

TRADUCIR VIDEOXOGOS DENDE A PARATRADUCCIÓN

Ramón Méndez González

Grupo de Investigación Traducción & Paratraducción

Universidade de Vigo

ramonmendez83@gmail.com

[Recibido 08/03/12; aceptado 18/05/12]

Resumen:

No mercado emerxente da tradución de videoxogos, a localización é algo fundamental. Ao longo do seguinte artigo o autor analiza non só as necesidades básicas da localización de videoxogos, senón as de practicamente toda práctica de tradución para a pantalla. O artigo demostra que localizar é traducir e paratraducir e, por tanto, o tradutor ten que habitar a pantalla, mergullarse no propio videoxogo e comprender todas as vinculacións existentes entre texto, imaxe, son e todos os demais elementos textuais e paratextuais que compoñen o halo de virtualidade que se transmite ao usuario final.

Palabras clave: localización, videojuegos, paratraducción, traducir para la pantalla

Abstract:

Localization is something extremely important for the new market of Video Games. In this paper we analyse not only this basic need, but also the needs of all translation products intended for the screen. Despite what is commonly held, localizing is translating and paratranslating; that's why the translator must live inside the screen, delve deeper into the video game and understand every possible link between text, images, sounds and every paratextual element that is part of the halo of virtuality that is offered to the final user.

Keywords: Screen Translation, Localization, Video Games, Paratranslation

1. Traducir para a pantalla

É bastante habitual caer no erro de considerar a tradución audiovisual e multimedia (TAM) como un tipo de tradución sinxela, rexida por regras puramente textuais nas que se lle dá moi pouca importancia a aspectos paratextuais cuxa incidencia é vital para o produto. Hoxe en día, a TAM posúe unha dimensión multisemiótica na que infinidade de factores compoñen a mensaxe. Na pantalla atópanse múltiples códigos e signos, por moito que se tente dar unha posición privilexiada a toda tradución. A lectura, interpretación e tradución de toda produción audiovisual depende do grao de comprensión da rede de sentido que se tece entre a linguaxe verbal, as imaxes, a música, os sons, as cores, o ritmo e todo o que se ve e se observa, se oe e se escoita na pantalla.

Traducir para a pantalla (sexa cine, televisión, videoxogos, sitios web, etcétera) non debería ser algo que se entenda, única e exclusivamente, coma un proceso puramente interlingüístico do texto que se escoita ou lee na pantalla, xa que se trata dun conxunto de procesos intersemióticos e multisemióticos dos múltiples paratextos que se oen e se escoitan, que se ven e contemplan, non só na pantalla (os peritextos) senón tamén fóra dela (os epitextos). Como produción multimedia e, por tanto, multisemiótica, cómpre durante o proceso de localización prestarlles unha atención especial a todos os elementos que compoñen os videoxogos. Tanto a nivel académico como profesional, estas producións multimedia están a ser comprendidas coma unha ampliación da rama da tradución audiovisual, a cal está a ser adaptada para que acolla tamén estas novas formas de representación textual e paratextual que posúen como denominador común a pantalla.

Creemos, sin embargo, que resulta interesante señalar que la presencia cada vez mayor de los productos multimedia y los puntos de conexión que la traducción de estos productos tienen con los que se exhiben en la pequeña y la gran pantalla aconsejan incluirla en un mismo bloque junto a la traducción audiovisual, de manera que suele hablarse de traducción audiovisual y multimedia para referirse a ellos de forma global. [...] La pantalla (del cine, de la televisión, del ordenador) parece ser el elemento común denominador (Agost, 2005: 124).

A idea é, precisamente, que a tradución audiovisual e multimedia (TAM) sexa máis ampla que a tradución audiovisual (TAV) ao poder incluír programas multimedia propios de todo tipo de pantallas (ordenador, consolas portátiles, teléfonos móbiles...). Aínda que é posible que non sexa suficiente con esta nova concepción, si que está máis próxima ao que supón localizar un videoxogo. A urxencia de crear un entorno académico no que se ofrezca un achegamento máis axeitado a este mercado débese á necesidade que ten o mercado dixital de contar con profesionais da tradución que saiban traballar con materiais mul-

tisemióticos en pantalla, nos que a parella texto-imaxe constrúa distintas entidades iconotextuais mestizas (Cf. Yuste Frías, 2006b) para transmitir o sentido. E nese terreo, a paratradución constitúe unha noción clave.

2. O concepto de paratradución

O profesor José Yuste Frías e o que por aquel entón era o seu doutorando, Xoán Manuel Garrido Vilariño, durante a preparación da tese doutoral deste último (Garrido Vilariño, 2004), precisaron atopar unha ferramenta de análise que fundamentase teoricamente os cambios ideolóxicos, políticos, sociais e culturais que se producían no xeito de introducir e presentar a tradución da obra *Se questo è un uomo*, a cal foi publicada en distintos idiomas coas máis variadas producións verbo-icónicas nas cubertas. Foi nese momento cando se acuñou o termo de paratradución, co cal non se referían só ao proceso de tradución dos devanditos paratextos¹ (e outros), senón tamén as implicacións ideolóxicas, políticas, sociais e culturais que supón sempre a manipulación, non tanto por parte dos propios tradutores como por parte de terceiros. As manipulacións verbo-icónicas das cubertas estudadas por Garrido Vilariño (2007: 52) resultaron ser un rico abano de manipulacións ideolóxicas na que a sombra ideolóxica do texto aparecía antes que o propio texto:

Contemplan a tradución desde un punto de vista global, que no totalizador, implica fixar a vista en lo que aparentemente está colocado en los márgenes del texto objeto de encargo de traducción, pero que tiene a veces tanta importancia como la propia traducción interlingüística del texto, porque es ahí donde se desvela la ideología. Si se leen e interpretan estos márgenes paratextuales, se está realizando paratraducción. Si la traducción lee, interpreta y traslada textos, la paratraducción lee, interpreta y traslada paratextos. El paratexto es todo conjunto de producciones verbales, icónicas y materiales (ortotipografía y edición bibliográfica) que envuelven el texto para que pueda convertirse en un auténtico objeto de lectura destinado al público: el libro.

