



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE DERECHO Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE TRADUCCIÓN E INTERPRETACIÓN**

La Traducción en la localización de Videojuegos

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciada en Traducción e Interpretación**

AUTORA:

Paladines Castro, Karen Janeth (ORCID: 0000-0002-1640-3301)

ASESOR:

Sagastegui Toribio, Edwin Eduardo (ORCID: 0000-0003-2230-9378)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Traducción y terminología

TRUJILLO – PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mis padres, por apoyarme en todo lo que pueden y enseñarme a ser una mejor persona cada día.

AGRADECIMIENTO

A Dios, porque ha cuidado de mí todo el tiempo.

A mis hermanos, por alentarme a seguir y nunca renunciar.

A mis profesores, por haberme apoyado profesionalmente.

A mis amigos, hermanos de otras madres, hermanos del alma, gracias por todo su apoyo incondicional, son los mejores.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
RESUMEN.....	vi
ABSTRACT	vii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MÉTODO.....	17
2.1. Tipo y diseño de investigación.....	17
2.2. Población.....	18
2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
2.4. Procedimiento.....	18
2.5. Método de análisis de datos.....	18
2.6. Aspectos éticos.....	18
III. RESULTADOS.....	19
IV. DISCUSIÓN.....	27
V. CONCLUSIONES.....	29
VI. RECOMENDACIONES.....	30
Referencias.....	31
ANEXOS	36

ÍNDICE DE TABLAS

DOBLAJE

Tabla 1:Desincronización labial.....	19
Tabla 2:Doblaje de un videojuego	20
Tabla 3:Las voces del doblaje son tan creíbles como la de los personajes originales	200
Tabla 4: La voz del personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud.....	211
Tabla 5: Expresiones faciales de un personaje tiene que estar acorde con su personalidad y las emociones	22

SUBTITULADO

Tabla 6: Incomodidad con el tamaño de letra de los subtítulos de algún videojuego	222
Tabla 7: La importancia del contraste en el subtulado debe ser legible	233
Tabla 8: Subtitulado con errores gramaticales en los videojuegos	24
Tabla 9: El tiempo del subtulado ha sido muy corto a tal punto que no se pudo leer.....	244
Tabla 10: Desincronización de letra y audio.....	255
Tabla 11: Demasiado texto en la pantalla	26

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal determinar la influencia de la traducción en la localización de videojuegos. El enfoque metodológico de esta investigación es cuantitativo, no experimental – transversal correlacional. La población fue de 30 gamers que asisten al Lan Center o Cibercafé llamado Game Over de Trujillo, de los cuales 22 fueron parte de la muestra del estudio. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta, y el instrumento fue el cuestionario. En el cual se elaboraron once preguntas con respuestas cerradas. Los datos fueron recolectados de acuerdo con las dimensiones: doblaje y subtitulado, teniendo en cuenta también los indicadores: desincronización labial, expresiones faciales, tipo de voz de cada personaje, el tamaño y contraste de la letra, velocidad del subtítulo, errores gramaticales, desincronización de la letra y audio, demasiado texto en la pantalla.

Palabras clave: traducción, localización de videojuegos, doblaje, subtitulado.

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the influence of translation on the videogame localization. The methodological focus of this research is quantitative, not experimental - transverse correlational. The population was 30 gamers attending the Lan Center or Cybercafe called Game Over de Trujillo, of which 22 were part of the study sample. The survey technique was used for data collection, and the instrument was the questionnaire. Eleven closed-ended questions were developed. Data were collected according to dimensions: dubbing and subtitling, also taking into account the following indicators: lip desynchronization, facial expressions, voice type of each character, font size and contrast, subtitle speed, grammatical errors, letter and audio desynchronization, too much text on the screen.

Keywords: translation, videogame localization, dubbing, subtitling.

I. INTRODUCCIÓN

Como todos sabemos, desde que la humanidad fue creada, hemos tratado de buscar muchas maneras para comunicarnos entre nosotros, desde comunicación mímica, hasta la comunicación hablada por medio aparatos tecnológicos.

En este sector tecnológico encontramos los videojuegos que en esta última década se ha podido desarrollar innumerablemente. Según la Asociación Española de Videojuegos (AEVI) afirma que actualmente el sector digital es muy importante para el crecimiento mundial y es muy valiosa para la industria cultural y creativa.

El sector de los videojuegos en la actualidad está creciendo vertiginosamente, que dejó de hacer producciones solo para el público infantil. Según datos de consumo de Grk y Gametrack-ISFE, publicados por AEVI, el mercado de videojuegos en el país español ha superado los mil millones de euros en el año 2015 y se sitúa entre los diez primeros puestos de consumidores de videojuegos. Este desarrollo es gracias al crecimiento de las innovaciones tecnológicas, el acceso a internet en todos los hogares y el avance en las plataformas y redes sociales.

Cuando hablamos de videojuegos engloba un buen número de disciplinas que tienen mucho que ver con los sistemas de programación, el marketing comercial, las composiciones musicales y, sobre todo, la traducción, entre otras áreas.

La tecnología digital ha mejorado radicalmente los trabajos laborales de la traducción, según Mangiron (2007) parte del éxito de los videojuegos se debe también a su internacionalización y globalización, por ende, los traductores desempeñan un papel fundamental.

En los últimos tiempos la localización de videojuegos se ha transformado en un terreno de la traducción que es importante en los estudios de la traductología. Estamos hablando de un sector muy novedoso y también muy poco explorado, pero que ha generado muchos ingresos importantes e inclusive ha superado a los sectores de la música y el cine.

Según Méndez (2013) comenta que es posible que la localización de videojuegos sea uno de los campos con más exigencia dentro de las escalas de la traducción.

Según Yuste (2014) en su tesis doctoral nos dice que los videojuegos son un campo completamente multidisciplinario donde todas las ramas son muy importantes y ninguna de ellas se queda de lado. Un videojuego tiene imágenes y textos digitales, códigos,

bandas sonoras, actores de doblaje y traductores, marketing, y pequeños chats en directo, literatura y juguetes de plástico. Para comprender a fondo el mundo de los videojuegos no nos podemos restringir a intentar comprenderlos de solo un campo de conocimiento, sino que es muy importante observar desde diferentes perspectivas que nos permita comprender las piezas del rompecabezas y con ellas, poder trabajar en conjunto y concluir con el producto audiovisual más complejo del mercado del entretenimiento.

Según la Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento DEV (2016), cada año la industria del entretenimiento encabeza las ventas con más de 1.500 millones de gamers en todo el mundo. En la actualidad, este campo genera más ingresos económicos que los sectores culturales y contenidos digitales.

El mercado de los video juegos ha llegado a un punto muy alto, asegurándose como nuevo modelo artístico que puede ser reconocible a nivel social y cultural. Es por eso que la traducción es un elemento muy indispensable para este rubro. Es muy importante que los video juegos tengan el mismo código lingüístico que su público para terminar de consolidarse.

Según Newzoo (2018) afirma que China se ha transformado en uno de los desarrolladores más importantes de video juegos ya que desde el año 2015 es el país número uno en generar ganancias en la industria de los videojuegos.

Es importante destacar que los video juegos son el punto de partida para entrar al mundo tecnológico. El efecto que ha generado los video juegos en el mundo en las últimas tres décadas aún no se ha estudiado detalladamente.

Yuste (2014) dice que es muy cierto que hay muchos mercados en las cuales podemos encontrar variedad de disciplinas, pero en el mundo de los video juegos intervienen tal variedad de campos profesionales.

Pero según Kirriemer y Mcfarlane (2005) nos dicen que en estas nuevas tecnologías tienen mucho que ver con la informática, la psicología, la educación, la sociología y los estudios culturales.

Según Gil (2017) afirma que jugar con los video juegos implica mucha de nuestras capacidades y habilidades, necesitamos concentrarnos, poner mucha atención y mucha emoción.

Los video juegos son formas de entretenimiento interactivos donde los usuarios deben de involucrarse mucho con el contenido de cada uno, por ello debe de ser utilizado con mandos que también son llamados como gamepad o joystick. Los cuales envían órdenes a la consola y estas se ven reflejadas en la pantalla haciendo que el personaje principal haga movimientos o acciones.

Por otro lado, Pérez (2017) nos dice que uno de los objetivos de los video juegos es tratar de transportar al jugador a otro mundo, en otras palabras, lejos de sus preocupaciones, por ejemplo, familiares o profesionales. Para muchas personas, los video juegos representan una forma de combatir el estrés y nos permiten descubrir mundos fantásticos donde cada jugador puede ser otro personaje con distintas habilidades.

Pero para López (2013) nos dice que los video juegos han pasado por diferentes visiones considerando que promueven la violencia, aislamiento y desinterés escolar. Todos somos conscientes que algunos de los video juegos tienen mucha violencia y también puede que las personas se envicien demasiado.

Así mismo, Kirriemur y Mcfarlane (2005) afirman que los video juegos son sistemas de creaciones gráficas con interacción narrativa y pueden ser seleccionados en diferentes géneros de acuerdo a su tipo.

Según Caillois (1991) determina que el término juego, es una actividad libre, que está separada por condiciones temporales y espaciales, y que solo sigue las reglas de la imaginación. Existen muchas diferencias entre los video juegos, tanto en calidad gráfica como en la historia de cada uno de ellos.

Según Crawford (1984) nos dice que los video juegos son un subconjunto de la realidad, en donde el individuo es puesto en una situación de conflicto que son definidas por las reglas del juego y que a la vez interactúa a través de un dispositivo electrónico.

Para Rollings y Adams (2003) los video juegos son un conjunto de desafíos que están conectados donde el jugador tiene que tomar un papel muy importante dentro de ese mundo simulado.

Y por último Koster (2005) afirma que los video juegos son **puzzles** que son representados por patrones abstractos en el mundo y se son basados principalmente en el conocimiento, el aprendizaje y también el análisis por parte del jugador. Realmente requieren mucha concentración y también las herramientas de aprendizaje.

Pero también nos dice Crawford (1982) que en el juego es esencial que haya conflicto e interactividad, mientras que Huizinga (1949) afirma que se trata de una actividad que es voluntaria y reporta mucha satisfacción. Como podemos ver, estas definiciones ofrecen puntos en común que opiniones en contra ya que se asemejan a aspectos idénticos del juego y también ofrecen diferentes puntos de vista de una misma realidad.

