to supplement or complete the textual description.

Countless studies have shown how people today listen to, and believe in other people who truly speak their mind based on their own experiences. It is clear that the more media involved, the more complex it becomes to master and manage them to achieve a coherent product that communicates a message effectively. To understand today's multimedia communications, it is useful to understand the definition of Web 2.0. Web 2.0 refers to a set of online interactions such as blogs, forums, chats, and sharing platforms.

Thus, multimedia seeks to restore the global nature of cognitive and sensory connections between humans and their environment, bringing into play not only words but also images and sounds. It can be seen as the integration of different media and languages, and is sometimes confused with interactivity. The latter is a process of communication between humans and computer software, whose behaviour is not fixed, but is capable of changing in response to user input. Computers, the Internet, social networks, and smartphones are the main actors of the multimedia communication era.

Familiarity with the dynamics of contemporary communication, tools and technologies is therefore an almost absolute prerequisite.

---

<sup>46</sup> Wikipedia, 2001, online, free and collaborative encyclopaedia

In conclusion, there is no doubt that citizens around the world have become multimedia communicators in unison and that multimedia is more integrated than we think.

### *1.1. The role of multimedia in childhood*

Thanks to devices with constant internet and network access, the ability to communicate has been greatly simplified, access to information has been expanded and the flow of news has been accelerated. These new digital devices have rapidly entered lives but it is mainly children who have taken advantage of them.

They discover their surroundings by simultaneously approaching multiple stimuli of different natures, which they can only later distinguish separately. It can be said that they prefer multimedia because it keeps them occupied on a more sensory level than reading or studying books.

The child comes to experience and learn about himself, others and the world through an approach that we can call 'multimedia'. Today's child is a multimedia being, because the logic that they use to learn about themselves and to relate to their peers is based on collaboration, and the integration of a wide variety of media. Multimedia learning works by 'immersion' and thus brings about complicity, whereas single-media learning works by 'abstraction'. In this case, listening in a sound environment becomes the immersion mode par excellence. 'Media children' operate in a logic of contamination, cross-referencing and crossover that is often incomprehensible to adults accustomed to using traditional models of literacy.

The experiences that ignite children's intelligence today are very different from those of the past and are based on very rapid learning methods. In the 1980s, the presence of technology in toys and its degree of interactivity increased, the concept of educational play was established, with electrical circuits, sound and light feedback often appearing in bold print on toy packaging, while at the same time toys imitated the technological realities of adults, such as cameras, optical microscopes, and tape recorders.

The period during the Covid-19 pandemic greatly increased the use of digital technology and further reduced the age groups accessing it. Children and adolescents therefore need appropriate adult guidance to protect them from an early age, to help them understand their digital environment, to recognize and manage their emotions, and to gradually develop their autonomy, sense of responsibility and critical sense.

It is important to note that children do not fundamentally understand television with child-oriented content until the age of two, at which age they learn more from real-life presentations than from images. Infants and very young children have difficulty transferring new learning from the screen to real life, which is instead a 3D representation.

Anderson's<sup>47</sup> 2007 study found that television viewing fails to teach a two-year-old as much as live interaction. According to the journalist, viewing on digital screens should be denied to children under the age of two because of the mostly negative associations, especially for language and executive functioning. Only viewing educational programs has a

---

<sup>47</sup> Daniel R. Anderson, 1944, American psychologist and professor emeritus at the University of Massachusetts Amherst

positive impact. He further argued that mass media for children encourage lax thinking, reduce cognitive abilities and compete with more developmentally productive activities.

The negative impact of digital media on language was also confirmed by Brown<sup>48</sup> who explained that the long-term effects of media on language skills are not yet known, while the short-term effects are almost 'alarming'. This research also reveals the issue that children who use digital media before the age of two are more likely to become regular users later in life.

Furthermore, some research shows that the mother-child relationship is being overshadowed and even replaced by the 'relationship' between digital media and the child, due to smartphones, TV, tablets, and other digital tools.

### *1.2. Multimedia and didactics*

In recent years, technology has spread rapidly in all areas, so that when we talk about services, administration, and schools, we always mean digitization. The digital dimension is now a reality and the school community must therefore be 'educated' to use it. All learning that takes place in the multimedia environment is resource-based learning, involving collaborative participation, individual responsibility, and the joy of creating one's own path of knowledge in a certain way.

Children already have a lot of experience with these new technologies before they start school and this is changing the way they learn. For example, creating a CD-ROM or DVD as a validation of a

---

<sup>48</sup> D.h. Brown

learning pathway means giving students the opportunity to choose the type of text, images, audio, content, style of communication, and to obtain work that incorporates a variety of knowledge and different skills.

The aim of digital education is precisely to revise the traditional teaching model, sometimes excessively based on a 'notional' approach, and to move teachers towards the adoption of new methodologies and techniques that put dialogue with the student centre stage. At the same time, one cannot deny the unlimited possibilities offered by technological tools and the importance that these innovations will have in the lives of young people in the future.

### *1.3. Language in multimedia*

Multimedia language brings storytelling to life in an exciting, fluid, and engaging way, but above all, it is the language with which people communicate today, which is in the collective imagination and translates into new behaviors.

With the creation of a series of new products for the mass market, multimedia language has become increasingly defined and has consolidated its character. The emergence of new technologies has challenged traditional ways of learning and led multimedia to psychological and cultural changes that go far beyond the practical benefits of new technologies.

The use of multimedia, i.e. the creation of hypertexts on an interactive computer network with many images, stimulates different brain processes than traditional learning methods. This is because images use the brain's coding and association systems, which develop in

different areas than spoken language. Multimedia is not just the sum of several means of representation, but the integration of this through several codes.

Multimedia languages evolved from the opportunity to homogenize, through digitization, the large amount of information available in different media. This means that all signals from different media are reduced to just two symbols (0 and 1 in the binary code) and it is thus possible to create an unprecedented and original synthesis that can be attributed neither to the individual components nor to the mere sum of specific rules of representation. Marshall McLuhan<sup>49</sup> argued that 'the medium is the message', emphasizing the idea that in communication, the choice of technical means to convey a message is not only irrelevant, but an integral part of the message itself.

This idea is becoming more and more important as the available media and the possibilities of intersecting them increase. Each media has therefore reconstructed the narrative by intervening in its grammar, structure and specific characteristics.

In conclusion, multimedia is basically a form of communication that can be used for entertainment, education and translation.

---

<sup>49</sup> Marshall McLuhan, 1911-1980, Canadian sociologist, philosopher, literary critic and professor

## *2. Audiovisual translation*

*“Translation is that which transforms  
everything so that nothing changes.”*

*- Günter Grass*

Audiovisual translation, also known as multimedia one, is a specialized area of translation that concerns the rendering of multimodal and multimedia texts into another language and/or culture and involves the use of a multimedia system during the translation or transmission process. It presents an intervention in the linguistic aspects of an audiovisual product that enables its distribution in a market other than the original one.

Today, the combined use of the attributes 'audio' and 'video' to qualify this type of text coincides with the fact that the translation process affects not only the language but also the entire multimodal experience of watching a film, series, TV programme or video. This applies to both subtitling and dubbing.

The current debate on which of the two types of audiovisual translation is better stems from the questionable assumption that only subtitles alternate the perception of the image on the screen. There was a need to find definitions such as, for example, "film translation", which was mainly used in the 1970s but did not seem to take sufficient account of audiovisual texts other than films.

In the 1990s, the definition of 'linguistic transposition' referred only to linguistic codes, overshadowing the importance of visual codes in the determination of meaning.

Also at that time, the term 'multimedia' instead took into account the polysemic dimension of audio-visual texts, while the definition of 'media translation of speech' emphasised the fact that film dialogue is a type of speech written to be spoken. Finally, an effective definition used to describe this type of translation was 'screen paraphrase'.

Audiovisual translation encompasses a range of practices, such as dialogue transcription, audio commentary, voice-over, simultaneous interpretation, free commentary, subtitling and surtitling. It is considered a fundamental step to enter the cultural heritage of other countries and really touches many sectors and techniques. The preferred mode related to this branch is subtitling, an essential technique for watching films or television series in the original language with language support.

Moreover, it goes hand in hand with dubbing, hence with cinema, television, films, documentaries, the series and web-series so loved by young and old alike. It is present in almost every language, with some differences between those who prefer the use of voice over and those who choose to use it only in children's products.

### *2.1. Dubbing*

Dubbing is the process of replacing the original voice of an actor or character with the voice of a voice actor in a film, TV series, sitcom, animation, documentary or TV series. It is the process of recreating

emotions through the voice, so it is the skill of the professional in this field that makes the difference, the ability to play with the situation, with the actor's face and expressions.

It is the Italians who, more than anyone else, are considered the world masters of dubbing. In terms of style, the adaptation must be written in a correct Italian, reproduce the fluidity of the spoken language, choose a legitimate translation based on the expressiveness of the original text, and respect the coherence of the dialogue with its function, i.e. character, setting, story, gesture, kinematics and expression. In order to understand the technical aspects of adaptation, it is necessary to understand what are the different types of audiovisual translation are, for which products they are used and who the main target groups are.

All dubbing techniques can be grouped under the name of revoicing, but each form has different technical characteristics that affect adaptation and which must therefore be distinguished. We have: simultaneous interpretation, audio commentary, audio description, lip-sync, simil sync, dubbed dialogue, over sound, and finally voice-over.

The voice actors who lend their voices to the actors on screen are artists in their own right; in fact, we do not simply speak of 'voice actors', but of 'voice talents', emphasising the importance of their performances and their integral role in the aesthetic and expressive perception of the film.

## *2.2. Subtitling*

Subtitling is a form of audiovisual translation, but it has a short history in Italy, as the country has always used dubbing. The demand for subtitling or dubbing foreign films into the language of the viewer is constantly growing, so there is a need for services that can provide products that live up to expectations. It is used when it is necessary to supplement speech understanding with a text, but also for the deaf and for all viewers who do not know the language in which the film or series was produced.

It should be remembered that subtitles are easy codes to judge from a grammatical, lexical and stylistic point of view. All different types of subtitles can be produced and distributed as open or closed captions. Open or 'simple' subtitles are superimposed on the screen and appear automatically next to the audiovisual text, and can also translate the dialogue of news programmes and documentaries.

