

ISSN: 1579-9794

Traducir videojuegos en España: estado actual de la profesión

Translating video games in Spain: Current state of the profession

RUBEN GONZÁLEZ PASCUAL
ruben.gonzalez-pascual@uv.es
Universitat de València

JOSÉ-FERNANDO CARRERO-MARTÍN
jose.f.carrero@uv.es
Universitat de València

Fecha de recepción: 20/09/2024

Fecha de aceptación: 04/06/2025

Resumen: En las últimas décadas, el mercado de los videojuegos como producto de entretenimiento ha experimentado un enorme crecimiento en todo el mundo, superando incluso a industrias como el cine o la música. Como consecuencia, la localización de videojuegos es uno de los mercados más lucrativos en la industria de los servicios lingüísticos y muchas agencias de traducción especializadas en este ámbito han obtenido beneficios millonarios en los últimos años. No obstante, parece existir disparidad entre la bonanza económica de la que disfrutaban estas empresas y la situación que viven los profesionales con los que colaboran que, en muchas ocasiones, parecen afrontar unas condiciones laborales que no se corresponden con las que cabría esperar de una profesión que requiere de formación universitaria.

Así, con el fin de conocer el estado actual de la profesión de la traducción de videojuegos en España, en el presente artículo llevamos a cabo un estudio de enfoque cuantitativo y alcance exploratorio y descriptivo en el que se recoge, mediante una encuesta, el perfil socioprofesional y las perspectivas y opiniones de los profesionales de la traducción de videojuegos para el mercado español. Nuestros resultados no solo muestran las principales características de este tipo de encargos, sino también el perfil profesional y formativo de las personas encuestadas, además de comentarios que apuntan a una insatisfacción y preocupación generalizadas por la situación actual y la deriva que está adoptando el sector.

Palabras clave: Localización, Traducción de videojuegos, Deontología, Perfil socioprofesional, Industria

Abstract: Over the past decades, the video game market as an entertainment product has experienced tremendous growth worldwide, even surpassing the film and music industries. As a result, video game localisation has become one of the most lucrative markets in the language services industry, with many translation agencies specialised in this field making millions in profits. However, there seems to be a disparity between the bonanza enjoyed by these companies and the situation of the professionals with whom they collaborate, who often seem to face working conditions that do not correspond to those that would be expected in a profession that requires university training.

Thus, in order to learn about the current state of the video game translation profession in Spain, in this paper we carry out a quantitative study with an exploratory and descriptive scope, in which we conducted a survey to collect the socio-professional profile and the perspectives and opinions of video games translators for the Spanish market. Our results not only show the main characteristics of this type of tasks, but also the professional and educational profiles of the people surveyed, as well as feedback that points to a generalised dissatisfaction and concern about the current situation and the future trends in the industry.

Keywords: Localisation, Video game translation, Deontology, Socio-professional profile, Industry

INTRODUCCIÓN

Durante las últimas décadas, ha habido un enorme crecimiento de los videojuegos -programas capaces de generar textos audiovisuales destinados generalmente al entretenimiento y con los que se interactúa mediante una pantalla según reglas preestablecidas (Mejías-Climent, 2019, p. 26)- como fenómeno sociocultural. Según un artículo de *The Economist* (Ready player four billion: the rise of video games, 2023, párr. 3), en 2022, cuatro de cada diez personas en todo el mundo consumían este medio de entretenimiento -en el caso de los países desarrollados, dos tercios de la población-. También se ha dado un cambio demográfico en la forma de jugar: mientras que, anteriormente, este pasatiempo se vinculaba a los jóvenes y las principales plataformas de juego eran las videoconsolas, hoy en día se vincula a franjas de edad más elevadas -entre los 55 y los 64 años inclusive-, y las tabletas y los teléfonos inteligentes se han convertido en los dispositivos principales, lo que facilita el acceso a estos programas (Ready player four billion: the rise of video games, 2023, párr. 3-4). Más aún, los videojuegos ya no están restringidos al ámbito del entretenimiento, sino que se emplean en campos como la sanidad, la educación o la publicidad (Mangiron, 2018, p. 123).

Esto ha hecho crecer el mercado de los videojuegos hasta superar en valor a la industria del cine y de la música juntas (Arora, 2023, párrs. 2-3). Según el informe anual de Newzoo (2024, pp. 20-23), el mercado de los videojuegos generó cerca de 184 mil millones de dólares en 2023 y se espera que esta cifra continúe aumentando en los próximos años. Igualmente, el informe indica que el consumo de videojuegos se da en gran parte del mundo y que, de hecho, en 2023 se incrementaron los beneficios que estos productos generaban en las cinco regiones en las que se centra el estudio -Norteamérica, Latinoamérica, Europa, África y Oriente Medio y Asia-Pacífico- (2024, p. 21).

Así pues, el mercado de los videojuegos es internacional. Esto ha empujado desde hace años a las empresas desarrolladoras a apostar por la localización -entendida como el proceso de adaptación lingüística, cultural, técnica y legal de un producto a un mercado meta (Bernal Merino, 2006, p. 31)- con el fin de comercializar sus videojuegos en otros países de manera más efectiva para aumentar sus ingresos (Mejías-Climent, 2019, p. 61). En este proceso, la traducción supone una fase clave. De acuerdo con Granell *et al.* (2015):

La traducción constituye el proceso principal de la localización y su objetivo es producir una versión de cada uno de los componentes de videojuego mencionados en la lengua de destino del mercado meta que lingüísticamente sea correcta y se perciba de manera natural. (p. 57)

Esta apuesta económica de las desarrolladoras por localizar sus videojuegos ha dado lugar a una notable industria con el fin de hacer frente a la gran cantidad de palabras que precisan traducción -que, dependiendo del juego, puede estar entre los miles y los millones (Overseas Translations S.L., s.f., párr. 15)-. Como resultado, las agencias de traducción especializadas en videojuegos han experimentado un gran crecimiento; en el último listado de los 100 principales proveedores de servicios lingüísticos del mundo que elabora anualmente la empresa Nimdzi (2024) pueden encontrarse tres agencias dedicadas a esta disciplina entre las diez primeras (Keywords Studios, Lionbridge y PoleToWin). A su vez, esto representa una oportunidad para quienes se dedican a la traducción, pues se precisa de profesionales que puedan responder a la amplia demanda que ofrece este mercado.

Por su parte, nuestro país no ha sido ajeno a este fenómeno. De acuerdo con la Asociación Española de Videojuegos (AEVI), este sector tuvo una facturación de 2339 millones de euros en 2023 (un crecimiento del 16,3 % respecto al año anterior), lo que convierte a España en el tercer mercado de la Unión Europea, por detrás de Alemania y Francia. Asimismo, esta asociación calcula que hay más de 20 millones de personas que juegan

a videojuegos en nuestro país (AEVI, 2024, párr. 3). Podemos relacionar estos datos con los resultados de la investigación de González Tardón (2023, p. 37), quien afirma que la localización de videojuegos al castellano tiene «un efecto positivo y significativo [...] en la mejora de las ventas de videojuegos». Esto se refleja, de nuevo, no solo en la existencia de agencias dedicadas a la localización de videojuegos, sino también en el alto número de profesionales que se han especializado en este campo. Como ejemplo, si bien resulta imposible determinar cuántas personas se dedican a la traducción de videojuegos en España al no existir un censo oficial, la Asociación de Traducción y Adaptación Audiovisual de España (ATRAE) cuenta, según su base de datos, con 189 miembros que ofrecen este servicio. A esto habría que sumar aquellas personas ajenas a esta asociación que se dediquen a la traducción de videojuegos para el mercado de España.