Scholand (2002) nos dice que este término proviene de la palabra *locale*, tiene algo de relación con la región geográfica que está caracterizado por la cultura y lengua. Por lo que respecta, la localización es una adaptación de algún producto que pueda tener un buen resultado en otra cultura destino.

Existe un proceso de localización el cual abarca distintas tareas que están interrelacionadas.

Según Scholand (2002) también nos propone diferentes tipos de técnicas de localización.

La localización técnica abarca mucho lo que es la codificación, la conversión de caracteres, la compatibilidad del sistema operativo, etc.

La localización nacional adapta los alfabetos, los símbolos y formatos, tiene que ver mucho con la compatibilidad del sistema.

Localización cultural es la adaptación del software a una cultura meta.

Como podemos observar, la localización no es exactamente una tarea traductológica, sino que es la invención de un producto, según nos dice Scholand, (2002), el producto debe de corresponder a la demanda de los usuarios de la cultura meta.

Por otro lado, Mangiron y O'Hagan (2006) señalan otra diferencia fundamental entre la traducción y la localización, que la localización de software se diferencia mucho del concepto tradicional de traducción. En lo que respecta a la localización exige que la transferencia lingüística se combine con la ingeniería del software mientras que las traducciones o líneas textuales deben de ser recopiladas en el software dado.

Hablar de localización no es hablar exactamente y únicamente de traducción ya que tienen que ver mucho otras habilidades que tienen relación con el campo de la programación.

La localización de un videojuego requiere mucho de dos elementos, la traducción de todos los textos que aparecen en el mismo y, por otro lado, la adaptación de los otros elementos no textuales para que el producto se adapte perfectamente a la cultura destino. Según Di

Marco (2007) habla que la localización de un video juego no debe buscar la producción de un producto equivalente, sino que debe de causar el mismo efecto en el jugador de la cultura destino que el que experimenta el jugador del video juego original, a eso se le conoce como *gaming experience*.

Bernal (2006) nos señala que si algo es divertido en un país no tiene por qué serlo en otro. Es un hecho que existen diversos aspectos culturales y legales que pueden hacer que algún video juego llegue a prohibirse en un país determinado, como, por ejemplo, en Alemania está prohibido la publicación de video juegos en los que se muestren sangre. También nos dice que uno de los principales objetivos en la localización de video juegos es favorecer su aceptación en la cultura destino.

Di Marco (2007) nos indica que en determinadas ocasiones no resulta posible llevar a cabo un proceso de localización de los gráficos por causa de la falta de tiempo o de recursos económicos. Y debemos de tener en cuenta que las empresas buscan que su producto sea rentable, es por eso que las empresas ofrecen más posibilidades cuando quieren modificar algún movimiento en la boca de los personajes, para facilitarle el trabajo de actores de doblaje. Y como sabemos el gasto económico para este tipo de modificación es mínima si es que se tiene un buen presupuesto. Por otro lado, si este es limitado hay algunos impedimentos al momento de realizar cambios en los gráficos del videojuego.

Como todos sabemos la localización de un video juego tiene un proceso de preparación, la cual los localizadores reciben una versión original del video juego y pasan un tiempo jugándolo, según Vela (2005) este proceso se hace con el objetivo de conocer primeramente el video juego el cual se tiene que localizar y poder ver donde pueden aparecer los textos traducidos teniendo en cuenta el contexto.

Solo se está hablando de una supuesta situación que puede ser muy ideal a la hora realizar una traducción. En la mayor parte de los casos, las empresas desarrolladoras no tienen mucha conciencia de la importancia de proporcionar un contexto en beneficio a la calidad del producto final porque se limita a extraer los recursos traducibles y solo le entrega al traductor unidades lingüísticas descontextualizadas. Debido a esta ausencia de condiciones óptimas de trabajo puede provocar errores de traducción.

Roturier (2003) propone un modelo de proceso de localización que comienza cuando los traductores reciben el llamado *localization kit*, el cual suele contener los siguientes elementos.

Los *assets* o componentes del videojuego traducibles preparados en formatos editables (por ejemplo, Word o Excel)

Una lista de la caracterización de los personajes donde se detallan también las características psicológicas de cada uno de ellos, eso es muy útil a la hora de decidir los recursos lingüísticos de la lengua de llegada que deben de utilizarse para reflejar sus características.

Memoria de traducción, corpus y glosarios que aporten coherencia a la traducción. Es muy importante que los traductores se aseguren de utilizar la terminología correcta que fue empleada en juegos anteriores si se tratase de una saga.

Instrucciones específicas para los traductores, por ejemplo, las fechas de entrega, los datos del responsable de localización de la empresa, etc.

Guía sobre los aspectos estilísticos, por ejemplo, preferencia por el tú o usted, puntuación; los ortográficos, por ejemplo, acentuación, división de palabras: los gramaticales, por ejemplo, uso de pronombres, aceptación o no de construcciones incorrectas pero comunes y por último los tipográficos, por ejemplo, uso de cursiva, exclamaciones, etc.

Una guía detallada para avanzar en el videojuego. Y esto será muy importante en la base final de testeo para que el traductor pueda probar el juego, avanzar más rápido en la historia y poder ver que todo el texto este bien traducido.

Después que el traductor haya recibido el *kit* de localización puede comenzar con el proceso. Según Chadler (2005) afirma que el proceso de localización de un videojuego se puede dividir en 5 fases.

Gestión es la primera etapa, el equipo responsable se encarga de la preparación, gestión y conversión de los archivos que se deben de traducir. La compañía que está a cargo del desarrollo del videojuego tiene todos los textos originales del juego y lo que se tiene que hacer es convertir esos textos en documentos a Word o Excel.

Organización convoca a un encargado del proyecto de localización para cada idioma y él se encarga de todo el proceso de traducción.

Traducción y localización proceso donde entran en juego los traductores que participan en la localización del videojuego, los cuales son encargados de traducir los componentes del videojuego (*assets*). En caso se haya decidido traducir las voces en audio del videojuego, se procede hacer la grabación de todo el guion. Y este es realizado por actores de doblaje en un estudio de grabación.

Integración es un equipo de ingenieros quienes integran todos los archivos de texto, audio y gráficos traducidos para producir la primera versión localizada del videojuego. En muchos casos este proceso se tiene que repetir varias veces, ya que si se encuentran algunos errores en la fase (*testing*) tiene que ser subsanado por los traductores y nuevamente ser entregados al equipo de los ingenieros para que los vuelvan a integrar los archivos corregidos.

Revisión están los traductores quienes se encargan del *testing* lingüístico el cual detectan y clasifican los errores (*bugs*) de la primera versión de localización del videojuego. Si hubiera errores, se tiene que volver al paso 3 y se repite los pasos 3, 4 y 5 hasta que no encuentren ningún fallo en el último paso. Existen dos revisiones principales que están relacionadas con el control de calidad.

Revisión cruzada de los traductores, en caso de que se haya trabajado en equipo, cada uno de los traductores revisa el trabajo de su compañero.

Revisión del equipo de correctores internos, en caso de que sea una gran empresa es muy probable que cuenten con su propio equipo de revisores o *testers* que, a diferencia de los traductores, ellos no modifican el texto, sino que indican sus correcciones a través de comentarios o haciendo informes detallados con los problemas que se han encontrado, a esto se le conoce como *bug report*.

Según Laureiro (2007) nos dice que esta última etapa de revisión constituye al último y más completo control de calidad antes de que el videojuego pase a la fase de *submission* significa que es la aprobación por parte del fabricante de la consola para la que se desarrolla el videojuego. En esta etapa, los traductores tienen que probar el videojuego para asegurarse que la traducción sea correcta y no haya *bugs* o errores. Los *bugs* más comunes son los *bugs* cosméticos, es decir, cuando el texto de la pantalla sobrepasa de algún recuadro. Otro tipo de *bug* es el lingüístico, que engloba todos los errores gramaticales, puntuación, acentuación, etc.

Por otro lado, Chandler (2005) afirma que la localización de videojuegos prácticamente consiste en traducir toda la parte lingüística o también llamada *language assets* de un videojuego a otro idioma. Asimismo, O'Hagan y Mangiron (2013) hablan sobre la localización de videojuegos de acuerdo al contexto comercial, la cual tiene mucho que ver con todos los procesos de modificación de algún videojuego o programa de software que se desarrolla en un lugar específico para ser vendido en otro, considerando las características lingüísticas, culturales y técnicas con el único propósito de adecuar un videojuego a las demandas del mercado objetivo.

Merino (2008) comenta que aparentemente la localización de videojuegos es completamente distinta a las ramas de la traducción, también se implica mucho con la localización de software y la traducción audiovisual. Zhang (2015) agrega que la localización de videojuegos y la de software tiene que ver con la traducción e ingeniería de software, además, las traducciones se deben adjuntar dentro del software o en el videojuego, en otras palabras, los textos deben tener un espacio suficiente. Por otro lado, Zhang (2015) acredita que entre la localización de videojuegos y del software existe un poco de diferencia, debido a que los videojuegos tienen más contenido cultural que el software, los cuales pueden causar problemas en los mercados meta. También aclara que el modo lingüístico de la localización de videojuegos es similar a la traducción audiovisual ya que se puede usar el lenguaje cotidiano en el doblaje y en la subtitulación, es importante medir el tiempo y espacio.

Dentro del doblaje existe la sincronía labial y Chaume (2005) hace una clasificación de tres tipos de ajustes. El ajuste labial o lip – sunch, consiste en que la traducción debe tener sincronía con las articulaciones bucales con los personajes del videojuego. La isocronía, la duración de las locuciones que han sido traducidas debe de tener el mismo tiempo y espacio con el personaje original. La sincronía cinésica, respeta la coherencia de la traducción con los movimientos corporales de los personajes originales en los videojuegos.

Mora y Gutiérrez (2017) aseguran que en el campo de la traducción hay diferentes ramas las cuales necesitan de las capacidades del traductor. Según Hurtado (1994) nos dice que los tipos de traducción pueden distinguirse de acuerdo al tema; por ejemplo, religiosa, científica, jurídica, etc. O dependiendo del método de la traducción; por ejemplo, audiovisual, literal, etc. Se puede decir que algunas de ellas tienen características en común.

