

Localización de videojuegos: herramientas formativas para nuevas prácticas traductivas y paratraductivas

Ramón Méndez González

Volume 67, Number 3, December 2022

De la paratraduction
On paratranslation

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1100474ar>
DOI: <https://doi.org/10.7202/1100474ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Les Presses de l'Université de Montréal

ISSN

0026-0452 (print)
1492-1421 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Méndez González, R. (2022). Localización de videojuegos: herramientas formativas para nuevas prácticas traductivas y paratraductivas. *Meta*, 67(3), 558–574. <https://doi.org/10.7202/1100474ar>

Article abstract

Nowadays, video game industry is more successful than ever thanks to its constant growth, both in terms of users and in terms of economic benefits. The industry has several different needs that must be covered, but one of the most important ones is video game localization. Every video game needs to be adapted, both linguistically and culturally, in order to be released in different markets, which are ever expanding thanks to the growth of user bases worldwide. In this paper, we will cover the academic notion of localization, and we will analyze the different elements that must be taken into account during the localization process, as there are many textual and paratextual elements to take care of. Also, it is important not to forget about education for future professionals of video game localization, as every person that works in this field must be familiar with the real working processes. Therefore, we will analyze the tools that can and should be used in the classroom during the course. These tools, in some cases, require the cooperation of universities with video game development studios, so they can deliver adequate real-life tools.

Localización de videojuegos: herramientas formativas para nuevas prácticas traductivas y paratraductivas

RAMÓN MÉNDEZ GONZÁLEZ

Universidade de Vigo, Vigo, España

rmendez@uvigo.gal

RÉSUMÉ

Le domaine des jeux vidéo vit actuellement son meilleur moment, puisqu'il s'agit d'une industrie qui ne cesse de croître en nombre d'utilisateurs et en rendement économique. Parmi les besoins de l'industrie, l'un des plus importants est la localisation, car il s'agit d'un besoin réel d'adapter linguistiquement et culturellement les produits de loisir électronique aux différents pays du monde, avec des bases d'utilisateurs de plus en plus nombreuses. Dans cette publication, nous passerons en revue la perception académique qui existe autour du concept de localisation et nous analyserons les différentes branches et aspects qui doivent être pris en compte lors de ce processus, car il existe de nombreux éléments traductifs et paratraductifs à considérer. Il est aussi important de prendre en compte la formation de nouveaux professionnels de la localisation des jeux vidéo, ce qui explique que nous analyserons les outils fondamentaux qui peuvent et doivent être appliqués en cours lors de la formation des futurs professionnels du domaine. Il nous semble qu'une coopération adéquate entre les universités et les entreprises de développement de jeux vidéo est essentielle.

ABSTRACT

Nowadays, video game industry is more successful than ever thanks to its constant growth, both in terms of users and in terms of economic benefits. The industry has several different needs that must be covered, but one of the most important ones is video game localization. Every video game needs to be adapted, both linguistically and culturally, in order to be released in different markets, which are ever expanding thanks to the growth of user bases worldwide. In this paper, we will cover the academic notion of localization, and we will analyze the different elements that must be taken into account during the localization process, as there are many textual and paratextual elements to take care of. Also, it is important not to forget about education for future professionals of video game localization, as every person that works in this field must be familiar with the real working processes. Therefore, we will analyze the tools that can and should be used in the classroom during the course. These tools, in some cases, require the cooperation of universities with video game development studios, so they can deliver adequate real-life tools.

RESUMEN

El ámbito de los videojuegos está viviendo su mejor momento en la actualidad, puesto que es una industria que no deja de crecer tanto en número de usuarios como de réditos económicos. Dentro de las necesidades de la industria, una de las más importantes es la localización de videojuegos, ya que es una necesidad real el tener que adaptar lingüística y culturalmente los productos de ocio electrónico a los diferentes países del mundo, con bases de usuarios cada vez más numerosas. En la presente publicación, repasaremos la percepción académica que hay en torno al concepto de localización y analizaremos las

distintas ramas y aspectos que hay que tener en cuenta durante dicho proceso, ya que son numerosos los elementos traductivos y paratraductivos a tener en cuenta. Del mismo modo, es importante tener en cuenta la formación de nuevos profesionales de la localización de videojuegos, por lo que analizaremos las herramientas fundamentales que se pueden y deben aplicar al aula durante la formación de futuros profesionales del ámbito, algo para lo cual se antoja fundamental una adecuada cooperación entre las universidades y las empresas desarrolladoras de videojuegos.

MOTS-CLÉS/KEYWORDS/PALABRAS CLAVE

localisation, formation, outils, jeux vidéo, traduction

localization, training, tools, video games, translation

localización, formación, herramientas, videojuegos, traducción

1. La localización de videojuegos como proceso complejo

Pese a ser una labor relativamente reciente, lo cierto es que la localización de videojuegos ha sufrido un crecimiento exponencial durante los últimos años, en gran medida como reflejo del mismo desarrollo que ha tenido la propia industria del videojuego. Desde un punto de vista académico, la rápida evolución de los acontecimientos ha llevado a un extenso debate sobre una definición adecuada del concepto de localización. Y, tal y como ocurre en los intentos académicos de definir qué es un videojuego, el concepto va evolucionando según las necesidades propias del mercado en cada momento, puesto que las obras de ocio interactivo van cambiando de generación en generación y las innovaciones técnicas y videolúdicas están a la orden del día en la industria. Por eso mismo, muchos de los intentos de acotar lo que supone localizar un videojuego suelen estar limitados por la época. Tal es así que, en un primer momento, la localización de videojuegos se englobaba dentro de lo que sería la traducción audiovisual tradicional, pero ya voces como Agost (2005) indicaron que ese ámbito no era suficiente para dar cabida a todo lo que se le estaba atribuyendo. En aquel caso, la autora sugería ampliar el término a traducción audiovisual y multimedia, en un intento de cubrir un mayor abanico de producciones, tanto textuales como paratextuales.

Tal y como recordaba Yuste Frías (2012: 1)¹ con la cita de Roland Barthes (1973) que presentaba la publicación que introducía en francés la noción de *paratraducción*, «muchos quieren un texto (un arte, una pintura) sin sombra, aislado de la ideología dominante; pero eso es querer un texto sin fecundidad, sin productividad, un texto estéril [...]. El texto necesita de su sombra» (nuestra traducción). Para comprender un texto multimedia no basta con comprender las palabras, sino que hay que tener en cuenta la ingente cantidad de elementos que pueden rodear a dichas palabras en un producto multimedia, ya que el contexto acústico y visual en pantalla puede modificar de forma notable el significado de la palabra. Tan es así que «en el texto audiovisual, no solo son fuente de intertextualidad los elementos lingüísticos (orales o escritos), sino también los paralingüísticos, los visuales e incluso los sonoros» (Martínez Sierra 2004: 172), y, por eso mismo, «el sentido de un mensaje [...] no es jamás la suma de las palabras de su texto sino la totalidad orgánica de las mismas estructuradas en torno a la imagen de todo lo que las rodea, envuelve, acompaña, prolonga y presenta» (Yuste Frías 2008: 143). Es aquí donde cabe analizar las estructuras presentes en un videojuego, ya que, tal y como destacaba Newman (2005), una obra de ocio electrónico estaría compuesta por cinco pilares fundamentales: jugabilidad,

gráficos, sonido, interfaz e historia. Es ahí donde, a pesar de las concepciones previas de lo que eran los videojuegos en sus inicios, se observa que la interacción del usuario con el producto de ocio electrónico involucra también, y de forma notable, a los elementos textuales de la producción.