1 Segundo a clasificación de Gérard Genette (1987), son paratextos calquera elemento que envolva calquera obra escrita: título, subtítulo, intertítulo, prólogo, epílogo, notas, dedicatorias, anuncios, vocabularios, aspectos gráficos; en definitiva, aquelas mensaxes verbais e non verbais que se sitúan arredor do texto e mesmo fóra del: entrevistas aos escritores, críticas, correspondencia privada, etcétera. Segundo o lugar no que se sitúan na obra, distínguense entre peritextos (elementos que aparecen fisicamente na obra: título, subtítulo, intertítulos, prólogo, epílogo, notas, dedicatorias, advertencias, anuncios, vocabularios e todos os aspectos gráficos non verbais como, por exemplo, a elección ortotipográfica) e epitextos (inclúen aquelas mensaxes que se sitúan arredor do texto, pero a certa distancia, pois sempre se dan no exterior da obra: anuncios en revistas ou xornais, entrevistas ao autor, críticas realizadas na época, correspondencia privada e conferencias, entre outros). (Genette 1987: 7-10).

Tras ter acuñado o concepto para o estudo e análise dos paratextos na actividade tradutora coa fin de concederlles a importancia que merecen nos estudos sobre tradución, chegouse á conclusión de que do mesmo xeito que un texto non pode existir sen paratexto, unha tradución tampouco pode existir sen a súa correspondente paratradución, xa que esta non só introduce e presenta a tradución, senón que a acompaña, rodea, envolve e prolonga como tal na lingua e cultura de chegada, posibilitando a existencia da tradución no mundo editorial, xa sexa en papel ou en pantalla.

Segundo Yuste Frías (2011a: 66), a concepción e regulación de sentido de calquera texto varía en función dos seus paratextos, é dicir, en función dun determinado conxunto de unidades verbais, icónicas, entidades iconotextuais ou diferentes producións materiais que dentro do espazo material do texto o envolven, rodean ou acompañan (os peritextos) e, fóra do espazo material do texto, fan referencia a el noutros espazos externos físicos e sociais ilimitados en termos visuais (os epitextos). Dende o comezo, o concepto de “paratradución” foi creado para analizar o espazo e o tempo de tradución de todo paratexto que acompaña, rodea, envolve, prolonga, introduce e presenta o texto traducido para asegurar no mundo da edición a súa existencia, recepción e consumo, non só baixo a forma de libro (o formato no que se acuñou orixinalmente o termo), senón tamén baixo calquera outra forma de produción editorial da era dixital.

Tal é así que «a paratradución non é só a tradución de paratextos ou de textos paraliterarios» (Yuste Frías, 2006a: 194-196), senón que é un concepto moito máis complexo. Tal e como xa apuntou Yuste Frías, o prefixo *para* en grego significa “preto de”, “a carón de”, “xunto a”, pero tamén “ante”, “fronte a”, sen esquecer “en” e, sobre todo, “entre”. Trátase dun prefixo antitético, xa que designa ao mesmo tempo a proximidade e a distancia, a similitude e a diferenza, a interioridade e a exterioridade. No termo paratradución, o prefixo “para” traduce á perfección as posibilidades significativas que posúe o novo concepto á hora de facer referencia non só ao espazo ocupado polos paratextos do texto a traducir ou traducido, senón tamén ao ocupado pola persoa que traduce. O concepto de paratradución pretende ser unha referencia simbólica ao lugar, físico ou virtual, que ocupan todos os profesionais da tradución no mercado real do día a día. Un tradutor é, antes que nada, un paratradutor, xa que a súa condición é a de estar ocupando sempre o espazo indicado polo prefixo “para”, está ao mesmo tempo aos dous lados da fronteira que separa as dúas linguas e culturas involucradas no proceso tradutor e paratradutor (Yuste Frías, 2005: 77). A paratradución convida o tradutor a ler, interpretar e paratraducir todo símbolo e toda imaxe que rodea, envolve, acompaña, prolonga e presenta o texto nas marxes, nos albores da tradución, porque se trata de fenómenos paratextuais de natureza social e antropolóxica que participan, xunto co texto, na construción do sentido da obra editada.

Dentro destas liñas, entra en xogo o feito de que na época actual os textos están cada vez máis acompañados de imaxes visuais e sonoras que orientan a

súa tradución, polo que a paratradución das devanditas producións paratextuais converteuse nunha necesidade no mercado da tradución, transformándose sempre nun espazo de lectura interpretativa e escritura paratradutora “entre” diferentes códigos semióticos produtores ou reguladores do sentido simbólico creado grazas á relación intersemiótica o multisemiótica. O sentido da mensaxe non é nunca a suma das palabras do seu texto, senón a totalidade orgánica das mesmas estruturadas en torno á imaxe de todo o que as rodea, envolve, acompaña, prolonga e presenta. Lonxe de ser un dato tanxible, o sentido da tradución é sempre o produtor da actividade de comprensión e expresión do tradutor e, por tanto, só poderá existir na tradución editada grazas ao suxeito que interpreta e traduce (Yuste Frías, 2008: 143).

3. Videoxogos e paratradución

A paratradución é aplicable a calquera tipo de encargo profesional de tradución, pero é especialmente importante no mercado dos videoxogos, un terreo para o cal é imperativa a necesidade de lograr o perfecto funcionamento de textos e paratextos ao mesmo tempo, xa que practicamente todo campo de estudo da tradución vese reflectido, dun xeito ou doutro, no mercado dos videoxogos, sobre todo a nivel de imaxe, xa que cada produción de ocio electrónico está fortemente marcada polas características propias do entorno visual na que foi xerada. Neste aspecto, «no se puede traducir ninguna unidad icónica o verbo-icónica si previamente no se ha sabido leer e interpretar las estructuras simbólicas del imaginario que vehicula» (Yuste Frías, 2009: 5). Símbolo e imaxe resultan estar estreitamente unidos na tradución, sobre todo en producións multimedia coma os videoxogos, xa que producen simultaneamente texto, imaxes fixas ou en movemento, son e secuencias de vídeo a partir dun código binario, ademais de todo o que se xera fóra do baño de imaxes que vivimos diante da pantalla, con portadas, xoguetes, cartas, bonecos, publicade, etcétera.

