

Universidad de Valladolid

Facultad de Traducción e Interpretación

Grado de Traducción e Interpretación

Trabajo fin de Grado

**La traducción audiovisual en las redes sociales:
Impacto, desafíos y perspectivas futuras
-----un enfoque particular en TikTok y YouTube**

Tutor: Dra. Ana María Mallo Lapuerta

Autor: Dña. Xueli Liu

Fecha de presentación: 10 de junio de 2024

ÍNDICE

Resumen.....	5
Abstract.....	5
1. Introducción.....	6
1.1. Contextualización del estudio.....	6
1.2. Objetivos del estudio.....	6
1.3. Metodología.....	6
2. Marco teórico.....	7
2.1. Teoría de la Traducción Audiovisual.....	7
2.1.1. Equivalencia y Adaptación.....	7
2.1.2. Traducción Audiovisual.....	7
2.1.3. Historia y evolución de la Traducción Audiovisual.....	8
2.2. Teoría de la Comunicación Multimodal.....	8
2.3. Estudios previos sobre la Traducción Audiovisual en redes sociales.....	8
2.3.1. Revisión de la Literatura.....	8
2.3.2. Casos de estudio.....	8
2.4. Conceptos Clave.....	9
2.4.1. Accesibilidad.....	10
2.4.2. Inclusión.....	10
2.4.3. Intercambio cultural.....	10
2.5. Evolución de las redes sociales y su relación con la Traducción Audiovisual.....	10
2.5.1. Primera Etapa: los inicios de las redes sociales.....	11
2.5.1.1. Surgimiento de las redes sociales.....	11
2.5.1.2. Evolución hacia contenido multilingüe.....	11
2.5.2. Segunda Etapa: la era del contenido audiovisual.....	11
2.5.2.1. Ascenso de YouTube.....	11
2.5.2.2. Introducción de subtítulos y doblajes.....	12
2.5.3. Tercera Etapa: redes sociales con enfoque audiovisual y multilingüe.....	12
2.5.3.1. La emergencia de TikTok.....	12
2.5.3.2. Innovaciones en traducción audiovisual en TikTok.....	12
2.5.4. Integración de tecnologías avanzadas.....	12
2.5.4.1. Inteligencia artificial y aprendizaje automático.....	12
2.5.4.2. Reconocimiento de voz y síntesis de voz.....	13
2.5.4.3. Crowdsourcing y colaboración comunitaria.....	13
3. Metodología.....	13
3.1. Diseño de la Investigación.....	13
3.2. Métodos de Recolección de Datos.....	13
3.2.1. Análisis documental.....	14
3.2.2. Análisis de contenido.....	14
3.2.3. Encuestas y entrevistas.....	14
3.2.4. Análisis estadístico.....	14
3.3. Instrumentos de Investigación.....	14
Cuestionarios y guías de entrevista.....	14
3.4. Procedimientos de Análisis de Datos.....	14
3.4.1. Análisis cualitativo.....	14
3.4.2. Análisis cuantitativo.....	14
3.5. Consideración Ética.....	15
3.5.1. Consentimiento informado.....	15
3.5.2. Anonimato y confidencialidad.....	15
3.6. Limitaciones del Estudio.....	15
3.6.1. Muestra limitada.....	15
3.6.2. Sesgo de autoinforme.....	15
3.6.3. Condición por TFG.....	15
4. Impacto de la Traducción Audiovisual en las redes sociales.....	15
4.1. Papel de la Traducción Audiovisual en TikTok y YouTube.....	15
4.1.1. Importancia de la Traducción Audiovisual en la comunicación mundial.....	15
4.1.2. Funciones específicas en TikTok y YouTube.....	16
Subtítulos y subtítulos cerrados.....	16
Doblaje y voice-over.....	16

	Audiodescripción.....	16
4.2.	Análisis del contenido traducido en redes sociales.....	16
4.2.1.	Metodología del análisis.....	16
4.2.2.	Herramientas y técnicas.....	16
4.2.3.	Resultados del análisis.....	16
	Precisión de los subtítulos.....	17
	Adaptación cultural.....	17
	Interacción del usuario.....	17
4.3.	Estudios de casos teóricos: éxitos y fracasos.....	17
4.3.1.	«The History of Tea»	17
4.3.2.	«What is an AI anyway?»	17
4.4.	Influencia en la audiencia mundial	18
4.4.1.	Diversidad cultural	18
4.4.2.	Educación y conocimiento	18
4.5.	Impacto en la percepción y consumo de contenido.....	18
4.5.1.	Percepción del contenido traducido	18
4.5.2.	Patrones de consumo.....	19
5.	Desafíos en la Traducción Audiovisual en redes sociales.....	19
5.1.	Barreras lingüísticas y culturales.....	19
5.1.1.	Diversidad lingüística.....	19
5.1.2.	Adaptación cultural	19
5.2.	Limitaciones técnicas y tecnológicas.....	19
5.2.1.	Herramientas de traducción automática	19
5.2.2.	Integración de tecnología	20
5.3.	Cuestiones de Derechos de Autor y Propiedad Intelectual.....	20
5.3.1.	Derechos de Autor.....	20
5.3.2.	Propiedad Intelectual	20
5.4.	Desinformación y ética en la Traducción	20
5.4.1.	Precisión y veracidad.....	20
5.4.2.	Manipulación de contenido	20
5.5.	Accesibilidad y adaptación para audiencias diversas	21
5.5.1.	Inclusión de audiencias con discapacidades.....	21
5.5.2.	Adaptación para distintos grupos de edad.....	21
6.	Perspectivas futuras de la Traducción Audiovisual en redes sociales.....	21
6.1.	Innovaciones tecnológicas y herramientas de traducción.....	21
6.1.1.	Innovaciones tecnológicas.....	21
6.1.1.1.	Reconocimiento de voz	21
6.1.1.2.	Traducción automática	21
6.1.2.	Herramientas de traducción avanzada.....	21
6.1.3.	Aplicaciones de doblaje automatizado.....	22
6.2.	Potencial de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.....	22
6.2.1.	Modelos de traducción neural	22
6.2.2.	Personalización y adaptación en tiempo real	22
6.2.3.	IA en la moderación de contenido.....	22
6.3.	Tendencias emergentes en TikTok y YouTube	22
6.3.1.	Crecimiento del contenido multilingüe	22
6.3.2.	Interacción en tiempo real	23
6.3.3.	Uso de realidad aumentada y realidad virtual	23
6.3.4.	Colaboraciones internacionales.....	23
6.4.	Estrategias para mejorar la calidad y eficiencia de la Traducción Audiovisual	23
6.4.1.	Formación y capacitación.....	23
6.4.2.	Estándares de calidad	23
6.4.3.	Crowdsourcing y Colaboración:.....	24
6.4.4.	Integración de feedback del usuario.....	24
6.5.	Implicaciones para la industria de la traducción y el contenido digital.....	24
6.5.1.	Democratización del acceso	24
6.5.2.	Nuevas oportunidades de mercado.....	24
6.5.3.	Evolución de roles.....	24
6.5.4.	Innovación y competencia.....	24
6.5.5.	Implicaciones éticas y profesionales	25

7.	Discusión Teórica.....	25
7.1.	Análisis comparativo de teorías de la Traducción Audiovisual.....	25
7.1.1.	Teoría de la Equivalencia Dinámica (Nida, 1964).....	25
7.1.2.	Teoría del Skopos (Vermeer, 1978).....	25
7.1.3.	Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1986).....	25
7.1.4.	Teoría del Polisistema (Even-Zohar, 1990).....	26
7.2.	Relación entre teoría y práctica en la Traducción Audiovisual.....	26
7.2.1.	Adaptación cultural.....	26
7.2.2.	Uso de tecnología.....	26
7.2.3.	Interactividad y feedback.....	26
7.3.	Reflexiones sobre el rol de la Traducción Audiovisual en redes sociales.....	27
7.3.1.	Accesibilidad.....	27
7.3.2.	Democratización del conocimiento.....	27
7.3.3.	Influencia cultural.....	27
7.4.	Críticas y limitaciones de las teorías actuales.....	27
7.4.1.	Limitaciones de la equivalencia dinámica.....	27
7.4.2.	Críticas a la teoría del Skopos.....	27
7.4.3.	Desafíos tecnológicos.....	27
7.5.	Propuestas teóricas para el futuro de la TAV.....	27
7.5.1.	Teoría de la Interactividad.....	27
7.5.2.	Enfoque transmedia.....	27
7.5.3.	Teoría de la IA aplicada.....	28
8.	Conclusión y Recomendaciones.....	28
8.1.	Resumen de los principales resultados.....	28
8.1.1.	Impacto de la Traducción Audiovisual en redes sociales.....	28
8.1.2.	Desafíos técnicos y culturales.....	28
8.1.3.	Innovaciones tecnológicas.....	28
8.1.4.	Tendencias emergentes.....	28
8.2.	Respuestas a la preguntas de investigación.....	28
8.2.1.	¿Cómo afecta la Traducción Audiovisual la accesibilidad y el alcance mundial del contenido en TikTok y YouTube?.....	28
8.2.2.	¿Cuáles son los principales desafíos técnicos y culturales en la implementación de la Traducción Audiovisual en redes sociales?.....	29
8.2.3.	¿Qué innovaciones tecnológicas están emergiendo en el campo de la Traducción Audiovisual?.....	29
8.3.	Recomendaciones para la práctica de la Traducción Audiovisual.....	29
8.3.1.	Capacitación continua.....	29
8.3.2.	Colaboración humano-máquina.....	29
8.3.3.	Adaptación cultural.....	29
8.4.	Recomendaciones para Futuras Investigaciones.....	29
8.4.1.	Evaluación de nuevas tecnologías.....	29
8.4.2.	Impacto cultural de la Traducción Audiovisual.....	29
8.4.3.	Mejora de algoritmos.....	29
8.4.4.	Estudios de caso regionales.....	30
8.5.	Reflexiones finales.....	30
9.	Referencias Bibliográficas.....	31
	Anexos.....	32
	Datos Estadísticos adicionales.....	32
	Ejemplos de traducciones audiovisuales analizadas.....	32
	Cuestionarios Utilizados.....	32
	The history of tea.....	32
	What is an AI anyway?.....	33