While closed subtitles, also known as 'encrypted' ones, are available in a separate file that viewers can add to the video and there can be several tracks of them, including intra-lingual and inter-lingual subtitles. The latter can be divided into subtitles for the deaf and for those who select them for other reasons, such as to learn a new language. In this regard, subtitles for the deaf must include, in addition to dialogue, descriptions of other speech elements, such as, off-screen sounds and noises.

Similarly, foreign language subtitles improve dialogue comprehension and it is precisely new research that suggests that those

wishing to improve their understanding of a foreign language should watch films with original language subtitles.

Learning a foreign language is not just a matter of vocabulary, grammar rules and correct pronunciation but a much more complex and articulated process that requires dedication, perseverance, but also a keen desire to discover the infinite facets of a language-culture different from one's own. In particular, the acquisition of new terminology is one of the main advantages of this approach.

Ideally, subtitles should be "tailor-made" for the perfect image of the listener or audience of each audiovisual text. In conclusion, they should preserve as much as possible the content, intent, style and linguistic register of each audiovisual text.

### *2.3. The linguistic and cultural profiles*

Unlike other forms of translation, audiovisual translation requires a long and complex process, especially dubbing, which consists of successive stages entrusted to highly qualified professionals using advanced technologies. For example, people, places, and things must be referred to in the same terms throughout the text. This is not a matter of course, especially when several translators are involved in the translation or when the audiovisual text to be translated is a television series lasting several seasons.

Both dubbing and subtitling also involve practical challenges that require specific linguistic and technical skills. These skills must be based on an in-depth knowledge of the pragmatic and cultural aspects of the

dialogue, but also require a lot of creativity and talent. There are advantages and disadvantages, but when it comes to dubbing, enjoyment is easier and more engaging, suspension of disbelief is guaranteed and viewing is not interrupted. Disadvantages include the loss of the original soundtrack, the mismatch of voice and face, a higher cost, time-consuming and the fact that it does not help to learn a new language.

As for subtitles, the original soundtrack is respected, there is no mismatch between voices and faces and it helps to learn new languages. The choice between subtitles and dubbing is determined regionally by economic, historical and cultural reasons. Italy, along with Austria, Spain, France and Germany, is a dubbing country, while the Netherlands and the Nordic countries prefer subtitles. This difference is based on several reasons, for example in Italy, first cinema and then television have always been active enough to invest heavily in dubbing.

Alberto Castellano<sup>50</sup> and Fabrizio Nucci<sup>51</sup> state that the Italian dubbing industry is a perfect mechanism and during the golden age of cinema, in the 1930s and 1940s, it was very successful in Italy. This was because there was a demand for films that could not be satisfied by the domestic industry and as a result foreign films, especially Hollywood, were imported and distributed.

Another factor that led more films to be dubbed rather than subtitled was the fact that, at least in the first half of the 20th century, the national literacy rate was very low.

---

<sup>50</sup> Alberto Castellano, Neapolitan essayist and film critic

<sup>51</sup> Fabrizio Nucci, director, producer, screenwriter

In fact, whereas with subtitles, the dialogue was unaltered and practically accessible to the audience as it was, however with dubbing the content could be completely controlled for political and moral reasons.

In short, dubbing is the most convenient option for both accessibility and content control. Sociolinguistic variations are not adequately represented and informal vocabulary is often flattened. In addition to slang, there are culture-specific aspects such as idiomatic expressions, proverbs, songs and puns.

Vulgar language is often censored, ignored or ridiculed. Depending on whether swearing is dubbed or subtitled, there seems to be more tolerance for swearing nowadays than in the past. However, if swear words are deemed offensive, broadcasters reserve the right to replace them, in whole or in part, with bleeps or less vulgar language. In English-speaking countries, some swear words referring to sacred objects may be considered more offensive than in other countries, and it is here that there are specific linguistic and pragmatic features that must be taken into account. In dubbing, particularly lip-sync, the text must be synchronised with the dialogue according to the principles of rhythm, visual synchronisation and motor synchronisation.

In particular, translation strategies can be implemented in subtitles. This has led to the emergence of OTT companies, which initially started as audiovisual distribution companies via the Internet, but have been successfully engaged in audiovisual and film production for several years. Content is no longer only available in cinemas when it is released or on TV when it is part of the schedule, but can be watched at any time

through the networks they have built. The growing popularity of streaming has enabled millions of people around the world to access a wealth of content without ever leaving home.

Netflix<sup>52</sup>, Amazon Prime<sup>53</sup>, Disney+<sup>54</sup> and many others have established themselves as major players in an unstoppable market and are now producing and distributing original content globally at an unprecedented pace. By expanding their investments internationally, these big companies are first fragmenting, de-constructing and finally reconfiguring the media world and translation has become a central part of this world.

They are already dubbing their products into different languages, or at least providing them with high-quality subtitles, often modifying the text to make it more comprehensible, not only from a purely grammatical and syntactic point of view, but also from the cultural point of view of the target audience. The success of this strategy is linked to the rapid localisation of content that serves to reach a wider audience and provide a more engaging experience.

#### *2.4. The importance of social translation*

We live in a global world and, in order to reach as many readers as possible, we have to translate our content. This is why many bloggers and companies have decided to use social network translation to promote themselves and test the 'temperature' of their consumers. Using social

---

<sup>52</sup> Netflix, 1997, Internet streaming service of films, TV series, and other paid content

<sup>53</sup> Amazon Prime, 2005, Amazon pay service

<sup>54</sup> Disney+, 2019, on-demand service Disney Media and Entertainment Distribution

networks such as Facebook<sup>55</sup>, Twitter <sup>56</sup>, and Instagram<sup>57</sup> can demonstrate the popularity of their offer to thousands of people in a matter of seconds. The translation of content published on social networks has many peculiarities. It is therefore recommended that translations for social networks are not just a direct translation of the original hashtag because research is needed to find the most accurate hashtag in the country being translated. Social media translation requires very special knowledge, including a high degree of accuracy and precise attention to follow these techniques.

Translating not only means transferring text from one language to another but also involves transferring messages from one culture to another. In particular, social network translators need to know both cultures, strategies to capture the attention of the audience and SEO techniques to improve content performance, and finally have good marketing knowledge. They must have an in-depth knowledge of the target country's culture in order to adapt their translations to the target audience.

After all, a company's brand image and reputation are at risk when communicating on social networks, and the complex field of translation services presents a number of challenges such as social language that is full of acronyms and neologisms, character count compliance, and the translation of hashtags.

In conclusion, each social network has its own audience and style; all social networks are characterised by a concise, punchy and informal

---

<sup>55</sup> Facebook, 2004, US social media e social network

<sup>56</sup> Twitter, 2006, US news and microblogging service

<sup>57</sup> Instagram, 2010, social network

style, but each social network has its own user community and terminology.

### *3. Social networks as a communication channel*

*“Don’t use social media to impress people;*

*Use it to impact people.”*

*- Dave Willis*

Every day, more than one billion people worldwide access social networks from their mobile devices and computers. We have arrived at the age of the web, where being connected is more important than being oneself. In particular, the web has become more and more social in recent years, with increasing interaction between content and improved usability.

The term social media usually refers to blogs, microblogs, forums, social networking sites, and websites on cultural sharing projects. Media, on the other hand, derives from the Latin 'medium', and refers to the tools used to communicate and share content. Combining each definition, it can be said that social media is a Web 2.0-based communication tool and allows a wide audience to interact by consuming and sharing content in a simple, efficient, and practical way.

Going back in time, the first social network in history did not know it was a social network because the term had not yet been popularised. It was a website called SixDegrees<sup>58</sup>, the brainchild of an American lawyer named Andrew Weinreich<sup>59</sup>. The portal was created to bring together like-minded people according to the concept of social strata, age groups, and six degrees of separation.

---

<sup>58</sup> SixDegrees, 1997, social network

<sup>59</sup> Andrew Weinreich, 1997, US serial entrepreneur

The term 'social network' was coined a few years later, in 2003, exactly the year after Friendster<sup>60</sup> was created. This American dating site was the brainchild of Jonathan Abrams<sup>61</sup>, a Canadian engineer who wanted people to interact online with maximum security. The unexpected success of the site led to technical confusion due to the huge number of members.

The real big bang happened in 2003 with the birth of Facebook. It is not considered a social network, but 'THE' social network. It was born with the idea of the young Harvard<sup>62</sup> student Mark Zuckerberg<sup>63</sup> to create an interactive photo album for university students. It is estimated that there are currently more than 200 social networking sites, of which Facebook holds the top position.

To summarise, social networks are thus emblematic social gyms, where one can observe the intertwining of the socialisation of connected lives, the constraints of the platform, its possibilities, and the practices implemented by its users. It can be said that online and offline are two sides of the same coin and the two terms, despite their different nature, tend to merge as two opposite streams of meaning.

People want to communicate their ideas online and social networks provide asynchronous communication that happens in real time, like instant messaging. Search engines still index content based on keywords and hashtags, and it is still these elements that enable content search and discovery.

---

<sup>60</sup> Friendster, 2002-2015, social network

<sup>61</sup> Jonathan Abrams, Canadian engineer, entrepreneur and investor

<sup>62</sup> Harvard University, 1636, a private university located in Cambridge, USA

<sup>63</sup> Mark Zuckerberg, 1984, American billionaire tycoon, computer programmer, Internet entrepreneur and philanthropist

In conclusion, the Internet and social networking have revolutionised the way people communicate, giving them the opportunity to connect with millions of users, their preferences and perceptions. The proliferation of Web 2.0 and its associated tools has reached such a dimension that new virtual social relationships are constantly being established and users are leaving traces of their preferences and feelings through their Internet activities, while generating huge amounts of data.

### *3.1. The effects on human behaviour*

Being online today means being present. The Internet and social networks first filled leisure time and then the workplace as a valuable marketing tool, but it was never thought that one day they would replace traditional channels of communication and human interaction. Anthropologists, psychologists, and sociologists have always tried to study how the surrounding environment influences people directly and indirectly.

The Internet has proposed a new model of a global village, characterised by endless opportunities for socialisation that are constantly and instantly accessible.

As recounted in an episode of the dystopian television series *Black Mirror*<sup>64</sup>, created by Charlie Brooker<sup>65</sup>, people tend to be satisfied with their existence when all their needs are fulfilled and satisfied. It is social

---

<sup>64</sup> *Black Mirror*, 2011, British TV series

<sup>65</sup> Charlie Brooker, 1971, British screenwriter, television host, comedian, satirist, television producer and writer

networks in particular that reinforce these desires, to the extent that they drive humans to panic attacks, anxiety disorders and depression.