Sin embargo, pese a que la traducción de videojuegos se antoja un mercado aparentemente interesante, sus condiciones no siempre parecen favorables. En una entrada de blog de la empresa Trágora Formación, distintos profesionales listan una serie de retos y dificultades relacionados con esta modalidad: falta de materiales de referencia, recepción de las líneas de diálogo desordenadas, falta de contexto a la hora de traducir, dinámicas de trabajo en equipo muy exigentes, plazos de entrega abusivos, entre otros. (Trágora Formación, s.f.). Asimismo, en un reportaje para *elDiario.es*, Crimental (2023) recoge los problemas relativos a la acreditación de la labor de las personas encargadas de traducir videojuegos, dado que, en muchas ocasiones, las agencias de traducción intermediarias se niegan a concederla, imponen cláusulas de confidencialidad abusivas, no facilitan los nombres de los profesionales que han participado en proyectos aun cuando se les solicita o, incluso, los coaccionan para que no divulguen los proyectos en los que han participado. Esto, recuerda el reportaje, no solo supone un escollo para demostrar la experiencia acumulada, sino que es una vulneración de los derechos de autoría (Crimental, 2023, párr. 3). De la misma manera, recientemente se produjo una huelga de profesionales de la localización de videojuegos en Keywords, empresa ya mencionada, debido a que, a pesar de los beneficios económicos que lleva generando desde hace años, anunció despidos en filiales como Italia o España. Como consecuencia de esta huelga, a la que se sumaron también traductores y traductoras autónomas para protestar contra los plazos y tarifas abusivas (Ceruti, 2024 párr. 2), Keywords canceló este despido colectivo, si bien la compañía no ha descartado iniciar planes similares en un futuro (UNI Global Union, 2024, párrs. 1-4).

En lo que respecta a la investigación en localización de videojuegos, esta no se consolidó hasta la década pasada (O'Hagan y Chandler, 2016, p.

312). De acuerdo con Mejías-Climent (2022, p. 158), esto ha provocado que la industria no haya podido beneficiarse desde sus inicios de las ventajas que puede ofrecer la investigación. Más aún, la autora defiende la necesidad de que la industria y la academia estrechen lazos, y de que la comunidad investigadora adquiera un mayor conocimiento de la profesión, todo ello con el fin de poder aportar una perspectiva útil a las y los profesionales. En este sentido, parece haber una falta de investigaciones que profundicen en la situación profesional de la traducción de videojuegos.

Con el propósito de contribuir a llenar este vacío, en la presente investigación llevaremos a cabo un estudio cuantitativo de carácter descriptivo y exploratorio para conocer la situación de las personas profesionales de la traducción de videojuegos en España. Para ello, nos marcamos los siguientes objetivos: 1) trazar el perfil de los traductores de videojuegos que trabajan para el mercado de España; 2) describir las características de estos encargos (lenguas origen [LO] y lenguas meta [LM] más frecuentes, tipos de proyectos, clientes más comunes, tarificación, entre otros.) y 3) recoger las posturas y opiniones acerca de las condiciones en las que se lleva a cabo su labor profesional.

1. LA LOCALIZACIÓN DE VIDEOJUEGOS

Como ya hemos comentado, «la localización consiste en la adaptación de un producto de *software* a un determinado *locale* o mercado meta» e «implica no solo el trasvase del código lingüístico, sino otros procesos de modificación [...] de forma que se convierta en un producto plenamente natural y funcional para el consumidor meta» (Mejías-Climent, 2023, p. 178). Más específicamente, la localización de videojuegos podría definirse como el proceso de «adaptar el contenido de un videojuego para una determinada región de forma lingüística y cultural con el fin de que los usuarios de las versiones localizadas disfruten de la misma experiencia que aquellos para los que fue concebido originalmente» (Muñoz Sánchez, 2017, p. 12).

Existe cierto debate alrededor de la ubicación de la localización de videojuegos dentro de los estudios de traducción (véase Vázquez Rodríguez, 2021). Si bien no pretendemos abordar este debate, en el presente estudio entenderemos la localización de videojuegos como una modalidad de traducción audiovisual (TAV), dado que «un videojuego [...] es un producto audiovisual, que se transmite a través del canal acústico y visual, y que cuenta con sus propias restricciones, muchas de ellas compartidas con otros productos audiovisuales» (Vázquez Rodríguez, 2018, p. 36). De hecho, Mejías-Climent (2021, p. 107) afirma que los videojuegos representan el ejemplo más complejo de texto audiovisual, pues combinan los canales acústico y visual con el táctil.

Volviendo a la consideración de la localización de videojuegos como un proceso específico, Granell *et al.* (2015, pp. 61-62) lo dividen en las fases de gestión, organización (que puede entenderse como una parte de la fase anterior o como una fase independiente), traducción, integración y control de calidad, cada cual con sus propios agentes implicados:

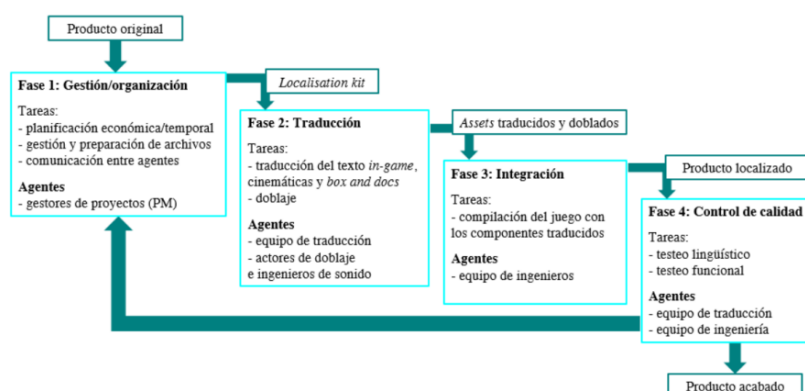


Figura 1. Proceso de localización de videojuegos con los agentes participantes
Fuente. Granell *et al.* (2015, p. 62)

Dicho esto, Mejías-Climent (2021, p. 111) apunta a que este proceso puede variar de un producto a otro según la empresa, el modelo de localización (interna, externa o mixta) o el tipo de localización, que puede ser completa, parcial o *box and docs*. En esto último puede influir el tipo de videojuego, pues, mientras que los juegos de gran presupuesto, denominados AAA, suelen recibir localización completa para incrementar su índice de ventas en territorios extranjeros, esto es menos común en títulos con un presupuesto menor, como los denominados AA o los desarrollados por estudios independientes (Mangiron, 2016, p. 191).

A efectos de este estudio, la fase que nos resulta relevante, y en la que queremos profundizar, es la de traducción. Los agentes implicados en ella son las personas encargadas de la traducción, la revisión y la posesición -es decir, la corrección de traducción automática (TA) en bruto por parte de un traductor humano (O'Brien, 2011, p. 197), práctica que viene empleándose en la industria desde la década pasada (Mangiron, 2018, p. 132)-. Estas labores pueden desempeñarse por cuenta propia como en plantilla. En relación con esta fase, Chandler (2005, pp. 138-142) habla de que el material traducible de un videojuego se compone de los siguientes elementos: 1) texto en pantalla (texto escrito en la interfaz de usuario), 2) componentes artísticos

(gráficas e imágenes del juego), 3) audio y cinemáticas (texto en formato sonoro) y 4) material impreso (componentes en papel que acompañen al juego). Estos elementos, tal y como afirma Mejías-Climent (2019, p. 89), se preparan y entregan al equipo de traducción en forma de cadenas de texto, también denominadas *strings*.

Una característica destacable de esta modalidad de traducción son las lenguas de trabajo que entraña. Según indica Mangiron (2020, p. 15), «most games are developed in English or Japanese». No obstante, la LO principal es el inglés, pues el uso de este idioma como lengua pivote (LP) es habitual en la industria (Carrero y Reverter Oliver, 2023, p. 9). En lo que respecta a la LM, las principales han sido tradicionalmente el francés, el italiano, el alemán y el castellano (también conocidas como *FIGS* por su nomenclatura en inglés: *French, Italian, German, Spanish*). Además, en los últimos años ha destacado la traducción a otros idiomas, como el coreano, el chino, el ruso, el polaco, el portugués brasileño, el turco o el tailandés (Mangiron, 2020, p. 15).

Por su parte, Méndez González y Calvo-Ferrer (2017, pp. 91-112) destacan que, al traducir, es posible encontrar lenguaje especializado, terminología específica y humor, y son comunes las variables y el código dentro del texto, la restricción de caracteres y la ausencia de contexto. También indican que el traductor puede hacer frente a otros tipos de textos relacionados con el videojuego en sus encargos, como publicitarios o legales (p. 147). Otra característica de la traducción de videojuegos en el marco europeo es que debe ceñirse a la normativa PEGI (Pan European Game Information), un sistema de clasificación por edades específico de los videojuegos que obliga a adaptar el contenido a una edad determinada, lo que puede condicionar la traducción (Pérez Fernández, 2010, pp. 125-126).