1.1. Las capas del videojuego

La importancia que están cobrando las entidades simbólicas complejas en el videojuego es tal que se suele hablar de una revolución «textualista» (Pozzato 2001), que ha propiciado que la semiótica se centrara en el estudio de los signos y de su organización, ya sea a nivel lingüístico o visual. Dichos signos siempre están relacionados con otros signos y no tienen capacidad para existir por sí solos (Volli 2003: 60), por lo que conforman una unidad mestiza indivisible. Un texto puede ser definido como cualquier porción de realidad dotada de un significado por alguien (Trabattoni 2014), de tal modo que la comprensión de un texto estará condicionada por la interpretación de quien recibe ese texto que de la propia naturaleza intrínseca al mismo (Pozzato 2001: 97). Y, a pesar de que un videojuego es un producto esencialmente técnico, existe la presencia de un autor del texto que pretende satisfacer y determinar la lectura que hace el destinatario del producto en cuestión (Volli 2003: 61-62).

A partir de todo esto, Maietti (2004) hizo una propuesta de clasificación de los elementos textuales que crean el esquema narrativo del videojuego: texto secuencial, que sería la presentación inicial del juego, en la que el destinatario convence de algún modo al sujeto para cumplir un programa narrativo; hipertexto discreto, una selección metalingüística de las opciones de juego; hipertexto denso o discreto, que está relacionado con el desarrollo del juego y viene derivado del hecho de que narración e interactividad se desarrollan a la par; y texto secuencial final, en la que el destinatario juzga las acciones del sujeto. Maietti (2004: 73-74) también destaca que los videojuegos están sometidos a un régimen textual formado por un binomio: por un lado, estaría la dimensión textual coherente e isotópica, en la que el usuario interpreta un papel simulado cuya narrativa va construyendo a medida que toma decisiones; por otro lado, estaría el elemento metalingüístico, el cual establece las condiciones de accesibilidad del primer elemento. Es decir, se trataría de elementos externos al propio producto de ocio electrónico, pero fundamentales para acceder a él, como serían la instalación del programa, el guardado y la carga de partidas, los elementos textuales relativos al funcionamiento técnico del sistema o las secuencias de reconocimiento de interacción del usuario con el juego, por poner algunos ejemplos (Méndez González y Calvo-Ferrer 2017: 5).

Maietti observa una separación evidente entre los elementos textuales narrativos y los que están relacionados con la interacción del usuario con el universo del juego. En este aspecto, Trabattoni (2014: 22) hace una pequeña división para este concepto a las necesidades actuales de la industria del videojuego, de tal modo que propone una división en régimen metatextual y régimen paratextual. Así pues, Trabattoni (2014: 26-78) presenta tres regímenes para abarcar todos los elementos presentes en el aspecto textual de un videojuego. En primer lugar, tendríamos el régimen textual, que sería el considerado texto tradicional que se emplea como elemento narrativo, pero también para transmitir mensajes al usuario sobre el funcionamiento del juego y la experiencia que va a tener con el producto en cuestión.

En segundo lugar, estaría el régimen paratextual, para el cual parte de la definición de paratexto de Genette (1987) para incluir aquí todos esos elementos textuales que rodean al propio texto, los cuales pueden ser peritextuales (dentro de la pantalla) o epitextuales (fuera de ella). Aquí habría diversos subapartados: la interfaz paratextual, que incluye los componentes de hardware y software que conforman el sistema electrónico para permitir al usuario interactuar con el sistema (Cosenza 2008), que, en el caso del videojuego, sería el umbral que permitiría al usuario disfrutar del producto, ya sean mandos de control, teclado y ratón, sistemas de reconocimiento facial, etcétera (Trabattoni 2014: 29; Méndez González 2015: 196); la interactividad paratextual, todos los elementos interactivos que están en torno al propio texto, tales como minijuegos en menús de pausa o pantallas de carga, prólogos o contenidos extra, entre otros (Trabattoni 2014: 30); la secuencia paratextual, que serían los elementos peritextuales presentes en el título pero que no interactúan de forma directa con la narración interna del juego, como podrían ser las secuencias de introducción, la banda sonora, los menús del inicio del juego, etcétera (Trabattoni 2014: 34); y, por último, los enunciados paratextuales, que no están relacionados ni con el juego ni con ninguno de los elementos anteriores, como podrían serlos mensajes de meter moneda o cualquier otro mensaje totalmente ajeno a la interacción y a la narratividad entre el producto y el usuario. Eso sí, Trabattoni (2014: 39) reconoce que hay elementos paratextuales que se pueden ubicar en varias de estas subdivisiones, según las características que presenten durante la experiencia del juego y el uso que se les dé.

Por último, Trabattoni (2014: 40) destaca el régimen metatextual. Aunque reconoce que los metatextos son, eminentemente, paratextos, incide en que, en un videojuego, se puede distinguir un metatexto adicional entre el paratexto y el texto principal. En concreto, destaca los siguientes subgrupos: interfaz metatextual, toda la información presente en pantalla para que el usuario perciba en todo momento la situación en la que se encuentra en la aventura; interactividad metatextual, donde entrarían las opciones y ajustes para modificar la experiencia del juego y amoldarla al gusto del usuario; secuencia metatextual, donde podríamos incluir todas las secuencias de video cerradas (según la definición que hacen de las mismas Méndez González y Calvo-Ferrer 2017: 92) en las que el usuario es un espectador pasivo; y enunciados metatextuales que podrían ser todos los enunciados verbales y la información de interfaz fundamental para transmitirle al usuario el funcionamiento del juego.

Si bien esta clasificación era completa y funcional en su momento, la llegada de la realidad aumentada obliga a afrontar una nueva forma de interacción paratextual y metatextual del producto con el usuario, ya que este tiene un papel cada vez más activo, hasta el punto en que puede vivir aventuras en su propio día a día.

1.2. La noción de paratraducción adaptada al videojuego

Aunque Gérard Genette (1987: 7-10) aplicaba el término de paratexto al ámbito literario, lo cierto es que resulta un término fundamental a la hora de hablar de una producción de ocio electrónico que, tal y como comentábamos antes, presenta abundantes capas en su textualidad y paratextualidad. No en vano, tal y como ocurre con casi cualquier tipo de texto, un videojuego existe gracias a los paratextos que lo acompañan, lo rodean, lo envuelven, lo prolongan, lo introducen y lo presentan en

pantalla y fuera de ella. La localización no debería presentarse como un proceso puramente interlingüístico del texto que se va a escuchar (doblaje) o a leer (subtitulado) en pantalla, sino que, en realidad, se trata de un conjunto de procesos intersemióticos y multisemióticos implícitos en la traducción de los múltiples paratextos que se ven y se miran, se oyen y se escuchan no solo dentro de la pantalla (los peritextos) sino también fuera de ella (los epitextos) (Yuste Frías 2011: 63). El conjunto creado por todos ellos se presenta como un conjunto fuertemente estructurado en el que cada uno de los elementos alimenta y se retroalimenta de los demás, de tal modo que cada palabra va a ver modificado significativamente su significado y su significante según las necesidades del contexto. La simple existencia de estos elementos paratextuales provoca que no baste con hablar de la localización de videojuegos como un proceso meramente traductivo, sino que es fundamental no perder de vista el enfoque paratraductivo.