RESUMEN

En la era digital, las redes sociales se han convertido en una importante plataforma para la creación y distribución de contenidos audiovisuales. Sin embargo, la diversidad lingüística plantea desafíos significativos a la accesibilidad global de dichos contenidos. En este estudio, se analizan en detalle el impacto, los desafíos y las perspectivas futuras de la traducción audiovisual en las redes sociales, con un enfoque particular en TikTok y YouTube. Se discuten las ventajas de la traducción para la accesibilidad y el crecimiento de la audiencia, así como los desafíos relacionados con la precisión, el costo y las limitaciones tecnológicas. Se exploran las posibles soluciones y se analizan las iniciativas actuales puestas en marcha por TikTok y YouTube para hacer frente a estos desafíos. Finalmente, se ofrecen reflexiones sobre el futuro de la traducción audiovisual en las redes sociales y su impacto en la globalización de los contenidos.

Palabras clave: traducción audiovisual, redes sociales, plataforma, impacto, desafío, perspectivas futuras.

ABSTRACT

In the digital age, social networks have become a major platform for the creation and distribution of audiovisual content. However, linguistic diversity poses a significant challenge to the global accessibility of such content. This study explores in detail the impact, challenges and future prospects of audiovisual translation on social media, with a particular focus on TikTok and YouTube. Then, it discusses the benefits of translation for accessibility and audience growth, as well as the challenges related to accuracy, cost and technical limitations. It also explores possible solutions and discusses current initiatives launched by TikTok and YouTube to address these challenges. It ends with reflections on the future of audiovisual translation for social media and its impact on content globalization.

Key words: audiovisual translation, social media, platform, impact, challenge, future prospect.

1. INTRODUCCIÓN

En la era digital, las redes sociales han revolucionado nuestra forma de comunicarnos, de compartir información y de entretenernos. La popularidad de tales plataformas como TikTok y YouTube ha aumentado debido a que permiten a los usuarios crear, compartir y descubrir una amplia gama de contenidos audiovisuales. Sin embargo, la diversidad lingüística plantea un desafío fundamental para la accesibilidad mundial de estos contenidos. La traducción audiovisual juega un papel esencial en este sentido, ya que permite a los creadores de contenidos llegar a un público mundial, superando las barreras lingüísticas y culturales. Este estudio explora el impacto, los desafíos y las perspectivas futuras de la traducción audiovisual en dichas plataformas, TikTok y YouTube.

1.1.CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO

La traducción audiovisual (TAV) es el proceso de convertir contenido audiovisual de un idioma a otro, asegurando que el mensaje, el tono y la intención original se mantengan intactos. Este proceso incluye subtítulos, doblajes y la interpretación de elementos culturales y lingüísticos específicos. En el entorno de las redes sociales, la TAV es fundamental para accesibilidad mundial, inclusión e intercambio cultural.

1.2.OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Los objetivos principales de este estudio son (i) analizar el impacto de la traducción audiovisual en la accesibilidad y el crecimiento de la audiencia en las redes sociales; (ii) identificar los desafíos técnicos, económicos y culturales asociados a la traducción audiovisual en plataformas como TikTok y YouTube; (iii) explorar las soluciones tecnológicas y colaborativas para mejorar la calidad y eficiencia de la traducción audiovisual; (iiii) evaluar las iniciativas actuales puestas en marcha por TikTok y YouTube para afrontar estos desafíos; (iiiii) ofrecer perspectivas futuras sobre el desarrollo de la traducción audiovisual en las redes sociales.

1.3.METODOLOGÍA

Este estudio utiliza una combinación de análisis cualitativo y cuantitativo. Se realiza una revisión preliminar de la bibliografía existente sobre la Traducción Audiovisual, la accesibilidad en redes sociales y las tecnologías de traducción. Además, se analizan estudios de casos específicos en TikTok y YouTube, en los que se incluyeron entrevistas

con expertos en traducción y creadores de contenido. También se recopilan datos a través de entrevistas y análisis de estadísticas de uso de estas plataformas.

2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico de la traducción audiovisual en las redes sociales se basa en varias disciplinas, como la teoría de la traducción, los estudios de comunicación, la lingüística aplicada y las tecnologías de la información. Este marco proporciona una base conceptual para comprender los procesos, desafíos y las estrategias que conlleva la traducción de contenidos audiovisuales en plataformas como TikTok y YouTube. A continuación, se exploran los conceptos clave y las teorías relevantes que sustentan este ámbito de investigación, así como la relación entre la TAV y la evolución de las redes sociales.

2.1. TEORÍA DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

Al margen del gran número de teorías de la traducción, unas pocas han pasado a la historia. La mayoría de ellas aparecieron en el siglo XX, cuando los estudios de traducción empezaron a tomarse en serio. Las más famosas son las siguientes:

2.1.1. *Equivalencia y Adaptación*

La teoría de la traducción se centra en la idea de equivalencia, que busca mantenerla misma función y efecto del texto original en la lengua de destino. En el contexto audiovisual, esto implica no solo la traducción literal de palabras, sino también la adaptación de elementos culturales, idiomáticos y estilísticos para asegurar que el contenido sea comprensible y relevante para la audiencia de destino (Nida, 1964).

En su definición, Nida y Taber (Nida & Taber, 2003, pág. 29) plantean que la traducción «consiste en reproducir, mediante una equivalencia natural y exacta, el mensaje de la lengua original en la lengua receptora». Hatim y Mason afirman que la traducción es «un proceso comunicativo que tiene lugar en un contexto social» (Hurtado Albir, 2001, pág. 38).

2.1.2. *Traducción Audiovisual*

La traducción audiovisual es una subdisciplina de la traducción que se ocupa de convertir contenido en un medio visual y auditivo, como películas, series de televisión y videos en línea. Incluye varios modos de traducción, como subtitulación, doblaje y *voice-over*¹ y la

¹ Se refiere a una técnica de grabación de audio donde la voz de una persona es superpuesta a la pista de audio original de contenido visual, sin que la persona que habla aparezca en pantalla. La traducción audiovisual es una de sus servicios, lo utilizando para traducir el diálogo de vídeos, películas y documentales a otro idioma, sin necesidad de subtítulos.

audio-descripción para personas con discapacidades visuales. Cada modo tiene sus propias técnicas y desafíos, que deben ser considerados al adaptar contenido para diferentes culturas y lenguas (Díaz Cintas & Remael, 2020).

2.1.3. Historia y evolución de la Traducción Audiovisual

La TAV ha recorrido un largo camino desde sus inicios en cinematografía y televisión hasta abarcar una vasta gama de plataformas digitales en la actualidad. Con el auge de internet y las redes sociales, la TAV ha adquirido nuevas dimensiones y aplicaciones, adaptándose a formatos más cortos y a la rápida producción y consumo de contenido.

2.2. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN MULTIMODAL

Según Taylor, aunque la mayoría de los estudios sobre la multimodalidad aún no se ha centrado en cuestiones relacionadas con la traducción, algunos estudios han explotado los análisis multimodales en el ámbito de la TAV siguiendo los pasos de una serie de tareas básicas sobre la comprensión de las interrelaciones de los recursos semióticos. El efecto de tales estudios se ha demostrado también en diversos congresos celebrados durante la última década aproximadamente, una tendencia destinada a continuar (Taylor, 2016).

La teoría de la comunicación multimodal se basa en el hecho de que la comunicación no se limita al texto, sino que incluye múltiples modos de comunicación como imágenes, sonidos, gestos y otros elementos visuales y auditivos. En las redes sociales, la comunicación multimodal es especialmente relevante. Los creadores de contenido usan una combinación de texto, audio, video y efectos especiales para combinar sus mensajes, lo que plantean desafíos únicos para la traducción, ya que cada modo puede llevar significados importantes.

2.3. ESTUDIOS PREVIOS SOBRE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES

2.3.1. Revisión de la Literatura

La literatura existente sobre la TAV en redes sociales destaca la creciente importancia de la accesibilidad y la globalización de los contenidos. Estudios anteriores han explorado cómo la TAV puede permitir a los creadores llegar a audiencias más amplias y diversas, así como los retos técnicos y lingüísticos que conlleva.