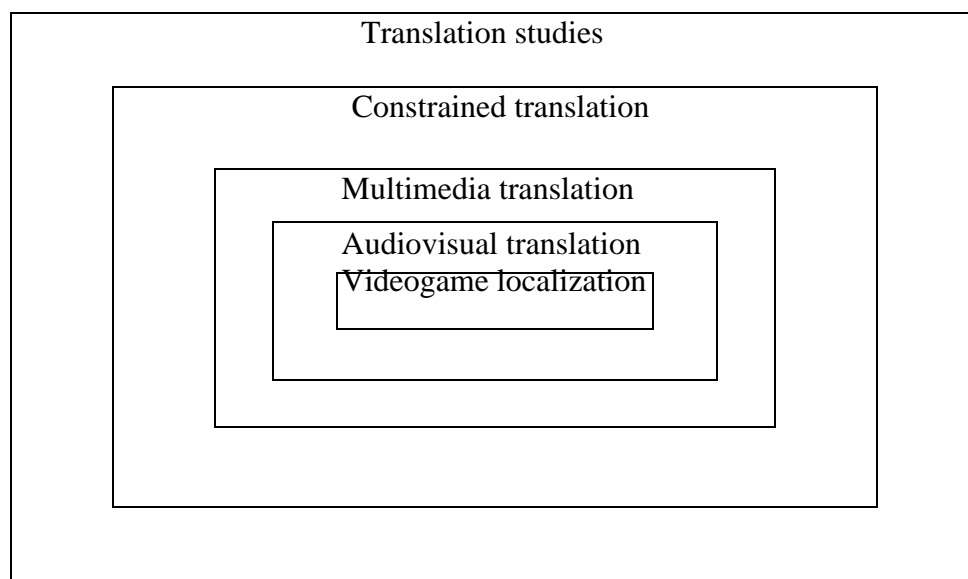
Granell (2012) nos presenta la siguiente tabla, donde verifica los elementos que se pueden traducir en esta modalidad, también del tipo de texto y la modalidad con la cual se vincula.

Componente (<i>asset</i>)	Tipos de textos	Modalidad de traducción afín
Texto en pantalla o interfaz de usuario	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Diálogos subtítulos ➤ Mensajes de apoyo ➤ Pasajes narrativos y descriptivos sin audio ➤ Menús ➤ Mensajes del sistema ➤ Instrucciones de juego 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Literaria o creativa ➤ Audiovisual ➤ Localización de <i>software</i>
Gráficos textuales	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Abreviaturas de menús ➤ Mapas ➤ Gráficos e imágenes con texto 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Localización de <i>software</i> ➤ Literaria o creativa ➤ Audiovisual
Componentes de audio	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Efectos especiales ➤ Canciones ➤ Sonidos ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Literaria o creativa ➤ Audiovisual
Componentes cinemáticos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Escenas cinemáticas ➤ Fragmentos narrativos y descriptivos 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Literaria o creativa ➤ Audiovisual
Materiales impresos o electrónicos	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Manual ➤ Archivos ➤ Caja 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Localización de <i>software</i> ➤ Literaria y creativa ➤ Comercial y publicitaria

Mora y Gutiérrez (2017) afirman que la traducción de videojuegos puede pertenecer a la rama de la traducción audiovisual por varios motivos:

Presentada en soportes multimedia

Gráfico 1: Clasificación de la localización de videojuegos



Como podemos observar en el gráfico la localización de videojuegos se encuentra dentro de las modalidades de traducción. La localización de videojuegos es un modo de traducción audiovisual y al mismo tiempo es un tipo de traducción multimedia. También comentan que la traducción audiovisual es una clase de traducción que se muestra al consumidor a través de medios tecnológicos, estos transmiten información al público por los canales visuales y auditivos. Sucede lo mismo con los videojuegos porque el gamer percibe la información a través del canal visual en formato de diálogos, subtítulos o imágenes y también por el canal auditivo en modo de voces de los personajes, sonidos o banda sonora. Es por eso que al traducir un producto que es audiovisual se queda fija la imagen y sonido. Se debe de tener muy en cuenta estos aspectos, por eso el traductor debe conocer un poco sobre la traducción audiovisual y también enfocarse en la demanda del usuario a quien va dirigida. De este modo, se puede enfocar mejor las traducciones y relacionarlo para crear un producto que no se obstaculice entre el videojuego y el gamer.

Según Chandler y Deming (2012) opinan que la localización puede mejorar mucho las ventas de videojuegos. Dietz (2006) comenta que hoy en día existe mucha demanda de localización porque hay muchas empresas desarrolladoras de videojuegos los cuales quieren mejorar la rentabilidad y su inversión haciendo publicaciones en distintos idiomas. O'Hagan y Mangiron (2013) para que una localización sea eficiente, se tiene

que llevar a cabo los procesos de GILT (Globalization, Internationalization, Localization, Translation) conocida como *localization – friendly development*.

Lommel (2007) define la *globalization*, con su abreviatura es *g 11n*, donde 11 es el total de las palabras entre la *g* y la *n*, conocida como una táctica de comercialización internacional, la cual contiene las etapas de internacionalización y localización, su propósito principal es asegurar la venta del producto destinos diferentes, teniendo en cuenta la adaptación y la demanda del público meta, para que el producto tenga buena acogida.

Cadieux y Esselink (2004) propone un modo para describir los procesos de GILT, donde N se refiere al grupo de países donde el producto será vendido:

$$\text{Globalización} = \text{Internacionalización} + N \times \text{Localización}$$

Anastasiou y Schaler (2010) determinan las diferencias que hay entre globalización, internacionalización y localización haciendo comparaciones de sus conceptos, en la siguiente tabla.

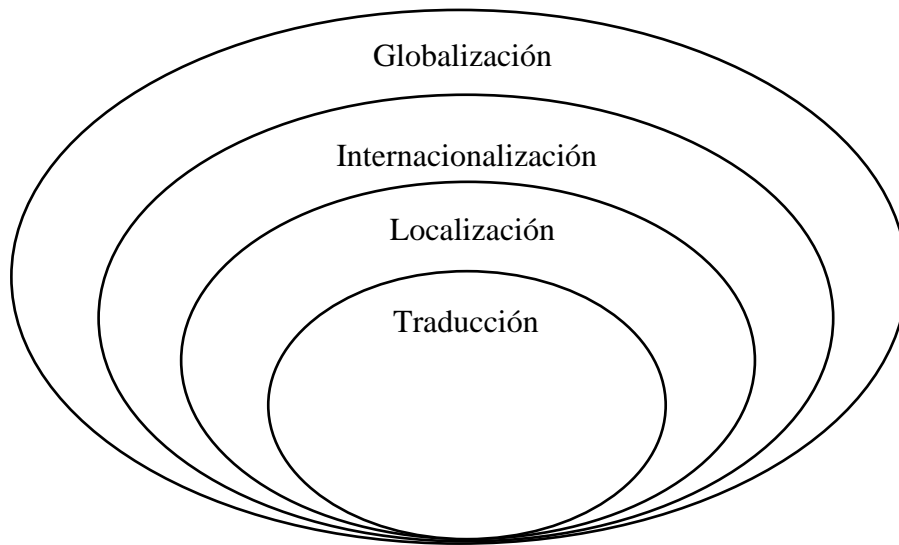
Fuente: Anastasiou y Schaler (2010)

	Internacionalización	Localización	Globalización
Definición	Funciona en cualquier idioma y contenido (datos lingüísticos y culturales)	Adaptación de los productos, servicios y contenidos digitales a un mercado cultural y lingüístico.	La estrategia de llevar un producto o servicio al mercado global, incluyendo ventas y marketing.

Por otra parte, O'Hagan (2003) muestra un gráfico el cual tiene relación con la globalización, localización y la internacionalización, y después fue añadido el proceso de traducción por Fernández (2010).

Independencia entre los procesos de GILT

Fuente: Pérez (2010)



La abreviatura de la internacionalización es *i18n*, donde el 18 es la cantidad de letras entre la *i* y la *n*, según Fernández (2010) habla que el diseño del producto tiene que ser lo más neutro posible, culturalmente y técnicamente. Lommel (2007) afirma que la internacionalización es complementar los productos con la información o el contenido local de los mercados objetivos y diseñar un producto que sea aceptado positivamente. Según O'Hagan y Mangiron (2013) comentan que el procedimiento de la internacionalización facilita también el procedimiento de la localización disminuyendo el plazo y los costos de la entrega, esto se tiene en cuenta desde el inicio del desarrollo del videojuego.

Mientras que Cadieux y Essenlink (2004) afirman que la internacionalización tiene mucho que ver con la preparación del código para las preferencias locales, regionales, lingüísticas y por último a las culturales. También, la internacionalización de documentos se refiere en aplicar una escritura apropiada y terminología coloquial, para que la traducción del texto sea más fácil y así poder evitar errores. En conclusión, la internacionalización tiene como objetivo hacer de la localización más rápida, fácil, rentable y sobretodo de la mejor calidad.

Encontramos un debate entre lo académico y lo profesional, si es primero la traducción o la localización o viceversa. Según Merino (2006) afirma que la *localización* es más amplia en los estudios de la traductología, ya que involucra varias funciones no

lingüísticas. También asegura que el término *localización* es muy correcto para utilizarlo en un contexto comercial y sugiere en dividir el concepto de *localización* en *localización cultural* y *localización lingüística*.

Y piensa que la palabra *traducción* es aún la más adecuada para cualquier clase de modificación lingüística. Por otro lado, Gouadec (2007) afirma que la *localización* se encuentra dentro de la categoría de *specialised translation*. Asimismo, afirma que la *localización* es mucho más amplia que la *traducción* de textos. Munday (2008) sostiene que la diferencia entre la *localización* y la *traducción* es algo complicada; sin embargo, “la localización es parecida a un término superior de la industria que engloba la traducción”. O’Hagan y Mangiron (2013) opinan lo mismo, a pesar de ello, concluyen que en los estudios de la traductología se puede usar los dos términos. Por otro lado, Zhang (2015) comenta que la *traducción* está dentro del proceso de la *localización*.