Tal y como destaca Yuste Frías (2006: 194-196), «la paratraducción no es solo la traducción de paratextos o de textos paraliterarios», sino que es una noción mucho más compleja. Se trata de un proceso en el que el traductor no debe limitarse únicamente a trabajar con el texto, sino que ha de saber interpretar (y, por ende, paratraducir) todo símbolo y toda imagen que puedan acompañar al texto, ya que dichos fenómenos paratextuales tienen su origen en elementos sociales y antropológicos que juegan un papel fundamental a la hora de construir el sentido de la obra. De hecho, a la hora de afrontar un trabajo en el que texto e imagen tengan una relación intersemiótica indisoluble (como sería el caso de un videojuego), los profesionales de la traducción han de trabajar y adaptar correctamente las estructuras de sentido, que están construidas y son dependientes de dicha relación, puesto que tanto texto como imagen mantienen sus identidades semióticas, pero se amoldan en un mestizaje estético en la que ambos elementos están presentes al 100% y conviven en perfecta armonía (Yuste Frías 2006). De hecho, en los videojuegos, la transmisión del mensaje se realiza a través de tres canales diferentes (Botella y Méndez 2020): el visual (donde la relación texto-imagen llega al usuario a través de los ojos), el auditivo (donde la música, los efectos de sonido y el doblaje transmiten el mensaje a través del oído) y el sensitivo (donde el mando de control se convierte en otro medio para transmitir el mensaje intencionado al usuario).

Al final, un videojuego es producto muy complejo con diversos canales de comunicación con el usuario, de tal modo que, para existir como producto, depende completamente del adecuado funcionamiento de sus diversas partes entre sí. Se trata, por tanto, de una intrincada maquinaria transcultural y multidisciplinar en la que no basta con traducir el texto o paratraducir el paratexto por separado, sino que hay que lograr una perfecta combinación de todas las distintas prácticas que se pueden dar en el proceso de localización y, sobre todo, el trabajo en equipo es fundamental para que todos los agentes involucrados se aseguren del perfecto funcionamiento del producto. En una producción de ocio interactivo, es preciso trabajar con textos para subtítulos, diálogos para doblaje, textos publicitarios, manuales, etcétera; pero también con modificaciones visuales y sonoras, así como ajustes al propio mando de control. En general, la localización, en sí misma, no se presenta como un espacio únicamente reservado a traductores, sino que aparecen otros agentes paratraductores que, en distintos ámbitos, tienen repercusión en ese producto final en el que se suman traducción y paratraducción (Garrido Vilariño 2005). Consideramos importante que

el traductor de videojuegos sea en realidad mucho más que un simple localizador, ya que debe leer, interpretar y trasladar tanto los textos como los paratextos que dan forma a un videojuego, ya que estos últimos están compuestos por unidades de para-traducción tanto verbales como no verbales, verbo-icónicas, sonoras y hasta sensitivas. También resulta esencial en esta obra de ingeniería con un elevado componente artístico, no sucumbir a las tentaciones de la automatización de los procesos y caer en su deshumanización inherente a las tecnologías de automatización de la tarea del traducción (Pym 2004), ya que traducir no es solo repetir lo que se pueda decir en el original, sino que es un proceso de (trans)creación permanente en el que el profesional no se convierte únicamente en un puente entre lenguas, sino en un puente entre culturas e ideologías muy diferentes entre sí.

1.3. El concepto de localización

El concepto de *localización* de videojuegos es un tema recurrente que ofrece numerosas aristas al abarcar un gran número de elementos posibles. Chandler (2005: 12) ofrecía una definición un tanto exigua al afirmar que la localización era el proceso de traducir el juego a otros idiomas. No obstante, si bien esa definición podría ser válida en otras épocas pretéritas en las que los videojuegos eran más básicos y rudimentarios, en la actualidad se antoja un tanto insuficiente, ya que la traducción es solo un eslabón dentro de una compleja cadena en la que también participan programadores, redactores, especialistas de edición digital o grafistas, entre otros (Gouadec 2003: 528-529). Quah (2006: 19) nos presenta una definición más completa y adaptada a la situación actual de la industria al considerar que la localización es un proceso en el que se modifica la documentación de un producto, el propio producto o los servicios involucrados para conseguir que sean apropiados y aceptables para la sociedad y cultura de destino. Dunne (2006: 4) también tiene una opinión que sigue esta misma línea, por lo que, para él, localizar es el proceso mediante el cual el contenido digital y los productos desarrollados en una región (definida en términos de cultura, lengua o zona geográfica) se adaptan para la venta y uso en otra región. Asimismo, Lommel y Ray (2007: 11) comentan que la localización sería el proceso de modificar productos o servicios para satisfacer las diferencias entre mercados.

Todas estas primeras definiciones y enfoques eran acertados en el momento de su concepción, aunque la evolución tecnológica del medio y el aumento de las capas involucradas en la propia labor de localización provocan que se conviertan en definiciones incompletas que no logran abarcar la totalidad del proceso y, a partir de ahí, se sucedieron diferentes propuestas cada vez más completas. Chroust (2007: 3)² se centraba en las capas que conformaban al videojuego, destacando que todas ellas eran igual de importantes y, si alguna de ellas no funcionaba, el proceso de localización se consideraba un fracaso. Otros autores contemporáneos, como Grigas, Dagiené *et al.* (2004: 171) o Zeller (2006: 80), pusieron un mayor énfasis a la importancia de la traducción, pero ese enfoque era bastante limitado al no entender el videojuego como un producto complejo, transcultural y multidisciplinar.

Es innegable que la localización es un proceso de gran importancia para conseguir que un producto de ocio electrónico pueda ser disfrutado en diferentes mercados y que sean lingüística y culturalmente apropiados para un público receptor concreto (Esselink 1998: 2). Con los años, se fueron sucediendo diferentes propuestas y trabajos

con el objetivo de intentar definir el concepto de localización aplicada a la industria del videojuego (Méndez González 2015; 2020; Calvo-Ferrer 2012; Chandler 2005; Dunne 2006; Gros Salvat 2008; Lepre 2015; O'Hagan y Chandler 2016; O'Hagan 2009; 2015; Seljan y Katalinić 2017; Yuste Frías 2012; 2014, entre muchos otros). En ese aspecto, nos podemos encontrar con autores que se centran en el concepto de *internacionalización*, otros hablan de *culturización*, los hay que dan prioridad a la figura del traductor, los que centran el foco en los aspectos eminentemente técnicos y los que hablan del proceso como una traducción funcionalista. No obstante, a grandes rasgos, las propuestas más cercanas en el tiempo coinciden casi todas en que la localización ha de abarcar la práctica totalidad de los elementos que componen un videojuego.