2.3.2. Casos de estudio

Ya existen diversos estudios de casos que exploran el uso de la TAV en plataformas como YouTube y TikTok. Estos estudios revelan cómo se utilizan el subtítulo automático, el

doblaje y otros métodos de traducción para superar las barreras lingüísticas y culturales, y cómo estos métodos afectan a la recepción de los contenidos por parte de la audiencia. En cuanto a la subtitulación en YouTube, el estudio pionero realizado por Díaz-Cintas y Muñoz Sánchez en 2006, examina el papel de los subtítulos en YouTube, lo que subraya cómo los subtítulos generados por la comunidad ayudan al público internacional a acceder a los contenidos. Analizan la calidad y precisión de los subtítulos creados por los usuarios, así como su eficacia en términos de comprensión y retención de la información (Díaz-Cintas & Muñoz, 2006) (Díaz-Cintas, 2005) (Díaz-Cintas, 2003). Luego en 2014, Pérez González publica un estudio de eso, en el que se explora cómo los usuarios colaboran para traducir y realizar subtítulos de videos, también destaca los puntos fuertes y los retos de este enfoque, incluidos los problemas de coherencia y calidad de la TAV (Pérez González, 2014).

Sin embargo, el estudio realizado de O'Hagan en 2021 evaluó la eficacia de las herramientas de subtitulación y traducción automática de YouTube. El estudio analiza cómo los avances en inteligencia artificial y aprendizaje automático pueden mejorar la precisión de los subtítulos automatizados, pero también señala algunas limitaciones importantes, como los errores contextuales y la falta de adaptación cultural (O'Hagan & Parsa, 2021).

Sobre la adaptación cultural en TikTok, Alley y Hanshew en su estudio publicado en 2022 examina cómo los creadores de contenidos sobre bibliotecas en TikTok usan la TAV para adaptar los vídeos al público internacional. Ellos descubren que los creadores suelen recurrir a la localización cultural, adaptando no solo el idioma, sino también los elementos culturales, las referencias y la incorporación de temas de relevancia social para que resuenen en diferentes audiencias. Se observó que los videos que mejor incorporan la adaptación cultural tienden a tener un mayor nivel de interacción, medido a través de «me gusta», los comentarios y comparticiones (Alley & Hanshew, 2022). El estudio de Mora de la Torre y Díaz-Lucena publicado en 2024, se enfoque en la efectividad de la subtitulación en videos cortos sobre los medios de comunicación españoles en TikTok, se ajuste a los formatos breves y visualmente atractivos, incluidos el uso de videos cortos, música de tendencia, efectos visuales y narrativas rápidas (Mora de la Torre & Díaz-Lucena, 2024).

2.4.CONCEPTOS CLAVE

Como mencionada antes, la TAV se basa en la teoría de comunicación, incluyen la teoría de la información de Shannon y Weaver, que se enfoca en la transmisión de mensajes y la teoría de la comunicación de masas, que analiza los efectos de los medios de comunicación en las audiencias.

2.4.1. Accesibilidad

Uno de los principales enfoques de la investigación en TAV es la accesibilidad del contenido audiovisual en redes sociales. La accesibilidad se aborda desde múltiples perspectivas, incluidos la creación de subtítulos y de doblajes para personas con discapacidades auditivas y visuales, así como para audiencias multilingües. Estudio de Díaz-Cintas y Remael (2021), entre otros, ha explorado cómo los subtítulos pueden mejorar la comprensión y la participación del público mundial.

2.4.2. Inclusión

Se refiere a la práctica de asegurar que todas las personas, especialmente aquellas pertenecientes a grupos marginados o vulnerables, tengan la oportunidad de participar plenamente en la sociedad. Esto implica la eliminación de barreras que impiden la participación y la creación de entornos que valoren la diversidad y promuevan la equidad. En resumen, los principios de la inclusión son equidad, diversidad, accesibilidad, participación y no discriminación. Facilita el acceso a contenido audiovisual para personas con discapacidades auditivas y visuales.

2.4.3. Intercambio cultural

La traducción facilita el intercambio cultural, permitiendo que las audiencias de diferentes partes del mundo experimenten y comprendan mejor las culturas extranjeras a través de contenido accesible en su propio idioma. Accesibilidad global también fomenta el intercambio cultural. Esto es crucial en un mundo cada vez más globalizado, donde el entendimiento y la apreciación de diversas culturas son esenciales para la convivencia y la colaboración internacional.

2.5.EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES Y SU RELACIÓN CON LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

Las redes sociales han experimentado una evolución significativa desde su aparición, pasando de ser simples plataformas de comunicación a complejos ecosistemas de contenido multimedia. A lo largo de este proceso, la traducción audiovisual ha contribuido un papel crucial en facilitar el acceso mundial y la inclusión lingüística. Este capítulo explora la evolución de las redes sociales y su relación con la traducción

audiovisual, destacando los hitos clave y las innovaciones tecnológicas que han permitido una mayor accesibilidad y participación a nivel mundial.

2.5.1. Primera Etapa: los inicios de las redes sociales

2.5.1.1. Surgimiento de las redes sociales

Las primeras redes sociales, comenzó a emerger a finales de la década de 1990 con la creación de sitios como SixDegrees.com² (1997), que permitía a los usuarios crear perfiles y listas de amigos. A lo largo de la década de 2000 surgieron plataformas más sofisticadas como Friendster³ (2002) y MySpace⁴ (2003) y LinkedIn⁵ (2003), también se centraron principalmente en la creación de perfiles personales y la conexión entre amigos, pero cada una con características únicas que atraían a una base de usuarios distintos (Boyd & Ellison, 2007). Estas plataformas no priorizaban el contenido audiovisual, y la traducción no era una consideración importante, ya que la mayoría de los usuarios compartían el mismo idioma y contexto cultural.

2.5.1.2. Evolución hacia contenido multilingüe

Con la llegada de Facebook⁶ en 2004, la audiencia mundial de las redes sociales comenzó a expandirse rápidamente. Es decir, su lanzamiento marcó un punto de inflexión en la popularización de las redes sociales. Facebook ofreció una interfaz intuitiva y una amplia gama de funciones que permitían la traducción de textos en publicaciones y comentarios, lo que facilitó la comunicación entre usuarios de distintos idiomas. Sin embargo, el contenido audiovisual seguía siendo limitado y la traducción audiovisual no era una prioridad. Posteriormente, Twitter⁷ (2006) cambió la dinámica de la comunicación en línea al introducir el concepto de microblogging, que permitía a los usuarios compartir mensajes cortos.

2.5.2. Segunda Etapa: la era del contenido audiovisual

2.5.2.1. Ascenso de YouTube

YouTube⁸, lanzado en 2005, no tardó a convertirse en la principal plataforma para compartir videos, ya que permite a los usuarios subir, ver y comentar vídeos sobre una

² Se considera el primer sitio de redes sociales moderno, que permite a los usuarios crear perfiles y listas de amigos.

³ Innovó con el concepto de red social basado en círculos de amigos, que influye en el desarrollo de futuras plataformas.

⁴ Destacó por su personalización de perfiles y atrajo a una gran base de usuarios, especialmente en la comunidad musical.

⁵ Centrado en redes profesionales, ofreció un enfoque único en la construcción de relaciones laborales y la búsqueda de empleo.

⁶ Fundado por Mark Zuckerberg, se ha convertido en una de las redes sociales más grandes del mundo, lo que facilita la conexión entre personas y la compartición de contenido.

⁷ Se lanzó como una plataforma de microblogging que permite a los usuarios compartir mensajes cortos conocidos como tweets.

⁸ Revolucionó el consumo de video en línea al permitir a los usuarios subir, compartir y ver videos en una plataforma accesible mundialmente.

vasta variedad de contenido audiovisual, desde tutoriales y *vlogs*⁹ hasta cortometrajes y videoclips musicales. A medida que YouTube creció en popularidad, surgió la necesidad de hacer este contenido accesible a una audiencia mundial diversa.

2.5.2.2. Introducción de subtítulos y doblajes

Para abordar la barrera del idioma YouTube comenzó a implementar subtítulos generados por los usuarios y, posteriormente, subtítulos automáticos mediante el uso de tecnologías de reconocimiento de voz y procesamiento del lenguaje natural. Esta evolución fue crucial para permitir que los videos fueran entendidos por personas que no hablaban el idioma original del contenido. Además, algunos creadores comenzaron a producir doblajes de sus videos en múltiples idiomas, aunque esto requería más recursos y esfuerzo.

2.5.3. Tercera Etapa: redes sociales con enfoque audiovisual y multilingüe

2.5.3.1. La emergencia de TikTok

TikTok¹⁰, lanzado internacionalmente en 2018, representa una nueva generación de redes sociales centradas casi exclusivamente en el contenido audiovisual de corta duración. Con su formato de videos breves y su capacidad de edición integrada, TikTok atrajo rápidamente a usuarios de todo el mundo. La plataforma no solo facilitó la creación y el consumo de contenido, sino que también enfrentó el desafío de hacerlo accesible para una audiencia multilingüe.

2.5.3.2. Innovaciones en traducción audiovisual en TikTok

TikTok ha implementado diversas herramientas y características para superar las barreras lingüísticas. Entre ellos, la traducción automática de textos en pantalla y subtítulos, así como la integración de funciones que permiten a los creadores añadir subtítulos multilingües con mayor facilidad. La plataforma también ha fomentado la colaboración entre creadores de diversos países para facilitar la producción de contenidos multilingües y culturalmente relevantes.

2.5.4. Integración de tecnologías avanzadas

2.5.4.1. Inteligencia artificial y aprendizaje automático

Los avances en la inteligencia artificial y el aprendizaje automático ha sido un factor decisivo a la mejorar la traducción audiovisual en las redes sociales. Las tecnologías de traducción neuronal, en particular, han avanzado significativamente, permitiendo una

⁹ Vlogs, o video blogs, son una forma de contenido digital que combina elementos de blogs tradicionales con videos. Son creados por individuos o grupos que publican videos regularmente sobre una variedad de temas, que pueden incluir diarios personales, tutoriales, reseñas de productos, o cualquier otra forma de contenido visual narrado.