Na era dixital actual dáselle máis importancia a uniformar e homoxeneizar a diferenzas culturas coa fin de lograr unha suposta comunicación universal na que se sigue a crer que os xestos simbólicos son universais. Algo que non podería ser máis falso e afastado da lectura, interpretación e tradución das distintas simboloxías manuais presentes nos xestos de cada cultura (Cf. Yuste Frías, 2011a). Segundo as ideas expostas nas publicacións de Yuste Frías, a tradución pode e debe marcar a distancia entre as linguas e culturas, mostrar dende a paratradución que existen non só linguas diferentes, senón tamén, por exemplo, xestos con sentidos simbólicos diferentes en cada cultura. A tradución dende a paratradución supón a existencia dun espazo físico e/ou virtual onde é posible o encontro e intercambio entre as diferentes estruturas simbólicas dos imaxinarios presentas nas linguas e culturas porque previamente houbo confrontación e diálogo.

A tradución dende a paratradución fundaméntase nunha epistemoloxía tradutiva que cuestiona, problematiza, deconstrúe a tradución para afinar na

análise de todas e cada unha das circunstancias que, na era dixital, rodean, envolven, presentan e introducen a tradución tanto en papel como na pantalla. A tradución dende a paratradución é volver a atoparse coa virtude perturbadora da reflexión, permitir experiencias inéditas nos estudos sobre tradución, multiplicar os cruces transdisciplinarios entre a tradución e outras disciplinas agora máis que nunca, en pleno século XXI, cando, coa tecnoloxía dixital, o tradutor nunca tivera tan fácil acceder á información e á documentación multimedia. Ser conscientes da tradución pode axudarnos a non sucumbir ante a maxia das novas tecnoloxía que o converten todo en multimedia, pero empobrecen a meirande parte dos contidos traducidos ao non paratraducir as formas simbólicas e icónicas adoptadas na súa presentación (Cf. Yuste Frías, 2005: 81-82).

En toda relación intersemiótica creada pola parella texto-imaxe, tal e como é o caso dos videoxogos, o tradutor traduce estruturas de sentido construídas ao mesmo tempo e no mesmo espazo polo texto e a imaxe. Non se poden separar nin afastar destes elementos, xa que tanto o texto como a imaxe participan na construción dunha mensaxe lexible e visible complementándose ambos nun movemento circular reflexivo e creativo ao mesmo tempo, creando unha relación intersemiótica na que a devandita parella texto/imaxe non é

unha mestura fusionada nin un conxunto híbrido. Tanto o texto como a imaxe manteñen as súas identidades semióticas sen renunciar ni un ápice ás mesmas porque tivo lugar unha mestizaxe estética e semiótica do textual e do icónico. A nova entidade iconotextual texto_imaxe así formada é unha entidade mixta, mestiza, onde o elemento verbal está presente ao 100% e o elemento visual tamén ao 100% en perfecta harmonía (Yuste Frías, 2006b: 269-272).

Tal e como apuntou Roland Barthes (1964), todo sistema de signos mestúrase coa linguaxe verbal, sendo moi difícil atopar imaxes que non estean acompañadas de linguaxe oral ou escrita. Deste xeito, en toda imaxe (cine, televisión, publicidade, cómics, videoxogos, etcétera) a linguaxe verbal desdobra a substancia visual e mantén, en case todos os casos, unha estreita relación estrutural coa mensaxe visual. Ler e interpretar a imaxe resulta imprescindible antes de ler, interpretar e traducir o texto que a acompaña. Traducir é interpretar, e interpretar convertese así nun xeito de tradución. A presenza da imaxe crea novas esixencias ao tradutor. Por un lado, o tradutor interpreta o imaxinario que se ten que traducir, cuxas estruturas simbólicas foron construídas asociando o texto á imaxe e viceversa; por outro lado, o tradutor incorpora, consciente ou inconscientemente, o seu propio imaxinario ao proceso de tradución (Cf. Yuste Frías, 2006b: 276).

Os videoxogos son, posiblemente, unha das creacións máis complexas do ser humano. Aínda que vivan á sombra da súa propia imaxe de simple dispositivo de ocio, non deixan de evolucionar para converterse en auténticos

fenómenos económicos, sociais e culturais, chegando mesmo a desbancar a outros medios como o cine e a televisión n oposito de forma de ocio preferida pola meirande parte da mocidade e dos non tan mozos. En toda produción para o xogo conviven texto e imaxe. Non é unha convivencia simplemente estética, senón que a propia existencia do videoxogo depende, inexorablemente, da perfecta convivencia de todas as partes. Nesta maquinaria de relojería trans-cultural e multidisciplinar, un profesional da tradución non pode limitarse a ser un tradutor máis, senón que ten que ser, máis ca en calquera outro medio, o primeiro axente paratradutor pendente de todas as distintas labores que poidan chegar a realizarse no proceso de localización e ser quen de ver o cadro completo para poder tomar as decisións máis adecuadas en cada momento:

Modern video games are complex digital systems designed to provide the player with compelling immersive experiences by the use of cutting-edge technology. Today's video games combine on a technical platform semiotic systems which are embodied visually (text and graphics) and aurally (dialogues, songs and other environmental sounds), sometimes augmented with force-feedback sensations available through the controller, all of which contribute to the player's game play experience. Video games therefore create a polysemiotic and multimodal environment where the player interacts with the game system via different communication channels (O'Hagan, 2009: 213)