Desde la noción de *paratraducción*, el término *localización* en traducción de videojuegos abarca todo, desde los elementos textuales contenidos dentro del propio juego hasta los elementos paratextuales como las carátulas, la publicidad, sin olvidar los peritextos icónicos y sonoros que resultan esenciales para crear el imaginario en el que habita todo jugador. La localización es todo proceso de adaptar lingüística y culturalmente un producto para el mercado local de destino (país, región e idioma) donde se utilizará y venderá. Dicho de otra forma, localizar es un término cuya definición bien podría ser la siguiente: traducir y paratraducir todo producto audiovisual y multimedia. Lo cual implica no solo «traducir» la parte puramente textual del texto audiovisual y multimedia sino también, y sobre todo, «paratraducir» todos y cada uno de los tipos de producción paratextual que lo acompañan, lo rodean, lo envuelven, lo prolongan, lo introducen y lo presentan tanto en pantalla como fuera de ella (Méndez González 2013: 62-63).

Consideramos que sería de mucho provecho para el mercado profesional de la localización de videojuegos que los esfuerzos formativos se centrasen en acotar las complejidades del proceso de localización y acercar al traductor a la realidad textual y paratextual del sector. Para ello, consideramos importante formar adecuadamente a los futuros localizadores con el fin primordial de superar todas las complejidades y particularidades de un sector tan imprevisible como el de los videojuegos. Esto, a diferencia de otras modalidades de traducción, puede exigir la necesidad de contar con materiales específicos que permitan al alumnado hacer un seguimiento completo y profundo de todo el proceso, para familiarizarse con él y desarrollar las competencias necesarias y, así, poder entender de forma holística lo que supone la localización de cada producto específico y saber actuar en consecuencia.

2. El videojuego como medio para formar y educar

La industria del videojuego es versátil y posee la capacidad para ofrecer productos muy diferentes y con objetivos de lo más variado. Es por eso que existe una rama dentro de la industria que, aunque no tiene una definición universalmente aceptada, se conoce con el oxímoron de serious games. Básicamente, el concepto de fondo de estos serious games no es otro que el de productos de ocio electrónico cuyo fin principal es usar este medio de entretenimiento para concienciar al usuario de diversas maneras, ya sea a modo de entrenamiento, de educación, con las políticas públicas, con la salud o incluso con objetivos de comunicación estratégicos o con cualquier otro fin específico (Zyda 2005). Hay contextos en los que todos estos productos se agrupan bajo el concepto «videojuegos educativos», bajo el pretexto de que estamos

hablando de juegos digitales que poseen objetivos adicionales más allá de la mera diversión y que, por lo general, suelen estar relacionados con el aprendizaje (Dörner, Göbel *et al.* 2016: 4). Es importante destacar en este aspecto que, cuando se habla de educación y aprendizaje, no se puede caer en la errónea concepción de que se elimina el factor de diversión que suele ser inherente al concepto de juego, sino que este tipo de producciones intentan encontrar el equilibrio entre su función ulterior como medio educativo y su capacidad de diversión, ya que la idea de este tipo de producciones es la de ofrecer una propuesta atractiva a los usuarios potenciales que les anime a adentrarse en ese contexto educativo (Dörner, Göbel *et al.* 2016: 12). Por tanto, el gran objetivo de los juegos educativos no es otro que el de ayudar al usuario a realizar una serie de acciones predefinidas en pos de alcanzar un objetivo final, fomentando el aprendizaje o la concienciación por el camino (Lachat 2016).

En gran medida, el término *serious games* se asocia en la actualidad con producciones de carácter formativo y destaca, sobre todo, el gran número de producciones de este tipo que nos podemos encontrar dentro del marco del mundo de la medicina. Un título que goza de bastante fama es *Checklist* (Virtual Ware 2012) en el que el objetivo principal es el de preparar un quirófano adecuadamente para la intervención. La idea de este tipo de producciones es la de ser simuladores para adiestrar en la práctica profesional a los futuros miembros del personal médico, de tal modo que *Checklist* usa, en su apartado visual, fotografías reales que emulan a la perfección la situación en quirófano y ayudan al usuario a meterse en una situación que emula la realidad (Marcano Lárez 2014). Otro videojuego bastante conocido también es *GlucOzor* (Air Liquide 2015), un título protagonizado por un dinosaurio diabético y que fue ideado para niños que tengan este problema de salud. El objetivo de este título es el de que los niños tienen que ayudar al dinosaurio a sobrellevar su enfermedad de la mejor manera posible para llevar una vida plena sin dejar de cuidarse, algo que ayuda a los más pequeños a verse representados y a aplicar estos mismos procedimientos en su día a día con la enfermedad. Por ofrecer un tercer y último ejemplo dentro del mundo de la medicina, nos encontramos con una aplicación para móviles llamada *TouchSurgery* (Kinosis 2014) en la que los usuarios se preparan para la cirugía, aprenden nuevos procedimientos y pueden practicar para pulir sus habilidades. Este título cuenta con más de 150 procedimientos quirúrgicos de 16 especialidades diferentes y está tan cuidado que incluso alcanzó un acuerdo de colaboración con la importante compañía Johnson and Johnson (Ballman 2016)³.

Dentro del concepto de *serious games*, no solo están los títulos meramente enfocados hacia la formación, sino que también hay obras que hacen las veces de documentales para plasmar diversas situaciones del mundo real, ya sea a nivel social, histórico o político. Un ejemplo bastante interesante es el de *Attentat 1942* (CharlesGames 2017). Dicho título, que contó con la colaboración en su desarrollo del Ministerio de Cultura de la República Checa, le narra al usuario los acontecimientos vividos durante la ocupación nazi en la República Checa, con testimonios reales de supervivientes de la época o familiares de los protagonistas del conflicto. El juego se convierte así en una crónica social que permite acercar las atrocidades de la guerra a las nuevas generaciones, ya que, a lo largo del propio juego, conoceremos y escucharemos a supervivientes del conflicto, podremos ver vídeos reales y, en general, se nos recreará aquel acontecimiento histórico a través de los ojos de testigos oculares que lo vivieron de primera mano. Dentro de la crítica social, la serie de *Necessary*

*Games*⁴ de Jordan Magnuson es una de las figuras prominentes por la capacidad que tiene el creativo para provocar sensaciones fuertes en el jugador. Generalmente, las creaciones de Magnuson son juegos breves que se centran sobre todo en capturar una atmósfera, una idea o un lugar a la par que resultan interactivos (Sigl 2013)⁵. El creativo, tal y como comentó en una entrevista a *VideoGameTourism* (Sigl 2013), considera que los videojuegos son una herramienta globalizadora al mismo nivel que el cine, la literatura o las cadenas de comida rápida.

Además de los juegos que nacen ya directamente con la idea de ser serios o educativos, otras producciones pensadas como juegos de ocio no desaprovechan la oportunidad de ofrecer cierto enfoque educativo, siempre y cuando el contexto del propio título así lo permita. El género de la estrategia y la gestión es uno de los que más apuestas por recrear épocas del pasado con cierto rigor histórico (que puede ser mayor o menor, según la producción). Franquicias tales como *Europa Universalis* (Paradox Development Studio 2000-2013), *Civilization* (Microprose/Activision/Firaxis Games 1991-2016) o *Total War* (Creative Assembly 2000-2022) cubren períodos muy diversos de la historia de la humanidad y destacan por tener como base una investigación profunda de la época que recrean. Tan es así, que hay casos en los que se convierten en sí mismos en importantes documentos históricos que recrean las épocas comerciales del Mediterráneo, los conflictos políticos o, incluso, los diferentes modelos de producción y económicos propios de cada país. La franquicia *Assassin's Creed* (Ubisoft 2007-2023) es una serie de espíritu fantástico, pero que intenta recrear con la máxima fidelidad posible el contexto histórico en el que se enmarca la acción. De hecho, tras el trágico incendio de la catedral de Notre-Dame que tuvo lugar en 2019, el estudio de desarrollo ofreció las más de cinco mil horas de materiales que tenían grabadas de su proceso de documentación para recrear dicho monumento para *Assassin's Creed Unity* (Ubisoft 2014), con el fin de agilizar o ayudar al proceso de reconstrucción de la Catedral de París (Gilbert 2019)⁶. En *Assassin's Creed Origins* (Ubisoft 2017) y *Assassin's Creed Odyssey* (Ubisoft 2018), el estudio analizó a fondo el antiguo Egipto y la antigua Grecia, respectivamente, hasta el punto de decidir incluir un modo educativo en el que, en vez de vivir la aventura fantástica principal, los usuarios pueden vagar por el mapa y leer textos informativos sobre monumentos, figuras históricas, modelos agrícolas, contextos sociales, etcétera (Brugat 2020)⁷.