¹⁰ Lanzado por ByteDance, se ha convertido rápidamente en una de las plataformas de redes sociales más influyentes, lo que facilita la creación y el consumo de videos cortos con música y efectos visuales.

traducción más precisa y contextualmente adecuada. Estas tecnologías no solo traducen palabras, sino que también tienen en cuenta el contexto, el tono y las sutilezas culturales, mejorando la calidad de los subtítulos y doblajes automáticos.

2.5.4.2.Reconocimiento de voz y síntesis de voz

El reconocimiento de voz y la síntesis de voz también han desempeñado un papel esencial en la evolución de la traducción audiovisual, también, en la mejora de la accesibilidad del contenido en redes sociales como YouTube y TikTok. Estas tecnologías permiten la generación automática de subtítulos y doblajes, lo que facilita la comprensión del contenido para personas que hablan diferentes idiomas y con diversas necesidades de accesibilidad. Sin embargo, aún enfrentan desafíos en términos de precisión, adaptación cultural y naturalidad del habla. Abordar estos desafíos requerirá mejoras continuas en los algoritmos y una mayor integración de consideraciones culturales y contextuales en el desarrollo de estas tecnologías.

2.5.4.3.Crowdsourcing y colaboración comunitaria

El crowdsourcing y la colaboración comunicatoria han sido estrategias efectivas para mejorar la traducción audiovisual en las redes sociales. YouTube, por ejemplo, ha implementado programas como el Programa de Traductores de la Comunidad, que permite a los usuarios voluntarios traducir y subtítular videos. Este enfoque no solo reduce los costos y el tiempo necesarios para la traducción, sino que también aprovecha la experiencia lingüística y cultural de una comunidad mundial, lo que, por supuesto, da lugar a traducciones inadecuadas.

3. METODOLOGÍA

3.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Este estudio utiliza una combinación de análisis cualitativo y cuantitativo. Ofrece una revisión preliminar de la bibliografía existente sobre la TAV, accesibilidad en redes sociales y tecnologías de traducción. Además, se analizan estudios de caso específicos de TikTok y YouTube, incluidas entrevistas con expertos en traducción y creadores de contenido. También se recopilan datos mediante encuestas y análisis de estadísticas de uso de estas plataformas. El estudio se desarrollará en varias fases, cada una de las cuales abordará diferentes aspectos del tema.

3.2.MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

3.2.1. Análisis documental

Se lleva a cabo una revisión con brevedad de la bibliografía existente sobre la TAV, accesibilidad, inclusión, interculturalidad y estudios de comunicación en el contexto de las redes sociales. Esto incluye una revisión de libros, artículos académicos, informes y estudios previos.

3.2.2. Análisis de contenido

Selecciono una muestra de vídeos de TikTok y YouTube que contengan elementos de TAV, la que incluye subtítulos, doblaje, descripciones de voz. Estos vídeos se analizan para identificar patrones, estrategias de localización y adaptaciones culturales.

3.2.3. Encuestas y entrevistas

Se encuesta a los usuarios de TikTok y YouTube para conocer sus opiniones y experiencias con los contenidos traducidos. Además, se realiza entrevistas en profundidad a creadores de contenidos y traductores que trabajen en estas plataformas para conocer los retos a los que se enfrentan y las estrategias que emplean.

3.2.4. Análisis estadístico

Se utilizan herramientas de análisis estadístico para evaluar la eficacia de la asistencia técnica en términos de alcance y participación de los usuarios. Para ello, se analizarán indicadores de interacción como vistas, me gusta, comentarios y comparticiones.

3.3. INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Cuestionarios y guías de entrevista

Cuestionarios estructurados para encuestar a los usuarios de TikTok y YouTube.

Guías de entrevista semiestructuradas para realizar entrevistas en profundidad con creadores de contenido y traductores.

3.4. PROCEDIMIENTOS DE ANÁLISIS DE DATOS

3.4.1. Análisis cualitativo

Se codifican y categorizan los datos cualitativos de las entrevistas y el análisis de contenido para identificar temas y patrones emergentes. Se emplean análisis temáticos para interpretar los datos y comprender mejor las estrategias de TAV y su impacto.

3.4.2. Análisis cuantitativo

Se analizan los datos de las encuestas y las métricas de interacción mediante técnicas estadísticas descriptivas e inferenciales. Para identificar relaciones significativas entre variables, se llevan a cabo análisis de correlación y regresión por medio de herramientas.

3.5. CONSIDERACIÓN ÉTICA

3.5.1. Consentimiento informado

Todos los participantes en las encuestas y entrevistas serán informados sobre los objetivos del estudio y se les pedirá su consentimiento informado por escrito.

3.5.2. Anonimato y confidencialidad

Se garantiza el anonimato y la confidencialidad de todos los participantes, así como los datos serán manejados de acuerdo con las normativas de protección de datos.

3.6. LIMITACIONES DEL ESTUDIO

3.6.1. Muestra limitada

Es posible que la muestra de videos y participantes no sean representativas de toda la población de usuarios de TikTok y YouTube, lo que puede limitar la generalización de los resultados.

3.6.2. Sesgo de autoinforme

Puede haber un sesgo de autoinforme en las respuestas a encuestas y entrevistas, lo que puede afectar a la exactitud de los datos recopilados.

3.6.3. Condición por TFG

Considera las restricciones de extensión, tiempo, recursos típicos y otros factores inherentes del TFG, limita la profundidad y alcance del estudio.

4. IMPACTO DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LAS REDES SOCIALES

4.1. PAPEL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN TIKTOK Y YOUTUBE

4.1.1. Importancia de la Traducción Audiovisual en la comunicación mundial

Como que la TAV desempeña un papel esencial en la comunicación mundial al hacer accesible el contenido de las redes sociales a públicos de distintos idiomas y culturas. En plataformas como TikTok y YouTube, donde predominan el contenido visual y auditivo, la TAV ayuda a entender y comunicarse con usuarios de todo el mundo.

En YouTube, los vídeos multilingües, aquellos con subtítulos en varios idiomas, tienen 1,5 veces más probabilidades de ser compartidos en redes sociales que los vídeos monolingües. TikTok también informa que los vídeos subtítulos reciben un 12% más de «me gusta» y un 17% más de comentarios que los vídeos sin subtítulos.

Según YouTube, más del 80% de sus vistas proceden de fuera de Estados Unidos. Se estima que 2 600 millones de personas usan YouTube mensualmente, lo que subraya la necesidad de la TAV llegue a audiencias mundiales. TikTok informa que 62% de sus usuarios prefieren ver vídeos con subtítulos.

4.1.2. Funciones específicas en TikTok y YouTube

Subtítulos y subtítulos cerrados

Tanto TikTok como YouTube usan subtítulos para mejorar la accesibilidad. Los subtítulos automáticos y los subtítulos traducidos permiten al usuario entender el contenido independientemente de su lengua materna. YouTube ofrece subtítulos automáticos en 13 idiomas, 65% de sus videos con subtítulos tienen una mayor tasa de retención de audiencia en comparación con videos sin subtítulos. TikTok está disponible en 155 países y en 75 idiomas, y 73% de sus usuarios reportan que los subtítulos mejoran la accesibilidad y participación del contenido.

Doblaje y voice-over

Aunque no es habitual en TikTok, en YouTube se usa el doblaje y el *voice-over* para traducir contenido en varios idiomas y ofrecer a los usuarios una experiencia más envolvente.

Audiodescripción

Proporciona descripciones verbales de las imágenes y acciones en el contenido para facilitar el acceso a personas con discapacidades visuales.

4.2. ANÁLISIS DEL CONTENIDO TRADUCIDO EN REDES SOCIALES

4.2.1. Metodología del análisis

Para analizar el contenido traducido en redes sociales como TikTok y YouTube, se analizó un estudio de dos videos publicado por TED Talks, «The History of Tea» y «What is an AI anyway?». Estos videos fueron seleccionados por su relevancia educativa y su popularidad en ambas plataformas. Se evaluará aspectos como la precisión, la coherencia cultural y la calidad de la traducción.

4.2.2. Herramientas y técnicas

Se usan herramientas de análisis de contenido para evaluar la precisión de los subtítulos y la calidad de las traducciones. Además, se analizan las métricas de interacción, como, por ejemplo, vistas, me gusta, comentarios y comparticiones, para medir el compromiso del usuario.

4.2.3. Resultados del análisis

Precisión de los subtítulos

La mayoría de los subtítulos automáticos son eficaces, pero pueden contener errores contextuales y gramaticales que interfieren en la comprensión. En YouTube, la precisión de los subtítulos automáticos varía entre 85% y 95%, dependiendo del idioma y la claridad del audio. Además, 58% de sus creadores de contenido han reportado la necesidad de revisar y corregir manualmente los subtítulos generados automáticamente debido a errores de contexto. TikTok ha mejorado la precisión de sus subtítulos automáticos a 92% para el inglés, pero enfrenta desafíos con lenguaje tonalmente complejos, como que 49% de sus creadores de contenido encuentran que los subtítulos automáticos no siempre capturan adecuadamente los modismos y la jerga.

Adaptación cultural

Los videos que incluyen adaptaciones culturales específicas son más populares entre el público local, lo que ilustra la importancia de una traducción culturalmente consciente.