Otra de las características principales de la traducción de videojuegos es el uso de herramientas informáticas específicas. Tal y como comenta Mangiron (2020, p. 17), el uso de herramientas de traducción asistida por ordenador (TAO) está extendido en la industria, como también los programas de hojas de cálculo. De hecho, la autora añade que, en muchos casos, «Excel is the favored file format for developers because it makes importing and exporting text into the code very easy». Igualmente, estos programas ofrecen la posibilidad de emplear tantas columnas como se desee, permiten ver el código de cada segmento, la posible información contextual que se haya añadido, el nombre y el género del personaje que habla y a quién se dirige o cualquier otro dato que pueda resultar relevante. Dicho esto, para facilitar la labor traductológica y exprimir todos los recursos que ofrecen las herramientas TAO, se suele importar dicho archivo en una de ellas, como memoQ o Phrase, que, aparte de favorecer la coherencia entre los distintos miembros del equipo de traducción y revisión gracias al uso de las memorias

de traducción y las bases de datos terminológicas, también suelen incluir la función de ver dicha información como elementos no traducibles.

Estas son algunas de las características y problemáticas principales que presenta la traducción de videojuegos. Sin embargo, como ya hemos comentado, pese a existir estudios que recogen estas particularidades, no parece haber trabajos que aborden las circunstancias en la que se lleva a cabo esta profesión. A este respecto, nuestro estudio pretende recopilar cuestiones como el perfil socioprofesional, las características de los encargos y el estado de la profesión en España, así como la postura de las personas que la ejercen ante el estado de la industria.

2. METODOLOGÍA

En el presente apartado presentaremos el paradigma de investigación de nuestro estudio. Tras esto, explicaremos qué criterios se siguieron para la selección de la población. Por último, expondremos cuál fue nuestra herramienta de recogida de datos, de qué secciones se componía y a qué criterios de calidad se sometió para garantizar su fiabilidad.

2.1. *Paradigma del estudio*

Este es un estudio de enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, dado que recoge información y características de un objeto de estudio determinado (Hernández Sampieri *et al.*, 2010, p. 80; Ramos-Galarza, 2020, pp. 1-2), y exploratorio, pues aborda una cuestión poco explorada (Hernández Sampieri *et al.*, 2010, p. 78). Igualmente, según Williams y Chesterman (2002, p. 27), se enmarcaría en el área de investigación de los aspectos profesionales de la traducción.

2.2. *Población del estudio*

Para seleccionar a la población del estudio, se siguieron los siguientes criterios: 1) haber realizado labores de traducción, revisión o posesión de videojuegos para el mercado español -con independencia de su lugar de residencia o la variedad de español a la que traducían- y 2) haber estado en activo de manera continuada o puntual entre 2020 y principios de 2024 (fecha de compleción del cuestionario). Este lapso temporal se estableció por varias razones. Por un lado, se tuvo en cuenta la pandemia de la COVID-19 como punto temporal de referencia en el que se produjo un considerable aumento del consumo de videojuegos en todo el mundo debido a los diferentes confinamientos en un gran número de países (Newzoo, 2020, pp. 3-4). Por otro lado, tomamos 2020 como referencia de la implementación de la posesión en campos considerados *creativos*, pues un año después se

estrenaría *El juego del calamar* (Hwang Dong-hyuk, 2021), lo que evidenció el uso de estas prácticas en la TAV.

Al no ser posible determinar el número total de personas que cumplirían dichos criterios -pues, como ya hemos indicado, no existe un censo oficial que recoja el número total de profesionales que se dedica a la traducción de videojuegos en España-, optamos por no acotar la muestra, dado que no podemos generalizar o extrapolar los resultados al grueso de la población probabilísticamente. En consecuencia, tratamos de conseguir el máximo número de respuestas posibles.

2.3. *Instrumento de recogida de datos*

Nuestro instrumento de recogida de datos fue un cuestionario anónimo en línea elaborado mediante el programa Google Forms. Antes de iniciar el cuestionario, se informaba a las personas participantes de los objetivos del estudio y del uso que se pretendía dar a los datos obtenidos. Además, se les pedía que manifestaran explícitamente su voluntad de participar en la investigación y se les indicó que tenían la posibilidad de retirarse de la investigación si así lo creían conveniente. De este modo, se garantizaba que la participación en el estudio fuera completamente voluntaria.

El cuestionario se componía de tres bloques. En el primero, buscamos recabar información sobre el perfil socioprofesional y formativo de las personas encuestadas. Así, preguntamos el género con el que se identifican, la edad, el lugar de residencia, los años de experiencia en el campo de la traducción de videojuegos, el nivel de estudios, si cuentan con formación específica en traducción de videojuegos (en caso afirmativo, se preguntaba en qué consiste dicha formación), la situación y el régimen laboral y si llevan a cabo otras actividades laborales al margen de traducir videojuegos.

En el segundo bloque, pretendíamos obtener información acerca de las características de los encargos de traducción de videojuegos para el mercado español. A tal efecto, preguntamos sobre las LO y LM de los encargos, los tipos de videojuegos más frecuentes según su tamaño, los clientes y su ubicación geográfica, las herramientas informáticas más utilizadas en el proceso de traducción, la calidad de la LO y de la LM (en el caso de la segunda, en los encargos de revisión y de posesición), los plazos de entrega, y si se reciben materiales de referencia adicionales y con qué frecuencia (en caso de indicarse que se reciben, se preguntaba de qué tipo son y si resultan útiles; en caso de no recibirse, se preguntaba a las personas encuestadas si creen que les habrían sido de utilidad). También se preguntaba si suelen trabajar en proyectos de forma individual o grupal. En caso de trabajar en grupo, se preguntaba si piensan que el número de miembros contribuye a una calidad final adecuada. De responder negativamente, se preguntaba qué

convendría cambiar para que la calidad fuera mayor. De igual manera, se consultaba si, en caso de que haya dinámicas de trabajo ajenas que perjudiquen su labor, las personas responsables del proyecto ofrecen soluciones y si se tiene comunicación con otros agentes del proceso de localización (en caso de contestar afirmativamente, se preguntaba por cuáles). Tras esto, se preguntaba a las personas encuestadas qué labor o labores han llevado a cabo más a menudo desde 2020 (traducción, revisión o posesición). En caso de trabajar por cuenta propia, preguntamos acerca de cómo se han facturado los encargos. Seguidamente, se preguntaba por el rango salarial, si desde 2020 ha habido un aumento en las tarifas o el salario (en caso afirmativo, se les preguntaba quién había propuesto la subida y si esta se ajustaba al coste de la vida), o si, por el contrario, ha habido una propuesta de bajada de tarifas o salario (en caso de haberla, se preguntaba si se ha aceptado y por qué).

Finalmente, con el último bloque queríamos conocer en mayor profundidad las preocupaciones de las personas participantes, así como sus condiciones laborales y su calidad de vida. Por tanto, en primer lugar, se preguntaba cuáles son las cuestiones que más inquietud les generan en relación con el sector. Tras esto, se consultaba si la traducción de videojuegos supone su principal fuente de ingresos, si consideran que les permite llevar un nivel de vida satisfactorio (en caso de trabajar por cuenta propia, si se ven en la obligación de aceptar más encargos de los que les gustaría para poder vivir de acuerdo con los costes de la vida), si creen que las condiciones laborales afectan negativamente a la calidad del texto meta, cómo valoran sus condiciones laborales actuales en comparación con cuando empezaron a trabajar y si se han llegado a plantear la posibilidad de abandonar el sector debido a estas condiciones. Por último, se pedía una valoración general de las condiciones de trabajo y se ofrecía la posibilidad de añadir comentarios acerca del estudio.

La medición de la confiabilidad y validez del cuestionario se llevó a cabo en dos fases. En primer lugar, lo evaluaron tres personas expertas: la primera con experiencia en TAV y en la dirección de tesis doctorales sobre localización de videojuegos, la segunda con experiencia tanto profesional como académica en la localización de videojuegos y la tercera con experiencia en estudios tanto mixtos como cuantitativos similares a este. Tras implementar sus propuestas de mejora, se llevó a cabo un estudio piloto con 10 traductores para evaluar la comprensibilidad del cuestionario. La versión final se distribuyó entre los miembros de asociaciones profesionales de traducción e interpretación como ATRAE, la Asociación Gallega Profesional de Traductores e Intérpretes, la Asociación Profesional de Traductores e Intérpretes de Cataluña y la Asociación de Traductores, Correctores e

Intérpretes de Lengua Vasca, así como entre contactos personales y redes sociales siguiendo una estrategia de bola de nieve. En total, obtuvimos 95 respuestas.