4. Localizar é traducir e paratraducir

Hoxe en día, a adecuación lingüística e cultural dun videoxogo para os diferentes mercados é coñecida como “localización”. É un proceso complexo que aínda se considera relativamente pouco coñecido no gran marco da tradución, xa que é algo que vai máis aló do exclusivamente textual e do que se podería considerar a práctica tradutiva tradicional:

Localisation is an essential process to enable video games to be playable in different markets, referred to as *territories* in the game industry, than the country of origin. Today's video games are essentially a piece of software and thus game localisation shares many commonalities with software localisation. The need for 'localisation' beyond translation arose due to the shift to an electronic medium in which the text subject to the translation is couched. To turn software from one language version to another calls for extra technical processes such as extraction and reintegration of text fragments (known as “strings”) and testing to ensure that the localised software functions properly and all linguistic conversions fit both semantically and in the space allocated. Localisation entails adapting products in electronic form to make them “linguistically and culturally appropriate for a particular local market” (Esselink, 1998: 2). The adaptive inclination is particularly pronounced with game localisation, given its purpose

as a means of entertainment with the ultimate goal of localisation being to recreate a pleasurable player experience. Localised versions may have newly added features which were not in their original games. This makes localisation a functionalist translation practice (Nord, 1997) which prioritises the expected function of the translated text at the receiving end, making the fidelity to the source text less relevant (O'Hagan, 2009: 211-212).

A *Localization Industry Standards Association* (LISA, Asociación de estándares da industria de localización) define o seu termo por antonomasia como o que fai que un produto sexa apropiado lingüística e culturalmente para o mercado “local” de destino onde se utilizará e venderá. Resulta interesante constatar que a “localización” veña sempre definida en relación a un “produto” e non só ao texto do mesmo. Nun videoxogo, o “produto” é sempre a suma do texto e todos os seus paratextos.

A ideoloxía implícita da localización parece estar baseada, en primeiro lugar, na adaptación cultural pero, en realidade, a industria da localización reduce a actividade do tradutor a unha tarefa case automática porque ás multinacionais interésalles moito basearse no principio tecnolóxico da reciclaxe do texto, de tal xeito que a linguaxe non dependa de situacións específicas. Os hábitos de traballo consistentes en empregar, por activa e por pasiva, sistemas de xestión de contido baseado só nas memorias de tradución e en bases de datos terminolóxicas poderá aumentar a produtividade dun tradutor, pero, en última instancia, impóñense unha terminoloxía e unha fraseoloxía uniformes, sen posibilidade ningunha de variacións ou creatividade persoal por parte do tradutor. Cando se traballa cunha memoria de tradución, tanto o texto de orixe coma o de destino están divididos en segmentos e o traballo do tradutor limitáase, cal máquina con Recoñecemento Óptico de Carácteres (OCR), a centrarse só naqueles segmentos que sexan novos ou estivesen modificados. Chegados a semellantes casos de automatización da tarefa de traducir, hai unha falta de visibilidade do cotexto e do contexto, polo que o aspecto do documento é ata invisible xa que o formato se converte nunha serie de marcas numeradas que o tradutor non debe tocar. Pym (2003, 2004) fala da necesidade de resistir a deshumanización que resulta destas tecnoloxías de automatización da tarefa do tradutor. A tradución non é repetición, senón sempre creación. O que pode funcionar para o encargo de “localización” do texto do manual técnico dun produto de última tecnoloxía pode non funcionar en absoluto en algo tan “creativo” coma un videoxogo.

Dende o novo concepto de paratradución, o termo “localización” en tradución de videoxogos abarca todo, dende os elementos textuais contidos dentro do propio xogo ata os elementos paratextuais como as portadas, a publicidade, sen esquecermos dos peritextos icónicos e sonoros que resultan esenciais para crear o imaxinario no que habita todo xogador. A localización é todo proceso de adaptación lingüística e cultural dun produto para o mercado local de destino (país, rexión e idioma) onde se utilizará e venderá. Noutras palabras,

localizar é un termo cuxa definición ben podería ser a seguinte: traducir e paratraducir todo produto audiovisual e multimedia. Isto implica non só “traducir” a parte puramente textual do texto audiovisual e multimedia, senón tamén, e sobre todo, “paratraducir” todos e cada uno dos tipos de produción paratextual que o acompañan, rodean, envolven, prolongan, introducen e presentan tanto en pantalla coma fóra dela. Se non pode existir nunca un texto sen o seu paratexto, tampouco pode haber tradución sen a súa correspondente paratradución, sobre todo en tradución audiovisual e multimedia, onde o texto cobra vida en pantalla e fóra dela grazas aos paratextos. Por iso mesmo propoñemos neste artigo que a tradución dos videoxogos se faga baixo o prisma da paratradución, porque é un bo enfoque para comprender plenamente como funciona o mundo dos videoxogos e, por tanto, ser quen de realizar un bo labor á hora de localizar un produto e de ofrecer aos usuarios de culturas diferentes ese obxectivo principal de toda produción de ocio electrónico: meter ao xogador na pantalla e lograr que a virtualidade e o baño de imaxes lle permitan sentirse parte da aventura que está a vivir.

5. O tradutor entre o texto e a imaxe

Tal e como afirma Yuste Frías (2011b: 63), do mesmo xeito que calquera outro tipo de texto, o texto audiovisual e multimedia existe grazas aos paratextos que o acompañan, rodean, envolven, prolongan, introducen e presentan na pantalla e fóra dela. Traducir para a pantalla non pode considerarse un proceso puramente interlingüístico do texto que se vai escoitar (dobraxa) ou ler (subtitulado) na pantalla, senón que é un conxunto de procesos intersemióticos e multiseimióticos na tradución dos múltiples paratextos que se ven e observan, oen e escoitan, non só dentro da pantalla (os peritextos) senón tamén fóra dela (os epitextos).