Cadieux y Essenlink (2004) opinan que el vocablo *localización* se utiliza en el campo sólo para explicar las alteraciones que se hacen en la traducción, codificación de caracteres, ajustes de fecha y hora, uso del teclado, símbolos, iconos y colores, etc. para adecuar el producto audiovisual a las necesidades de los consumidores en un territorio específico.

Hay autores que dan diferentes definiciones sobre la localización. Según Folaron (2006) alega que el término localización fue creado por desarrolladores de software a finales de los años 80 para reflejar la diferencia entre los elementos lingüístico – culturales que son ajenos a la fuente inicial, al contenido y a la visualización en el idioma inglés americano. Para LISA (Asociación de estándares de la industria de la Localización, 2003) la localización es un proceso de transformación de productos o servicios para los diferentes tipos de mercados meta; del mismo modo, la localización necesita ir más allá de lo lingüístico para poder resolver los problemas de contenido y de apariencia con el único objetivo de lanzar el producto que parezca como que se haya producido o desarrollado en el país meta.

Según Essenlink (2000) el término *localización* es la traducción y adaptación de un software, los cuales incluyen la aplicación de software y la documentación relacionada con el producto. Y como sabemos la palabra *localización* se deriva de la palabra *locale*, que significa una pequeña área o vecindad. Hoy en día la *localización* es empleada en el campo tecnológico, en el cual es muestra de una combinación específica de idioma, región y caracteres.

Según la página web SigneWords (2017) comenta que después que el videojuego haya terminado su primera fase de desarrollo, tiene que prepararse para su lanzamiento en distintos países con sus costumbres y tradiciones correspondientes. Hay muchos elementos que se tienen que traducir, para que el usuario pueda comprender el producto completamente y puedan generar más ventas. Es por eso que se debe de adaptar la apariencia de los personajes, decorados, música o aspectos del hardware, para realizar una localización debe tener en cuenta dichos aspectos en ciertos países.

Así mismo García (2005) nos dice que la localización es la traducción de manuales, pantalla, textos y mensajes de error, los cuales se debe de cambiar los nombres de algunos productos para eludir los dobles sentidos en el idioma destino. Podemos darnos cuenta que la localización es un proceso de modificación de productos, programas, manuales, textos de pantalla, mensajes de error, etc. Entonces, podemos decir que la localización es una especialidad de la traductología y abarca cualquier tipo de traducción.

Hay muchos blogs que hablan sobre la localización de los videojuegos como, por ejemplo; el blog Actualidad en China (2017) afirma que la localización significa llevar la traducción un paso más allá. Mientras que la traducción solo se basa en traducciones semánticas de las palabras de un idioma a otro. La localización es una traducción donde el mensaje ha sido trabajado y adaptado a las costumbres, expresiones o historia del público meta. Para eso, el traductor debe de prestar mucha atención al registro del lenguaje y conocer con mucha profundidad el idioma y la cultura de origen. Pérez Vítola (2017) menciona que la localización de videojuegos es un procedimiento de culturización de contenidos. Consiste en adaptar la apariencia y el lenguaje de un juego a las costumbres o culturas de un país en específico.

Así mismo afirma que la localización no se limita tan solo a la traducción e interpretación del idioma escrito, muchos especialistas de la localización suelen participar en el diseño de los personajes, escenarios o incluso en la interfaz en general.

Para hacer la localización de un videojuego hay que tener en cuenta la cultura de cada país, según Luis Salvidar y Ricardo Arteche (2017) en su tesis “la localización a través de la franquicia pokémon: elementos traductológicos que conforman un producto de calidad” que los estudios culturales y los estudios de la traducción son las fuentes de nutrición para llevar a cabo una buena localización.

Fouce (2000-2002) dice que los estudios culturales es un campo donde se llevaban a cabo investigaciones entre los medios de información y la cultura popular. En la actualidad, los estudios culturales han ido más allá y se han convertido en un fenómeno global.

Para Fung (2012) en su libro *La guía de mejores prácticas de localización de videojuegos*, define que la culturalización es un proceso que va más allá de la localización, teniendo en cuenta una examinación de suposiciones o elecciones de un videojuego, para que después pueda ser evaluado la viabilidad de esas elecciones creativas tanto en el mercado multicultural mundial como en las regiones específicas. Mientras que la localización solo hace que los gamers entiendan el juego a través de la traducción y la culturalización hace que se involucren a un nivel significativo. Así los gamers no puedan sentirse ajenos al videojuego.

Según Fung (2011) existen tres tipos de niveles de culturalización. Tenemos a la culturalización reactiva hace que el contenido sea viable evitando, por ejemplo, problemas que puedan resultar perturbadores en el mercado de llegada. La localización e internacionalización hace el contenido legible, por ejemplo, trata de usar técnicas habituales de localización para que el juego se entienda. Y, por último, la culturalización proactiva hace que el contenido sea significativo, por ejemplo, adaptando y aportando opciones específicas a cada región para que el juego sea relevante localmente.

También tenemos cuatro variables culturales. La historia la cual es el pasado y presente. Respetar la precisión de ciertos hechos históricos debido a la naturaleza protectora de ciertas culturas hacia su legado histórico.

La religión y creencias, los desarrolladores de los videojuegos tienen que tener mucho tacto a las mecánicas subyacentes de cada región donde sus juegos serán lanzados a la venta. Por lo general, una región que está dirigida por normas sagradas será menos flexible con respecto al contexto en la cual sea presentada la información porque ellos lo consideran un estándar superior al juicio humano.

El origen étnico y fricciones culturales, se encuentran muy aparte de los problemas que hay entre religión e historia, hay muchos problemas que tienen una categoría más amplia con discrepancias, percepciones erróneas entre los grupos culturales. Los más resaltantes son los estereotipos étnicos o culturales también la percepción de la inclusión y exclusión con una respuesta negativa contra un grupo específico.

Las imaginaciones geopolíticas, en algunas ocasiones, los gobiernos nacionales extienden su soberanía geográfica a través de medios digitales, incluyendo mapas en línea y videojuegos. Eso hace que el gobierno afirme que algunos territorios son suyos y deben de ser incluidos en mapas o mundo de un videojuego.

Así mismo Barrera (2018) nos dice que los traductores profesionales de videojuegos deben de tener en cuenta numerosos aspectos al momento de traducir una frase o palabra,

como, por ejemplo, la diferencia cultural y humorística, el estilo de la escritura, las creencias religiosas, las fechas importantes, los personajes famosos de ese país.

Con respecto al subtítulo en los videojuegos Méndez (2017) explica que, desde un comienzo, el texto en los videojuegos ha tenido un rol muy importante en la pantalla para que el usuario supiese que debe de hacer desde inicio de la partida hasta el final. Entre las ventajas del subtítulo, Cintas (2003) menciona que, es rápido y no trabajoso, promueve el estudio de otras lenguas, se conserva las voces de origen, no es caro, se conserva en su totalidad los diálogos originales, es de mucha ayuda para los sordos e inmigrantes y sus desventajas, contamina la imagen original, dispersa la atención con la imagen más el texto escrito más la pista sonora original, es difícil de manipular, mayor reducción del texto original, el gamer se distrae y no lee muy bien y finalmente habiendo dos códigos lingüísticos se puede escuchar distorsionado.

Cintas (2017) también nos comenta de lo que peligrará si un videojuego no contiene subtítulo, puede que el público no le interese la historia, perdiendo así su profundidad argumental o sus planteamientos. Es por eso que el subtítulo es una pieza clave para llegar a los usuarios y también es un elemento crucial el doblaje. Si el producto es doblado también es indispensable que ofrezca un subtítulo de buena calidad para que el usuario pueda adaptarse. Hay algunos usuarios que prefieren disfrutar del idioma original.

Así mismo, la página web Trágora (s.f.) comenta que para realizar una traducción de subtítulos de videojuegos hay que tener muy en cuenta la adaptación cultural según el país e idioma destino, el límite de caracteres y el tiempo en que debe de aparecer el subtítulo en pantalla.

Según Mangiron y O'Hagan (2006) opinan que el doblaje de un videojuego tiene la misma similitud con una película o largometraje de animación. Para traducir el guión se debe de tener en cuenta el tiempo disponible para cada frase, también la sincronización de labios.

Por su parte, Méndez (2015) afirma que las compañías productoras o editoras no toman en cuenta el doblaje porque es mucho más costoso. Pero cabe resaltar que hay un promedio de usuarios que prefieren lo tradicional, suelen ser muy críticos con respecto al trabajo del doblaje como, por ejemplo, criticar a los actores que no hacen una buena interpretación del personaje o el uso de frases sin sentido.

Asimismo, Méndez (2010) afirma que los videojuegos no pretenden competir con las películas, es una modalidad diferente de dar a conocer una historia y sobre todo disfrutarla.

Para esta investigación se ha planteado la siguiente pregunta: ¿Cuál es la influencia de la traducción en la localización de los videojuegos en la comunidad de los gamers?

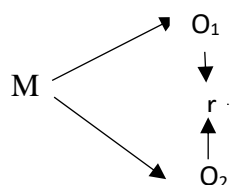
Este presente trabajo tiene como justificación dar a conocer los puntos de vista que tienen los gamers con respecto a la localización de videojuegos, subtítulo y doblaje, ya que estos también forman parte de ello. Es decir, si algún gamer ha encontrado algún error de los indicadores mencionados en un videojuego. Sabiendo que la localización en los videojuegos abarca gran parte de la cultura de un país en específico, pero también es un campo que carece de investigación. Es por ello que, con este estudio se dará a conocer un poco más sobre este tema, que las personas que consumen este producto audiovisual sepan el proceso de transformación por el cual pasan los videojuegos hasta obtener el producto final que ellos disfrutan.

El objetivo general de la presente investigación es determinar la influencia de la traducción en la localización de videojuegos. De esta manera, se han planteado dos objetivos específicos: determinar la influencia del subtítulo en la localización de videojuegos. Determinar también la influencia del doblaje en la localización de los videojuegos.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

El diseño de la presente investigación es no experimental- transversal correlacional



M: Muestra

O₁: Localización

O₂: La traducción

R: Correlación entre dichas variable

2.2. Población

La población es de 30 gamers que asisten al Lan Center o Cibercafé llamado Game Over de Trujillo.