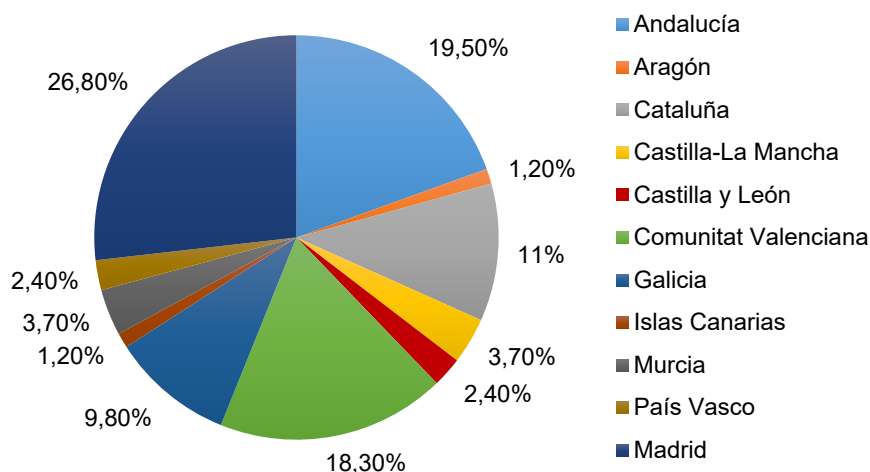
3. RESULTADOS

A continuación, presentamos los resultados obtenidos mediante nuestro cuestionario. En primer lugar, expondremos el perfil de las personas encuestadas. Posteriormente, presentaremos las características de los encargos, los materiales, los procesos y las dinámicas de trabajo, así como los datos de facturación e ingresos de las y los profesionales, y sus principales inquietudes respecto a la situación del sector. Finalmente, comentaremos sus observaciones finales sobre las cuestiones tratadas en el estudio.

3.1. *Perfil de las personas encuestadas*

En lo que respecta al perfil demográfico de las personas encuestadas, el 52,6 % son mujeres, el 45,3 % son hombres y el 2,1 % son personas no binarias. De ellas, la mayoría tiene entre 31 y 40 años (44,2 %), seguidas de cerca por las de la franja de entre 21 y 30 años (41,1 %). Seguidamente, encontramos las personas que oscilan entre 41 y 50 años (12,6 %) y, por último, las de entre 51 y 60 años (2,1 %).

En cuanto a su lugar de residencia, la mayoría vive en España (86,3 %), principalmente en Madrid (26,8 %), Andalucía (19,5 %) y la Comunitat Valenciana (18,3 %), si bien también hay una importante representación en Catalunya (11 %) y Galicia (9,8 %). Aquellas opciones con menor rango de respuesta pueden observarse en la **gráfica 1**:



Gráfica 1. Comunidades autónomas españolas en las que residen las personas encuestadas

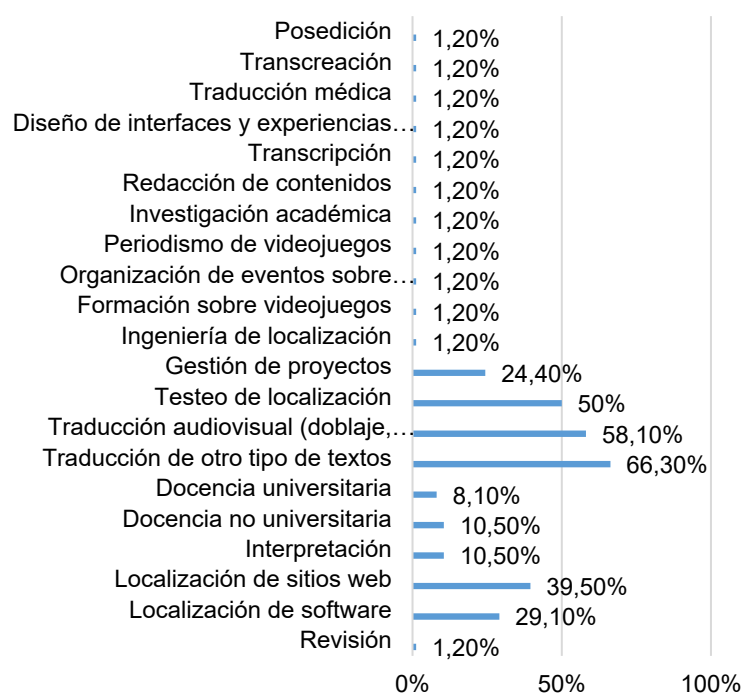
Fuente. Elaboración propia

De las personas que no residen en España (13,7 %), el 38 % lo hacen en el Reino Unido; el 23,1 %, en Japón; el 15,4 %, en Canadá y el 7,7 % en Alemania, Polonia y Portugal.

La mayoría de las personas encuestadas cuenta con una experiencia profesional de entre 1 y 5 años (38,9 %). Tras ellas, encontramos aquellas que han trabajado entre 6 y 10 años (34,7 %), las que tienen una trayectoria superior a los 15 años (11,6 %), las que han trabajado de 11 a 15 años (8,4 %) y, por último, las que llevan trabajando menos de un año (6,3 %). De todas las personas encuestadas, la gran mayoría ha cursado estudios de máster o posgrado (75,8 %), seguida de quienes ostentan un título de licenciatura o grado (18,9 %) y, en un porcentaje sensiblemente más reducido, de quienes tienen el título de bachillerato (3,2 %) y de doctorado (2,1 %). Igualmente, el 88,4 % cuenta con formación específica en traducción de videojuegos. De ese porcentaje, la formación más común ha consistido en un máster o posgrado de especialización, así como en asignaturas de máster o posgrado (43 % cada opción). Tras ellas, se encuentran las personas que han realizado un curso especializado de una asociación, empresa de formación o similares (40,7 %), las que han aprendido de forma autodidacta (30,2 %), las que han llevado a cabo formación interna en empresas (23,3 %) y las que han cursado una asignatura de grado (19,8 %).

Respecto a la situación laboral de las personas encuestadas durante el periodo que abarca el estudio, el 72,6 % afirma haber trabajado principalmente por cuenta propia; el 32,7 %, en plantilla, y el 2,2 % restante, en otros regímenes. En la fecha de la encuesta, el 69,5 % afirmó que trabajaba por cuenta propia, el 24,2 % dijo que trabajaba en plantilla y el 6,3 % restante se encontraba en una situación distinta (buscando trabajo, fuera del sector, entre otros).

Por otro lado, solo un 9,5 % afirma dedicarse en exclusiva a la traducción de videojuegos. Así pues, la mayoría de las personas encuestadas compagina la traducción de videojuegos con otras labores: un 66,3 % ha traducido otro tipo de textos, un 58,1 % ha realizado encargos de TAV y un 50 % ha llevado a cabo labores de testeo de localización. En la **gráfica 2** pueden observarse otras respuestas:



Gráfica 2. Labores ajenas a la traducción de videojuegos que han llevado a cabo las personas encuestadas

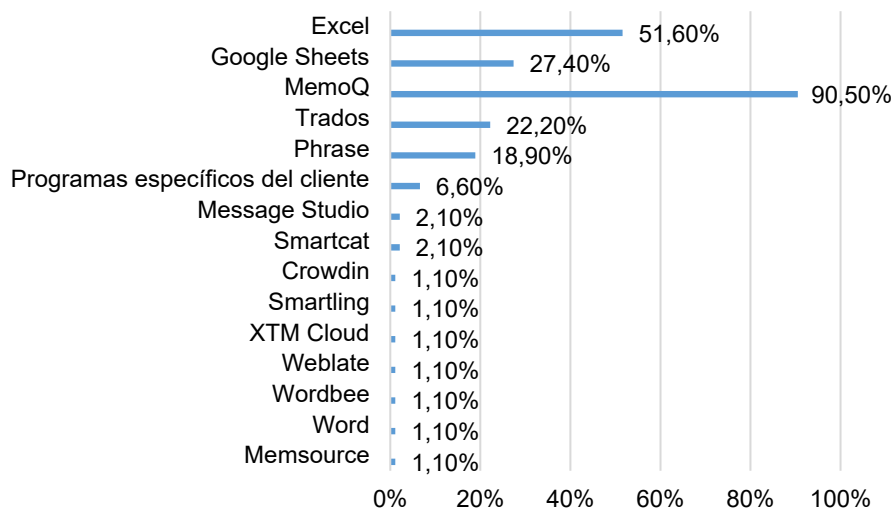
Fuente. Elaboración propia

3.2. *Características de los encargos*

En cuanto a las lenguas de trabajo, el 100 % de las personas encuestadas respondió que sus encargos han tenido el inglés como LO; aparte, el 11,6 % afirmó haber realizado encargos con el japonés como LO; el 7,4 %, con el francés; el 3,2 %, con el alemán y un 1,1 %, con el italiano, el español latinoamericano y el castellano. Por su parte, la LM principal ha sido el castellano (96,8 %), seguido del español neutro (18,9 %), el catalán (10,5 %), el gallego (5,3 %) y el euskera (2,1 %).