This theory is supported by a 2017 study conducted by the Royal Society for Public Health<sup>66</sup>, which showed that social networks have become an integral part of the mental health of adolescents and young people entering early adulthood. Data from the study showed a 70% increase in cases of anxiety disorders and depression in the UK over the past 25 years due to social networking.

Although social networks are a new phenomenon and their long-term impact is unknown, experts are beginning to understand how Facebook, Instagram, and social networks in general are affecting the brain.

In the age of social networks, of smartphones, of being always and everywhere connected, something is changing in the brains of those who use them. In particular, it is affecting memory and the way one manages social interactions, which are threatened by constant notifications. This is the substance behind smartphone addiction, especially social networking, dopamine, which is a neurotransmitter produced in the brain and adrenal glands.

The likes, comments, and reactions to stories are small rewards that generate small amounts of dopamine in the brain each time. This mechanism gradually leads users to use social media more frequently and for longer periods in order to relive positive emotions. In addition, according to scientists, the main consequence of prolonged Internet use is the fragmentation of attention. People who are constantly

---

<sup>66</sup> Royal Society For Public Health, 1876, independent, multidisciplinary charity

distracted from what they are doing perform worse and for longer periods of time. Social networks have changed habits and the way we receive, process, and possess information.

### *3.2. The opportunities and risks for young people*

Posts, hashtags, stories, reels, emoji, comments and likes: this is what young people's daily lives are made of.

Adolescence is a time of intense growth and the road to adulthood is paved with the same things that were already there when smartphones were unknown. Facebook, Snapchat<sup>67</sup>, Instagram and others provide the ideal platform to cover all human functions and needs. They want to share, check in and feel connected; young people want to find their way in the world they live in.

Regardless of the digital tools used, the greatest opportunity offered by social networks is to get to know people who are not physically close, they allow young people to give each other social support and to share thoughts and feelings in a virtual and private environment, separate from adults. Especially during the 2020 lockdown, they became the only possible mode of communication for teenagers and these online platforms have become even more important.

Locked away at home, looking for human contact, information, entertainment in the form of videos and memes, the big winners in the situation brought about by the Covid-19 global lockdown are hi-tech platforms, especially social networks.

---

<sup>67</sup> Snapchat, 2011, social network

Traditional face-to-face socialization has thus been replaced by social networks, and social skills generally refer to a set of learned behaviours used by individuals to interact with others and cope with difficulties. As already stated several times, social networks do not capture all the corruption that exists in modern society. This is because, while it is true that social networks enhance sociality, it is also true that online sociality is very different from real sociality and is not affected by the benefits of the former.

The impacts associated with this inhibition of social skills include emotional barriers at the physical level, reduced empathy due to the inability to recognise the expression of emotions and feelings, cognitive difficulties in expressing one's opinions, problems in understanding the meaning of others, and, finally, difficulties in maintaining a fluid conversation.

Despite the concerns associated with the use of social networks, being 'hyper-connected' also has many advantages. In particular, this is a time in the life cycle when individuals begin to leave the family unit, break free from parents and emerge as social actors. With the disappearance of privacy, the loss of identity, the incessant desire to be noticed, the desire to show themselves strong and vulnerable, young people amplify their use of new media.

A study conducted by the University of Pennsylvania<sup>68</sup> in Philadelphia, published in December 2018 in the *Journal of Social and Clinical Psychology*<sup>69</sup> shows how social networks are directly linked to

---

<sup>68</sup> University of Pennsylvania, 1855, a public university located in Philadelphia, USA

<sup>69</sup> *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1983, bimonthly scientific journal

negative moods such as anxiety, depression, and loneliness. According to the findings of the experiment, there is a clear link between reducing social network use and reducing loneliness, because it is precisely by analysing the lives of others, especially those they show on Instagram, that we tend to define that it is more interesting or better than our own.

Therefore, it is clear that the advent of social networks seems to have put everyone on display like in a shop window, competing to see who has the most intense and beautiful life, or who has the most reckless and wonderful adventures. It is no longer possible to live quietly, in one's own privacy. Social networks seem to insert themselves into the distance between people and fill the void created by the diminishing sense of trust between oneself and others in this postmodern world.

## *CONCLUSIONS*

To achieve the objectives of this dissertation, it was decided to start from the beginning. In fact, the paper opens with a lengthy account of how embedded multimedia is, followed by an understanding of translation in the media and how it has come to fully spread in social networks.

The Internet is bringing culture closer to a wider audience, making it easier and quicker to access, but it is also fuelling the emergence of new forms of expression for the dissemination of art and knowledge. This is because the Internet is not just a technology, but a cultural product in its own right.

Therefore, in this thesis an attempt has been made to describe the connection between multimedia and audio-visual translation, also bringing to light the role of social networks. Multimedia communication, to be defined as such, is not only limited to communicating through media, but must also express itself and be accessible to all. Multimedia content will become even more impressive in the coming years, as there will be a quest for a more visual world.

Closely related to this form of interaction is the role of content in two areas: childhood and school. In the first case, multitasking helps children to integrate more information processed simultaneously in their brains, which improves communication as they are more productive and faster in processing the information they receive; in the second case, the role of multimedia is crucial as it allows children to interact with other children in a more productive way. To enhance the qualities of pupils by

making them protagonists, it is essential to make use of multimedia, as it is rich in educational value.

Furthermore, in chapter two, we saw how multimedia is also linked to translation. Specifically, as already mentioned, it deals with the rendering of multimedia texts into another language, and the use of a multimedia system, be it dubbing or subtitling, are of particular interest because they relate precisely to translation.

The role of social networks in the social sphere was also analysed, from the most obvious to the most hidden.

In conclusion, it can be said that multimedia is leading to a future based on a complete virtual reality, where life will be increasingly dematerialised and every action of daily life will be subject to multimedia technology.

# **MULTIMEDIA EN RELACIÓN CON LAS REDES SOCIALES**

SPANISH SECCIÓN

## *INTRODUCCIÓN*

La comunicación multimedia en la vida de las personas ha sido uno de los fenómenos sociales más impactantes de las dos últimas décadas, y la aparición de las redes sociales en particular ha creado las condiciones perfectas para una revolución dentro de otra revolución. El acceso a los medios de comunicación es sinónimo de transmisión de cultura, noticias y entretenimiento a todos los rincones del planeta, y el mundo se considera ya una aldea global.

En esta tesis se abordará el tema de los multimedia en relación con las redes sociales y se ilustrará cómo ambos están inextricablemente unidos a través del papel que desempeña la traducción. La traducción en los medios de comunicación es importante porque permite superar las barreras lingüísticas y llegar a un público global. En otras palabras, cuando el contenido es compartido y comprendido por más personas en todo el mundo, puede difundir más información y aumentar la conciencia cultural.

En el siguiente artículo, se tratará en primer lugar el tema de los multimedia como clave específica de un campo concreto; en segundo lugar, se explorarán los aspectos de la traducción audiovisual también conocida como multimedia, relacionados con lo que la distingue; y por último, se abordará el tema de las redes sociales y, más concretamente, cómo esas pueden influir en el comportamiento humano, y la forma en que influyen en la educación.

La motivación para explorar estos temas nace de un inmenso interés por los medios de comunicación y las redes sociales. No se puede apartar la mirada de cómo hacen que el mundo sea tan accesible

para todos, pero al mismo tiempo contribuyen a cambiar la realidad y a crear una verdad que hay que comprender.

Este interés va acompañado de una atracción desigual por la traducción audiovisual, y cuando las dos se encuentran, despiertan un transporte total.

El objetivo del siguiente trabajo es tomar temas tan conocidos y omnipresentes como los multimedia y las redes sociales, enumerando los diversos aspectos de su importancia actual, y el papel que desempeña la traducción audiovisual en el mundo, porque por muy próximos que estén estos dos conceptos, se condicionan mutuamente de forma natural.

## *1. La comunicación multimedia*

*“No hay lugares remotos. En virtud  
de los medios de comunicación actuales,  
todo es ahora”  
- Herbert Marshall McLuhan*

Comunicar es un requisito básico de la vida cotidiana. Pasamos mucho tiempo comunicándonos a lo largo del día, transmitiendo ideas, pensamientos, planes, preguntas y nuevas informaciones. Y lo curioso es que en la era digital, parte de la comunicación está mediada por las nuevas tecnologías.

La comunicación nos permite "funcionar" como individuos continuamente implicados en dinámicas de grupo debido a la necesidad de crear vínculos con otras personas. Sin embargo, a lo largo de los siglos, las formas y los medios de comunicación han experimentado varias revoluciones.

Antes de la revolución industrial, el intercambio cultural era difícil porque las culturas eran en gran medida locales y no existían medios rápidos de comunicación o transporte. Por otra parte, a mediados y finales del siglo XIX surgieron diversas tecnologías con este fin. Estas tecnologías propiciaron la primera gran oleada de cultura popular difundida por los nuevos medios de comunicación.

Es suficiente pensar en los mensajes de las redes sociales; en pocos años, la mayoría de ellos evolucionaron de simple texto a mensajes multimedia, con vídeo, audio, enlaces y fotos añadidos a las

palabras. Así pues, hoy en día la gente se comunica utilizando diferentes canales de comunicación (imágenes, palabras, vídeo, audio) y diferentes plataformas (blogs, redes sociales).

Wikipedia<sup>70</sup>, por ejemplo, que es la enciclopedia libre más conocida de Internet, permite asociar al texto de una entrada música, vídeos, imágenes y enlaces según sea necesario para complementar o completar la descripción textual. Innumerables estudios han demostrado cómo la gente hoy en día escucha y cree en otras personas que realmente dicen lo que piensan basándose en sus propias experiencias. Está claro que cuantos más medios intervienen, más complejo resulta dominarlos y gestionarlos para lograr un producto coherente que comunique un mensaje con eficacia. Para entender las comunicaciones multimedia actuales, conviene comprender la definición de Web 2.0: él se refiere a un conjunto de interacciones en línea como blogs, foros, chats, plataformas para compartir.