Interacción del usuario

Los videos con subtítulos y traducciones bien ejecutadas muestran mayores niveles de interacción, incluidos «me gusta», comentarios y comparticiones.

4.3. ESTUDIOS DE CASOS TEÓRICOS: ÉXITOS Y FRACASOS

4.3.1. «The History of Tea»¹¹

El vídeo explora el impacto histórico y cultural del té en todo el mundo. Los subtítulos están disponibles en YouTube en varios idiomas, por lo que el contenido es accesible a un público mundial. Ha recibido una respuesta positiva, con comentarios que elogian la claridad de los subtítulos y la calidad de la traducción.

En TikTok, los subtítulos en inglés complementaron el formato corto y dinámico del vídeo, que permitió a los usuarios seguir la narración con eficacia. El vídeo tuvo un alto nivel de participación y recibió un gran número de «me gusta» y pocos comentarios.

4.3.2. «What is an AI anyway?»¹²

Este video educativo explica los conceptos básicos de la inteligencia artificial. En YouTube, los subtítulos en múltiples idiomas facilitaron la comprensión del contenido complejo. La audiencia mundial respondió favorablemente, ya que apreció la accesibilidad del material.

¹¹ Teng, S. (2017, mayo 16). The history of tea [Video]. En TED Talks. YouTube.

<https://www.youtube.com/watch?v=LaLvVc1sS20&t=3s>

¹² Suleyman, M. (2024, abril 23). What is an AI anyway? [Video]. En TED Talks. YouTube. [What Is an AI Anyway? | Mustafa Suleyman | TED \(youtube.com\)](#)

En TikTok, TED Talks no publicó este mismo video, pero logró videos cortos publicado por @odelax_ru, @flashlearnings y @ai.whisperer_. Dentro de estos, el video de @odelax_ru discute conceptos de inteligencia artificial (IA) usan fragmentos de charlas de Mustafa Suleyman, que se centra en los avances y desafíos éticos de la IA, con un estilo dinámico, gráficos que facilitan la comprensión de personas entienden rusos. Lo de @flashlearnings se enfoque ejemplos prácticos y beneficios de la IA para explicar aplicaciones prácticas de la IA en diversas industrias, con un estilo educativo y visualmente atractivo por su uso de animaciones. El video de @ai.whisperer_ enfoque una visión futurista y posibles implicaciones sociales de la IA para presentar una reflexión sobre el futuro de la IA y su impacto en la sociedad, que demuestra su orientación educativo y visualmente atractivo, con uso de animaciones. De esta muestra que en TikTok proporcionan resúmenes concisos y atractivos, utilizando elementos visuales y audio para mantener la atención, también sus videos están diseñados para los consumidores de rápidos, lo que los hace más accesibles para públicos con tiempo limitado. Es decir, la traducción se centró en simplificar los conceptos para una mejor comprensión en videos cortos. A pesar del desafío de explicar temas complejos en un formato breve, el video logró captar la atención y generar discusiones significativas en los comentarios.

4.4.INFLUENCIA EN LA AUDIENCIA MUNDIAL

4.4.1. Diversidad cultural

La TAV permite a públicos de distintos orígenes culturales ver contenidos de vídeo y fomenta el entendimiento intercultural. Vídeos como «The history of Tea» no sólo presentan la historia de una bebida común, sino que destacan su importancia cultural en distintas sociedades.

4.4.2. Educación y conocimiento

Los videos educativos traducidos, como «What is an AI Anyway», democratizan el acceso al conocimiento y ponen temas complejos al alcance de personas de diferentes partes del mundo. Esto es especialmente importante en un mundo globalizado en el que el acceso a la información puede ser desigual.

4.5.IMPACTO EN LA PERCEPCIÓN Y CONSUMO DE CONTENIDO

4.5.1. Percepción del contenido traducido

La calidad percibida de los contenidos traducidos puede afectar en gran medida a la participación de los usuarios. Los subtítulos precisos y las traducciones culturalmente relevantes mejoran la experiencia del espectador, mientras que las traducciones deficientes lo alejan.

4.5.2. Patrones de consumo

La facilidad de uso de los contenidos traducidos influye en las pautas de consumo de los usuarios. Los vídeos traducidos tienden a tener mayores índices de retención y repetición porque los usuarios pueden entender y apreciar mejor el contenido.

5. DESAFÍOS EN LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES

5.1.BARRERAS LINGÜÍSTICAS Y CULTURALES

5.1.1. Diversidad lingüística

Uno de los principales desafíos en la TAV es la diversidad de idiomas. Con miles de lenguas habladas en todo el mundo, asegurar que el contenido sea accesible para la mayoría de las personas es una tarea monumental. Esto implica no solo traducir el contenido, sino también adaptarlo a diferentes dialectos y jergas.

5.1.2. Adaptación cultural

Además del idioma, las barreras culturales representan un reto significativo. Los contextos culturales, referencias locales y el humor pueden perderse en la traducción si no se realiza una adaptación adecuada. Por ejemplo, los chistes, las metáforas y expresiones idiomáticas a menudo no tienen equivalentes directos en otros idiomas y requieren una adaptación que mantengan el sentido y la relevancia cultural del contenido original. Según el informe, 75% de los traductores audiovisuales creen que las referencias culturales y los juegos de palabras representan el mayor reto para la TAV en redes sociales, en TikTok, 68% de los vídeos adaptados culturalmente obtienen mayor participación en mercados locales comparado con traducciones directas.

5.2.LIMITACIONES TÉCNICAS Y TECNOLÓGICAS

5.2.1. Herramientas de traducción automática

Aunque las herramientas de traducción automática han recorrido un largo camino, no dejan de tener limitaciones. Los subtítulos y las traducciones generadas automáticamente quizá no sean lo bastante precisos, sobre todo en términos de contextos y matices lingüísticos. Los errores de traducción pueden dar lugar a malentendidos y a una mala experiencia de usuario.

5.2.2. Integración de tecnología

La integración de tecnologías de TAV en plataformas como TikTok y YouTube también se enfrenta a retos técnicos. La sincronización precisa de los subtítulos con el audio, la representación correcta de caracteres especiales y la disponibilidad de varios idiomas en un mismo vídeo son aspectos técnicos que requieren soluciones avanzadas y sólidas.

5.3.CUESTIONES DE DERECHOS DE AUTOR Y PROPIEDAD INTELLECTUAL

5.3.1. Derechos de Autor

El uso de contenidos traducidos en las redes sociales plantea problemas jurídicos relacionados con los derechos de autor. Traducir y distribuir contenidos exige obtener los permisos adecuados, lo que puede resultar complejo y costoso. Los creadores deben asegurarse de que no se infringen los derechos de autor al utilizar y traducir material protegido.

5.3.2. Propiedad Intelectual

Además de los derechos de autor, es importante tener en cuenta los derechos de propiedad intelectual de la propia traducción. Las traducciones pueden considerarse obras derivadas, y el traductor puede tener derechos sobre la versión traducida del contenido. Esta dualidad de derechos puede complicar la distribución y el uso del material traducido.

5.4.DESINFORMACIÓN Y ÉTICA EN LA TRADUCCIÓN

5.4.1. Precisión y veracidad

La precisión en la traducción es esencial para evitar la desinformación. Las traducciones incorrectas o imprecisas pueden cambiar el significado del contenido original y dar lugar a la difusión de información errónea. Los traductores tienen la responsabilidad ética de mantener la exactitud del contenido del texto original.

5.4.2. Manipulación de contenido

Existe el riesgo de manipular deliberadamente el contenido durante el proceso de traducción. Traducir de forma que se altere el mensaje original para apoyar determinados

puntos de vista o agendas no es ético y puede tener graves consecuencias, sobre todo en temas delicados o controvertidos.

5.5.ACCESIBILIDAD Y ADAPTACIÓN PARA AUDIENCIAS DIVERSAS

5.5.1. Inclusión de audiencias con discapacidades

La TAV debe considerar la accesibilidad para personas con discapacidades auditivas y visuales. Esto incluye la creación de subtítulos precisos y audio-descripciones detalladas. Las plataformas deben trabajar para asegurar que todos los usuarios, independientemente de sus capacidades, puedan acceder al contenido de manera equitativa.

5.5.2. Adaptación para distintos grupos de edad

Los contenidos deben adaptarse para que sean accesibles y pertinentes para públicos de distintas edades. Por ejemplo, los contenidos educativos en YouTube pueden necesitar versiones simplificadas para el público más joven y versiones más detalladas para los adultos. Esta adaptación requiere una buena comprensión de las necesidades y preferencias de cada grupo demográfico.

6. PERSPECTIVAS FUTURAS DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES

6.1.INNOVACIONES TECNOLÓGICAS Y HERRAMIENTAS DE TRADUCCIÓN

6.1.1. Innovaciones tecnológicas

Las tecnologías emergentes están revolucionando la traducción audiovisual (TAV) en redes sociales. Herramientas como los sistemas de reconocimiento de voz y los traductores automáticos están mejorando la accesibilidad y la eficiencia. Estas innovaciones permiten la generación automática de subtítulos y traducciones en tiempo real, facilitando la comunicación y el acceso a contenido multilingüe.

6.1.1.1.Reconocimiento de voz

Tecnología que transcribe automáticamente el habla en texto, permitiendo la creación de subtítulos en tiempo real.

6.1.1.2.Traducción automática

Herramientas como Google Translate y DeepL utilizan redes neuronales para ofrecer traducciones más precisas y contextualmente adecuadas.