OS PARATEXTOS E A PANTALLA	
Conxunto de elementos paratextuais (unidades verbais, icónicas, entidades iconotextuais ou producións materiais) que acompañan, rodean, envolven, prolongan, introducen e presentan o texto audiovisual e multimedia na pantalla e fóra dela.	
Existen dous tipos de paratextos cando se traduce para a pantalla:	
1. OS PERITEXTOS Elementos paratextuais que acompañan, rodean e envolven o texto audiovisual e multimedia DENTRO DA PANTALLA e, polo tanto, só son accesibles unha vez activados os mecanismos de interactividade entre o usuario e o produto.	2. OS EPITEXTOS Elementos paratextuais que prolongan, introducen e presentan o texto audiovisual e multimedia FÓRA DA PANTALLA e, polo tanto, son accesibles sen activar ningún mecanismo de interactividade entre o usuario e o produto.

Esquema de José Yuste Frías, 2011b: 64.

Os videoxogos conteñen unha inxente cantidade de elementos textuais e paratextuais, ata o punto de que a localización se converte nunha actividade única e independente, que non ten comparación con ningunha outra actividade tradutiva que se teña visto ata o de agora. Os videoxogos abarcan tal cantidade de elementos, tanto lingüísticos, visuais e sonoros coma culturais, que traballar con eles require un grao de especialización propio moi elevado:

So, what is it that makes the translation of video games distinctive?

It cannot be the complexity of the dialogues, the creativity, or the playfulness involved, since we can find these same characteristics in many other types of texts, like literature, films, and comic books.

We have to go back to what was said earlier about customisation and shared authorship. The new business model for developing video games is one that makes the creative department work almost simultaneously with the localisation department. This is what I mean by shared authorship. It is a bigger coordination challenge, but it is an improvement over the previous model, where translations could only start when the game was completely finished and published, and it grants better control and consistency over the final product in all languages. I define video games as a multi-textual interactive entertainment product for mass consumption with shared authorship that is customised to attract audiences in a variety of countries. From the translational point of view, this is the only product in which the linguistic transfer is part of the development process and can, therefore, affect the actual creation of the video game (Bernal Merino, 2006: 34)

Se, xa polo xeral, cando se traduce para a pantalla o tradutor atópase sempre entre o texto e a imaxe, entre o lexible e o visible, entre o texto e o paratexto (Cf. Yuste Frías, 2011b), cando se traduce un videoxogo o tradutor atópase ante un mundo virtual no que debe habitar para chegar a realizar de xeito satisfactorio o seu traballo. É por iso que cada día se impón máis unha pedagogía da tradución que forme a mirada do futuro tradutor profesional, xa que vai ser sempre o sentido da mirada do tradutor, suxeito que traduce e primeiro axente paratradutor (Cf. Yuste Frías, 2010), o que permitirá ler, interpretar e (para)traducir o halo de virtualidade imprescindible en toda produción de xogos. E o momento de afrontalo é canto antes, en plena emerxencia da práctica da localización:

Game localisation is an emerging professional practice and the translation process involved is characterised by a high degree of freedom and a number of constraints that distinguish it from any other type of translation, thus making it an area worthy of translation studies. The reason for this lies in the nature of video games as interactive digital

entertainment which demands a new translation approach. Although it shares some similarities with screen translation and software localisation, game localisation stands apart because its ultimate goal is to offer entertainment for the end-user (Mangiron y O'Hagan, 2006: 21)

O concepto de paratradución aplicado aos videoxogos quere expresar a necesidade dunha postura, política, ideolóxica, social e cultural ante o acto nada inocente de traducir xa que o que está “preto de”, “ao carón de”, “xunto a”, “ante”, “frente a”, “en”, “entre” ou mesmo “á marxe” da tradución resulta ser a propia vida que late en todos e cada un dos textos que traducimos (Cf. Yuste Frías, 2011b). E nun videoxogo, a suma de todas as partes é de vital importancia, de tal xeito que é preciso que o tradutor se meta nese baño de imaxes e o comprenda perfectamente para conseguir transmitir as sensacións, máis que as palabras, ao usuario final.

6. Habitar a imaxe para traducir videoxogos

Se hai algo que diferencie a un videoxogo de calquera outra forma de ocio é a virtualidade, o baño de imaxes, a actitude interactiva que adopta o xogador ante o produto que se lle mostra. Outras modalidades de ocio como a literatura e a música, ou mesmo de ocio audiovisual como o cine ou a televisión, requiren un maior esforzo para conseguir meter ao usuario na acción.

Precisamente, ese xeito distinto de achegarse ao usuario que se pode ver no produto de ocio provoca que sexa case imposible que o achegamento tradutivo sexa idéntico ao de calquera outra modalidade. Os videoxogos constitúen un mundo de coñecemento independente, que fusiona tal cantidade de elementos diversos que todo o mundo ten dificultades para etiquetalos nunha disciplina concreta; tal é así que o mercado adaptouse a eles con tendas , revistas , eventos cursos de deseño e creación, etcétera, especializados,. Podería dicirse o mesmo de, por exemplo, o mundo do motor, e en certo modo hai un aspecto máis en que coincidirían: a nula importancia que se lle dá á tradución nese sector especializado. Pero a diferenza do mundo do motor, nos videoxogos non basta con ver o desenvolvemento da acción en pantalla, senón que é o xogador quen fai que a acción teña lugar, prestando atención non só ás imaxes, senón tamén aos elementos textuais e sonoros que acompañan, rodean, envolven prolongan, introducen e presentan a imaxe en pantalla e fóra dela. Aínda máis, un videoxogo pode acoller no seu interior o mundo do motor e ser tan técnico ou máis que calquera revista especializada na materia (véxanse produtos como FORZA MOTORSPORT, F1 ou GRAN TURISMO, por exemplo); o mesmo podería dicirse do fútbol, as historias bélicas, a ciencia-ficción, etcétera.