Así, el multimedia trata de restablecer el carácter global de las conexiones cognitivas y sensoriales entre el ser humano y su entorno, poniendo en juego no sólo las palabras, sino también las imágenes y los sonidos. Puede considerarse como la integración de diferentes medios y lenguajes, y a veces se confunde con la interactividad. Esta última es un proceso de comunicación entre los seres humanos y los programas informáticos, cuyo comportamiento no es fijo, sino que tiene la capacidad de cambiar en respuesta a las aportaciones del usuario.

Los ordenadores, Internet, las redes sociales y los teléfonos inteligentes son los principales actores de la era de la comunicación

---

<sup>70</sup> Wikipedia, 2001, enciclopedia en línea, libre y colaborativa.

multimedia. Familiarizarse con la dinámica de la comunicación, las herramientas y las tecnologías contemporáneas es, por tanto, un requisito previo casi absoluto.

En conclusión, no cabe duda de que los ciudadanos de todo el mundo se han convertido al unísono en comunicadores multimedia y que los multimedia están más integrados de lo que piensan.

### *1.1. El papel de los multimedia en la infancia*

Gracias a los dispositivos con acceso constante a Internet y a la red, se ha simplificado enormemente la capacidad de comunicación, se ha ampliado el acceso a la información y se ha acelerado el flujo de noticias. Estos nuevos dispositivos digitales han entrado rápidamente en la vida de las personas, pero son sobre todo los niños que se aprovechan de ello.

Ellos descubren su entorno acercándose simultáneamente a múltiples estímulos de distinta naturaleza, que sólo más tarde pueden distinguir por separado. Puede decirse que prefieren el multimedia porque les mantiene ocupados a un nivel más sensorial que la lectura o el estudio de libros.

El niño llega a experimentarse y conocerse a sí mismo, a los demás y al mundo a través de un enfoque que podemos definir como "multimedia". El niño de hoy es un ser multimedia, porque la lógica que utiliza para conocerse a sí mismo y relacionarse con sus semejantes se basa en la colaboración y la integración de una gran variedad de medios.

El aprendizaje multimedia funciona por "inmersión" y, por tanto, genera complicitad, mientras que el aprendizaje mono mediático funciona por "abstracción". En este caso, la escucha en un entorno sonoro se convierte en el modo de inmersión por excelencia. Los "niños mediáticos" funcionan con una lógica de contaminación, referencias cruzadas y cruces que a menudo resulta incomprensible para los adultos acostumbrados a utilizar modelos tradicionales de alfabetización.

Las experiencias que encienden hoy la inteligencia de los niños son muy distintas de las del pasado y se basan en métodos de aprendizaje muy rápidos. En los años 80, aumentó la presencia de la tecnología en los juguetes y su grado de interactividad, se estableció así el concepto de juego educativo, con los circuitos eléctricos y la retroalimentación sonora y luminosa que aparecían a menudo en negrita en los envases de los juguetes, al tiempo que éstos imitaban las realidades tecnológicas de los adultos, como cámaras, microscopios ópticos y grabadoras.

Durante la pandemia de Covid-19<sup>71</sup> aumentó enormemente el uso de la tecnología digital y se redujeron aún más los grupos de edad que accedían a ella. Por tanto, los niños y adolescentes necesitan una orientación adulta adecuada que les proteja desde una edad temprana, les ayude a comprender su entorno digital, a reconocer y gestionar sus emociones y a desarrollar gradualmente su autonomía, su sentido de la responsabilidad y su sentido crítico.

---

<sup>71</sup> Acrónimo de enfermedad por Corona-Virus.

Es importante señalar que los niños no comprenden fundamentalmente la televisión orientada a la infancia hasta los dos años, edad en la que aprenden más de las presentaciones de la vida real que de las imágenes. Los bebés y los niños muy pequeños tienen dificultades para transferir los nuevos aprendizajes de la pantalla a la vida real, que es en cambio una representación en 3D.

El estudio de Anderson<sup>72</sup> de 2007 concluyó que ver la televisión no enseña a los niños de dos años tanto como la interacción en vivo. Según el periodista, los niños menores de dos años no deberían ver las pantallas digitales debido a las asociaciones mayoritariamente negativas, especialmente para el lenguaje y el funcionamiento ejecutivo; sólo el visionado de programas educativos tiene un impacto positivo.

Sostuvo además que los medios de comunicación de masas para niños fomentan el pensamiento laxo, reducen las capacidades cognitivas y compiten con actividades más productivas para el desarrollo. El impacto negativo de los medios digitales en el lenguaje también fue confirmado por Brown<sup>73</sup>, quien explicó que aún no se conocen los efectos a largo plazo de los medios en las habilidades lingüísticas, mientras que los efectos a corto plazo son casi "alarmantes". Esta investigación también revela la cuestión de que los niños que utilizan medios digitales antes de los dos años tienen más probabilidades de convertirse en usuarios habituales más adelante.

---

<sup>72</sup> Daniel R. Anderson, 1944, psicólogo estadounidense y profesor emérito de la Universidad de Massachusetts Amherst.

<sup>73</sup> D.h. Brown

Además, algunas investigaciones muestran que la relación madre-hijo está siendo eclipsada e incluso sustituida por la "relación" entre los medios digitales y el niño, debido a los teléfonos inteligentes, la televisión, las tabletas y otras herramientas digitales.

### *1.2. El multimedia y la didáctica*

En los últimos años, la tecnología se ha extendido rápidamente en todos los ámbitos, de modo que cuando hablamos de servicios, administración y escuelas, siempre nos referimos a la digitalización. La dimensión digital es ya una realidad y, por tanto, hay que "educar" de manera adecuada a la comunidad escolar para que la utilice.

Todo el aprendizaje que tiene lugar en el entorno multimedia es un aprendizaje basado en recursos, que implica la participación colaborativa, la responsabilidad individual y la alegría de crear el propio camino del conocimiento de una determinada manera. Los niños ya tienen mucha experiencia con estas nuevas tecnologías incluso antes de empezar la escuela y esto está cambiando su forma de aprender.

Por ejemplo, crear un CD-ROM o un DVD como validación de un itinerario de aprendizaje significa ofrecer a los alumnos la posibilidad de elegir el tipo de texto, las imágenes, el audio, el contenido y el estilo de comunicación, y obtener un trabajo que incorpore una variedad de conocimientos y distintas capacidades.

El objetivo de la educación digital es precisamente revisar el modelo tradicional de enseñanza, a veces excesivamente basado en un enfoque "memorista", y orientar a los profesores hacia la adopción de nuevas metodologías y técnicas que pongan en primer plano el diálogo

con el alumno. Al mismo tiempo, no se pueden negar las posibilidades ilimitadas que ofrecen las herramientas tecnológicas y la importancia que estas innovaciones tendrán en la vida de los jóvenes en el futuro.

### *1.3. El lenguaje en el multimedia*

El lenguaje en el multimedia da vida a la narración de forma emocionante, fluida y atractiva, pero sobre todo es el lenguaje con el que comunica la gente hoy en día, que está en el imaginario colectivo y que se traduce en nuevos comportamientos.

Con la creación de una serie de nuevos productos para el mercado de masas, el lenguaje en el multimedia ha ido definiéndose y consolidando su carácter. La aparición de las nuevas tecnologías ha puesto en tela de juicio las formas tradicionales de aprendizaje y ha llevado a los multimedia a cambios psicológicos y culturales que van mucho más allá de los beneficios prácticos de las nuevas tecnologías. El uso del multimedia, es decir, la creación de hipertextos en una red informática interactiva con muchas imágenes, estimula procesos cerebrales diferentes a los de los métodos tradicionales de aprendizaje. Esto se debe a que las imágenes utilizan los sistemas de codificación y asociación del cerebro, que se desarrollan en áreas diferentes a las del lenguaje hablado. El multimedia no es sólo la suma de varios medios de representación, sino la integración de ésta a través de varios códigos.

Esto significa que todas las señales procedentes de distintos medios se reducen a sólo dos símbolos y, por tanto, es posible crear una síntesis inédita y original que no puede atribuirse ni a los

componentes individuales ni a la simple suma de reglas de representación específicas.

Los lenguajes multimedia evolucionaron a partir de la oportunidad de homogeneizar, mediante la digitalización, la gran cantidad de informaciones disponibles en diferentes medios. Esto significa que todas las señales de los distintos medios se reducen a sólo dos símbolos (0 y 1 en el código binario) y, por tanto, es posible crear una síntesis inédita y original que no puede atribuirse ni a los componentes individuales ni a la simple suma de reglas específicas de representación.

Herbert Marshall McLuhan<sup>74</sup> sostenía que "el medio es el mensaje", insistiendo en la idea de que, en comunicación, la elección de los medios técnicos para transmitir un mensaje no es sólo irrelevante, sino parte integrante del propio mensaje. Esta idea adquiere cada vez más importancia a medida que aumentan los medios disponibles y las posibilidades de entrecruzarlos. Así pues, cada medio ha reconstruido la narración interviniendo en su gramática, estructura y características específicas.

En conclusión, los multimedia son fundamentalmente una forma de comunicación que puede utilizarse para comunicar, entretener, educar y traducir.

---

<sup>74</sup> Herbert Marshall McLuhan, 1911-1980, sociólogo, filósofo, crítico literario y profesor canadiense.

## *2. La traducción audiovisual*

*“La traducción es una de las poquísimas actividades humanas donde lo imposible ocurre por principio.”*

*- Mariano Antolín Rato*

La traducción audiovisual, también conocida como multimedia, es un ámbito especializado de la traducción que se refiere a la traducción de textos multimodales y multimedia a otra lengua y/o cultura y que implica el uso de un sistema multimedia durante el proceso de traducción o transmisión. Se trata de una intervención en los aspectos lingüísticos de un producto audiovisual que permite su distribución en un mercado distinto del original.

Hoy en día, el uso combinado de los atributos "audio" y "vídeo" para calificar este tipo de texto coincide en el hecho de que el proceso de traducción afecta no sólo al lenguaje, sino a toda la experiencia multimodal de ver una película, serie, programa de televisión o vídeo. Esto se aplica tanto a la subtitulación como al doblaje.