Como muestra se escogieron a 22 gamers de dicha comunidad.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica: Encuesta

Instrumento: Cuestionario

2.4. Procedimiento

- Se hizo una investigación sobre los cibercafés o también conocidos como Lan centers que existen en la ciudad de Trujillo.
- Seleccioné el cibercafé o Lan center “Game Over”, el cual es más concurrido.
- Seleccioné como muestra a un grupo de chicos gamers que asisten a “Game Over”- Trujillo, para obtener la información correspondiente sobre la investigación de la tesis.
- Los encuesté y obtuve datos mediante un cuestionario.

2.5. Método de análisis de datos

El método de análisis de información es inductivo.

2.6. Aspectos éticos

En la presente investigación se respetará la credibilidad y confiabilidad en todo momento, así como también no habrá manipulación con los resultados. Con respecto a los participantes, se reservará la identidad, así mismo, para la redacción de esta investigación se emplearon las normas APA.

III. RESULTADOS

DOBLAJE

Tabla 1:

Desincronización Labial

Variable	Sí	No	%
Doblaje	19		86
		3	14
			100

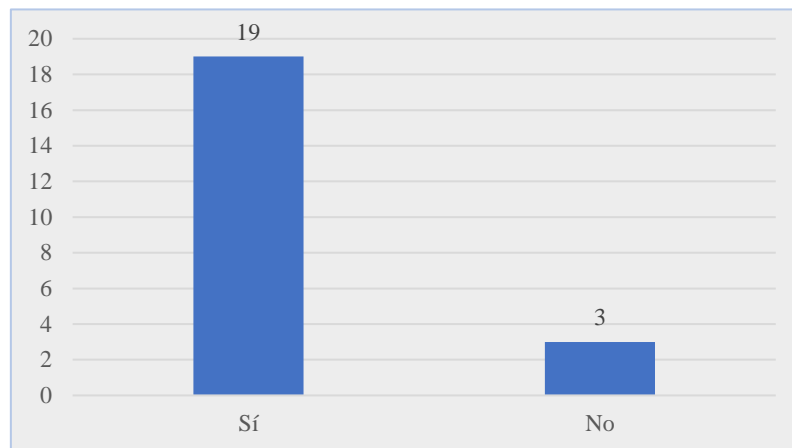


Figura 1. El 86% de los encuestados notaron que sí existe desincronización labial en algún personaje de video juego, mientras que el 14% opinan lo contrario.

Tabla 2:

Doblaje de un videojuego

Variable	Sí	No	%
Doblaje	4		18
		18	82
			100

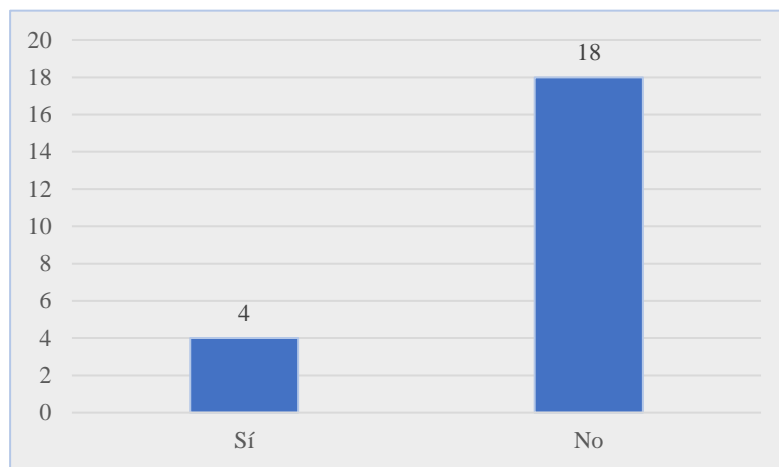


Figura 2. El 82% de los encuestados no creen que al doblar un videojuego se pierde su esencia del original, mientras que el 18% piensa lo contrario.

Tabla 3:

Las voces del doblaje son tan creíbles como la de los personajes originales

Variable	Sí	No	%
Doblaje	13		59
		9	41
			100

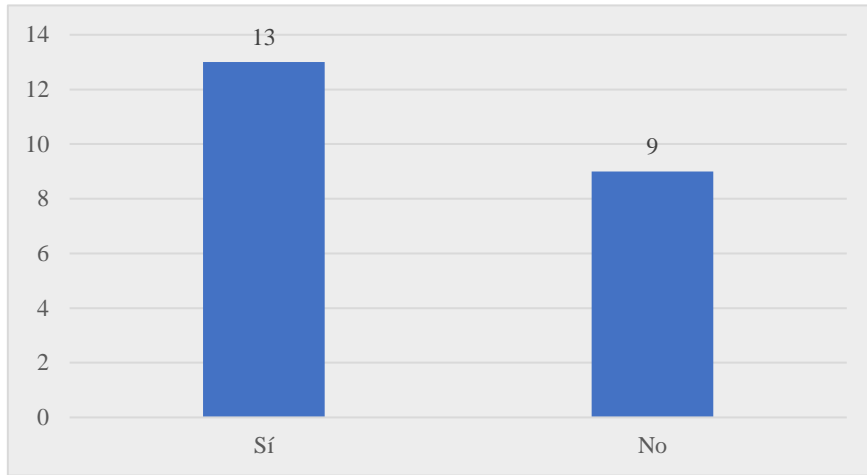


Figura 3. El 59% de los encuestados creen que las voces del doblaje son tan creíbles como las voces originales de los personajes de videojuegos, mientras el 41% piensa lo contrario.

Tabla 4:

La voz del personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud

Variable	Sí	No	%
Doblaje	20		91
		2	9
			100

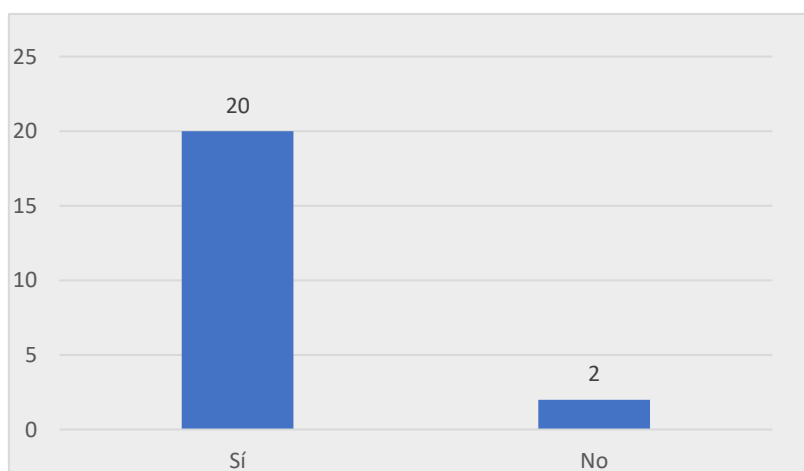


Figura 4. El 91% de los encuestados creen que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar de acuerdo con la apariencia y actitud, mientras que 9% de los encuestados piensa lo contrario.

Tabla 5:

Expresiones faciales de un personaje tiene que estar acorde con su personalidad y las emociones

Variable	Sí	No	%
Doblaje	21		95
		1	5
			100

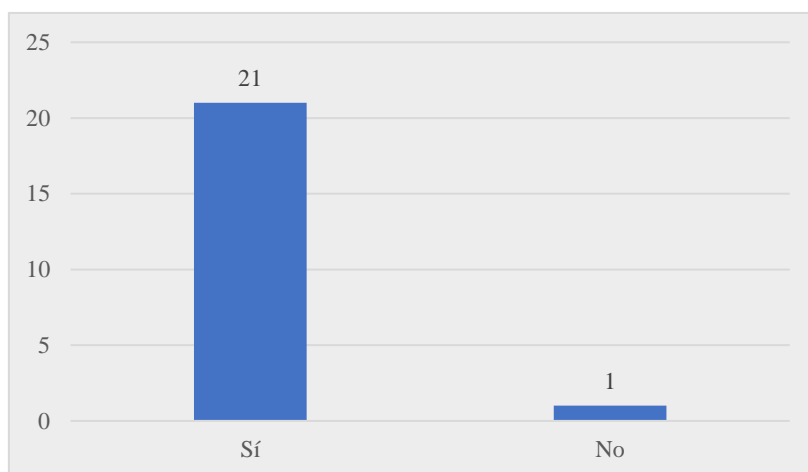


Figura 5. El 95% de los encuestados creen que las expresiones faciales de un personaje deben estar acorde con su personalidad y las emociones que deben transmitir, mientras que el 5% piensa lo contrario.

SUBTITULADO

Tabla 6:

Incomodidad con el tamaño de letra de los subtítulos de algún videojuego

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	9		41
		13	59
			100

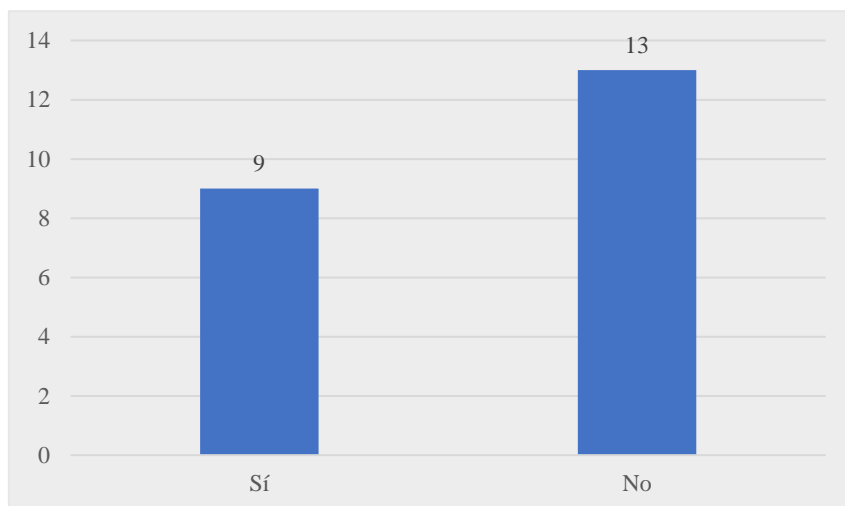


Figura 6. El 59% de los encuestados no le ha incomodado el tamaño de letra de los subtítulos en los videojuegos, pero al 41% sí les ha incomodado.