Toda historia que se conte a través dun videoxogo transmítese mediante diversos elementos paratextuais que conforman un todo, e é aí onde o tradutor debe estar preparado para comprender a totalidade do produto, o todo que se lle presenta, se quere que o seu traballo acabe sendo satisfactorio e que funcione

adecuadamente para o usuario. O obxectivo último dun videoxogo é transmitir sensacións ao usuario, empregando para tal fin todos os seus sentidos ao mergullarse completamente na virtualidade que se lle presenta na pantalla. Para conseguilo, o tradutor debe pensar na imaxe coma un elemento paratextual esencial na institución do simbólico como principio de estratexia textual. Como di Yuste Frías, ao ser unha simbolización icónica, a imaxe en tradución debe lerse e interpretarse de forma simbólica porque, a diferenza do signo (que adoita estar caracterizado sempre pola súa temporalidade), a dimensión espacial da imaxe fai dela unha especie de pantalla que invita ao tradutor a explorala e franqueala na procura do pracer que procura estar “dentro” da imaxe e non só “fronte” á imaxe (Cf. Yuste Frías, 2012c). Para conseguir estar “dentro” da imaxe, é preciso coidar co máximo mimo todos os aspectos paratextuais, xa que se, por exemplo, a dobraxe non está ao nivel mínimo esixible, o xogador desconectará da produción e faráselle difícil xogar, chegando así a un punto no que toda a función última do videoxogo acaba perdéndose e o resultado final non é outro que un sonoro e estrepitoso fracaso.

Para evitalo, o tradutor ten que ser o primeiro en estar preparado e formado para mergullarse nese baño de imaxes e comprender ese halo de virtualidade desde dentro, aceptando todos os textos e os correspondentes paratextos do xogo coma un todo e buscando unha perfecta combinación de todos eles para, igual que na produción inicial, conseguir localizar do mellor xeito posible a obra para un novo público nun novo mercado. A este respecto, traduzo ao galego as reflexiónes que fai en castelán Yuste Frías (2012a) no seu blog T&P para ofrecer unha aplicación práctica do concepto de paratradución nos procesos de tradución e paratradución de videoxogos, xa que definen, con acerto, os aspectos que debe ter en conta o tradutor á hora de afrontar o seu labor profesional neste sector:

1. Un tradutor de videoxogos non é só o suxeito que traduce os textos que se van escoitar (dobraxa) ou ler (subtitulado) na pantalla, senón tamén o primeiro axente paratradutor que debería decidir sobre a edición definitiva de todos e cada un dos paratextos que acompañarán, rodearán, envolverán, prolongarán, introducirán e presentarán o videoxogo tanto na pantalla como fóra dela.
2. Coma en toda encomenda real de tradución profesional, nunha encomenda de tradución de videoxogos instáurase unha lóxica de redes que tece vínculos de relacións entre, por un lado, o tradutor e, polo outro, un grande conxunto de segundos e terceiros axentes paratradutores non tradutores, propiamente falando (dende os actores ata o director de dobraxe, pasando polo maquetador da portada do DVD do xogo) pero que, en realidade, resultan ser quen deciden sobre o resultado final da presentación de todas esas producións paratextuais.

3. Como calquera outra produción editorial, a edición dos videoxogos descansa sobre un conxunto de postulados paratextuais que fan referencia ao xeito en que se concibe a “lectura” dos videoxogos, a súa comprensión, a súa interpretación e, por conseguinte, o xeito de xogar. Do mesmo xeito que un libro só existe cando se le, dende o Grupo de Investigación T&P consideramos que os videoxogos non existen como tales ata que, dentro da pantalla, lense, escóitanse, contéplanse e xóganse, e, fóra da pantalla, prolónganse, introdúcese e preséntanse dun xeito ou outro. A edición dos videoxogos sempre nos indica o xeito no que unha sociedade concibe e regula a produción do sentido dun xogo en pantalla e fóra dela. Agora ben, as devanditas concepcións e regras do sentido dos videoxogos poden variar dun espazo cultural a outro e, por conseguinte, dunha lingua a outra en función de determinados paratextos, é dicir, en función dun determinado conxunto formado por unidades verbais e sensacións non verbais (icónicas, sonoras e ata táctiles) que, dentro do espazo material da pantalla (os peritextos), envolven, rodean ou acompañan a todo o que se escoita ou se mira no videoxogo e, fóra do espazo material da pantalla (os epitextos), fan referencia ao videoxogo prolongándoo, introducíndoo e presentándoo en outros espazos externos físicos e sociais virtualmente ilimitados.

Ata certo punto, todo canto dixemos ata o momento podería resumirse nunha frase moi sinxela: o tradutor non pode quedar “diante” da pantalla, senón que debe entrar “dentro” dela para poder explotar completamente todas as acepcións e significacións ocultas que unha simple palabra poida ter, as cales se transmiten mediante imaxes, sons ou outros sistemas paratextuais cuxa relevancia non se fai patente ata chegar a pensar dentro do xogo². Polo xeral, todos os estudos sobre videoxogos adoitan centrarse na análise de traducións problemáticas ou erróneas, producidas precisamente porque nalgún momento do proceso de localización os axentes tradutores e paratradutores esqueceron por completo a necesidade de transmitir a sensación de estar «bañados pola imaxe» (Yuste Frías, 2012d y 2012e).

O sector dos videoxogos é relativamente novo e aínda está comezando agora a mostrar todo o seu potencial, por iso a nivel académico a formación

2 Hoxe en día, as compañías adoitan pór moitas trabas á hora de compartir información e datos desta índole cos tradutores. Porén, é posible informarse por vías oficiais e chegar a pensar dentro do videoxogo. Nese aspecto, un xogador pode ter unha maior facilidade para comprender e dar forma ao texto grazas á súa experiencia que alguén que se dedica profesionalmente á localización pero non adoita xogar a videoxogos. De aí a grande importancia de coñecer ben o sector e como funciona un videoxogo, xa que unha boa tradución e paratradución pasa por comprender ben o produto, algo que non está ó alcance de moitos na actualidade.