El debate actual sobre cuál de los dos tipos de traducción audiovisual es mejor parte de la cuestionable suposición de que sólo los subtítulos alternan la percepción de la imagen en la pantalla. Fue necesario encontrar definiciones como, por ejemplo, la de "traducción cinematográfica", que se utilizó sobre todo en los años 70, pero no parecía tener suficientemente en cuenta los textos audiovisuales distintos de las películas. En los años 90, la definición de "transposición lingüística" se refería únicamente a los códigos lingüísticos, eclipsando

la importancia de los códigos visuales en la determinación del significado. También en aquella época, el término "multimedia" tenía en cuenta la dimensión polisémica de los textos audiovisuales, mientras que la definición de "traducción mediática del discurso" hacía hincapié en el hecho de que el diálogo cinematográfico es un tipo de discurso escrito para ser hablado. Por último, una definición eficaz para describir este tipo de traducción fue la de "paráfrasis en pantalla".

La traducción audiovisual abarca una serie de prácticas, como la transcripción de diálogos, el comentario de audio, la voz en off, la interpretación simultánea, el comentario libre, el subtulado y el sobre titulado. Se considera un paso fundamental para adentrarse en el patrimonio cultural de otros países y realmente toca muchos sectores y técnicas. Está vinculada a la subtitulación, una técnica esencial para ver películas o series de televisión en el idioma original con apoyo lingüístico. Además, va de la mano con el doblaje, tanto como con el cine, con la televisión, con las películas, con los documentales, con las series y web series tan queridas por grandes y pequeños. Está presente en casi todos los idiomas, con algunas diferencias entre los que prefieren el uso de la voz en off o la elección de utilizarla sólo en productos infantiles.

### *2.1. El doblaje*

El doblaje es el proceso de sustituir la voz original de un actor o personaje por la voz de un actor de doblaje en una película, serie de televisión, comedia de situación, animación, documental. Es el proceso de recrear emociones a través de la voz, por lo que es la habilidad del

profesional en este campo lo que marca la diferencia, la capacidad de jugar con la situación, con el rostro y las expresiones del actor. Son los italianos, más que nadie, los considerados maestros mundiales del doblaje.

En cuanto al estilo, la adaptación debe estar escrita en un italiano correcto, reproducir la fluidez de la lengua hablada, elegir una traducción legítima basada en la expresividad del texto original y respetar la coherencia del diálogo con su función, es decir, el personaje, el escenario, la historia, el gesto, la cinemática y la expresión.

Para comprender los aspectos técnicos de la adaptación, es necesario entender cuáles son los distintos tipos de traducción audiovisual, para qué productos se utilizan y quiénes son los principales grupos destinatarios.

Todas las técnicas del doblaje pueden agruparse bajo el nombre de *revoicing*, pero cada forma tiene características técnicas que afectan a la adaptación y que, por tanto, deben distinguirse, tenemos: interpretación simultánea, comentario de audio, audio descripción, sincronización labial, sincronización similar, diálogo doblado, sobre sonido y, por último, voz en off.

Los dobladores que prestan su voz a los actores en pantalla son artistas por derecho propio; de hecho, no se habla simplemente de "actores de doblaje", sino de "locutores", lo que subraya la importancia de sus interpretaciones y su papel integral en la percepción estética y expresiva de la película.

## *2.2. La subtitulación*

La subtitulación es una forma de traducción audiovisual, pero tiene una corta historia en Italia, ya que el país siempre ha utilizado el doblaje. Prueba de ello es su terminología poco estable, que coexiste con el subtulado mientras que el término "subtitulación" es menos frecuente. La demanda de subtitulación o doblaje de películas extranjeras a la lengua del espectador crece constantemente, por lo que se necesitan servicios que puedan ofrecer productos a la altura de las expectativas. Se utiliza cuando es necesario complementar la comprensión oral con un texto, pero también para los sordos y para todos los espectadores que no conocen la lengua en la que se ha producido la película o serie.

Hay que recordar que los subtítulos son códigos fáciles de juzgar desde el punto de vista gramatical, léxico y estilístico. Todos los tipos de subtítulos pueden producirse y distribuirse como subtítulos abiertos o cerrados. Los subtítulos abiertos o "simples" se superponen a la pantalla y aparecen automáticamente junto al texto audiovisual, y también pueden traducir el diálogo de programas informativos y documentales. Mientras que los subtítulos cerrados, también conocidos como subtítulos "codificados", están disponibles en un archivo independiente que los espectadores pueden añadir al vídeo y puede haber varias pistas de ellos, incluidos subtítulos intralingüísticos.

Estos últimos pueden subdividirse en subtítulos para sordos y para quienes los eligen por otros motivos, como aprender un nuevo idioma. En este sentido, los subtítulos para sordos deben incluir, además del

diálogo, descripciones de otros elementos del habla, como, en particular, sonidos y ruidos fuera de pantalla.

Del mismo modo, los subtítulos en lenguas extranjeras mejoran la comprensión de los diálogos y, precisamente, nuevas investigaciones sugieren que quienes deseen mejorar su comprensión de una lengua extranjera deberían ver películas con subtítulos en la lengua original.

Aprender una lengua extranjera no es sólo una cuestión de vocabulario, reglas gramaticales y pronunciación correcta, sino un proceso mucho más complejo y articulado que requiere dedicación, perseverancia, pero también un vivo deseo de descubrir las infinitas facetas de una lengua-cultura distinta de la propia. En particular, la adquisición de nueva terminología es una de las principales ventajas de este enfoque.

Lo ideal sería que los subtítulos estuvieran "hechos a medida" de la imagen ideal del oyente o de la audiencia de cada texto audiovisual. En conclusión, los subtítulos deben preservar en la medida de lo posible el contenido, la intención, el estilo y el registro lingüístico de cada texto audiovisual.

### *2.3. Los perfiles lingüísticos y culturales*

A diferencia de otras formas de traducción, la traducción audiovisual requiere un proceso largo y complejo, especialmente el doblaje, que consta de etapas sucesivas encomendadas a profesionales altamente cualificados que utilizan tecnologías avanzadas.

Por ejemplo, hay que referirse a las personas, los lugares y las cosas con los mismos términos en todo el texto. Esto no se da por

descontado, sobre todo cuando en la traducción intervienen varios traductores o cuando el texto audiovisual que hay que traducir es una serie televisiva de varias temporadas. Tanto el doblaje como la subtitulación implican también retos prácticos que requieren competencias lingüísticas y técnicas específicas. Estas habilidades deben basarse en un profundo conocimiento de los aspectos pragmáticos y culturales del diálogo, pero también requieren mucha creatividad y talento. Hay ventajas e inconvenientes, pero en el caso del doblaje, el disfrute es más fácil y atractivo, la suspensión de la incredulidad está garantizada y el visionado no se interrumpe. Los inconvenientes son la pérdida de la banda sonora original, la falta de correspondencia entre la voz y el rostro, un coste más elevado, la pérdida de tiempo y el hecho de que no ayuda a aprender un nuevo idioma. En cuanto a los subtítulos, se respeta la banda sonora original, no hay desajuste entre voces y rostros y ayuda a aprender nuevos idiomas. La elección entre subtítulos y doblaje viene determinada regionalmente por razones económicas, históricas y culturales. Italia, junto con Austria, España, Francia y Alemania, es un país de doblaje, mientras que los Países Bajos y los países nórdicos prefieren los subtítulos.

Esta diferencia se basa en varias razones, por ejemplo, en Italia, primero el cine y luego la televisión siempre han sido lo suficientemente activos como para invertir mucho en el doblaje. Alberto Castellano<sup>75</sup> y Fabrizio Nucci<sup>76</sup> afirman que la industria italiana

---

<sup>75</sup> Alberto Castellano, ensayista y crítico de cine napolitano.

<sup>76</sup> Fabrizio Nucci, director, productor y guionista.

del doblaje es un mecanismo perfecto y que durante la época dorada del cine, en los años 30 y 40, tuvo mucho éxito en Italia. Esto se debió a que existía una demanda de películas que la industria nacional no podía satisfacer y, en consecuencia, se importaban y distribuían películas extranjeras, especialmente de Hollywood. Otro factor que hizo que se doblaran más películas que se subtitaran fue el hecho de que, al menos en la primera mitad del siglo XX, la tasa nacional de alfabetización era muy baja.

De hecho, mientras que con los subtítulos el diálogo no se alteraba y era prácticamente accesible al público tal cual, con el doblaje el contenido podía controlarse completamente por razones políticas y morales. En resumen, el doblaje es la opción más conveniente tanto para la accesibilidad como para el control del contenido.

Las variaciones sociolingüísticas no están adecuadamente representadas y el vocabulario informal suele ser plano. Además del argot, hay aspectos específicos de cada cultura, como las expresiones idiomáticas, los proverbios, las canciones y los juegos de palabras.

El lenguaje vulgar suele censurarse, ignorarse o ridiculizarse. Dependiendo también de si las palabrotas están dobladas o subtituladas, hoy en día parece haber más tolerancia hacia las palabrotas que en el pasado. Sin embargo, si las palabrotas se consideran ofensivas, las cadenas se reservan el derecho de sustituirlas, total o parcialmente, por pitidos o un lenguaje menos vulgar.

En los países anglófonos, ciertas palabrotas referidas a objetos sagrados pueden considerarse más ofensivas que en otros países, y es aquí donde existen características lingüísticas y pragmáticas específicas

que deben tenerse en cuenta. En el doblaje, sobre todo en la sincronización labial, el texto debe sincronizarse con el diálogo según los principios del ritmo, la sincronización visual y la sincronización motora.

La subtitulación, por su parte, presenta un lenguaje que intenta parecer neutro y no se parece en nada a las formas de comunicación en situaciones reales y cotidianas, sino que acaba siendo una dimensión paralela del lenguaje. De hecho, la falta de espontaneidad del doblaje suele pasar desapercibida debido a la separación del diálogo convencional en el cine, que sitúa los acontecimientos comunicativos en "otro" mundo. Las traducciones al italiano de expresiones idiomáticas inglesas con interferencias sintácticas y léxicas en películas y series de televisión son tan frecuentes y están tan asentadas en la lengua de llegada que ya no se perciben como extrañas y, en términos más generales, hay que decir que el doblaje, a pesar de la relativa libertad concedida al traductor, sigue estando limitado por la longitud de las palabras y la articulación del sonido. En concreto, en los subtítulos se pueden aplicar estrategias de traducción. Esto ha propiciado la aparición de las empresas OTT, que inicialmente empezaron como empresas de distribución audiovisual a través de Internet, pero que desde hace varios años se dedican con éxito a la producción audiovisual y cinematográfica.