Tabla 7:

La importancia del contraste en el subtítulo debe ser legible

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	19		86
		3	14
			100

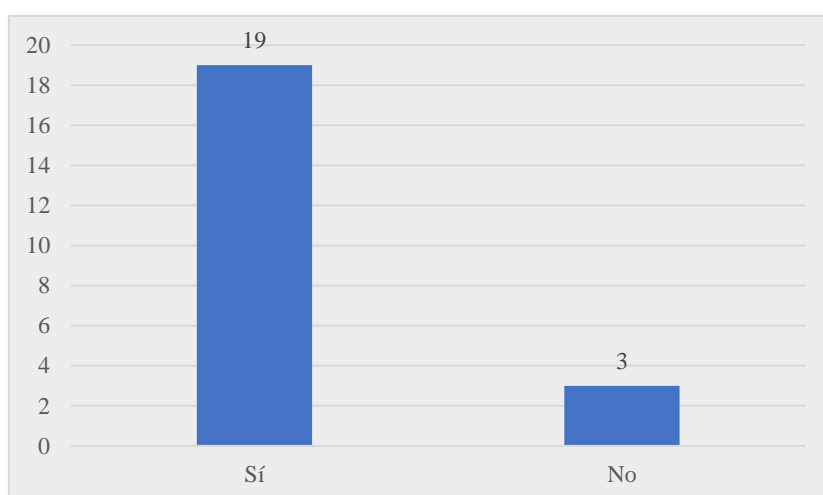


Figura 7. El 86% de los encuestados creen que el contraste del subtítulo debe ser legible, mientras que el 14% piensa que no es importante la legibilidad del subtítulo.

Tabla 8:

Subtitulado con errores gramaticales en los videojuegos

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	4		18
		18	82
			100

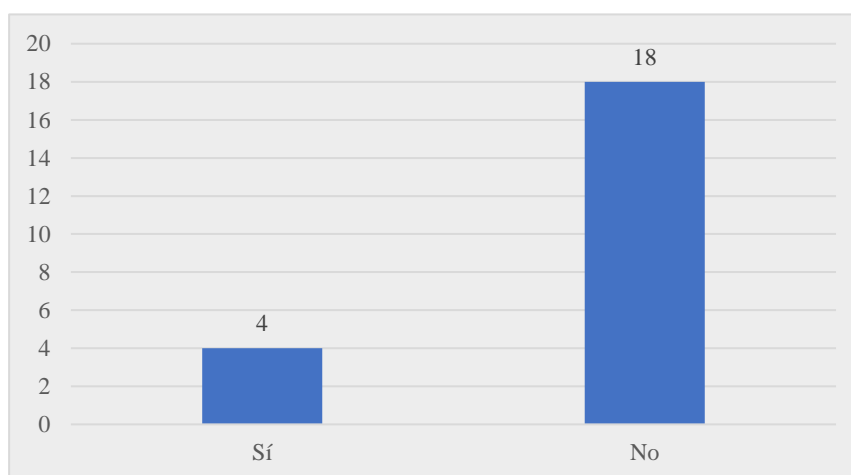


Figura 8. El 18% de los encuestados han notado errores gramaticales en el subtitulado de los videojuegos, mientras que el 82% no ha notado ningún subtítulo con errores gramaticales.

Tabla 9:

El tiempo del subtitulado ha sido muy corto a tal punto que no se pudo leer

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	20		91
		2	9
			100

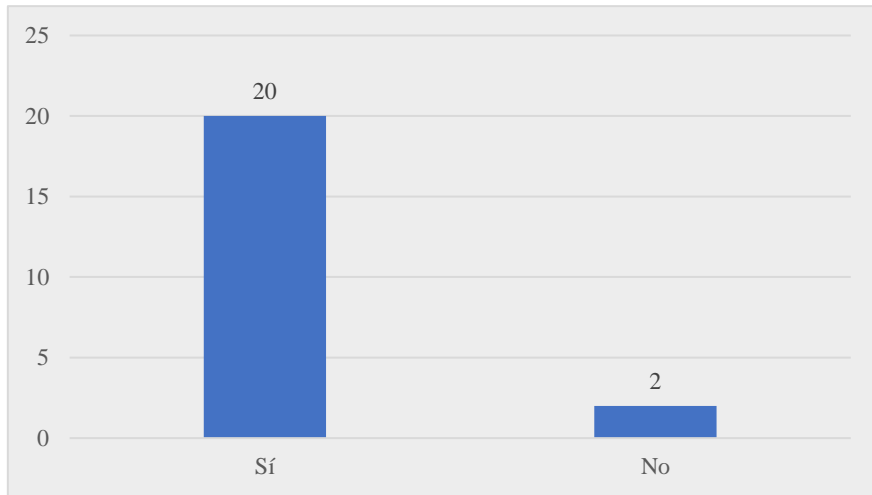


Figura 9. El 91% de los encuestados sí ha notado que el tiempo del subtulado de un videojuego ha sido muy corto en la pantalla al punto de no poder leer, mientras que el 9% no lo ha notado.

Tabla 10:

Desincronización de letra y audio

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	17		77
		5	23
			100

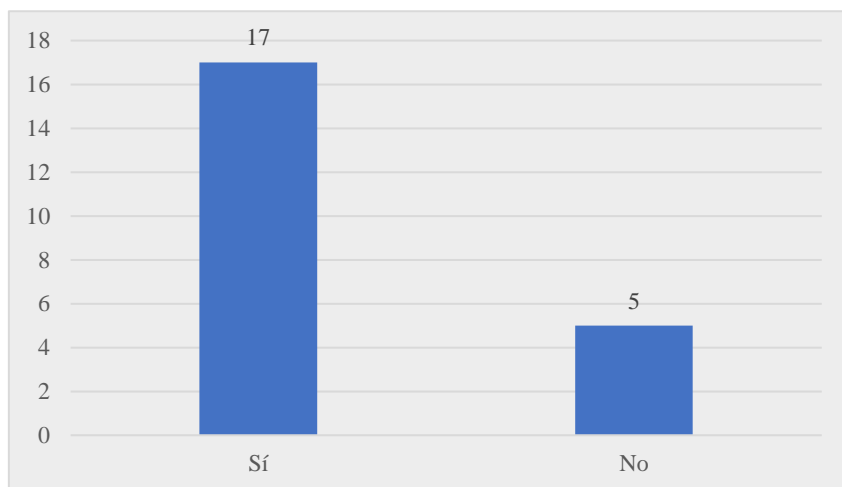


Figura 10. El 77% de los encuestados sí ha notado desincronización de la letra y audio de un videojuego, mientras que el 23% no ha notado ninguna.

Tabla 11:

Demasiado texto en la pantalla

Variable	Sí	No	%
Subtitulado	10		45
		12	55
			100

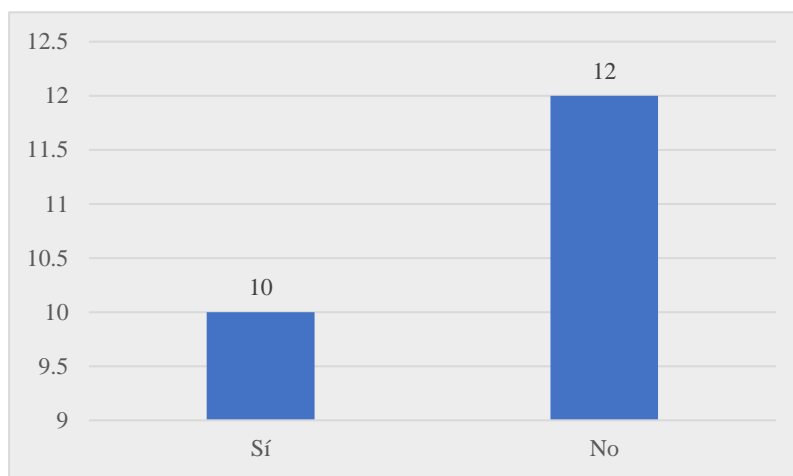


Figura 11. El 55% de los encuestados no ha notado demasiado texto en la pantalla, pero el 45% sí.

IV. DISCUSIÓN

La presente investigación tuvo como principal propósito determinar la influencia de traducción en la localización de videojuegos teniendo en cuenta los objetivos específicos.

A continuación, se discutirán los datos más relevantes en este estudio.

En lo que respecta a la influencia del doblaje el 95% de la población encuestada menciona que la parte más importante son las expresiones faciales de un personaje los cuales deben de estar de acuerdo con la personalidad y las emociones dentro del videojuego seguido del tipo de voz de cada personaje, lo cual es muy esencial en este de contenido audiovisual.

El 82% de la población considera que los videojuegos que han sido doblados tienen la misma esencia que los originales. Así mismo, Manguiron y O'Hagan (2006) señalan que, el doblaje de un videojuego es similar al doblaje de una película o largometraje. Mientras que el 86% ha notado desincronizaciones labiales en los personajes de los videojuegos que han sido doblados. Y según Chaume (2005), es muy importante que haya sincronía labial para que se pueda respetarse el tiempo, espacio y los movimientos corporales de cada personaje. Mangiron y O'Hagan (2006), para ellos es muy importante el tiempo para las frases que se tiene que traducir en el guion, y sobre todo la sincronización de los labios.

En cuanto a la influencia del subtítulo, se puede señalar que el 91% de la población encuestada ha notado que el tiempo de los subtítulos en los videojuegos han sido muy cortos, y la mayoría de ellos de no pudo leer el contenido. Para ellos es un tanto importante para que puedan entender la trama de dicho videojuego. De acuerdo con Trágora (s.f), la traducción de subtítulos de los videojuegos se tiene que tener en cuenta la adaptación cultural según el país e idioma destino, el límite de caracteres y el tiempo que debe de aparecer el subtítulo en la pantalla. Zhang (2015), en la subtitulación es importante medir el tiempo y espacio.