Acerca del tipo de proyecto, el 82,1 % contestó que ha trabajado en videojuegos independientes, porcentaje que también representan las personas que han traducido textos de marketing, técnicos, legales y similares. Muy cerca están quienes han participado en proyectos de videojuegos de tipo AAA (80 %) y AA (73,7 %). Más lejos quedan quienes han colaborado en proyectos de videojuegos para móviles o juegos de mesa y de cartas que, más adelante, se adaptarían a videojuegos (1,1 % en ambos casos).

Al preguntar por los clientes, el 78,9 % respondió que ha trabajado, mayoritariamente, con clientes indirectos (como agencias de traducción), frente al 21,1 % de personas que han colaborado con clientes directos (desarrolladoras, distribuidoras, entre otros). Estos clientes se ubican, principalmente, en países de Europa que no son España (75,8 %), en España (51,6 %), en Asia (41,1 %) y en Norteamérica (37,9 %), con un escaso porcentaje de clientes en Sudamérica (3,2 %). Respecto a los programas más utilizados, la mayoría mencionó memoQ (90,5 %), seguido de Excel (51,6 %), Google Sheets (27,4 %), Trados (22,2 %) y Phrase (17,9 %). En la **gráfica 3** podemos ver otras respuestas con menor porcentaje:



Gráfica 3. Herramientas TAO con las que trabajan las personas encuestadas

Fuente. Elaboración propia

Por último, nos interesaba conocer la opinión de las personas respondientes acerca de los plazos con los que cuentan para entregar sus encargos. Ante esta cuestión, un 41,3 % los cataloga de malos o muy malos, mientras que un 34,7 % se mantiene en la neutralidad y un 22,1 % los tilda de buenos o muy buenos.

3.3. *Materiales de trabajo*

Al preguntarles por la calidad de los materiales en LO que reciben para traducir, revisar o poseer, el 57,9 % de las personas encuestadas afirmó que es buena o muy buena, el 32,6 % se mostró neutral y el 9,5 % restante afirmó que es mala o muy mala. Respecto a esto, las personas encuestadas comentaron que la calidad de la LO varía según el cliente y el proyecto, y que la falta de calidad es especialmente evidente cuando se emplea el inglés como LP, normalmente desde el japonés u otras lenguas asiáticas. Por otro lado, otras personas se quejaban de que, en muchas ocasiones, se ven obligadas a trabajar con materiales provisionales o incompletos, o desprovistos de contexto.

También nos interesaba saber cómo valoraban las personas que han realizado labores de revisión la calidad de las traducciones que reciben. El 58,3 % dijo que la considera buena o muy buena, mientras que el 27,8 % se mostraba neutral y el 14 % restante afirmó que es mala o muy mala. Ante la

posibilidad de matizar su respuesta, los respondientes señalaron que la calidad varía mucho según la persona que traduzca, pues, si bien las traducciones suelen ser buenas, hay casos en los que los textos resultan poco fluidos en castellano o incluso incurren en errores, quizá debido a las malas condiciones del encargo o, incluso, a una falta de especialización. También se desprende un paisaje pesimista, pues varias personas consideran que la calidad de las traducciones está empeorando con el paso de los años.

Por último, preguntamos por la calidad de la TA en los encargos de posesición. El 84,3 % contestó que es mala o muy mala, el 11,8 % se mostraba neutral y solo el 3,9 % afirmó que es buena. Ante la oportunidad de dejar comentarios, la mayoría de encuestados se mostró en contra de esta tecnología. Quienes han aceptado estos encargos comentan que la TA suele ofrecer resultados pobres que requieren de revisiones exhaustivas o, incluso, retraducciones. En concreto, afirman que no suele funcionar bien al traducir palabras descontextualizadas o polisémicas, o ante la presencia de etiquetas o variables. Con todo, otros encuestados afirman que, si se usan motores de TA especializados y bien entrenados, la calidad puede ser aceptable. Cabe reseñar que algunas personas sospechan haber recibido encargos de revisión sin previo aviso de que la traducción era automática y otras han llegado a afirmar recibir encargos de revisión de posesiciones.

Por otro lado, preguntamos también por los materiales de referencia, cuestión que algunos profesionales señalaron como problemática. Ante la pregunta de si suelen recibir este tipo de material de apoyo, el 48,4 % respondió que a veces lo recibe; el 42,1 %, que lo recibe frecuentemente, y el 8,4 %, que lo recibe siempre. Solo un 1,1 % dijo no recibir nunca estos materiales. De las personas que han recibido este tipo de materiales, el 85,1 % indicó que el material de referencia obtenido consiste en listas de personajes; el 80,9 %, en referencias visuales; el 79,8 %, en información contextual, y el 78,7 %, en información sobre la trama. Conviene destacar que hasta un 6,6 % afirmaba haber recibido el propio juego para jugarlo antes de traducirlo.

En cuanto a la utilidad de dicho material, el 63,8 % consideraba que es lo suficientemente útil, mientras que el 30,9 % afirmaba que no y un 5,3 % respondió no sabe/no contesta (NS/NC). En los comentarios aclaratorios, observamos disparidad de opiniones: algunas personas destacaron que las empresas suelen ser reacias a compartir referencias (sobre todo visuales). Otras afirmaron que sí suelen recibirlas, pero que en ocasiones son escasas, inadecuadas o poco útiles. Sí se observa consenso en el hecho de que los materiales de referencia son menos comunes en encargos de juegos AAA (por miedo a filtraciones o demás inconvenientes). Para suplir esta carencia,

las empresas se prestan a recibir preguntas (*queries*) del equipo de traducción, aunque el tiempo de respuesta puede no adecuarse a las exigencias del encargo. Por otra parte, en relación con la calidad de los archivos de trabajo en LO, muchos se quejan de que están desordenados o sin información contextual, cuestiones que afectan especialmente a los diálogos. Por último, se observan diferencias a la hora de trabajar por cuenta propia o en plantilla; en el segundo caso, se suele tener acceso a documentación interna que, muchas veces, no llega a los autónomos.

3.4. *Procesos y dinámicas de trabajo*

Con el fin de conocer cómo trabajan las personas encuestadas, preguntamos si suelen participar en proyectos grupales o realizar su labor de forma individual, a lo cual un 84,2 % afirmó trabajar principalmente en equipo y un 15,8 %, de forma individual. A quienes trabajan en equipo les preguntamos si consideran que el número de miembros implicados en el proceso contribuye a que la calidad sea la adecuada, a lo que un 54,1 % dijo que sí, un 37,6 % contestó que no y un 8,2 %, NS/NC. De quienes respondieron que no, el 57,8 % propone que haya menos traductores; el 26,7 %, menos revisores; el 22,2 %, más revisores; el 20 %, menos gestores de proyectos; el 11,1 %, más traductores, y el 2,2 %, más gestores de proyectos.