Los contenidos ya no sólo están disponibles en los cines cuando se estrenan o en la televisión cuando forman parte de la programación, sino que pueden verse en cualquier momento a través de las redes que han creado. La creciente popularidad de la transmisión en directo ha

permitido a millones de personas de todo el mundo acceder a una gran cantidad de contenidos sin salir de casa. Netflix<sup>77</sup>, Amazon Prime<sup>78</sup>, Disney+<sup>79</sup> y muchos otros se han consolidado como actores principales en un mercado imparable y ahora producen y distribuyen contenidos originales en todo el mundo a un ritmo sin precedentes.

Al ampliar sus inversiones a escala internacional, estas grandes empresas están primero fragmentando, de-construyendo y por último reconfigurando el mundo de los medios de comunicación, y la traducción se ha convertido en una parte central de este mundo. Ya están doblando sus productos a diferentes idiomas, o al menos dotándolos de subtítulos de alta calidad, modificando a menudo el texto para hacerlo más comprensible, no sólo desde un punto de vista puramente gramatical y sintáctico, sino también desde el punto de vista cultural del público destinatario. El éxito de esta estrategia está ligado a la rápida localización de contenidos que sirve para llegar a un público más amplio y ofrecer una experiencia más atractiva.

#### *2.4. La importancia de la traducción social*

Vivimos en un mundo global y, para llegar al mayor número posible de lectores, tenemos que traducir nuestros contenidos. Por eso, muchos

blogueros y varias empresas han decidido utilizar la traducción de las redes sociales para promocionarse y tantear la "temperatura" de sus

---

<sup>77</sup> Netflix, 1997, servicio de transmisión en directo por Internet de películas, series de televisión y otros contenidos de pago.

<sup>78</sup> Amazon Prime, 2005, servicio de pago de Amazon.

<sup>79</sup> Disney+, 2019, servicio a la carta Disney Media and Entertainment Distribution.

consumidores. Utilizando redes sociales como Facebook<sup>80</sup>, Twitter<sup>81</sup> y Instagram<sup>82</sup>, pueden demostrar la popularidad de su oferta a miles de personas en cuestión de segundos. La traducción de contenidos publicados en las redes sociales tiene muchas peculiaridades. Por ello, se recomienda que las traducciones para ellas no sean una mera traducción directa del hashtag original, ya que es necesario investigar para encontrar el hashtag más preciso en el país al que se traduce.

La traducción de las redes sociales requiere conocimientos muy especiales, como un alto grado de precisión y una atención precisa para seguir estas técnicas. También es esencial un conocimiento profundo del marketing digital y la gestión de comunidades para cumplir las normas y estilos lingüísticos específicos de las redes sociales. Además, los traductores especializados en redes sociales deben conocer a fondo la cultura del país de destino para adaptar sus traducciones al público destinatario.

Al fin y al cabo, la imagen de marca y la reputación de una empresa están en riesgo cuando se comunica en las redes sociales, y el complejo campo de los servicios de traducción presenta una serie de retos, como el lenguaje social repleto de siglas, acrónimos y neologismos; el cumplimiento del recuento de caracteres; y la traducción de hashtags.

Traducir no sólo significa transferir texto de un idioma a otro, sino que también implica trasladar mensajes de una cultura a otra. En concreto, los traductores de las redes sociales deben conocer ambas

---

<sup>80</sup> Facebook, 2004, red social y de medios de comunicación estadounidense.

<sup>81</sup> Twitter, 2006, servicio estadounidense de noticias y microblogging.

<sup>82</sup> Instagram, 2010, social network.

culturas, estrategias para captar la atención de la audiencia y técnicas SEO para mejorar el rendimiento de los contenidos y, por último, tener buenos conocimientos de marketing.

En conclusión, cada red social tiene su propio público y estilo; todas las redes sociales se caracterizan por un estilo conciso, punzante e informal, pero cada una tiene su propia comunidad de usuarios y terminología.

### *3. Las redes sociales como canal de comunicación*

*“Cuando más crees que eres libre en Internet,  
más controlado estás.”*

*- Anónimo*

Cada día, más de mil millones de personas en todo el mundo acceden a las redes sociales desde sus dispositivos móviles y ordenadores; hemos llegado a la era de la web, donde estar conectado es más importante que ser uno mismo. En particular, la web se ha hecho cada vez más social en los últimos años, con una creciente interacción entre contenidos y una mejor usabilidad. El término medios sociales suele referirse a blogs y micro blogs, foros, redes sociales y sitios web sobre proyectos de intercambio cultural. Media, por su parte, deriva del latín médium, que significa medio o instrumento, y se refiere a las herramientas utilizadas para comunicar y compartir contenidos. Combinando cada definición, puede decirse que los medios sociales son una herramienta de comunicación basada en la Web 2.0 y permiten a un amplio público interactuar consumiendo y compartiendo contenidos de forma sencilla, eficaz y práctica.

Retrocediendo en el tiempo, la primera red social de la historia no sabía que era una red social porque el término aún no se había popularizado. Se trataba de un sitio web llamado SixDegrees<sup>83</sup>, idea de un abogado estadounidense llamado Andrew Weinreich<sup>84</sup>. El portal se creó para reunir a personas afines según el concepto de estratos

---

<sup>83</sup> SixDegrees, 1997, social network.

<sup>84</sup> Andrew Weinreich, 1997, empresario de series estadounidense.

sociales, grupos de edad y seis grados de separación. El término "red social" se acuñó unos años más tarde, en 2003, exactamente el año siguiente a la creación de Friendster<sup>85</sup>.

Este sitio de citas estadounidense fue idea de Jonathan Abrams<sup>86</sup>, un ingeniero canadiense que quería que la gente interactuara en línea con la máxima seguridad. El inesperado éxito del sitio provocó una confusión técnica debido al enorme número de miembros.

El verdadero big bang se produjo en 2003 con el nacimiento de Facebook. No se le considera una red social, sino "LA" red social; nació con la idea del joven estudiante de Harvard<sup>87</sup> Mark Zuckerberg<sup>88</sup> de crear un álbum de fotos interactivo para estudiantes universitarios. Se calcula que en la actualidad existen más de 200 redes sociales, de las cuales Facebook ocupa la primera posición.

En resumen, las redes sociales son, pues, gimnasios sociales emblemáticos, donde es posible observar el entrelazamiento de la socialización de las vidas conectadas, las limitaciones de la plataforma, sus posibilidades y las prácticas aplicadas por sus usuarios.

Puede decirse que online y offline son dos caras de la misma moneda y ambos términos, a pesar de su diferente naturaleza, tienden a fusionarse como dos corrientes de significado opuestas. La gente quiere comunicar sus ideas en línea y las redes sociales ofrecen una comunicación asíncrona que se produce en tiempo real, como la mensajería instantánea.

---

<sup>85</sup> Friendster, 2002-2015, social network.

<sup>86</sup> Jonathan Abrams, ingeniero, empresario e inversor canadiense.

<sup>87</sup> Harvard University, 1636, universidad privada estadounidense situada en Cambridge, EE.UU.

<sup>88</sup> Mark Zuckerberg, 1984, magnate multimillonario estadounidense, programador informático, empresario de Internet y filántropo.

Los motores de búsqueda siguen indexando los contenidos basándose en palabras clave y hashtags, y siguen siendo estos elementos los que permiten la búsqueda y el descubrimiento de contenidos.

En conclusión, Internet y las redes sociales han trastocado la forma de comunicarse de las personas, dándoles la oportunidad de conectar con millones de usuarios y con sus preferencias y percepciones. La proliferación de la Web 2.0 y sus herramientas asociadas ha alcanzado tal dimensión que constantemente se establecen nuevas relaciones sociales virtuales y los usuarios dejan rastro de sus preferencias y sentimientos a través de sus actividades en Internet, al tiempo que generan ingentes cantidades de datos.

### *3.1. Los efectos en el comportamiento humano*

Estar en línea hoy significa estar presente. Internet y las redes sociales llenaron primero el tiempo de ocio y luego el lugar de trabajo como valiosa herramienta de marketing, pero nunca se habría imaginado que algún día sustituirían a los canales tradicionales de comunicación e interacción humana. Antropólogos, psicólogos y sociólogos siempre han intentado estudiar cómo el entorno influye directamente e indirectamente en las personas.

La red ha propuesto un nuevo modelo de aldea global, caracterizado por un sinnúmero de oportunidades de socialización a las que se puede acceder de forma constante e instantánea. Como se relata en un episodio de la serie de televisión distópica Black Mirror<sup>89</sup>, creada por

---

<sup>89</sup> Black Mirror, 2011, serie de televisión británica.

Charlie Brooker<sup>90</sup>, las personas tienden a sentirse satisfechas con su existencia cuando todas sus necesidades están colmadas. Son las redes sociales, en particular, las que refuerzan estos deseos, hasta el punto de conducir a los seres humanos a ataques de pánico, trastornos de ansiedad y depresión.

Esta teoría está respaldada por un estudio de 2017 realizado por la Royal Society for Public Health<sup>91</sup>, que demostró que las redes sociales se han convertido en una parte integral de la salud mental de los adolescentes y jóvenes que entran en la edad adulta temprana. Los datos del estudio mostraron un aumento del 70% en los casos de trastornos de ansiedad y depresión en el Reino Unido en los últimos 25 años debido a las redes sociales.

Aunque las redes sociales son un fenómeno nuevo y se desconoce su impacto a largo plazo, los expertos empiezan a comprender cómo Facebook, Instagram y las redes sociales en general están afectando al cerebro. En la era de las redes sociales, de los smartphones, de estar siempre y en todo lugar conectados, algo está cambiando en el cerebro de quienes las usan.

En particular, está afectando a la memoria y a la forma de gestionar las interacciones sociales, que se ven amenazadas por las notificaciones constantes. Esta es la sustancia que está detrás de la adicción a los smartphones, especialmente a las redes sociales: la dopamina, que es un neurotransmisor producido en el cerebro y las glándulas suprarrenales.

---

<sup>90</sup> Charlie Brooker, 1971, guionista, presentador de televisión, humorista, escritor y productor de televisión británico.

<sup>91</sup> Royal Society For Public Health, 1876, organización benéfica independiente y multidisciplinar.