El 86% de la población encuestada cree que es muy importante que el contraste de los subtítulos debe ser legible, para que puedan ser leídos con claridad. Así mismo Cintas (2007) comenta que el subtítulo es una pieza clave y tiene que ser de buena calidad para que el usuario pueda adaptarse, y tener una buena experiencia con el videojuego. Para el 59% de la población no les ha incomodado el tamaño de la letra del subtítulo. El 82% de los encuestados ha notado varios errores gramaticales en el subtítulo de los

videojuegos y según Laureiro (2007) dice que es un bug lingüístico, y es el más común en el subtítulo, engloba los errores gramaticales, puntuación, acentuación, etc. Sin embargo, los traductores deben asegurarse de que la traducción sea correcta y que no haya ningún bug o errores, para eso se tiene que probar el videojuego rigurosamente. El 55% de los encuestados ha notado demasiado texto en la pantalla, y Laureiro (2007) comenta que es un bug cosmético, es decir, cuando hay bastante texto en la pantalla y es muy difícil leer. Igualmente, los traductores deben hacer un control de calidad bastante completo, y así entregar un buen producto para el consumidor.

V. CONCLUSIONES

Después de haber encuestado a un grupo de gamers, se ha concluido que sí hay influencia de la traducción en la localización de videojuegos. Ya que gracias a la encuesta que se aplicó, se pudo conocer los puntos de vista de ellos con respecto a los objetivos específicos que se plantearon en la tesis.

Se determinó que sí hay influencia del doblaje en la localización de videojuegos, según la encuesta realizada se constató que, para los gamers es muy importante que los personajes de videojuegos puedan expresar sus emociones, personalidad y que las expresiones faciales estén acordes con esos aspectos. También que el tipo de voz de cada personaje tiene que estar muy acorde con su apariencia y su actitud. Con respecto al doblaje de los videojuegos, los gamers no creen que se pierda la esencia del videojuego original. Llegamos a concluir que para ellos no es tan importante si el videojuego está doblado o no. Mientras que a otros les importa mucho que las voces dobladas de los personajes sean creíbles como las voces originales.

En lo que respecta al subtítulo concluimos que sí existe influencia, ya que la mayoría de los gamers sí han notado que el tiempo del subtítulo en la pantalla ha sido muy corto, a tal punto que ellos mismos no pudieron leer y eso les pareció muy incómodo, y el contraste del subtítulo tiene que ser muy legible. Es decir, que pueda leerse con claridad. Se pudo comprender que el 59% de los encuestados no les ha incomodado el tamaño de letra del subtítulo, y tampoco han notado demasiado texto en la pantalla en los videojuegos. Sin embargo, algunos gamers han constatado que sí hay errores gramaticales en el subtítulo de videojuegos.

VI. RECOMENDACIONES

Que se abriese un curso completo sobre lo que es la localización de videojuegos, ya que es un tema muy interesante. Sobre todo, que tiene que ver mucho con tecnología, videojuegos y diseño, eso llama atención de los jóvenes.

El mundo audiovisual es muy bonito e interesante, pero también es muy complejo y valdría mucho la pena ser estudiados con profundidad. Habría mucho trabajo en el futuro para los traductores, ya que la tecnología avanzará y con ella los videojuegos.

Referencias

- Álvarez, C. & Almoguera, G. (S/F) *La localización de videojuegos: Un caso de colaboración interdisciplinaria*. Madrid.
- Anastasiou, D. & Schaler, R. (2010). “*Translating vital information: localisation, internationalisation, and globalization*”. *Syntheses Journal*. Recuperado de <http://www.d-anastasiou.com/Publications/Syntheses.pdf>
- Barreras, P. (2018). *Localización de videojuegos. Reportajes*. Marystation. Recuperado de https://as.com/merystation/2003/11/24/reportajes/1069657200_036257.html
- Belli, S. & López, C. (2008). *Breve historia de los videojuegos*. Barcelona.
- Bernal, M. (2006). *On the Translation of Video Games*. *The Journal of Specialised Translation*. Recuperado de http://www.jostrans.org/issue06/issue06_toc.php
- Bernal, M. (2008). *Creativity in the translation of video games*. *Quaderns de Filologia-Estudis Literaris* (Roehampton University London). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/71017603.pdf>
- Cadieux, P. & Esselink, B. (2004). *GILT: Globalization, internationalization, localization, translation*. *Globalization insider*. Recuperado de <https://www.translationdirectory.com/article127.htm>
- Casado, A. (2018a). *La localización de videojuegos del japonés al español: perspectivas traductológicas, lingüísticas y técnicas*. Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.6FDED9A1&lang=es&site=eds-live>
- Casado, A. (2018b). *La localización de videojuegos del japonés al español*. Granada.
- Chandler, H. & Deming, S. (2012). *The game localization handbook (2nd ed.)*. Sudbury, Ontario and London: Jones y Barlett Learning.
- Chaume, F. (2005). *Los estándares de calidad y la recepción de la traducción audiovisual*. Recuperado de <http://wpd.ugr.es/~greti/revista-puentes/pub6/01-Frederic-Chaume.pdf>

- Contreras, R. & Solano, L. (2013). *Videojuegos: conceptos, historia y su potencial como herramientas para la educación*. Revista de investigación. Recuperado de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/04/videojuegos.pdf>
- Crawford, C. (1982). *The art of computer game design*. Berkeley, CA: McGraw-Hill/Osborne Media. Recuperado de https://www.digitpress.com/library/books/book_art_of_computer_game_design.pdf
- Di Marco, F. (2007). *Cultural Localization: Orientation and Disorientation in Japanese Video Games*. Revista Tradumàtica. Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació. Recuperado de <http://www.fti.uab.cat/tradumatica/revista/num5/articles/06/06.pdf>
- Díaz, D. (2011). *La traducción amateur de videojuegos al español*. Trans. Revista de Traductología. Recuperado de http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_15/69-82.pdf
- Dong, L. (2018). *La localización de videojuegos en China: Estudio de caso de la traducción de League of Legends*. (Universitat Autònoma de Barcelona). Recuperado de <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edstdx&AN=edstdx.10803.666605&lang=es&site=eds-live>
- Fouche, H. (2002). *Estudios culturales: contexto, métodos y teorías* [Página web]. Consultado el 30 de octubre de 2016 y disponible en: http://fouche.net/Docencia/Curso_estudios_culturales.htm
- Gil, M. (2017). *La localización de videojuegos hecha por aficionados: el caso de Undertale*.
- Granell, X. (2012). *La localización de videojuegos: retos de una formación especializada. Estudios de traducción e interpretación*. Vol. II. Entornos de especialidad, pp. 25-34. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I.
- Kirriemuir, J. & McFarlane, A. (2005). *Literature review in games and learning*. Futurelab report. Bristol.
- Darkor, L. (2016). *Traducción y localización de videojuegos*. Todas gamers [Página web]. Recuperado en <https://todasgamers.com/2016/11/29/traduccion-y-localizacion-de-videojuegos/>
- López, C. (2013). *El videojuego como práctica discursiva contemporánea. Pokémon y la naturalización de la realidad social neoliberal*. (Tesis doctoral. Departamento de

- Psicología Social, Universitat Autònoma de Barcelona). Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tesis/2014/hdl_10803_130793/clr1de1.pdf
- Loureiro, M. (2007). *Paseo por la localización de un videojuego*. Revista Tradumática. Recuperado de <http://webs2002.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/03/03.pdf>
- Mangiron, C. & O'Hagan M. (2006): "*Game localisation: unleashing imagination with 'restricted' translation*". The Journal of Specialised Translation. Recuperado de http://www.jostrans.org/issue06/art_ohagan.php
- Méndez, R. (2012). *Traducción y paratraducción de videojuegos: textualidad y paratextualidad en la traducción audiovisual y multimedia*. Vigo.
- Méndez, R. (2017). *Subtítulos y videojuegos: en busca de una norma que mejore la experiencia del usuario*. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/68115/1/Quaderns-de-Cine_12_08.pdf
- Méndez, R. (2010). "*La traducción, un factor clave*". En *Meristation.com*. [En línea]. Recuperado de http://www.meristation.com/v3/des_articulo.php?id=cw4b519f8f7bae8&pic=GEN&idj=&idp=. [Consulta: 10 de diciembre de 2014]
- Méndez, R. (2013). "*Localización de videojuegos: necesidades y posibilidades de la traducción del siglo XXI*". Montero, Xoán (ed.). Traducción para la comunicación internacional. Granada: Editorial Comares.
- Méndez, R. (2014). *Traducir para un nuevo entorno cultural: el sector de los videojuegos*. Montero, Xoán (ed.). Traducción e industrias culturales. Frankfurt am Main: Peter Lang. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6463719>
- Mora, E. & Guitiérrez, S. (2017). *El uso de herramientas TAO en la localización de videojuegos*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/tfg_96215/TFM_SaraGutierrez_EnriqueMora.pdf
- Mora, E. & Guitiérrez, S. (2017). *El uso de herramientas tao en la localización de videojuegos caso práctico del videojuego wanted dragon*. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/tfg_96215/TFM_SaraGutierrez_EnriqueMora.pdf
- Munday, J. (2008). *Introducing Translation Studies. Theories and Applications*. Segunda edición. London y New York. Routledge. Recuperado de

<https://pdfs.semanticscholar.org/be3d/4d99860b6a5837542e98a1a034dbdaf667c4.pdf>

Muñoz, P. (2007). *Manual de Traducción de Videojuegos*.

Muñoz, J. (2018). *Aspectos culturales relacionados con la localización de videojuegos con énfasis en sus implicaciones técnicas*. Recuperado de [https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/tfg_96156/Aspectos culturales relacionados con la a localizacion de videojuegos Javier Mun oz.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/tfg_96156/Aspectos_culturales_relacionados_con_la_localizacion_de_videojuegos_Javier_Munoz.pdf)

Newzoo. (2018). *Mobile Revenues Account for More Than 50% of the Global Games Market as It Reaches \$137.9 Billion in 2018*. Recuperado de <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-137-9-billion-in-2018-mobile-games-take-half/>

O'Hagan, M. (2003). *Training translators to localize*. En *Localization and Translator Training, una conferencia en línea 20-29 de noviembre 2003*. Recuperado de http://isg.urv.es/seminars/2003_localization_online/ohagan.html

Palacios, A. (2014). *La traducción Audiovisual: El proceso de localización de videojuegos*. Murcia.