dos distintos axentes que participan na creación dun xogo (programadores, tradutores, deseñadores, compositores, etcétera) está demasiado verde e obsérvanse abundantes lagoas que adoitan xogar en contra do traballo en equipo que require a actividade multidisciplinar que é a tradución de videoxogos. É por iso de vital importancia formar a cada unha das partes implicadas para que estean preparadas para comprender o proceso en xeral, e non só as particularidades propias da súa disciplina. Concretamente, a nivel de tradución, implica formar os tradutores para comprender un novo xeito de traballar no que o texto non é suficiente, senón que é preciso entrar na imaxe e habitala:

La traducción de videojuegos implica una nueva relación del traductor con la imagen: toda imagen en pantalla es un espacio abierto que nos invita a entrar en ella para explorarla hasta en el más mínimo detalle y dejarse llevar por las sensaciones que procura. Por eso, en todo proceso de localización de videojuegos, el traductor debería tener voz y voto a la hora de elegir cada imagen que conformará el mundo que el jugador de la lengua y cultura de llegada tendrá que explorar a todo color. Un traductor no sólo «ve» los colores y las formas de una imagen, sino que al «mirar» la imagen percibe sus colores y sus formas de una manera muy determinada según la lengua, la cultura, el momento y el lugar del contexto comunicativo del videojuego editado en cada cultura de llegada (Yuste Frías, 2012a: en rede)

Modern games, such as the internationally successful Japanese RPG FF series, combine compelling graphics, a detailed storyline, character designs, theme songs, environmental sounds and a sophisticated game system to immerse the player in the game world. Interactivity takes place through the game controller in a virtual space represented on screen through text, graphics and sounds. Recreation of the game experience in a localised version therefore demands consideration of all these aspects (O'Hagan, 2007).

A localización de videoxogos é un proceso extremadamente complexo, no que se debe traballar minuciosamente, coidando todos os aspectos do produto para conseguir manter ese baño de imaxes que acabará supoñendo o visto bo do usuario e deixando unha lembranza inesquecible na súa memoria. Para poder localizar ben un videoxogo é preciso explorar a imaxe e comprender todos os seus detalles coa fin de para-traducir adecuadamente o imaxinario aportado pola imaxe; é dicir, habitar na propia imaxe. E que mellor xeito de facelo que xogando ao videoxogo que se está a traducir. Desgrazadamente, isto non sempre é posible dado que adoitan programarse os xogos ao mesmo tempo que se traducen, polo que hai fortes embargos de información que poden provocar

que toda axuda por parte do estudo de programación chegue con contagotas. Aínda a pesar desta limitación, sempre se pode xogar a outras producións e estar acostumados a comprender o mundo dos videoxogos en xeral, habitar a imaxe e a pantalla de xeito habitual ata o punto de que, unha vez se viva alí, visitar ao veciño sexa unha experiencia sinxela de imaxinar e de comprender precisando cada vez menos información.

7. Conclusións

Os videoxogos evolucionaron a un ritmo moi elevado e, xunto con eles, tamén evolucionaron as prácticas de tradución, indo máis aló da localización tradicional para presentar novas técnicas tradutivas que abrangan todas as necesidades dun sector en auge e aínda moi descoñecido por parte dos profesionais. Os videoxogos son producións audiovisuais que conxugan un grande número de elementos que deben comprenderse coma un todo, non como aspectos cos que traballar de xeito independente nos procesos de localización. Por iso mesmo, é preciso que, dende a aplicación metodolóxica da noción de paratradución, os tradutores de videoxogos sexan quen de cruzar o limiar da pantalla para habitar a imaxe, mergullarse no halo de virtualidade que os creadores de videoxogos queren transmitir aos usuarios finais. Só entón, cando o propio paratradutor (suxeito que traduce e primeiro axente paratradutor) comprenda e poida vivir os videoxogos coma un todo, comprendendo todos os elementos textuais e paratextuais, poderanse acadar os máximos estándares de calidade que os usuarios demandan en toda produción de xogos.

Bibliografía

- AGOST, R. 2005. «Competencia tradutora y objetivos de aprendizaje: la cultura, punto de partida», en YUSTE FRÍAS y ÁLVAREZ LUGRÍS [eds.], pp. 123-129. [Dispoñible en liña: http://paratraduccion.com/docs/TyP1/010_RAC_Competencia.pdf].
- BERNAL, M. 2006. «On the Translation of Video Games». En *The Journal of Specialised Translation*, Vol. 6, pp. 22-36. [Dispoñible en liña: http://www.jostrans.org/issue06/art_bernal.php - 28/02/2012].
- BERNAL, M. 2007. «Challenges in the Translation of Videogames». En *Tradumàtica*, Vol. 5, *La localització de videojocs*. [Dispoñible en liña: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articles/02/02art.htm> - 28/02/2012].
- BERNAL, M. (2008) «Training translators for the video game industry», in DIAZ-CINTAS, J. [ed.], *The Didactics of Audiovisual Translation*: 141-155. Amsterdam / Filadelfia: John Benjamins. [Dispoñible en: www.benjamins.com/cgi-bin/t_articles.cgi?bookid=BTL%2077&artid=678117234 - 28/02/2012].