Los "me gusta", los comentarios y las reacciones a historias son pequeñas recompensas que generan cada vez pequeñas cantidades de dopamina en el cerebro. Este mecanismo lleva gradualmente a los usuarios a utilizar las redes sociales con más frecuencia y durante más tiempo para revivir emociones positivas.

Además, según los científicos, la principal consecuencia del uso prolongado de Internet es la fragmentación de la atención. Las personas que se distraen constantemente de lo que están haciendo rinden peor y en más tiempo y es bajo este punto.

Las redes sociales han cambiado los hábitos y la forma en que recibimos, procesamos y poseemos la información.

### *3.2. Las oportunidades y los riesgos para los jóvenes*

Posts, hashtags, historias, videos, comentarios con emoji y me gustas: de esto está hecho el día a día de los jóvenes.

La adolescencia es una época de intenso crecimiento y el camino hacia la edad adulta está pavimentado con las mismas cosas que ya existían cuando los smartphones eran desconocidos. Facebook, Snapchat<sup>92</sup>, Instagram y otros proporcionan la plataforma ideal para cubrir todas las funciones y necesidades humanas. Quieren compartir, registrarse y sentirse conectados: los jóvenes quieren encontrar su camino y orientarse en el mundo en el que viven. Independientemente de las herramientas digitales utilizadas, la mayor oportunidad que ofrecen las redes sociales es conocer a personas que no están físicamente cerca, permiten a los adolescentes darse apoyo social y

---

<sup>92</sup> Snapchat, 2011, social network.

compartir pensamientos y sentimientos en un entorno virtual y privado, separados de los adultos. Especialmente durante el confinamiento de 2020, se han convertido en el único modo de comunicación posible para los adolescentes y estas plataformas en línea han cobrado aún más importancia.

Encerrados en casa, buscando contacto humano, información, entretenimiento en forma de vídeos y memes, los grandes triunfadores de la situación provocada por el bloqueo mundial de Covid-19 son las plataformas de alta tecnología, especialmente las redes sociales.

Así, la socialización tradicional cara a cara ha sido sustituida por las redes sociales, y las habilidades sociales se refieren en general a un conjunto de comportamientos aprendidos que utilizan los individuos para interactuar con los demás y hacer frente a las dificultades. Como ya se ha dicho varias veces, las redes sociales no recogen toda la corrupción que existe en la sociedad moderna. Esto se debe a que, si bien es cierto que las redes sociales potencian la sociabilidad, también lo es que la sociabilidad en línea es muy diferente de la real y no se ve afectada por los beneficios de la primera.

Los impactos asociados a esta inhibición de las habilidades sociales incluyen barreras emocionales a nivel físico, menor empatía debido a la incapacidad de reconocer la expresión de emociones y sentimientos, dificultades cognitivas para expresar las propias opiniones, problemas para comprender el significado de los demás y, por último, dificultades para mantener una conversación fluida.

A pesar de las preocupaciones asociadas al uso de las redes sociales, estar "hiperconectado" también tiene muchas ventajas. En

particular, se trata de un momento del ciclo vital en el que los individuos empiezan a abandonar la unidad familiar, alejarse de sus padres y a emerger como actores sociales. Con la desaparición de la intimidad, la pérdida de identidad, el deseo incesante de hacerse notar, el deseo de presumir, y la vulnerabilidad de los jóvenes amplificada por el uso de los nuevos medios de comunicación que conducen a la alfabetización emocional, los jóvenes en particular, a menudo derivados de la ingenuidad, amplifican el uso de los nuevos medios de comunicación cada vez más expuestos a comportamientos de alto riesgo que encuentran un megáfono gigante para amplificar y destruir.

Un estudio realizado por la Universidad de Pensilvania<sup>93</sup> en Filadelfia, publicado en diciembre de 2018 en la revista *Journal of Social and Clinical Psychology*<sup>94</sup> muestra cómo las redes sociales están directamente relacionadas con estados de ánimo negativos como la ansiedad, la depresión y la soledad.

Según las conclusiones del experimento, existe una clara relación entre la reducción del uso de las redes sociales y la reducción de la soledad, porque precisamente analizando la vida de los demás, especialmente la que muestran en Instagram, tendemos a definir que es más interesante o mejor que la nuestra propia.

Por lo tanto, está claro que la llegada de las redes sociales parece haber puesto a todo el mundo en exhibición como en un escaparate, compitiendo para ver quién tiene la vida más intensa y hermosa, o quién tiene las aventuras más temerarias y maravillosas. Ya no es

---

<sup>93</sup> Universidad de Pensilvania, 1855, universidad pública situada en Filadelfia, EE.UU.

<sup>94</sup> *Journal of Social and Clinical Psychology*, 1983, revista científica bimestral.

posible vivir tranquilamente, en la propia intimidad. Las redes sociales parecen insertarse en la distancia entre las personas y llenar el vacío creado por la disminución de la sensación de confianza entre uno mismo y los demás en este mundo posmoderno.

## CONCLUSIONES

Para alcanzar los objetivos de esta disertación, se ha decidido empezar por el principio. De hecho, el trabajo se abre con una larga exposición de lo que es el multimedia incrustado, seguida de una comprensión de la traducción en los medios de comunicación y de cómo ha llegado a difundirse plenamente en las redes sociales.

Internet está acercando la cultura a un público más amplio, facilitando y agilizando su acceso, pero también está propiciando la aparición de nuevas formas de expresión para la difusión del arte y el conocimiento. Y es que Internet no es sólo una tecnología, sino un producto cultural en sí mismo.

Por ello, en esta tesis se ha intentado describir la conexión entre multimedia y traducción audiovisual, sacando también a la luz el papel de las redes sociales. La comunicación multimedia, para ser definida como tal, no sólo se limita a comunicar a través de los medios de comunicación, sino que también debe expresarse y ser accesible a todos. Los contenidos multimedia serán aún más impactantes en los próximos años, ya que se buscará un mundo más visual.

Estrechamente relacionado con esta forma de interacción está el papel de los contenidos en dos ámbitos: la infancia y la escuela. En el primer caso, la multitarea ayuda a los niños a integrar más información procesada simultáneamente en sus cerebros, lo que mejora la comunicación, ya que son más productivos y rápidos a la hora de procesar la información que reciben; en el segundo, el papel de los multimedia es crucial, ya que permite a los niños interactuar con otros niños de una forma más productiva. Para potenciar las cualidades de los

alumnos haciéndoles protagonistas, es fundamental hacer uso de los multimedia, ya que son ricos en valor educativo.

Además, en el segundo capítulo vimos cómo los multimedia también están relacionados con la traducción. En concreto, como ya se ha mencionado, se trata de la traducción de textos multimedia a otro idioma, y el uso de un sistema multimedia, ya sea el doblaje o la subtitulación, que son de especial interés porque se relacionan precisamente con la traducción.

También se ha analizado el papel de las redes sociales en el ámbito social, desde las más evidentes hasta las más ocultas.

En conclusión, puede definirse que el multimedia conduce a un futuro basado en una realidad virtual completa, donde la vida será cada vez más desmaterializada y cada acción de la vida cotidiana estará sujeta a la tecnología multimedia.

## *RINGRAZIAMENTI*

Alle notti insonni, ai pianti in momenti impossibili, agli esami, ai ritardi di Trenitalia che hanno accompagnato ogni mia singola giornata, alle mie amiche e a mia sorella, alla gratitudine per i miei genitori, all'Erasmus, a questo traguardo.

Mamma e papà, nel giorno in cui ce l'ho fatta non posso non esservi riconoscente, siete i pilastri della mia vita e fonte di costante sostegno. Grazie per avermi insegnato tutto quello che so della vita, per avermi tirato su e per non aver mai dubitato delle mie capacità. Vi ho sempre guardato con ammirazione da quando sono bambina, sognando un giorno di ripagare tutto ciò che avete fatto per me.

A mamma, è per te il mio più grande grazie. Sei tutto ciò che mi salva. Sempre. Un mio desiderio per questo giorno è quello che tu riesca a viverlo come se fosse il tuo, goditelo perché te lo meritavi venticinque anni fa ma a volte ci sono dei momenti in cui non puoi correggere il fato. Ti ringrazio per avermi scelto come tua spalla, per aver trovato sempre una soluzione quando io non ne vedevo, per avermi sempre trasmesso la stoffa per diventare una donna indipendente... mi auguro di diventare almeno la metà di quello che sei te e di essere sempre forte, come lo sei stata te, quando la vita ti ha posto degli ostacoli. Grazie mamma perché so che hai sempre immaginato per noi la vita che volevi per te, affinché noi vivessimo i nostri obiettivi più grandi. Eri la prima a sapere che stavo vivendo un mio sogno, e seppur era un momento difficile ed era importante che

io tornassi a casa mi hai sempre detto di continuare per la mia strada. “Se ci metti l’impegno, verrai ripagata” era così che mi dicevi ad ogni esame, sei sempre stata sensitiva sull’esito e mi confortavi ridendo come solo tu sai fare.

A papà, la mia fotocopia dentro e fuori. Ci hanno sempre detto che io sono uguale a te, e non puoi capire quanto orgoglio io provo ogni volta. Accompagnato dai tuoi silenzi, sei sempre stato al mio fianco incessantemente, hai condiviso con noi la tua passione più grande, mi hai sempre consigliato e non imposto, mi hai fatto conoscere il mondo con gli occhi di chi il coraggio, la lealtà e la bontà li possiede. Non potrò mai dimenticare le videochiamate in cui mi chiedevi se avessi preso i biglietti per tornare e l’emozione di quando sono tornata, la felicità nei tuoi occhi è stata immensa e solo ora riesco a dirti che quel giorno ho sentito tutto l’amore e l’affetto del mondo. Grazie per permettermi di realizzare i miei sogni in maniera serena, nonostante tu non sia ancora abituato che sono diventata un po’ grande. “Ludo non è ora che torni?”, è un mantra che non ti stanchi di ripetere.

Oggi spero di avervi resi orgogliosi di me.