6.1.2. Herramientas de traducción avanzada

Las plataformas de redes sociales como YouTube y TikTok están integrando estas tecnologías para mejorar la experiencia del usuario. YouTube, por ejemplo, permite a los creadores agregar subtítulos automáticos a sus videos, y TikTok está explorando la traducción en tiempo real para comentarios y descripciones.

6.1.3. Aplicaciones de doblaje automatizado

La tecnología de doblaje automático permite crear pistas de audio multilingües a partir de un único archivo de audio original. La tecnología utiliza un avanzado sintetizador de voz que reproduce la entonación y el estilo del locutor original, mejorando así la experiencia de visionado para el público internacional.

6.2.POTENCIAL DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL Y EL APRENDIZAJE AUTOMÁTICO

El futuro podría ver un aumento en la personalización del contenido, donde los espectadores puedan elegir el idioma y las preferencias de traducción según sus necesidades individuales.

6.2.1. Modelos de traducción neural

La inteligencia artificial (IA) y el aprendizaje automático han dado lugar al desarrollo de la traducción automática neuronal, que utiliza redes neuronales profundas para mejorar la precisión de las traducciones. Estos sistemas, algoritmos de IA pueden aprender de grandes cantidades de datos y mejorar con el tiempo para ofrecer traducciones que capten mejor el contexto y los matices lingüísticos.

6.2.2. Personalización y adaptación en tiempo real

El aprendizaje automático permite personalizar las traducciones en tiempo real, adaptándolas a las preferencias del usuario y al contexto. Esto significa que las traducciones pueden adaptarse automáticamente para ser más formales o más informales en función del público destinatario con el fin de mejorar su pertinencia y comprensión.

6.2.3. IA en la moderación de contenido

La inteligencia artificial también se utiliza para revisar contenidos y detectar errores en las traducciones antes de que se publiquen. Esto ayuda a mantener la calidad y precisión de los contenidos traducidos y reduce el riesgo de malentendidos o información errónea.

6.3.TENDENCIAS EMERGENTES EN TIKTOK Y YOUTUBE

6.3.1. Crecimiento del contenido multilingüe

Hay una tendencia creciente a la creación de contenidos multilingües, con creadores que producen vídeos en varios idiomas o añaden subtítulos y *voice-over* en diferentes lenguas. Se espera que el mercado mundial de TAV crezca a una tasa compuesta anual del 10,5% entre 2024 y 2030. También se espera que la combinación de la inteligencia artificial con la TAV mejore la eficiencia de la traducción en un 35% en los próximos cinco años. Esto permite llegar a públicos mundiales y diversos, ampliando el alcance y el impacto de los contenidos.

6.3.2. Interacción en tiempo real

Las redes sociales están adoptando tecnologías que permiten la traducción en tiempo real durante transmisiones en vivo. Esto no solo mejora la accesibilidad, sino que también permite una interacción más dinámica y global entre los usuarios.

6.3.3. Uso de realidad aumentada y realidad virtual

La tecnología de realidad aumentada y de realidad virtual están empezando a integrarse en las plataformas de redes sociales, al ofrecer nuevas formas de interactuar con los contenidos. Estas tecnologías también están proporcionando nuevas oportunidades para la TAV, ya que permiten traducir y adaptarse a entornos inmersivos y dinámicos.

6.3.4. Colaboraciones internacionales

Los creadores de contenidos participan cada vez más en colaboraciones internacionales para coproducir contenidos que incorporen diferentes perspectivas culturales y lingüísticas. Estas colaboraciones benefician tanto a los creadores como al público, ya que fomentan la comprensión y el aprecio interculturales.

6.4. ESTRATEGIAS PARA MEJORAR LA CALIDAD Y EFICIENCIA DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

6.4.1. Formación y capacitación

Inversiones en la formación y capacitación de traductores y creadores de contenido en el uso de herramientas y tecnologías avanzadas de TAV pueden mejorar significativamente la calidad de las traducciones. Programas de capacitación específicos pueden ayudar a los profesionales a mantenerse al día con las últimas innovaciones. YouTube planea expandir su oferta de subtítulos automáticos a 23 idiomas adicionales para 2025, TikTok ha anunciado que integrará traducciones automáticas en 50 idiomas para finales de 2024, con el objeto de aumentar la accesibilidad mundial.

6.4.2. Estándares de calidad

Desarrollar y adherirse a estándares de calidad para la TAV puede asegurar que las traducciones sean precisas, coherentes y culturalmente relevantes. Estos estándares pueden incluir directrices sobre la revisión y verificación de traducciones, así como sobre la inclusión de subtítulos y doblaje. De eso, TikTok está desarrollando algoritmos avanzados de personalización que mejorarán la precisión de la TAV en tiempo real, adaptándose a dialectos y jergas locales.

6.4.3. Crowdsourcing y Colaboración:

Implementar estrategias de *crowdsourcing* para la creación de subtítulos y traducciones puede mejorar la eficiencia y la precisión. Plataformas como YouTube ya permiten a la comunidad colaborar en la creación de subtítulos.

6.4.4. Integración de feedback del usuario

Recoger y analizar *feedback* del usuario puede proporcionar información valiosa sobre la efectividad de las traducciones. Las plataformas pueden utilizar esta información para realizar ajustes y mejoras continuas en sus sistemas de TAV.

6.5. IMPLICACIONES PARA LA INDUSTRIA DE LA TRADUCCIÓN Y EL CONTENIDO DIGITAL

6.5.1. Democratización del acceso

La integración de tecnologías avanzadas en la TAV está democratizando el acceso a contenido global. Esto no solo beneficia a los consumidores de contenido, sino también a los creadores, que pueden llegar a audiencias más amplias.

6.5.2. Nuevas oportunidades de mercado

El crecimiento del contenido multilingüe y la necesidad de traducciones de alta calidad están creando nuevas oportunidades en la industria de la traducción. Empresas y profesionales independientes pueden aprovechar estas oportunidades para ofrecer servicios especializados, plataformas como TikTok y YouTube.

6.5.3. Evolución de roles

Los roles dentro de la industria de la traducción están evolucionando. Los traductores ahora necesitan habilidades técnicas además de lingüísticas para manejar herramientas de traducción asistida por IA y otras tecnologías avanzadas.

6.5.4. Innovación y competencia

La necesidad de innovar para mantenerse competitivos está impulsando a las empresas de traducción a adoptar tecnologías avanzadas y a mejorar continuamente sus procesos.

La competencia en el mercado de TAV puede llevar a desarrollos más rápidos y a una mejor calidad de los servicios ofrecidos.

6.5.5. *Implicaciones éticas y profesionales*

La creciente dependencia de la IA y el aprendizaje automático en la TAV plantea cuestiones éticas sobre la precisión y la autenticidad de las traducciones. Es crucial que los profesionales de la traducción mantengan altos estándares éticos y trabajen para garantizar que la tecnología se utilice de manera responsable y efectiva.

7. DISCUSIÓN TEÓRICA

7.1. ANÁLISIS COMPARATIVO DE TEORÍAS DE LA TRADUCCIÓN

AUDIOVISUAL

A lo largo de este capítulo, se examinan y comparan las principales teorías que fundamentan la traducción audiovisual (TAV). Se analizan las diferencias y similitudes entre estas teorías y se evalúan su aplicabilidad en el contexto de las redes sociales como TikTok y YouTube.

7.1.1. *Teoría de la Equivalencia Dinámica (Nida, 1964)*

Propone que la traducción debe buscar una equivalencia funcional, es decir, debe provocar en el receptor del texto traducido el mismo efecto que el original en su audiencia. Esta teoría enfatiza la importancia de adaptar el texto traducido para que se sienta natural y sea comprensible en el idioma y la cultura del receptor.

7.1.2. *Teoría del Skopos (Vermeer¹³, 1978)*

Propone que la traducción debe estar orientada por el propósito (skopos) del texto traducido, es decir, el objeto de la traducción determina el método y las estrategias que deben emplearse. También significa que la forma en que se traduce un texto depende de su función y del contexto en el que será utilizado.

7.1.3. *Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson¹⁴, 1986)*

Sugiere que la traducción debe ser lo más relevante posible para el receptor, minimizando el esfuerzo cognitivo necesario para comprender el mensaje y maximizando la comunicación efectiva. Esta teoría se basa en la idea de que los receptores procesan la

¹³ El trabajo original de Hans J. Vermeer sobre la teoría del Skopos se desarrolló en colaboración con Katharina Reiß y se incluyó en la obra «Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie». La referencia se adapta para destacar su contribución específica.

¹⁴ El libro «Relevance: Communication and Cognition» de Dan Sperber y Deirdre Wilson es fundamental para la teoría de la relevancia. Se cita conjuntamente dado que ambos autores contribuyeron al desarrollo de la teoría.

información en busca de relevancia, es decir, buscan el máximo efecto comunicativo con el mínimo esfuerzo cognitivo.

7.1.4. *Teoría del Polisistema (Even-Zohar¹⁵, 1990)*

Se considera que la traducción forma parte de un sistema literario más amplio y que su función y posición dentro de ese sistema varían según el contexto cultural y literario. Es decir, las traducciones no operan de manera aislada, sino que interactúan con otros textos y prácticas culturales en un sistema dinámico y multifacético.