En definitiva, el videojuego no solo tiene el potencial de ser una herramienta muy útil de cara a la formación de los usuarios en distintos aspectos, sino que el «videojuego serio» es ya toda una realidad ludográfica cuya respuesta del público está siendo muy buena, por lo que es de suponer que esta tendencia seguirá creciendo al alza en años venideros. Por tanto, resultaría más que interesante no descartar la aplicación del videojuego como herramienta educativa en el aula cuando se trabaja en la localización de videojuegos.

2.1. El uso del videojuego como herramienta formativa en traducción

Es importante que los profesionales de la traducción que se dediquen al ámbito audiovisual y multimedia estén preparados para trabajar con los productos tan específicos que se pueden encontrar a lo largo de su carrera profesional, del mismo modo que es importante que esa familiarización se haga ya desde el aula durante su formación académica. Si bien es importante estar familiarizados con el ámbito en el que

uno desea especializarse (Méndez González y Calvo-Ferrer 2017), también se antoja de bastante relevancia el familiarizarse con la forma de trabajar específica de cada rama profesional. La gran problemática en este aspecto puede ser conseguir acceso a materiales oficiales, ya que lo normal suele ser que, para usar algo oficial, haya que firmar un buen número de acuerdos de confidencialidad que lastren las posibilidades de los docentes en el aula. No obstante, hay formas de evitar problemáticas legales si se desarrollan títulos específicamente para el uso en el aula, ya sea, en el caso de la localización, videojuegos completos o fragmentos de títulos más grandes.

El trabajo con videojuegos creados específicamente para la educación y la formación suele tener resultados muy satisfactorios en prácticamente todas las áreas, ya sea el álgebra (Mayo 2007), la filosofía (Wong, Shen *et al.* 2007), la ingeniería (Coller y Scott 2009) o incluso el aprendizaje de segundas lenguas en general y terminologías especializadas en particular (Calvo-Ferrer 2017), con trabajos académicos que demuestran el buen resultado de estas dinámicas formativas. En un ámbito como el de la traducción y el de la corrección lingüística, la práctica es algo fundamental a la hora de conseguir mejorar las competencias y capacidades del alumnado, de tal modo que se necesitan formas de simular situaciones reales en un entorno controlado en el aula. Aunque se lleva hablando de competencia traductora desde hace más de 30 años (Krings 1986; Wilss 1989; Lörscher 1991; Toury 1991; Kiraly 1995; Fraser 1996; Hurtado 2001), esta se va volviendo más relevante a medida que la práctica traductora va gozando cada vez de más visibilidad y, por tanto, las empresas empiezan a solicitar profesionales cada vez mejor formados. Calvo-Ferrer, Belda *et al.* (2019) llevaron a cabo un estudio para el cual se basaron en el del grupo PACTE (2003), en el que a través del videojuego se conseguía potenciar y cuidar las siguientes subcompetencias del alumnado: bilingüe, extralingüística, conocimientos sobre traducción, instrumental y estratégica, además de componentes psicofísicos (Méndez González 2021).

El uso de videojuegos en el aula tiene muchas ventajas a nivel formativo y de desarrollo de competencias en general, pero, tal y como comentábamos antes, su presencia se convierte en fundamental cuando se trata del producto final con el que va a trabajar el alumnado de traducción en su día a día profesional, del mismo modo que sería fundamental la presencia de obras literarias o audiovisuales en la formación de profesionales de dichos ámbitos.

3. Herramientas formativas para la localización

Para ahondar en el uso de herramientas formativas apropiadas para la localización, usaremos como caso de estudio el título propio de Especialista en Traducción para la Industria del Videojuego (ETIV), el cual inició su andadura en la Universidad de Vigo en el año 2018 y que se centra en la formación específica del alumnado para dicho sector. Enmarcado dentro del Máster en Traducción para la Comunicación Internacional (MTCI), se han celebrado ya cuatro ediciones (hasta la fecha de escribir estas líneas) del título, todas ellas un gran éxito de matrícula y de satisfacción del alumnado, el profesorado del título se fue percatando de la necesidad de contar con herramientas concretas que acercar en la medida de lo posible a los estudiantes al mercado real que se iban a encontrar al terminar su formación. Tal y como hemos comentado, la localización de videojuegos es un proceso textual y paratextual en el

que los elementos textual, sonoro, auditivo y sensorial se transmiten al usuario para conformar el todo del mensaje, de tal modo que todos ellos son fundamentales para comprender el mensaje completo que se intenta transmitir. Al final, traducción y paratraducción son siempre inseparables y, sin paratextos, la interpretación del sentido de un texto es siempre imposible. Por consiguiente, resulta esencial recordar en la localización de videojuegos que, «a la hora de transferir la paratextualidad en la era digital, la noción de paratraducción visibiliza diferentes formas de interpretar el sentido del diálogo hermenéutico que existe siempre entre el texto y sus paratextos» (Yuste Frías 2022: 42). Por eso mismo, trabajar únicamente con el texto de forma aislada es contraproducente de cara a lograr que la simbiosis de estos elementos funcione adecuadamente para el jugador. En el ETIV se emplean diversas herramientas que pretenden ayudar a que el alumnado tenga una visión holística del proceso de localización.

3.1. Herramientas generales

En primera instancia, es importante destacar la formación en herramientas generales de traducción, ya que son fundamentales a la hora de trabajar directamente con el texto. El uso de herramientas de traducción asistida es fundamental, sobre todo de aquellas más relevantes para la industria de la localización, tales como *Excel*, *Word*, *MemoQ*, *Memsources* o *Crowdin*, entre otras. Ciertamente es que estas herramientas también evolucionan a un gran ritmo y no es raro que las más exitosas de la actualidad caigan en desuso en detrimento de otras nuevas con funciones más avanzadas o diferentes, por lo que es importante actualizar constantemente el contenido formativo en este aspecto. También existen empresas de desarrollo y agencias de localización que desarrollan y emplean sus propias herramientas, lo cual amplía mucho el abanico de opciones a tener en cuenta, aunque ahí ya depende de la disposición de dichas empresas para facilitar el acceso a las labores formativas.

3.2. Subtitle Legends⁸

Un grupo de investigación de la Universidad de Alicante, en colaboración con el estudio de desarrollo Devilish Games, desarrollaron *Subtitle Legends*, una herramienta lingüística que se puede usar para la formación de estudiantes de diversos ámbitos; en concreto, está enfocada a traductores de productos audiovisuales y multimedia, ya que se basa en el subtítulo de secuencias de vídeo, pero también es aplicable al aprendizaje de lenguas extranjeras.