Pérez, F. (s.f.). *Localización de videojuegos: del chino al español*. Actualidad en china. Recuperado de <https://perezvitola.com/localizacion-de-videojuegos/>

Pérez, L. (2010). *La Localización de videojuegos (inglés-español): aspectos técnicos, metodológicos y profesionales* (Tesis doctoral, Universidad de Málaga). Recuperado de <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4040/Tesis%20Lucila%20Mar%20C3%ADa%20P%20C3%A9rez%20Fern%20A1ndez.pdf?sequence=6>

Plaza, C. & Grau, C. (2018). *La localización de videojuegos, propuesta didáctica para la clase de traducción*. Recuperado de http://www.trans-kom.eu/bd11nr02/trans-kom_11_02_04_Plaza_Grau_Videojuegos.20181220.pdf

Roturier, J. (2003). *Video Games Localization: Constraints and Choices in the Industry*. Tesis de fin de Máster. Universidad Ciudad de Dublín.

Salvidar, L. & Arteché, R. (2017). *La localización a través de la franquicia Pokémon: elementos traductológicos que conforman un producto de calidad*. (Tesis pregrado) Universidad Autónoma de Baja California.

- Scholand M. (2002). *Localización de videojuegos. Traducción y Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Revista Tradumática. España. Recuperado de <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/articles/mscholand/mscholand.PDF>
- Vela, J. (2005). “*La localización de videojuegos*”, en Reineke, D. (dir.) Traducción y localización. Mercado, gestión y tecnologías. Las Palmas: Anroart. pp.253-284.
- Vernet, X. (2015). *Dificultad en la traducción de videojuegos final fantasy VII y su localización oficial*. Barcelona.
- Yuste, J. (2014). *Traducción y paratraducción en la localización de videojuegos*.

ANEXOS


MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA
Localización	Según Scholand (2002) dice que este término proviene de la palabra <i>locale</i> , tiene algo de relación con la región geográfica que está caracterizado por la cultura y lengua. Por lo que respecta, la localización es una adaptación de algún producto que pueda tener un buen resultado en otra cultura destino.	La recolección de datos se hará mediante una encuesta con preguntas cerradas.	Cultura	Adaptación del software. Compatibilidad del sistema operativo. Adaptación cultural. Adaptaciones de los alfabetos. Adaptación lingüística.	Nominal
Traducción	El blog Actualidad en China (2017) afirma que la traducción se basa en traducciones semánticas de las palabras de un idioma a otro. La localización es una traducción donde el mensaje ha sido trabajado y adaptado a las costumbres, expresiones o historia del público meta.	La recolección de datos se hará mediante una encuesta con preguntas cerradas.	Doblaje	Doblaje: Desincronización labial. Expresiones faciales de los personajes. Tipo de voz que tiene cada personaje.	Nominal
			Subtitulado	Subtitulado: El tamaño de letra. Contraste de la letra. Velocidad del subtítulo. Errores gramaticales. Desincronización letra y audio. Demasiado texto en la pantalla.	

INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA VARIABLE

DIMENSION	INDICADOR	ITEM	OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACIÓN DE			OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				DIMENSION CON VARIABLE (SI/NO)	INDICADOR CON DIMENSION (SI/NO)	ITEM CON INDICADOR (SI/NO)	
Doblaje	Desincronización labial	1. ¿Ha notado alguna desincronización labial en algún personaje de videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
		6. ¿Cree usted que al doblar un videojuego se pierde la esencia del videojuego original?	Cerrada	SI	SI	SI	
	Tipo de voz de los personajes	2. ¿Cree usted que las voces del doblaje son tan creíbles como las voces originales de los personajes de videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	
		3. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud?	Cerrada	SI	SI	SI	
		4. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su personalidad y las emociones que quiere transmitir para que se vea más real?	Cerrada	SI	SI	SI	
		5. ¿Cree usted que las expresiones faciales de un personaje deben estar acorde con su personalidad y las emociones que quiere transmitir para que se vea más real?	Cerrada	SI	SI	SI	
	Expresiones faciales de los personajes	11. ¿Cree usted que las expresiones faciales de un personaje deben estar acorde con su personalidad y las emociones que quiere transmitir para que se vea más real?	Cerrada	SI	SI	SI	
		4. ¿Alguna vez le ha incomodado el tamaño de letra de los subtítulos en algún videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
		9. ¿Cree usted que es importante que el contraste del subtítulo debe ser legible?	Cerrada	SI	SI	SI	
		7. ¿Ha notado algún subtítulo con errores gramaticales en los videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	
Subtitulado	El tamaño de la letra		Cerrada	SI	SI	SI	
	Contraste de la letra		Cerrada	SI	SI	SI	
	Errores gramaticales		Cerrada	SI	SI	SI	

Velocidad del subtítulo	9	10. ¿Alguna vez ha notado que el tiempo del subtítulo de un videojuego ha sido muy corto en la pantalla a tal punto que no pudo leer?	Cerrada	SI	SI	SI	
Desincronización letra y audio	10	8. ¿Ha notado alguna desincronización de letra y audio en un videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
Demasiado texto en la pantalla	11	5. ¿Alguna vez ha notado demasiado texto en la pantalla a tal punto de incomodarte?	Cerrada	SI	SI	SI	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR	¿RECOMIENDA SU APLICACIÓN? (SI/NO)
Gonzalez Castorena Ana	Si
TÍTULO Licenciada en Educ. Secundaria Idiomas: Extranjeras : Inglés, Francés	FIRMA
GRADO Magister	
FECHA 14/10/19.	

INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA VARIABLE

DIMENSION	INDICADOR	ITEM	OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACION DE			OBSERVACIÓN Y/O RECOMENDACIÓN
				DIMENSION CON VARIABLE (SI/NO)	INDICADOR CON DIMENSION (SI/NO)	ITEM CON INDICADOR (SI/NO)	
Doblaje	Desincronización labial	1. ¿Ha notado alguna desincronización labial en algún personaje de videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
		2. ¿Cree usted que al doblar un videojuego se pierde la esencia del videojuego original?	Cerrada	SI	SI	SI	
	Tipo de voz de los personajes	3. ¿Cree usted que las voces del doblaje son tan creíbles como las voces originales de los personajes de videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	
		2. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud?	Cerrada	SI	SI	SI	
		4. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud?	Cerrada	SI	SI	SI	
		3. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud?	Cerrada	SI	SI	SI	
	Expresiones faciales de los personajes	5. ¿Cree usted que las expresiones faciales de un personaje deben estar acorde con su personalidad y las emociones que quiere transmitir para que se vea más real?	Cerrada	SI	SI	SI	
		6. ¿Alguna vez le ha incomodado el tamaño de letra de los subtítulos en algún videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
Subtitulado	El tamaño de la letra	7. ¿Cree usted que es importante que el contraste del subtitulado debe ser legible?	Cerrada	SI	SI	SI	
	Contraste de la letra	8. ¿Ha notado algún subtitulado con errores gramaticales en los videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	

Velocidad del subtítulo	9	10. ¿Alguna vez ha notado que el tiempo del subtítulo de un videojuego ha sido muy corto en la pantalla a tal punto que no pudo leer?	Cerrada	Si	Si	Si	
Dsincronización letra y audio	10	8. ¿Ha notado alguna dsincronización de letra y audio en un videojuego?	Cerrada	Si	Si	Si	
Demasiado texto en la pantalla	11	5. ¿Alguna vez ha notado demasiado texto en la pantalla a tal punto de incomodarle?	Cerrada	Si	Si	Si	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		¿RECOMIENDA SU APLICACIÓN? (SI/NO)
Bogotá Tovar Eduardo		SI
TÍTULO	licenciado en Educ Secundaria	FIRMA
GRADO	Magister	
FECHA	17/10/19	

INSTRUMENTO PARA EVALUAR LA VARIABLE

DIMENSION	INDICADOR	ITEM	OPCIÓN DE RESPUESTA	RELACION DE			OBSERVACION Y/O RECOMENDACION	
				DIMENSION CON VARIABLE (SI/NO)	INDICADOR CON DIMENSION (SI/NO)	ITEM CON INDICADOR (SI/NO)		
Doblaje	Desincronización labial	1	1. ¿Ha notado alguna desincronización labial en algún personaje de videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
		2	6. ¿Cree usted que al doblar un videojuego se pierde la esencia del videojuego original?	Cerrada	SI	SI	SI	
		3	2. ¿Cree usted que las voces del doblaje son tan creíbles como las voces originales de los personajes de videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	
		4	3. ¿Cree usted que el tipo de voz de cada personaje doblado tiene que estar acorde con su apariencia y actitud?	Cerrada	SI	SI	SI	
		5	11. ¿Cree usted que las expresiones faciales de un personaje deben estar acorde con su personalidad y las emociones que quiere transmitir para que se vea más real?	Cerrada	SI	SI	SI	
		6	4. ¿Alguna vez le ha incomodado el tamaño de letra de los subtítulos en algún videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
		7	9. ¿Cree usted que es importante que el contraste del subtítulo debe ser legible?	Cerrada	SI	SI	SI	
Subtitulado	El tamaño de la letra	8	7. ¿Ha notado algún subtítulo con errores gramaticales en los videojuegos?	Cerrada	SI	SI	SI	
		9	Contraste de la letra	Cerrada	SI	SI	SI	
		10	Errores gramaticales	Cerrada	SI	SI	SI	

Velocidad del subtítulo	9	10. ¿Alguna vez ha notado que el tiempo del subtítulo de un videojuego ha sido muy corto en la pantalla a tal punto que no pudo leer?	Cerrada	SI	SI	SI	
Desincronización letra y audio	10	8. ¿Ha notado alguna desincronización de letra y audio en un videojuego?	Cerrada	SI	SI	SI	
Demasiado texto en la pantalla	11	5. ¿Alguna vez ha notado demasiado texto en la pantalla a tal punto de incomodarte?	Cerrada	SI	SI	SI	

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR		¿RECOMIENDA SU APLICACIÓN? (SI/NO)	
Medina Lescano Miguel Angel		SI	
TITULO Licenciado en educación Secundaria Mención: Idiomas extranjeros: inglés - Francés		FIRMA	
GRADO Doctor		[Firma]	
FECHA 24/10/19.			