En relación con estas dinámicas de trabajo, preguntamos si, en caso de producirse factores ajenos que perjudiquen las labores de traducción, las personas responsables del proyecto les ofrecen soluciones satisfactorias, a lo cual el 42,9 % respondió que no; el 41,7 %, que sí, y un 15,5 %, NS/NC. A este respecto, preguntamos también si suele haber comunicación directa entre las personas encuestadas y otros agentes del proceso de localización, a lo que el 88,4 % dijo que sí frente al 11,6 % que afirmó que no. El 93,2 % de quienes respondieron afirmativamente dijo que la comunicación se produce con las personas encargadas de la gestión del proyecto; el 87,5 %, con otros miembros responsables de la traducción; el 81,8 %, con las personas encargadas de la revisión y, a partes iguales, un 22,7 %, con *testers* y con el equipo de desarrollo.

3.5. *Facturación e ingresos*

Nos parecía relevante abordar la realidad salarial de las personas que trabajan en el sector de la traducción de videojuegos, por lo que preguntamos por estas cuestiones. El 89,5 % de las personas ha realizado principalmente labores de traducción, el 56,8 % ha revisado con mayor frecuencia y el 10,5 % se ha dedicado a labores de posesición en mayor medida. En cuanto a las labores de traducción, el 95,9 % de las personas autónomas contestó que suele facturarlas por palabra, frente al 2,7 % que las factura por hora. Esta

dinámica es similar en las labores de revisión, ya que un 91,5 % afirmó facturarlas por palabra, frente al 6,8 % que las factura por hora. A su vez, también se observa un patrón similar en los encargos de posesición, que se facturan por palabra en el 88,9 % de los casos y por hora en el 11,1 %.

Con tal de profundizar más en esta información, preguntamos por el rango salarial bruto anual de las personas encuestadas. A este respecto, el 23,2 % respondió que se halla entre 16 000 € y 20 000 €, porcentaje que comparten quienes se encuadran entre 20 000 € y 25 000 €. Por otro lado, un 17,9 % afirmó ganar más de 35 000 €, un 16,8 % se encuentra en un rango salarial menor a los 16 000 € y un 10,5 % se sitúa entre 25 000 € y 30 000 €. Por último, un 7,4 % afirmó cobrar entre 30 000 € y 35 000 €. En relación con esta cuestión, nos interesaba saber si las condiciones económicas de las personas encuestadas han mejorado desde el año 2020, a lo cual el 65,3 % respondió que sus tarifas o su salario ha aumentado y el 34,7 %, que no. De las personas que han obtenido una mejora pecuniaria, el 57,4 % dijo que la ha tenido que solicitar y al 24,6 % se la ha ofrecido el cliente, mientras que el 18 % afirmó que depende del cliente. También les preguntamos si esa mejora se ajusta al coste general de la vida, respecto a lo que un 81 % considera que no; un 15,9 %, que sí, y un 3,2 %, NS/NC. Frente a la posibilidad de una subida tarifaria o salarial, también quisimos preguntar por la posibilidad de que se haya producido una bajada, a lo cual el 60 % de las personas contestaron que no se la han ofrecido, mientras que el 40 % de ellas dijeron que sí; de este porcentaje, el 75 % decidió no aceptarla, frente al 25 % que sí lo hizo. Entre los argumentos que justifican haber rechazado la bajada de tarifas se encuentran la pérdida de rentabilidad y calidad de vida que esto suponía y la dignificación de la labor del equipo de traducción, así como el hecho de que, en muchas ocasiones, las tarifas ya podían considerarse bajas y existen otros clientes dispuestos a pagar mejor. Aquellas personas que sí aceptaron la bajada de tarifas indicaron que se debió a que su cliente lo hizo de forma unilateral o a que no aceptar suponía perder dicha relación laboral. Otros afirmaron que se trató de casos puntuales o encargos con un volumen de palabras elevado, lo que compensaba la bajada. Encontramos también un caso particular de un profesional por cuenta ajena a quien amenazaron con el despido al preguntar por la posibilidad de una subida de salario.

3.6. *Preocupaciones e inquietudes en torno a la profesión, condiciones laborales y calidad de vida*

Por último, nos interesaba conocer cuestiones relacionadas con la percepción de las personas encuestadas en torno a la profesión, así como sobre su calidad de vida y condiciones laborales. Entre las preocupaciones en torno a la profesión, la mayoría de las personas encuestadas citaba las bajas tarifas o salarios como su principal inquietud (40 %), seguida de la

estacionalidad y la falta de estabilidad laboral (23,2 %), la implementación de la TA y la posesición (20 %) y la ausencia de acreditación y reconocimiento de la labor (7,4 %). Solo un 2,1 % afirmó sentir preocupación por el intrusismo laboral. Una de las personas encuestadas (1,1 %) afirmó también estar preocupada por la falta de representación de las lenguas cooficiales como LM en España.

El 81,1 % de las personas encuestadas tiene la traducción de videojuegos como principal fuente de ingresos, frente al 18,9 % que no; a su vez, el 54,7 % dijo que la traducción de videojuegos no le permite un nivel de vida satisfactorio en su país de residencia, mientras que el 45,3 % consideraba que sí. Respecto a esto, queríamos saber si quienes trabajan por cuenta propia se sienten obligados a aceptar más trabajo del que les gustaría para poder vivir conforme a los costes de la vida, a lo que un 87,1 % afirmó mostrarse de acuerdo o muy de acuerdo con este hecho frente a un 8,6 % que se mostraba neutro y un 4,3 % que estaba en desacuerdo o muy en desacuerdo. En una línea similar, preguntamos a las personas encuestadas si creen que sus condiciones laborales afectan de forma negativa a la calidad final de las traducciones, a lo cual un 70,6 % respondió que sí, un 14,7 % se mantuvo neutral y un 14,8 % afirmó que no.

Por otro lado, pedimos a las personas encuestadas una valoración general de las condiciones actuales de la traducción de videojuegos en comparación con cuando empezaron, a lo que un 44,2 % contestó que han empeorado; un 33,7 %, que se han mantenido; un 12,6 %, que han mejorado, y un 9,5 %, NS/NC. Con toda esta información, quisimos saber si las personas encuestadas se han llegado a plantear abandonar el sector de la traducción de videojuegos debido a las condiciones, y la respuesta fue afirmativa en el 57,9 % de los casos, frente al 33,7 % que afirmó que no y el 8,4 % que respondió NS/NC. Algunos de los motivos que adujeron las personas que contestaron afirmativamente a esto último fueron que perjudica su calidad de vida (pues se ven en la obligación de aceptar más trabajo del deseado, lo que no les permite descansar), que no se sienten valoradas por los clientes (debido a las malas condiciones de los encargos, la falta de acreditación, entre otras) o que otros sectores o puestos de trabajo ofrecen mejores condiciones laborales (ya sea en el campo de la traducción o fuera de él). También hubo quienes lo achacan a cuestiones de salud física o mental, y afirman sentir incertidumbre ante la falta de estabilidad laboral y las bajas tarifas, desamparo por parte de asociaciones de traducción o instituciones gubernamentales, estrés y falta de motivación.

Para terminar esta sección, quisimos que las personas encuestadas hicieran una valoración final general de sus condiciones de trabajo, ante lo cual un 47,4 % no supo decantarse por buenas o malas, un 28,4 % las

consideraba malas o muy malas y un 24,2 % decía que le parecen buenas o muy buenas.

3.7. *Comentarios finales*

A modo de cierre de la encuesta, dejamos abierta la posibilidad de que las personas respondientes añadieran cualquier comentario que les pareciera relevante sobre las cuestiones tratadas previamente o cualquier otra que consideraran oportuna. La mayoría de los comentarios giró en torno a la falta de derechos y las malas condiciones laborales (como las bajas tarifas, los plazos de entrega abusivos, la inestabilidad laboral, entre otras). Una de las personas encuestadas (P1) dice:

Me parece necesario cambiar la forma de trabajar en este sector, ya que los plazos ajustados y el nivel de presión alta son constantes, importa más que las tarifas sean bajas que la calidad del traductor a la hora de elegirnos para un proyecto y, la mayoría de veces, no podemos permitirnos el lujo de rechazar trabajo ni de descansar para que no le den el trabajo a otra persona y tengamos trabajo con cierta frecuencia.