En esta aplicación gratuita, el alumnado se pone en la piel de un autónomo real, ya que el juego consiste en gestionar el correo y aceptar encargos, para los cuales se tiene un tiempo determinado y con la presión de tener que ofrecer la máxima calidad posible. En la primera fase, el juego gira en torno a la necesidad de gestionar a los clientes y el tiempo, en una recreación bastante fidedigna de lo que es el trabajo de un profesional autónomo de la traducción, ya que se debe controlar el correo electrónico, pero también portales de trabajo o incluso la posibilidad de buscar proyectos por otras vías. Una vez se han recibido las ofertas, estas se analizan para determinar cuáles son las que nos interesan según dificultad, el tiempo disponible para la entrega o la remuneración económica. Tras aceptar el trabajo, empieza la segunda fase, que es la de trabajar directamente con los subtítulos de la secuencia que nos envíen.

Dichas secuencias son pequeños cortometrajes que incluyen pistas de sonido y en las que los personajes interpretan los diálogos con diferentes acentos y contextos, mientras que los subtítulos se presentan al ritmo habitual para que el alumnado determine si lo que se dice en el diálogo coincide con lo que se transmite a través de los subtítulos. En concreto, dentro de su enfoque multidisciplinar, el juego incluye doce categorías diferentes con las que trabajar: cortometrajes, vídeos de *YouTube*, teletienda, televisión local, televisión nacional, telenovelas, documentales, obras independientes, videojuegos, televisión internacional, cine y plataformas digitales. Del mismo modo, al ser un simulador del trabajo autónomo en el ámbito de la traducción audiovisual, multimedia y localización, también se incluyen herramientas internas para llevar a cabo el trabajo que resultan ser transformaciones lúdicas que rozan la parodia, es decir, auténticos hipertextos en el sentido genettiano del término (Genette 1982), de, entre otras, la aplicación «Frasees» (parodia del diccionario *Linguee*), la aplicación «Foroz» (parodia de la plataforma *Proz*, para pedir ayuda y ver qué opinan otros compañeros de profesión), así como la posibilidad de usar servicios de comunicación en línea para comentar problemáticas con compañeros de profesión. También cuenta con un pequeño minijuego de facturar los trabajos realizados.

Lo especialmente interesante de esta aplicación es que el profesorado tiene a su disposición un completo editor de contenidos gracias al cual pueden crear sus propias producciones, con pistas de sonido personalizadas, eligiendo combinación lingüística, determinando los personajes o la duración, etcétera. Las posibilidades son numerosas y permiten a los docentes adaptar la temática o la terminología específica a las necesidades que pueda querer tratar en el aula.

3.3. Videojuegos específicos para la localización

Dentro de la importancia del trabajo con textos reales en todo momento, en la formación que ofrece la Universidade de Vigo con su Título Propio de Traducción para la Industria del Videojuego, se han buscado colaboraciones con desarrolladoras de videojuegos para ofrecer el máximo acercamiento posible a la práctica profesional. Como resultado de esta colaboración, por un lado, se dispone de textos básicos en archivos *Excel* y *Word*; y, por otro, se cuenta con herramientas de trabajo creadas específicamente para el trabajo en el aula del alumnado.

Una de estas herramientas fue facilitada por la empresa californiana Yatch Club Games, que se hizo famosa por su juego *Shovel Knight* (2014), que vendió 2,5 millones de copias en todo el mundo tras su lanzamiento en 2014. Precisamente, en base a este juego, la desarrolladora ideó una herramienta propia llamada *Localization Edu* (2018), en la que el alumnado puede cargar sus textos traducidos para verlos en un generador de textos fuera del juego. Esto permite ver si las longitudes son las adecuadas, si los códigos y variables se han usado correctamente y, en general, el aspecto que tendrá el texto luego en pantalla. Del mismo modo, es posible jugar a tres niveles del juego para confirmar el contexto y las circunstancias en las que se presentan los textos, algo fundamental para ofrecer la máxima calidad en el proceso de localización. En la misma línea, el estudio independiente Nooskewl también facilitó al Título Propio de ETIV de la UVigo un juego en el que el alumnado puede traducir en el archivo de texto y aplicar las traducciones directamente al juego. Otro ejemplo sería el estudio Deepnight Games, con una versión específica de localización de un juego

que sigue las mismas directrices de que el alumnado puede traducir en formato texto y comprobar cómo quedan sus textos en pantalla y cuánto se amoldan a las necesidades del contexto. Los resultados del proceso con todos estos títulos son similares: el alumnado trabaja con el archivo de texto (en formatos como .xml o .po), donde traduce los textos del juego al idioma de destino, para posteriormente introducir dicha traducción en el juego y poder emular a un usuario final que recibe el título con el texto ya traducido, iniciándose así un proceso de constante ida y venida en el que se suceden las fases de traducción, revisión y control de calidad del proceso de localización, con el alumnado familiarizándose con todas ellas.

Por su parte, de cara a otra fase del proceso de localización, el estudio español Péndulo Studios preparó para el ETIV una beta propia de su juego *Yesterday Origins* (Pendulo Studios 2016) específica para la fase de control de calidad. En esta rama de la profesión, no es raro que se encargue de esta fase gente que no tuvo participación en las fases de traducción o revisión, por lo que hay ahí una serie de competencias específicas que es preciso desarrollar. En este caso, la herramienta que se utiliza es una versión traducida del primer capítulo del juego, pero dicha versión está repleta de errores de diversa índole para que el alumnado tenga que encontrarlos, reconocerlos y aportar la corrección que consideren adecuada en cada situación.

El acercamiento del mundo profesional y el uso de herramientas próximas a la práctica profesional parece estar dando resultados muy positivos entre el alumnado del ETIV. Más allá de la satisfacción de los estudiantes con el título, de cara a este estudio, algunas de las exalumnas consultadas indicaron que, durante las semanas de formación en las empresas en las que empezaron a trabajar, pudieron comprobar que lo aprendido en el aula se amoldaba a las necesidades laborales del puesto de trabajo, lo cual sugiere que el enfoque de acercar la formación al mercado facilita mucho la inserción laboral gracias a la adecuada preparación del alumnado.

4. Consideraciones finales

El videojuego es un producto de ocio electrónico con unas características particulares que provocan que sea muy diferente a cualquier otro medio. Tal es así, que la transmisión del mensaje se hace a través de texto, imagen, sonido y manos (Botella y Méndez 2020), conformándose un todo en el que la suma de las partes conforma el núcleo de información y trabajar sin alguna de ellas supone perder parte de la compleja red informativa. Por tanto, del mismo modo que en el proceso de localización profesional hay varias fases para asegurarse de que, antes o después, se corrobore que el conjunto funciona (en caso de haber un proceso de localización exhaustivo, ya que no es poco habitual que se sacrifiquen fases con el fin de reducir la inversión económica), es importante que el alumnado, durante su formación, tenga acceso a unos materiales que emulen en la medida de lo posible la práctica profesional real. Y es que, si en el mercado profesional el videojuego es un producto en el que texto y paratexto se combinan en una entidad mestiza donde todos los elementos aportan su grano de arena a la construcción del mensaje, resulta esencial que la formación tenga el mismo enfoque textual y paratextual de cara a poder ofrecer productos de la máxima calidad posible, ya que solo entendiendo el producto como un todo se puede abordar una localización exitosa.