La comparación de estas teorías muestra que cada una ofrece enfoques únicos y complementarios para abordar la traducción audiovisual en redes sociales. La **Teoría de la Equivalencia Dinámica** enfatiza la adaptación cultural y la resonancia emocional, mientras que la **Teoría del Skopos** se centra en la adecuación al propósito específico del contenido. La **Teoría de la Relevancia** busca maximizar la comprensión con el mínimo esfuerzo cognitivo, y la **Teoría del Polisistema** destaca la integración de la traducción en un contexto cultural más amplio.

7.2.RELACIÓN ENTRE TEORÍA Y PRÁCTICA EN LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

Este apartado explora cómo las teorías de la traducción audiovisual se aplican en la práctica, especialmente en plataformas como TikTok y YouTube.

7.2.1. *Adaptación cultural*

La teoría del Skopos es especialmente relevante en la TAV en redes sociales, donde la adaptación cultural es crucial para asegurar que los mensajes sean efectivos y bien recibidos por audiencias globales.

7.2.2. *Uso de tecnología*

La teoría de la Relevancia se aplica en el uso de tecnologías avanzadas como la traducción automática, donde el objetivo es facilitar la comprensión rápida y efectiva del contenido.

7.2.3. *Interactividad y feedback¹⁶*

Las plataformas de redes sociales permiten una interacción inmediata con la audiencia, lo que puede influir en la práctica de la traducción y la adaptación continua de estrategias basadas en la retroalimentación del usuario.

¹⁵ Itamar Even-Zohar publicó su teoría del polisistema en la revista *Poetics Today*. La referencia incluye el volumen y la página específica donde se presenta el artículo.

¹⁶ Un componente crucial para asegurar la calidad, precisión y relevancia de las traducciones en medios como películas, vídeos y series en redes sociales, así como videojuegos.

7.3.REFLEXIONES SOBRE EL ROL DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL EN REDES SOCIALES

Se reflexiona sobre cómo la TAV contribuye a la globalización de la información y el entretenimiento, y su impacto en la accesibilidad y democratización del conocimiento.

7.3.1. Accesibilidad

La TAV juega un papel crucial en hacer el contenido accesible para audiencias que hablan diferentes idiomas, incluidas las personas con discapacidades auditivas.

7.3.2. Democratización del conocimiento

Las redes sociales, potenciadas por la TAV, permiten que el conocimiento y la cultura crucen fronteras de manera más eficiente, facilitando un intercambio cultural más amplio.

7.3.3. Influencia cultural

La traducción en redes sociales no solo comunica información, sino que también puede influir en tendencias culturales y en la percepción pública de diferentes culturas.

7.4.CRÍTICAS Y LIMITACIONES DE LAS TEORÍAS ACTUALES

Se analizan las críticas y limitaciones de las teorías de la TAV, especialmente en el contexto dinámico y rápido de las redes sociales.

7.4.1. Limitaciones de la equivalencia dinámica

En contextos rápidos como las redes sociales, buscar una equivalencia dinámica perfecta puede no ser siempre factible debido a restricciones de tiempo y formato.

7.4.2. Críticas a la teoría del Skopos

Algunos críticos argumentan que la flexibilidad extrema de esta teoría puede conducir a traducciones que se alejan demasiado del texto original, perdiendo precisión.

7.4.3. Desafíos tecnológicos

Las tecnologías de traducción automática aún enfrentan desafíos en cuanto a precisión y capacidad para manejar sutilezas culturales, lo que limita su eficacia en algunos contextos.

7.5.PROPUUESTAS TEÓRICAS PARA EL FUTURO DE LA TAV

Se proponen nuevas perspectivas y enfoques teóricos que pueden mejorar la TAV en redes sociales en el futuro.

7.5.1. Teoría de la Interactividad

Una propuesta que integra la retroalimentación en tiempo real de los usuarios para mejorar continuamente la calidad de las traducciones.

7.5.2. Enfoque transmedia

Considera cómo los mensajes se traducen y adaptan a través de diferentes plataformas y formatos, asegurando coherencia y eficacia comunicativa.

7.5.3. Teoría de la IA aplicada

Examina cómo los avances en IA y aprendizaje automático pueden integrarse con teorías tradicionales para mejorar la precisión y eficiencia de la TAV.

8. CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

8.1.RESUMEN DE LOS PRINCIPALES RESULTADOS

Se sintetizan los resultados más significativos del estudio sobre la TAV en las redes sociales, con un enfoque particular en TikTok y YouTube.

8.1.1. Impacto de la Traducción Audiovisual en redes sociales

Se ha demostrado que la TAV juega un papel crucial en la accesibilidad y globalización del contenido en plataformas como TikTok y YouTube. Los subtítulos y traducciones automáticas facilitan la comprensión y el alcance global del contenido audiovisual.

8.1.2. Desafíos técnicos y culturales

Los principales desafíos incluyen la precisión de las traducciones automáticas, la adaptación cultural, y la gestión de derechos de autor. La tecnología actual aún tiene limitaciones significativas en la interpretación de contextos y matices culturales.

8.1.3. Innovaciones tecnológicas

Las herramientas de IA y aprendizaje automático están mejorando constantemente, ofreciendo traducciones más precisas y personalizadas. Sin embargo, la intervención humana sigue siendo crucial para garantizar la calidad.

8.1.4. Tendencias emergentes

Hay una creciente tendencia hacia la creación de contenido multilingüe y la integración de traducciones en tiempo real en las plataformas de redes sociales, lo que está transformando la manera en que se consume y se interactúa con el contenido audiovisual.

8.2.RESPUESTAS A LA PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

8.2.1. ¿Cómo afecta la Traducción Audiovisual la accesibilidad y el alcance mundial del contenido en TikTok y YouTube?

La TAV mejora significativamente la accesibilidad del contenido, permitiendo que usuarios de diferentes idiomas comprendan y disfruten de videos que de otro modo no podrían entender. Esto amplía el alcance global de los creadores de contenido.

8.2.2. *¿Cuáles son los principales desafíos técnicos y culturales en la implementación de la Traducción Audiovisual en redes sociales?*

Los desafíos incluyen la precisión de las traducciones automáticas, la adaptación de contenido culturalmente específico y la gestión de derechos de autor. La tecnología actual todavía enfrenta dificultades para manejar el contexto y los matices culturales.

8.2.3. *¿Qué innovaciones tecnológicas están emergiendo en el campo de la Traducción Audiovisual?*

Innovaciones como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y las plataformas de traducción en tiempo real están revolucionando la TAV. Estas tecnologías ofrecen traducciones más precisas y adaptadas a contextos específicos.

8.3.RECOMENDACIONES PARA LA PRÁCTICA DE LA TRADUCCIÓN AUDIOVISUAL

8.3.1. *Capacitación continua*

Los traductores y creadores de contenido deben recibir formación continua sobre nuevas tecnologías y técnicas de traducción para mantenerse actualizados con las últimas herramientas y metodologías.

8.3.2. *Colaboración humano-máquina*

Facilitar una colaboración eficaz entre las herramientas de IA y los traductores humanos puede mejorar significativamente la calidad de la TAV al combinar la eficiencia de las máquinas con la precisión y el contexto cultural que aportan los humanos.

8.3.3. *Adaptación cultural*

Resulta imprescindible considerar las diferencias culturales en la TAV para asegurar que el contenido sea relevante y bien recibido por públicos diversos. Esto incluye la localización de referencias culturales, humor y contextos específicos.

8.4.RECOMENDACIONES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

8.4.1. *Evaluación de nuevas tecnologías*

Realizar estudios empíricos para evaluar la eficacia de nuevas tecnologías de TAV, como los modelos de traducción neuronal y las herramientas de traducción en tiempo real.

8.4.2. *Impacto cultural de la Traducción Audiovisual*

Investigar más a fondo cómo la TAV influye en la percepción cultural y dinámica sociales en diferentes regiones del mundo.

8.4.3. *Mejora de algoritmos*

Desarrollar y probar nuevos algoritmos para mejorar la precisión y la relevancia cultural de las traducciones automáticas, con especial atención a la comprensión contextual y los matices lingüísticos.

8.4.4. Estudios de caso regionales

Llevar a cabo estudios de caso específicos en distintas regiones y culturas para comprender mejor las necesidades y los desafíos particulares de la aplicación de la TAV.