En relación con esto, otros participantes se quejan de la preocupación que supone solicitar aumentos de tarifa debido a la posibilidad de perder el cliente y de la imposición de tarifas cada vez más bajas por parte de las agencias. Siguiendo la misma línea, otra persona (P2) se lamenta de que las legislaciones española y europea no permitan la publicación de tarifas orientativas aun cuando no existe posibilidad de instaurar un monopolio, lo que ahonda en la relación asimétrica entre clientes y traductores, en la que los primeros tienen mayor fuerza que los segundos. Dicho esto, una persona participante (P3) matiza que existe una amplia diferencia entre trabajar con agencias intermediarias (que suelen ofrecer peores condiciones) y con clientes directos. Más aún, otra persona encuestada (P4) cree que es necesario eliminar aquellas agencias que pagan tarifas bajas, puesto que «lastran la industria en España». Estas malas tarifas, unidas a la falta de reconocimiento de la labor de los traductores, concluye otra persona, afectan directamente a la calidad del texto final. En última instancia, si bien hay quienes afirman vivir holgadamente del sector, otras personas encuestadas manifiestan que no podrían vivir de él si no compartieran gastos o que han tenido que abandonarlo por cuestiones de salud mental.

Otro grupo de encuestados dedica sus respuestas a cuestiones relacionadas con el uso de la inteligencia artificial, la IA y la posesión en el sector, afirmando que existe una relación directa entre el aumento de los encargos de posesión y la reducción de plantillas y el empeoramiento de las tarifas. Sobre esto, varios participantes se lamentan ante el incremento de

estas prácticas, pues son «un intento de abaratar costes a expensas de los jugadores y los traductores por igual» y no aumentan la productividad a la hora de traducir (P5). En esta línea, apelan a la concienciación y a la calidad superior del trabajo humano para evitar su avance.

En este contexto, los encuestados afirman que es necesario no solo acreditar la labor para poder crecer como profesionales, sino que todos los agentes del proceso de localización reconozcan el valor que aporta el equipo de traducción, algo que se consigue, según una de las personas respondientes (P6), solicitando mejores condiciones e incrementando la comunicación y organización entre colegas de gremio:

A todos nos sienta bien ver nuestro nombre en los créditos, y apoyo la iniciativa, pero, personalmente me parece más importante reivindicar nuestros derechos de cara a los participantes de la cadena: hacer valer nuestro trabajo, no solo 'pidiendo' una tarifa digna, sino exigiendo unas mejores condiciones (exigencias o asunciones por parte de las empresas, trabajos que deberían estar pagados, pero no, plazos, etcétera). Y, por último y en especial, pienso que el compañerismo es fundamental ante la situación actual: hay que hacer piña, entenderse y, para combatir la desinformación y erradicar el miedo que nos infunden las empresas (o, a veces, nosotros mismos), el miedo a quedarnos sin trabajo, etc., tiene que haber comunicación.

A este respecto, no obstante, una persona (P7) comenta que «la subcontratación se estila mucho más de lo que creemos. [...] [H]e realizado trabajos sin que mi nombre aparezca en ninguna parte, cuando en un principio me decían que sí».

Por último, nos resulta interesante la opinión de una persona (P8) que reconoce que le preocupa el rumbo que está tomando el sector, pues cree que cada vez hay menos interés en la calidad final del producto, algo que afecta a todos los miembros de la cadena de localización:

Mi mayor preocupación es la dejadez que veo hoy en día. Ni los nuevos traductores ni los PM parecen preocupados por la calidad de las traducciones; los primeros porque van a cobrar lo mismo lo hagan como lo hagan, sin pensar en los revisores; los segundos porque muchas veces da la sensación de que quieren entregar y punto. [...] Son meros repartidores de traducciones, se echa en falta cierto compromiso con los trabajos y los juegos.

Consideramos que esta dejadez puede guardar una estrecha relación con las condiciones que han comentado otras personas encuestadas.

CONCLUSIONES

Los resultados de nuestra encuesta muestran una serie de datos interesantes acerca de la profesión de la traducción de videojuegos en España. En primer lugar, podemos observar que la población se compone, mayoritariamente, de personas con un rango etario de entre los 21 y los 30 y los 31 y los 40 años (41,1 % y 44,2 %, respectivamente), residentes en España (86,3 %). Consecuentemente, la mayoría de las personas encuestadas cuenta con relativamente poca experiencia laboral -principalmente, entre 1 y 5 años (38,9 %)-. Es decir, se trata, sobre todo, de una población joven y con una experiencia en el campo más o menos reducida. Dicho esto, el 88,4 % cuenta con formación específica en traducción de videojuegos (en forma de máster u otro tipo de posgrado universitario).

En cuanto a las características de los encargos, la traducción es el principal servicio que llevan a cabo con un 89,5 % de respuestas. Los resultados confirman también que el inglés es la principal LO con un 100 % de respuestas (en comparación, el japonés, la segunda LO más frecuente, tiene un porcentaje de solo un 11,6 %). Asimismo, el estudio confirma que el castellano es la principal LM con un 96,8 % de respuestas. Es interesante ver aquí, además, que la segunda LM más frecuente es el español neutro con un 18,9 % de respuestas, mientras que la traducción a otras lenguas de nuestro país es anecdótica (solo el catalán supera ligeramente el 10 % de respuestas). En este punto, es llamativo el papel de algunas asociaciones sin ánimo de lucro que ofrecen traducciones de videojuegos a lenguas cooficiales. Sin embargo, las condiciones que estas entidades ofrecen a sus trabajadores, a pesar de recibir financiación pública, parecen no ser siempre buenas, como denuncia una persona encuestada. Por ello, sería interesante plantear hasta qué punto recurren estas empresas a profesionales cualificados, pues esta labor suele realizarla personal sin formación en traducción.

Los resultados también revelan que las personas respondientes trabajan principalmente en grupo (84,2 %) y consideran que el número de miembros del equipo contribuye a la calidad del producto final (54,1 %). No obstante, el 42,9 % cree que, en caso de producirse problemas durante el proyecto, las personas que lo gestionan no ofrecen soluciones satisfactorias. Igualmente, la comunicación con otros miembros de la cadena de localización se produce, de forma mayoritaria, con gestores y otros miembros del equipo de traducción (93,2 % y 87,5 %, respectivamente), pero muy poco con agentes externos, como *testers* o desarrolladores (22,7 % cada uno).

En cuanto al tipo de producto, los porcentajes de respuesta se reparten de manera similar entre la traducción de videojuegos independientes, la traducción de textos de marketing, técnicos, legales, etc., y la traducción de videojuegos AAA (alrededor del 80 %). Los AA, por su parte, reciben un 73,7 % de respuestas. La gran mayoría de las personas encuestadas, además, trabaja con clientes indirectos (un 78,9 %) y, a fecha de la encuesta, un 69,5 % se encontraba en régimen de autónomos. Respecto a los plazos de los encargos, la mayoría los cataloga entre malos o muy malos (41,3 %).

Por otro lado, destaca el hecho de que un 90,5 % de las personas encuestadas trabaje en otros campos además de en la traducción de videojuegos, aun cuando esta actividad supone la principal fuente de ingresos para un 81,1 % de los respondientes. Esto podría relacionarse con el hecho de que hasta un 54,7 % de las personas encuestadas afirma que la traducción de videojuegos no le permite mantener un nivel de vida satisfactorio. Respecto a esto, un amplio 63,2 % de los encuestados obtienen ingresos que no superan los 25 000 € brutos anuales; más específicamente, entre 16 000 € y 20 000 € (23,2 %), 20 000 y 25 000 € (23,2 %) y menos de 16 000 € (16,8 %) -recordamos aquí que, en España, país donde reside la mayoría de los encuestados, el salario mínimo es de 15 120 € anuales-. Con todo, un 65,3 % afirmó que sus tarifas han mejorado respecto al 2020. Sin embargo, el 81 % indica que la mejora no se ajusta a los costes de la vida. De la misma forma, hasta a un 40 % de las personas encuestadas se les ha propuesto una bajada de tarifas, algo que un 25 % de los encuestados ha aceptado, ya sea por miedo a perder el cliente o a no verse en posición de negociar. Como consecuencia, un 87,1 % afirma sentirse en la obligación de aceptar más trabajo del que le gustaría para poder adaptarse a los costes de la vida, en mayor o menor medida.

En cuanto a las condiciones laborales y las perspectivas de futuro de la profesión, la baja remuneración por sus servicios es la principal preocupación de los encuestados (un 40 % de respuestas). De igual manera, un 44,2 % afirma que las condiciones de trabajo han empeorado desde su llegada al sector y hasta un 57,9 % se ha planteado abandonarlo. Dicho esto, es interesante destacar que un 47,4 % no se decanta a la hora de afirmar si sus condiciones laborales son buenas o malas. No obstante, y a pesar de esto, el 70,6 % cree que, en general, sus condiciones de trabajo afectan de manera negativa a la calidad final de sus traducciones.