Se antoja especialmente interesante el hecho de que el videojuego hace tiempo que dejó de ser meramente un producto de ocio para convertirse en una herramienta formativa fundamental, como es el caso de los *serious games* que tan buena acogida están teniendo en otros ámbitos. Parece lógico apostar por el uso de herramientas similares en el campo de la traducción y, sobre todo, en el de la localización de videojuegos, donde no son solo fundamentales las herramientas generales de trabajo sino que, además, al tratarse de una labor relacionada directamente con dichos productos electrónicos (ya sean formativos, de ocio o serios), es muy recomendable plantear también el uso de productos que permitan al alumnado especializarse en el uso de productos finales con los que tendrán que trabajar o con las herramientas intermedias que puedan tener a su disposición durante el proceso de localización. La experiencia en el Título Propio de ETIV de la Universidad de Vigo parece ser muy satisfactoria en este aspecto, con una gran acogida de la metodología y fuerte repercusión positiva en sus trabajos posteriores por parte del alumnado, a juzgar por los comentarios que van dejando en la web. La conclusión final que se impone es que parece que resulta esencial dejar de ver el videojuego como un producto extraño y darle la oportunidad de ser una herramienta más en la formación lingüística y traductológica de las nuevas generaciones de profesionales, sobre todo, en muy determinados campos de especialización como el de la localización.

NOTAS

1. YUSTE FRIAS, José (2012): Fun for All 1: Videojuegos y paratraducción. *Blog de Yuste. On y sème à tout vent. Blog de investigación T&P*, Vigo: T&P_UVigo. Consultado el 1 de mayo de 2022, <<http://www.joseyustefrias.com/2012/03/23/fun-for-all-1-videojuegos-y-paratraduccion/>>.
2. CHROUST, Gerhard (2007): Software like a courteous Butler –Issues of Localization under cultural diversity. *Proceedings of the 51st Annual Meeting of the International Society for the Systems Sciences*. Consultado el 1 de mayo de 2022, <https://www.researchgate.net/publication/228939919_Software_like_a_courteous_butler-Issues_of_Localization_under_Cultural_Diversity>
3. BALLMAN, Peggy (2016): Ethicon Announces Strategic Collaboration With Touch Surgery To Evolve Medical Education. Johnson & Johnson. Consultado el 16 de abril de 2022, <<https://www.jnj.com/media-center/press-releases/ethicon-announces-strategic-collaboration-with-touch-surgery-to-evolve-medical-education>>.
4. NECESSARY GAMES (2017): My games. Necessary Games. Consultado el 27 de abril de 2022, <<https://www.necessarygames.com/my-games>>.
5. SIGL, Rainer (2013): Travel, games and not games: An interview with Jordan Magnuson. Video Game Tourism. Consultado el 27 de abril de 2022, <<https://videogametourism.at/content/travel-games-and-notgames-interview-jordan-magnuson>>.
6. GILBERT, Ben (2019): As France rebuilds Notre-Dame Cathedral, the French studio behind 'Assassin's Creed' is offering up its 'over 5,000 hours' of research on the 800-year-old monument. Business Insider. Consultado el 30 de abril de 2022, <<https://www.businessinsider.es/notre-dame-fire-assassins-creed-maxime-durand-ubisoft-interview-2019-4?r=US&IR=T>>.
7. BRUGAT, Marc (2020): Ubisoft regala los modos educativos de Assassin's Creed. La Vanguardia. Consultado el 30 de abril de 2022, <<https://www.lavanguardia.com/videojuegos/20200515/481150842544/videojuegos-assassins-creed-discovery-tour-gratis-modo-educativo-museo.html>>.
8. La aplicación está disponible en la siguiente dirección: <<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/102407>>.

REFERENCIAS

AGOST, Rosa (2005): Competencia traductora y objetivos de aprendizaje: la cultura, punto de partida. In: José YUSTE y Alberto ÁLVAREZ, eds. *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, 123-130.

- BARTHES, Roland (1973): *Le plaisir du texte*. París: Éditions du Seuil.
- BOTELLA, Carla y MÉNDEZ, Ramón (2020): Una aproximación al intertexto videolúdico. El caso de Leisure Suit Larry. *Hikma*. 19(1):9-41.
- CALVO-FERRER, José Ramón (2012): *Videojuegos y aprendizaje de segundas lenguas: análisis del videojuego The Conference Interpreter para la mejora de la competencia terminológica*. Tesis de doctorado. Alicante: Universidad de Alicante.
- CALVO-FERRER, José Ramón (2017): Educational games as stand-alone learning tools and their motivational effect on L2 vocabulary acquisition and perceived learning gains. *British Journal of Educational Technology*. 48(2):264-278.
- CALVO-FERRER, José Ramón, BELDA, José Ramón, CAMPOS-PARDILLOS, Miguel Ángel et al. (2019): Análisis del efecto del aprendizaje basado en videojuegos en la mejora de la competencia traductora. In: Rosabel ROIG, Jordi M. ANTOLÍ, Asunción LLEDÓ et al., eds. *Memorias del Programa de Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2018-19*. Alicante: Universidad de Alicante. Instituto de Ciencias de la Educación.
- CHANDLER, Heather (2005): *The Game Localization Handbook*. Massachusetts: Charles River Media Inc.
- COLLER, Brianno y SCOTT, Michael. J. (2009): Effectiveness of using a video game to teach a course in mechanical engineering. *Computers & Education*. 53(3):900-912.
- COSENZA, Giovanna (2008): *Semiotica dei nuovi media*. Roma-Bari: Laterza.
- DÖRNER, Ralph, GÖBEL, Stefan et al., eds. (2016): *Serious Games: Foundations, Concepts and Practice*. Suiza: Springer Nature Switzerland AG.
- DUNNE, Keiran (2006): *Perspectives in Localization*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- ESSELINK, Bert (1998): *A Practical Guide to Software Localization*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- FRASER, Janet (1996): The Translator Investigated: learning from translation process analysis. *The Translator*. 2(1):65-79.
- GARRIDO VILARIÑO, Xoán Manuel (2005): *Traducir a literatura do Holocausto: Tradución/ Paratradución de «Se questo é un uomo»*. Tesis de doctorado. Vigo: Universidade de Vigo.
- GENETTE, Gérard (1982): *Palimpsestes. La littérature au second degré*. París: Seuil.
- GENETTE, Gérard (1987): *Seuils*. París: Seuil.
- GRIGAS, Gintautas, DAGIENĖ, Valentina y JAVSIKOVA, Tatjana (2004): Programinės įrangos lietuviniams patirties analizė [Experience of software localization into Lithuanian]. *Informacijos mokslai*. 31:171-184.
- GROS SALVAT, Begoña (2008): *Videojuegos y aprendizaje*. Barcelona: Editorial Graó.
- GOUADEC, Daniel (2003): Le bagage spécifique du localiseur/localisateur – le vrai “nouveau profil” requis. *Meta*. 48(4):526-545.
- HURTADO, Amparo (2001): *Traducción y Traductología. Introducción a la Traductología*. Madrid: Cátedra.
- KIRALY, Donald C. (1995): *Pathways to Translation. Pedagogy and Process*. Ohio: The Kent State University Press.
- KRINGS, Hans P. (1986): *Was in den Köpfen von Übersetzern vorgeht. Eine empirische Untersuchung der Struktur des Übersetzungsprozesses an Fortgeschrittenen* [Lo que ocurre en la mente de los traductores. Estudio empírico de la estructura del proceso de traducción a nivel avanzado]. Tübinga: Gunter Narr.
- LACHAT, Christina (2016): Serious games localisation. Playability and translation strategies. *Universidad de Granada*. Consultado el 30 de abril de 2022, <http://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/42448/LachatLeal_SeriousGame.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- LEPRE, Ornella (2015): *The translation of humor in video games: a case study*. Tesis de doctorado. Londres: University College London.
- LOMMELE, Arle y RAY, Rebecca (2007): *LISA Globalization Industry Primer*. Romainmôtier: LISA.
- LÖRSCHER, Wolfgang (1991): *Translation Performance, Translation Process, and Translation Strategies. A Psycholinguistic Investigation*. Tübinga: Gunter Narr.