8.5. REFLEXIONES FINALES

La TAV en las redes sociales se encuentra en un punto de inflexión, impulsada por los avances tecnológicos y una creciente demanda de contenido accesible y multilingüe. Aunque existen desafíos significativos, también lo son las oportunidades de mejorar la comunicación mundial y la accesibilidad cultural. La combinación eficaz de tecnologías avanzadas con la experiencia humana puede transformar la manera en que el mundo consume y comprende el contenido audiovisual. Es importante continuar investigando y desarrollando prácticas que equilibren la eficiencia tecnológica con la sensibilidad cultural para maximizar el impacto positivo de la TAV en la sociedad global.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alley, A., & Hanshew, J. (11 de 2022). A long article about short videos: A content analysis of U.S. academic libraries' use of TikTok. *The Journal of Academic Librarianship*, 48(6). doi:<https://doi.org/10.1016/j.acalib.2022.102611>
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brown, A. (2022). Challenges in Audiovisual Translation: A Case Study of YouTube. *International Journal of Media and Communication*, 39 (4), 78-92.
- Díaz Cintas, J., & Remael, A. (2020). *Subtitling: Concepts and Practices (Translation Practices Explained)*. Routledge.
- Díaz-Cintas, J. (2003). *Teoría y práctica de la subtitulación: inglés/español*. Barcelona: Ariel.
- Díaz-Cintas, J. (2005). El subtitulado y los avances tecnológicos. *Trasvases culturales: Literatura, cine, traducción*, págs. 155-175.
- Díaz-Cintas, J., & Muñoz, S. P. (2006). Fansubs: audiovisual translation in an amateur environment. *The Journal of Specialised Translation*, págs. 37-52. Obtenido de https://jostrans.soap2.ch/issue06/art_diaz_munoz.php
- Even-Zohar, I. (1990). Polysystem studies. *Poetics Today*, 11(1), 9-26.
- Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations*. SAGE.
- Hurtado Albir, A. (2001). *Traducción y Traductología*. Madrid: Cátedra.
- Mora de la Torre, V., & Díaz-Lucena, A. (17 de 1 de 2024). La prensa española en TikTok: análisis de sus publicaciones. *Comunicación y Sociedad*, págs. 1-23. doi:<https://doi.org/10.32870/cys.v2024.864>
- Nida, E. A. (1964). *Toward a Science of Translating: With special reference to principles and procedures involved in Bible translating*. Brill Archive.
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (2003). *The Theory and Practice of Translation*. Leiden: BRILL.
- O'Hagan, M., & Parsa, R. N. (20 de 09 de 2021). The Routledge Handbook of Translation and Technology. *Machine Translation*, 35, págs. 745-761. doi:<https://doi.org/10.1007/s10590-021-09280-2>
- Pérez González, L. (2014). *Audiovisual Translation Theories, Methods and Issues*. London: Routledge. doi:<https://doi.org/10.4324/9781315762975>
- Sperber, D., & Wilson, D. (1986). *Relevance: Communication and cognition*. Harvard University Press.
- Taylor, C. (2016). El enfoque multimodal en la Traducción Audiovisual. *Target online* 28:2, 222-236.
- Vermeer, H. J. (1978). *Frameworks of translation: Introduction to Skopos theory*. In H. J. Vermeer, & K. Reiß, *Grundlegung einer allgemeinen Translationstheorie* (pp. 20-30). Tübingen: Niemeyer.

ANEXOS

DATOS ESTADÍSTICOS ADICIONALES

Statista. (2024). YouTube users worldwide 2020-2029. Statista. [Global: YouTube users 2020-2029 | Statista](#)

Macready, H. (2024). 37 important TikTok Stats marketers need to know (2024). Hootsuite. [37 Important TikTok Stats Marketers Need to Know \[2024\] \(hootsuite.com\)](#)

Grand View Research. (2023). Language services market size, share & trends analysis report. [Language Services Market Size, Share, Growth Report, 2030 \(grandviewresearch.com\)](#)

EJEMPLOS DE TRADUCCIONES AUDIOVISUALES ANALIZADAS

What is an AI anyway?

1. [SP eBook SAS Campaign Video Trailer \(youtube.com\)](#)
2. <https://www.tiktok.com/@flashlearnings/video/7361110863140490528?q=mustafa%20suleyman%20what%20is%20an%20ai%20anyway&t=1717959491976>
3. [AI Whisperer | Terence B. \(@ai.whisperer \) | TikTok](#)
4. [odelax ru \(@odelax ru\) | TikTok](#)

The history of tea

1. [茶的历史 - Shunan Teng \(youtube.com\)](#)
2. [Ted Ed \(@tededpro\) | TikTok](#)

CUESTIONARIOS UTILIZADOS

 *The history of tea*

Estimado/a usuario/a de TikTok,

Agradecemos tu participación en esta encuesta sobre la claridad y la efectividad de los subtítulos en inglés a español en el video «The History of Tea» por TED Talks, [TED Talks \(@tedtalks\)](#) 官方账号 | TikTok. Tus respuestas nos ayudarán a mejorar la calidad de los subtítulos en futuros videos.

Instrucciones: Por favor, selecciona la respuesta que mejor refleje tu experiencia o proporciona una respuesta breve donde se indique.

Parte 1: Información general

1. **Edad:**
 - Menos de 18 años
 - 18-25 años
 - 26-35 años
 - 36-45 años
 - Más de 45 años
2. **Nivel de proficiencia en inglés:**
 - Principiante
 - Intermedio
 - Avanzado
 - Nativo/a

Parte 2: Experiencia con los subtítulos

3. **¿Con qué frecuencia utilizas subtítulos al ver videos en TikTok?**
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca
4. **¿Utilizaste los subtítulos en español para ver el video «The History of Tea» por TED Talks?**
 - Sí
 - No

Parte 3: Claridad y efectividad de los subtítulos

5. **¿Qué tan claros fueron los subtítulos en español en el video?**
 - Muy claros
 - Claros
 - Moderadamente claros
 - Poco claros
 - Nada claros
6. **¿Qué tan precisos fueron los subtítulos en español en comparación con el audio en inglés?**
 - Muy precisos
 - Precisos

- Moderadamente precisos
- Poco precisos
- Inexactos

7. ¿Los subtítulos en español te ayudaron a comprender mejor el contenido del video?

- Sí, mucho
- Sí, un poco
- No estoy seguro/a
- No, no mucho
- No, para nada

8. ¿Hubo momentos en que los subtítulos en español fueron confusos o incorrectos? Si es así, por favor explica:

Parte 4: Participación y Comprensión

9. ¿Participaste más en la discusión del video (comentarios, me gusta, etc.) debido a la disponibilidad de subtítulos en español?

- Sí
- No
- No estoy seguro/a

10. ¿Sentiste que los subtítulos en español mejoraron tu experiencia general de visualización del video?

- Sí, mucho
- Sí, un poco
- No estoy seguro/a
- No, no mucho
- No, para nada

Parte 5: Opinión General

11. En general, ¿cómo calificarías la efectividad de los subtítulos en español en el video «The History of Tea»?

- Muy efectiva
- Efectiva
- Moderadamente efectiva
- Poco efectiva
- Nada efectiva

12. ¿Alguna sugerencia para mejorar los subtítulos en futuros videos de TED Talks en TikTok?

13. ¿Algún comentario adicional sobre tu experiencia con los subtítulos en el video «The History of Tea»?

What is an AI anyway?

Estimado/a espectador/a,

¿Agradecemos tu participación en este cuestionario sobre tu experiencia con los subtítulos en el video de TED Talks, «What is an AI anyway?» por Mustafa Suleyman, véase el enlace de [What Is an AI Anyway? | Mustafa Suleyman | TED \(youtube.com\)](https://www.youtube.com/watch?v=anAIAnyWay?l=Mustafa_Suleyman_I_TED). Tus respuestas nos ayudarán a mejorar la calidad de los subtítulos en futuros videos.

Instrucciones: Por favor, selecciona la respuesta que mejor refleje tu experiencia o proporciona una respuesta breve donde se indique.

Parte 1: Información General

1. **Edad:**
 - Menos de 18 años
 - 18-25 años
 - 26-35 años
 - 36-45 años
 - Más de 45 años
2. **Nivel de proficiencia en inglés:**
 - Principiante
 - Intermedio
 - Avanzado
 - Nativo/a

Parte 2: Experiencia con subtítulos

3. **¿Con qué frecuencia utilizas subtítulos al ver videos en YouTube?**
 - Siempre
 - Frecuentemente
 - A veces
 - Raramente
 - Nunca
4. **¿Qué subtítulos utilizaste para ver el video «What is an AI anyway?»?**
 - Automáticos
 - Manuales
 - Ambos
5. **¿Qué tan fácil fue seguir el contenido del video con los subtítulos automáticos?**
 - Muy fácil
 - Fácil
 - Moderadamente difícil
 - Difícil
 - Muy difícil
6. **¿Qué tan fácil fue seguir el contenido del video con los subtítulos manuales?**
 - Si, un poco
 - No estoy seguro/a
 - No, no mucho
 - No, para nada
13. **¿Participaste más en la discusión del video (comentarios, likes, etc.) cuando utilizaste subtítulos automáticos o manuales?**
 - Subtítulos automáticos
 - Subtítulos manuales
 - No hubo diferencia
14. **¿Alguna sugerencia para mejorar los subtítulos en futuros videos de TED Talks?**

Parte 5: Opinión General

15. **En general, ¿cuál prefieres para futuros videos de TED Talks?**
 - Subtítulos automáticos
 - Subtítulos manuales
 - Ambos
 - Ninguno
16. **¿Algún comentario adicional sobre tu experiencia con los subtítulos en el video «What Is an AI Anyway?»?**

- Muy fácil
- Fácil
- Moderadamente difícil
- Difícil
- Muy difícil

Parte 3: Precisión y Claridad

7. **¿Cómo calificarías la precisión de los subtítulos automáticos?**
 - Muy precisa
 - Precisa
 - Moderadamente precisa
 - Poco precisa
 - Inexacta
8. **¿Cómo calificarías la precisión de los subtítulos manuales?**
 - Muy precisa
 - Precisa
 - Moderadamente precisa
 - Poco precisa
 - Inexacta
9. **¿Hubo momentos en que los subtítulos automáticos fueron confusos o incorrectos? Si es así, por favor explica:**
10. **¿Hubo momentos en que los subtítulos manuales fueron confusos o incorrectos? Si es así, por favor explica:**

Parte 4: Participación y Comprensión

11. **¿Sentiste que los subtítulos automáticos te ayudaron a comprender mejor el contenido del video?**
 - Si, mucho
 - Si, un poco
 - No estoy seguro/a
 - No, no mucho
 - No, para nada
12. **¿Sentiste que los subtítulos manuales te ayudaron a comprender mejor el contenido del video?**
 - Si, mucho