A modo de reflexión final, creemos que la información que arrojan estos resultados sirve para determinar que la situación de las principales compañías del sector contrasta de lleno con la de los profesionales que colaboran con ellas. En este sentido, conviene no olvidar la proliferación de ofertas de posesición por parte de empresas como Keywords (que acarrear

despidos masivos y tarifas más bajas, como comentan nuestros encuestados) o las bajadas unilaterales de tarifas por parte de agencias como Lionbridge (AVÜ, 2023, párr. 1), entre otras situaciones similares. Todo esto ocurre pese a que algunas de las empresas más importantes del sector ocupan posiciones destacadas en la ya mencionada lista de Nimdzi de las empresas proveedoras de servicios lingüísticos con mayores ingresos. En contraste, los profesionales de la traducción se ven sometidos a una presión tanto laboral como económica que, en la mayoría de casos, no les permite un nivel de vida satisfactorio, perjudica la calidad de su trabajo y los aboca a abandonar el sector o, al menos, planteárselo. Esperamos que este artículo ayude a denunciar la problemática a la que se enfrentan las personas que ejercen esta profesión, así como a tender puentes entre el mundo académico y el profesional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación Española de Videojuegos (2024). El sector del videojuego crece un 16% en 2023 con una facturación récord de más de 2.339 millones de euros [Blog]. <https://www.aevi.org.es/web/el-sector-del-videojuego-crece-un-16-en-2023-con-una-facturacion-record-de-mas-de-2-339-millones-de-euros/>
- Arora, K. (17 de noviembre de 2023). The Gaming Industry: A Behemoth With Unprecedented Global Reach. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2023/11/17/the-gaming-industry-a-behemoth-with-unprecedented-global-reach/>
- AVÜ - AudioVisuelle Übersetzer*innen [@AVUE_eV] (21 de julio de 2023). As of 1 August 2023, the multinational LSP #Lionbridge will be unilaterally reducing fuzzy grid payments made to its contractors [Post]. X. https://x.com/AVUE_eV/status/1682280700949549056
- Bernal Merino, M. Á. (2006). On the Translation of Video Games. *The Journal of Specialised Translation*, 6, 22-36.
- Carrero-Martín, J. F. y Reverter-Oliver, B. (2023). El inglés como lengua pivote en la traducción audiovisual: industria y profesión. *Íkala. Revista de Lenguaje y Cultura*, 28(2), 1-18. <https://doi.org/10.17533/udea.ikala.v28n2a03>
- Ceruti, B. (5 de agosto de 2024). As some of you may know, today marks the beginning of a two-day strike inside Keywords Italia to support the [Publicación]. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/cerutibeatrice_trad_game-localization-strike-ugcPost-7226173283862233088-TUIJ/
- Chandler, H. (2005). *The Game Localization Handbook*. Charles River Media.

- Crimental, E. (10 de marzo de 2023). Invisibles en los créditos: los traductores de videojuegos reclaman aparecer en pantalla. *elDiario.es* https://www.eldiario.es/cultura/videojuegos/invisibles-creditos-traductores-videojuegos-reclaman-aparecer-pantalla_1_9936679.html
- Granell, X., Mangiron, C. y Vidal Castellet, N. (2015). *La traducción de videojuegos*. Editorial Bienza.
- González Tardón, C. (2023). La economía del español en la industria del videojuego. La importancia de la localización. *Observatorio Nebrija del Español*. Fundación Nebrija. <https://www.nebrija.com/catedras/observatorio-nebrija-espanol/pdf/espanol-en-la-industria-de-los-videojuegos.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. del P. (2010). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Mangiron, C. (2016). Games without borders: the cultural dimension of game localisation. *Hermēneus: Revista de Traducción e Interpretación*, 18, 187-208.
- Mangiron, C. (2018). Game on! Burning Issues in game localisation. *Journal of Audiovisual Translation*, 1(1), 122-138. <https://doi.org/10.47476/jat.v1i1.48>
- Mangiron, C. (2020). Localizing Video Games: The ins and outs. *Deep Focus*, 9, 15-17.
- Méndez González, R. y Calvo-Ferrer, J. R. (2017). *Videojuegos y [para]traducción: aproximación a la práctica localizadora*. Editorial Comares.
- Mejías-Climent, L. (2019). *La sincronización en el doblaje de videojuegos. Análisis empírico y descriptivo de los videojuegos de acción-aventura* [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. <https://www.thesisred.net/handle/10803/666279>
- Mejías-Climent, L. (2021). La tecnología interactiva en la localización: las situaciones de juego. En B. Reverter Oliver, J. J. Martínez Sierra, D. González Pastor y J. F. Carrero Martín (Eds.), *Modalidades de traducción audiovisual. Completando el espectro* (pp. 107-119). Comares.
- Mejías-Climent, L. (2022). Una perspectiva diacrónica del doblaje en videojuegos: evolución de la práctica profesional. *Hermēneus: Revista de Traducción e Interpretación*, 24, 157-190. <https://doi.org/10.24197/her.24.2022.157-190>

- Mejías-Climent, L. (2023). Agentes involucrados en la localización: las particularidades del doblaje en videojuegos. En E. C. Bourgoïn Vergondy y R. Méndez González (Eds.), Traducción y paratraducción. Líneas de investigación II (pp. 177-193). Peter Lang.
- Muñoz Sánchez, P. (2017). Localización de videojuegos. Síntesis.
- Newzoo (2020). Global Games Market Report. Newzoo. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2020-light-version>
- Newzoo (2024). Global Games Market Report. Newzoo. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2023-free-version>
- Nimdzi (2024). The 2024 NIMDZI 100. Nimdzi. <https://www.nimdzi.com/nimdzi-100-top-lsp/02-the-nimdzi-100/>
- O'Brien, S. (2011). Towards predicting post-editing productivity. Machine Translation, 25, 197-215. <https://doi.org/10.1007/s10590-011-9096-7>
- O'Hagan, M. y Chandler, H. (2016). Game localization research and translation studies. Loss and gain under an interdisciplinary lens. En Y. Gambier y L. can Doorslaer (Eds.), Border Crossings: Translation Studies and other disciplines (pp. 309-330). John Benjamins Publishing Company.
- Pérez Fernández, L. M. (2010). La localización de videojuegos (inglés-español): aspectos técnicos, metodológicos y profesionales [Tesis doctoral, Universidad de Málaga]. <https://riuma.uma.es/xmlui/handle/10630/4040>
- Ramos-Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. CienciAmérica, 9(3), 1-6. <http://dx.doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Ready player four billion: the rise of video games (20 de marzo de 2023). The Economist. <https://www.economist.com/special-report/2023/03/20/ready-player-four-billion-the-rise-of-video-games>.
- Overseas Translations S.L. (s.f.). Qué es la traducción de videojuegos y en qué consiste. [Entrada de blog]. <https://ovstranslations.com/que-es-la-localizacion-videojuego>
- s
- Trágora Formación (s.f.). Retos en la localización de videojuegos: los traductores hablan. [Entrada de blog].

<https://www.tragoraformacion.com/retos-localizacion-videojuegos/>

UNI Global Union (08 de agosto de 2024). Los trabajadores de los videojuegos ganan en Italia: Keywords Studios cancela los despidos tras las huelgas. [Noticia]. <https://uniglobalunion.org/es/news/videogame-workers-win-it/>

Vázquez Rodríguez, A. (2018). El error de traducción en la localización de videojuegos. Estudio descriptivo y comparativo entre videojuegos indie y no indie. [Tesis doctoral, Universitat de València]. <https://roderic.uv.es/items/5b38ffc2-55c5-4aec-9065-70d231003881>

Vázquez Rodríguez, A. (2021). Approaching the Concept of Localisation and its Place in Translation Studies. En L. Mejías-Climent y J. F. Carrero Martín (Eds.), *New Perspectives in Audiovisual Translation: Towards Future Research Trends* (pp.121-138). Publicacions de la Universitat de València.

Williams, J. y Chesterman, A. (2002). *The Map: A Beginner's Guide to Doing Research in Translation Studies*. St. Jerome Publishing.