- MAIETTI, Massimo (2004): *Semiotica dei videogiochi*. Milano: Unicopli.
- MARCANO LÁREZ, Beatriz Elena (2012): *Factores emocionales en el diseño y la ejecución de videojuegos y su valor formativo en la sociedad digital. El caso de los juegos bélicos*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- MARTÍNEZ SIERRA, Juan José (2004): *Estudio descriptivo y discursivo del humor en textos audiovisuales. El caso de los Simpson*. Tesis de doctorado. Castellón: Universidad Jaume I.
- MAYO, Merrilea J. (2007): Games for science and engineering education. *Communications of the ACM*. 50(7):31-35.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, Ramón (2013): Localización de videojuegos: necesidades y posibilidades de la traducción del siglo XXI. In: Xoán MONTERO, ed. *Traducción para la comunicación internacional*. Granada: Editorial Comares, 57-70.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, Ramón (2015): *Localización de videojuegos: Fundamentos traductológicos para nuevas prácticas profesionales*. Vigo: Servizo de publicacións Universidade de Vigo.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, Ramón y CALVO-FERRER, José Ramón (2017): *Videojuegos y [para]traducción: aproximación a la práctica localizadora*. Granada: Comares.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, Ramón (2020): Localización de videojuegos, intertextualidad y transcreación: fundamentos básicos. In: Silvia MARTÍNEZ, ed. *Nuevas tendencias en Traducción e Interpretación: Enseñar, aprender e investigar en la Revolución Digital*. Granada: Editorial Comares, 79-92.
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, Ramón (2021): Análise de Subtitle legends como ferramenta de formación para a tradución audiovisual e multimedia. *Viceversa*. 21:213-227.
- O'HAGAN, Minako y CHANDLER, Heather (2016): *Game localization research and translation studies: Translation Studies and other disciplines*. Ámsterdam/Filadelfia: John Benjamins.
- O'HAGAN, Minako (2009): Putting Pleasure First: Localizing Japanese Video Games. *TTR*. 22:147-165.
- O'HAGAN, Minako (2015): Game localisation as software-mediated cultural experience: Shedding light on the changing role of translation in intercultural communication in the digital age. *Multilingua*. 34(6):747-772.
- PACTE (2003): Building a Translation Competence Model. In: Fabio ALVES, ed. *Triangulating Translation: Perspectives in process oriented research*. Ámsterdam: John Benjamins.
- POZZATO, Maria Pia (2001): *Semiotica del testo. Metodi, autori, esempi*. Roma: Carocci.
- PYM, Anthony (2004): *The Moving Text. Translation, Localization and Distribution*. Ámsterdam: Rodopi.
- QUAH, Chiew Kin (2006): *Translation and Technology*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- SELJAN, Sanja y KATALINIĆ, Josip (2017): *Integrating Localization into a Video Game. INFuture2017: Integrating ICT in Society*. Zagreb: University of Zagreb.
- TOURY, Gideon (1991): Experimentation in Translation Studies: achievements, prospects and some pitfalls. In: Sonja TIRKKONEN-CONDIT, ed. *Empirical Research in Translation and Intercultural Studies: Selected papers of the TRANSIF Seminar, Savonlinna, 1988*. Tubinga: Gunter Narr.
- TRABATTONI, Marco (2014): *Shenmue: Una sfida semiótica*. Milán: Edizioni Unicopli.
- VOLLI, Ugo (2003): *Manuale di semiótica*. Roma-Bari: Laterza.
- WILSS, Wolfram (1989): Towards a Multi-facet Concept of Translation Behavior. *Target*. 34(1):129-149.
- WONG, Wee L., SHEN, Cuihua, NOCERA, Luciano et al. (2007): Serious video game effectiveness. In: *Proceedings of the international conference on Advances in computer entertainment technology*. Nueva York: ACM.
- YUSTE FRÍAS, José (2006): La pareja texto/imagen en la traducción de libros infantiles. In: Ana LUNA y Silvia MONTERO, eds. *Tradución e Política editorial de Literatura infantil e xuvenil*. Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, 267-276.
- YUSTE FRÍAS, José (2008): Pensar en traducir la imagen en publicidad: el sentido de la mirada. PLP Pensar La Publicidad. *Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*. 2(1):141-170.

- YUSTE FRÍAS, José (2011): Traducir para la pantalla: el traductor entre el texto y la imagen. In: Elena DI GIOVANNI, ed. *Diálogos intertextuales 5: Between Text and Receiver: Translation and Accessibility*. Bern: Peter Lang.
- YUSTE FRÍAS, José (2014): Traducción y paratraducción en la localización de videojuegos. *Scientia Translationis*. 15:61-76.
- YUSTE FRÍAS, José (2022): Teoría de la paratraducción. In: José YUSTE FRÍAS y Xoán Manuel GARRIDO, eds. *Traducción & Paratraducción I. Líneas de investigación*. Berlín: Peter Lang, 29-64.
- ZELLER, Irma (2006): Lokalizacijos iššūkiai vertėjams [Challenges of localization for translators]. *Darbai ir dienos*. 45:79-96.
- ZYDA, Michael (2005): From visual simulation to virtual reality to games. *Computer*. 38(9):25-32.

LUDOGRAFÍA

- AIR LIQUIDE (2015): *GlucóZor*.
- CHARLES GAMES (2017): *Attentat 1942*.
- CREATIVE ASSEMBLY (200-2022): Franquicia *Total War*.
- KINOSIS (2014): *TouchSurgery*.
- MICROPROSE/ACTIVISION/FIRAXIS GAMES (1991-2016): Franquicia *Civilization*.
- PARADOX DEVELOPMENT STUDIO (2000-2013): Franquicia *Europa Universalis*.
- PENDULO STUDIOS (2016): *Yesterday Origins*.
- UBISOFT (2007-2023): Franquicia *Assassin's Creed*.
- UBISOFT (2018): *Assassin's Creed Odyssey*,
- UBISOFT (2017): *Assassin's Creed Origins*.
- UBISOFT (2014): *Assassin's Creed Unity*.
- VIRTUAL WARE (2012): *Checklist*.
- YATCH CLUB GAMES (2014): *Shovel Knight*.
- YATCH CLUB GAMES (2018): *Shovel Knight Localization Edu (ETIV)*.