A Giorgia, mia sorella, colei che da sempre è la mia compagna di vita. Tutta la tesi non basterebbe per ringraziarti, perché adesso lo posso affermare... tu insieme a mamma ti sei sentita questo percorso sulle spalle. Sei stata la cura quando avevo tante paranoie,

il parere necessario affinché io prendessi qualsiasi decisione, una presenza sincera. Grazie per aver vissuto ogni mio singolo momento di emozione come se fosse il tuo. Sono le cose che mi hai insegnato negli anni, la tua sensibilità, e il modo in cui ti sei presa cura di me e io di te da quando sei venuta al mondo ad averci legato così tanto. Fin da piccole siamo sempre state due corpi e un'anima nonostante i nostri caratteri così diversi. E come suona una canzone del nostro cuore "Una vita intera sempre in due" posso solo che dirti che sei il dono più prezioso che mamma e papà mi avrebbero mai potuto fare.

Dopo molti "mi senti arabo?" nonostante tu non capissi molto, ti meriti di sentirti dire che questa gioia è una tua gioia.

A nonna Nella, la mia seconda mamma, dove sarei se non ci fossi stata tu con me in questi anni? Ho iniziato questo percorso ormai tre anni fa, in uno dei momenti più difficili della mia vita. Seppur nutrissi tanta paura, ho scelto come ci hai insegnato tu a non mollare e a vedere l'arcobaleno dopo la pioggia, come diceva il nonno. Lui è sempre stato parte attiva nei pensieri della famiglia, e di pari passo nei miei. Mi ero fatta la promessa di restituirti tutto quello che di speciale mi avevi trasmesso negli anni e spero di star facendo bene. Sei l'amore più sincero e l'esempio di eleganza più grande che ho. Chiunque ti conosce, riconosce in te una donna forte, con una grinta sovraumana. Hai sempre creduto in me prima che ci credessi io e di questo ti ringrazierò per sempre.

Avrò tesoro per sempre di tutto ciò che mi hai insegnato!

A nonna Rita e nonno Giovannino, che donano risate alla quotidianità. Grazie per avermi insegnato che la semplicità ripaga sempre e che seppur ci possono essere mille pensieri, la forza di rialzarvi insieme la trovate sempre.

A Grace, Ilaria, Ludovica e Michela, siete le migliori compagne di vita che potessi desiderare. Grazie perché non c'è stato un solo giorno in cui, voltandomi nel cercare supporto, io non abbia trovato il vostro. In questi anni siete state la costante più profonda che ho avuto perciò grazie per essere la porta di casa che trovo sempre aperta. Ad ogni traguardo e a tutte le altre avventure che ci aspettano, ci saremo l'una per l'altra!

A Claudia, la mia prima amica, con la quale ho sempre pensato ci fosse un filo invisibile ad unirci. Sono estremamente sicura che nonostante siano cambiate tante cose in questi anni, supereremo insieme tutte le prove che la vita ci porrà davanti, con l'impegno di non mancare mai. Ti voglio bene.

Ad Alessio e Lavinia, grazie per la vostra costante premura e per avermi dato in poco tempo la certezza che potrei chiamarvi sempre, a qualunque ora, e trovarvi sempre lì. Per ogni aperitivo, ogni chiacchierata ed ogni attimo che abbiamo vissuto insieme, grazie.

A tutti gli amici che ho conosciuto qui, grazie per aver creato da subito una squadra pronta a sostenersi ma in particolare un grazie immenso va a Dea, Giorgia, Martina, Marzia e Valentina, le persone che questo viaggio l'hanno vissuto con me. Questa laurea, posso dire che è condivisa. Siamo amiche dal primo giorno dei propedeutici, in questi tre anni ci siamo fatte forza a vicenda e abbiamo gioito per i momenti più significativi. Un grazie soprattutto per aver sopportato me e Giò nel dirvi costantemente "abbiamo l'ansia" 😊

Vorrei infine ringraziare tutti i miei professori, in particolare i miei relatori e co-relatori, per la disponibilità e la passione con cui mi hanno condotto in questa esperienza di vita. Da ognuno di loro ho colto insegnamenti che porterò per sempre con me.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Toffanin, Marco 2016 “Introduzione alla comunicazione multimediale: Percorsi, strumenti e risorse per la progettazione e realizzazione di contenuti multimediali”
- Fois Eleonora, “Traduzione audiovisiva, teoria e pratica”, *Between*, II.4 (2012)
- Logaldo Mara, “Teoria e tecnica della traduzione audiovisiva” (2021)
- C. Kanellopoulou, K. L. Kermandis, and A. Giannakouloupoulos. 2019. “*The Dual-Coding and Multimedia Learning Theories: Film Subtitles as a Vocabulary Teaching Tool.*” *Education Sciences* 9, no.3 (Settembre)
- D. Frumuselu, S. De Maeyer, V. Donche, M. Gutiérrez-Colon Plana. 2015. “*Television series inside the EFL classroom: Bridging the gap between teaching and learning informal language through subtitles.*” *Linguistics and Education* 32 (Dicembre): 107-117
- Minutella, Vincenza 2009. *Translating for Dubbing from English into Italian*, Torino: Celid
- Chaume, Frederic 2001. La pretendida oralidad de los textos audiovisuales y sus implicaciones en traducción. In Chaume, Frederic e Agost, Rosa. *La traducción en los medios audiovisuales*, Castelló de la Plana: Publicaciones de la Universitat Jaume, I, 77-87

- Baños-Piñero, Rocío e Chaume, Frederic 2009. Prefabricated Orality: A Challenge In Audiovisual Translation. In Marrano, M. Giorgio, Nadiani, Giovanni e Rundle, Christopher (eds). *Special issue: The Translation of Dialects in Multimedia*
- Nikodinovska, Radica - *Le analogie e le differenze tra le competenze traduttive e interpretative, New approaches to Foreign Languages Didactics, Guerra Edizioni Edel, Perugia, 2014, pp. 95-103.*
- *Commissione europea, Profilo del traduttore. Disponibile in: Commissione europea, 2020*
- Orero, Pilar (ed.) 2004. *Topics in Audiovisual Translation*, Amsterdam: John Benjamins Publishing Company
- Boccia Artieri Giovanni, Gemini Laura, Pasquali Francesca, Carlo Simone, Farci Manolo, Pedroni Marco “Fenomenologia dei Social network: Presenza, relazioni e consumi mediali degli italiani online” (2019)

## SITOGRAFIA

- [https://www.epicentro.iss.it/focus/flu\\_aviarial/demei1#:~:text=C omunicare%20significa%20mettere%20insieme%2C%20scambiar e,di%20informazioni%2C%20non%20%3%A8%20divulgazione.](https://www.epicentro.iss.it/focus/flu_aviarial/demei1#:~:text=C omunicare%20significa%20mettere%20insieme%2C%20scambiar e,di%20informazioni%2C%20non%20%3%A8%20divulgazione.)
- <https://masteristi.wordpress.com/2011/10/06/che-cose-la-comunicazione-multimediale/>
- <https://www.fiorerosalba.com/comunicazione-multimediale-informazione-web/>
- <http://www.whyblog.it/web-2-0-levoluzione-della-comunicazione-nellera-digitale/>
- <https://digitalessino.imparadigitale.it/limpatto-del-digitale-e-della-multimedialita-nellapprendimento-dei-bambini-2/>
- <https://retezerosei.savethechildren.it/approfondimenti/diritto-protezione/luso-delle-tecnologie-digitali-nei-bambini-da-0-a-6-anni/>
- [http://www.agorascuola.it/altro/Atti%20corsi%20formazione/Questo-  
Ipertesto/Dalla%20comunicazione%20unidirezionale%20alla%20c omunicazione%20multimediale.pdf](http://www.agorascuola.it/altro/Atti%20corsi%20formazione/Questo-<br/>Ipertesto/Dalla%20comunicazione%20unidirezionale%20alla%20c omunicazione%20multimediale.pdf)
- [https://www.minori.gov.it/sites/default/files/idi\\_rassegnagiuridica\\_01-2022-focus.1.pdf](https://www.minori.gov.it/sites/default/files/idi_rassegnagiuridica_01-2022-focus.1.pdf)
- <https://www.4beards.it/2019/12/03/il-linguaggio-del-digitale/>
- [https://www.prima-posizione.it/internet-cambiato-la-nostra-lingua-dal-lessico-alla-sintassi/2016\\_2961/](https://www.prima-posizione.it/internet-cambiato-la-nostra-lingua-dal-lessico-alla-sintassi/2016_2961/)
- [https://www.treccani.it/enciclopedia/multimedialita\\_%28Enciclopedia-dei-](https://www.treccani.it/enciclopedia/multimedialita_%28Enciclopedia-dei-)

- [ragazzi%29/#:~:text=Il%20linguaggio%20multimediale%20si%20%C3%A8,segnali%20provenienti%20dai%20differenti%20media.](#)
- <https://www.orizzontescuola.it/la-scuola-la-didattica-a-distanza-e-la-multimedialita/>
  - <https://www.chicercatrovaonline.it/tutti-i-blogs/118-comunicazione/226-rivoluzione-digitale-e-globalizzazione>
  - <https://istitutoprogettouomo.it/wp-content/uploads/2018/04/Giocare.pdf>
  - [https://psicologinews.it/media-digitali-tenere-fuori-dalla-portata-dei-bambini/#:~:text=L'impatto%20pu%C3%B2%20essere%20positivo,vista%20dello%20sviluppo%20\(ibidem\)](https://psicologinews.it/media-digitali-tenere-fuori-dalla-portata-dei-bambini/#:~:text=L'impatto%20pu%C3%B2%20essere%20positivo,vista%20dello%20sviluppo%20(ibidem))
  - <https://www.accademiadoppiaggio.com/doppiaggio/>
  - <https://www.eurotrad.com/come-diventare-traduttore-audiovisivo/>
  - <https://e-schooloftranslation.org/2022/02/21/competenze-del-traduttore-audiovisivo/#:~:text=Il%20suo%20lavoro%20consiste%20in,e%20una%20cultura%20di%20destinazione.>
  - <https://www.traduzione-in.com/traduzione-social-network.htm>
  - <https://www.translationagency.it/la-traduzione-di-contenuti-per-social-network/>
  - <https://www.traducta.it/notizie/traduzione-contenuti-social-media>
  - <https://it.wikipedia.org/wiki/Multimedialit%C3%A0>

- <http://www.psicologiaunito.org/psicoclinica/images/stories/tesine/social/tesinapdf.pdf>
- <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/11930/844427-1215998.pdf?sequence=2>
- <https://blog.bizen.it/come-social-media-influenzano-comportamenti/>
- [stateofmind.it/2023/01/social-media-adolescenti/](http://stateofmind.it/2023/01/social-media-adolescenti/)