- GARRIDO VILARIÑO, X. M. (2004) *Traducir a Literatura do Holocausto: Traducción/Paratraducción de «Se questo è un uomo» de Primo Levi*, Vigo: Universidade de Vigo, Teses de doutoramento-Curso 2004-2005, [CD-ROM].
- GARRIDO VILARIÑO, X. M. (2007) «Ideología y traducción: la paratraducción», *Lenguas en contexto*, nº 4 – Outono 2007: 52-59.
- MANGIRON, C. (2004) «Localizing Final Fantasy – Bringing Fantasy to Reality», *LISA Newsletter*, XIII, 1.3. [Online]. Disponible en: http://www.lisa.org/globalizationinsider/2004/03/bringing_fantas.html - 02/03/2012].
- MANGIRON, C. (2006) «Video Games Localisation: Posing New Challenges to the Translator», *Perspectives: Studies in Translatology*, 14-4: 306-323.
- MANGIRON, C. [ed.] (2007) «La localització de videojocs», *Tradumàtica*, 5. [Online]. [Disponible en: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/Sumari.htm> - 02/03/2012].
- MANGIRON, C. (2011) «Accesibilidad a los videojuegos: estado actual y perspectivas futuras», *TRANS*, 5: 53-67. Disponible en: http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_15/53-17.pdf. (Consultado o 02/03/2012).
- MANGIRON, C. (2012) «Pautas para mejorar el subtítulo en videojuegos», *Buenas prácticas de accesibilidad en videojuegos*: 108-113. Disponible en: <http://www.imsersomayores.csic.es/documentos/documentos/imserso-buenaspracticavideojuegos-01.pdf>. (Consultado o 02/03/2012).
- MANGIRON, C., O'HAGAN, M. (2006) «Game Localisation: Unleashing Imagination with 'Restricted' Translation», *The Journal of Specialised Translation*, 6: 10-21. Disponible en: http://www.jostrans.org/issue06/art_ohagan.pdf. (Consultado o 02/03/2012).
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. (2010) «La traducción, un factor clave», *Meristation*. [Online]. Disponible en: http://www.meristation.com/v3/des_articulo.php?id=cw4b519f8f7bae8&pic=GEN&idj=&idp=. (Consultado o 19/10/2011).
- MÉNDEZ GONZÁLEZ, R. (2012) «Un día en la vida de un traductor de videojuegos», *Mundogamers*. [Online]. Disponible en: http://www.mundogamers.com/articulo-un_dia_en_la_vida_de_un_traductor_de_videojuegos-pe.89.html. (Consultado o 04/11/2012).
- O'HAGAN, M. (2004) «Translating into the Digital Age: The expanding horizons of localisation». [Online]. Disponible en: <http://lrc.csis.ul.ie/publications/presentations/2004/Conference/Presentations/MinakoOHagan.ppt>. (Consultado o 02/03/2012).
- O'HAGAN, M., MANGIRON, C. (2004a) «Games Localization: When Arigato Gets Lost in Translation», *A New Zealand Game Developers Conference Proceedings*. Otago: University of Otago.
- O'HAGAN, M., MANGIRON, C. (2004b) «Video Games Localisation and GILT: Localisation meets screen translation», Comunicación presentada na *International Conference on Languages and the Media*, 3-5 novembro 2004. Berlín.

- O'HAAGAN, M. (2005) «Multidimensional Translation: A Game Plan for Audiovisual Translation in the Age of GILT», *MuTra 2005, Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings*. [Online]. Disponible en: http://www.euroconferences.info/proceedings/2005_Proceedings/2005_O%27Hagan_Minako.pdf. (Consultado o 02/03/2012).
- O'HAGAN, M. (2007) «Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience», *Tradumàtica*, 5: *La localització de videojocs*. [Online]. Disponible en: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articulos/09/09art.htm>. (Consultado o 02/03/2012).
- O'HAAGAN, M. (2009) «Towards a cross-cultural game design: an explorative study in understanding the player experience of a localised Japanese video game», *The Journal of Specialised Translation*, 13, [Online] Disponible en: http://www.jostrans.org/issue11/art_ohagan.pdf. (Consultado o 02/03/2012).
- PYM, A. (2003) «Redefining Translation Competence in an Electronic Age», *Meta* 48: 481-497.
- PYM, A. (2004) *The Moving Text. Translation, Localization, and Distribution*. Ámsterdam: Rodopi.
- YUSTE FRÍAS, J. (2005). *Desconstrucción, traducción y paratraducción en la era digital*, en YUSTE FRÍAS Y A. ÁLVAREZ LUGRÍS [eds.], pp. 59-82. Capítulo disponible na web do autor: <http://webs.uvigo.es/jyuste/docu/publicaciones/JoseYusteFrias%202005c.pdf>. (Consultado o 17/05/2010).
- YUSTE FRÍAS, J. (2006a) «Traducción y paratraducción de la literatura infantil y juvenil», dans LUNA ALONSO, A. y S. MONTERO KÜPPER [eds.], *Traducción e Política editorial de Literatura infantil e xuvenil*, Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, col. T&P, n.º 2: 189-201. Capítulo de libro disponible na web do autor: <<http://www.joseyustefrias.com/docu/publicaciones/JoseYusteFrias2006a.pdf>> Presentación e extractos do libro disponibles na rede: <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/prueba-libros/48-libros/116-traducion-e-politica-editorial-de-literatura-infantil-e-xuvenil.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2006b) «La pareja texto/imagen en la traducción de libros infantiles», dans LUNA ALONSO, A. y S. MONTERO KÜPPER [eds.], *Traducción e Política editorial de Literatura infantil e xuvenil*, Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, col. T&P, n.º 2: 267-276. Capítulo de libro disponible na web do autor: <<http://www.joseyustefrias.com/docu/publicaciones/JoseYusteFrias2006b.pdf>> Presentación e extractos do libro disponibles na rede: <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/prueba-libros/48-libros/116-traducion-e-politica-editorial-de-literatura-infantil-e-xuvenil.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2008) «Pensar en traducir la imagen en publicidad: el sentido de la mirada» *PLP Pensar La Publicidad. Revista Internacional de Inves-*

- tigaciones Publicitarias*, vol. II, n.º 1 (2008): 141-170. Artículo impreso disponible na web do autor <<http://www.joseyustefrias.com/docu/publicaciones/JoseYusteFrias2008.pdf>> e na web da revista <<http://revistas.ucm.es/inf/18878598/articulos/PEPU0808120141A.PDF>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2009) *Traducción Intersemiótica. Parte I: La traducción de la pareja texto_imagen*, (PDF da materia do curso de doutoramento), Vigo: Mestrado de doutoramento T&P.
- YUSTE FRÍAS, J. (2010) «Au seuil de la traduction : la paratraduction», en NAALJKENS, T. [ed.] *Event or Incident. Événement ou Incident. On the Role of Translation in the Dynamics of Cultural Exchange. Du rôle des traductions dans les processus d'échanges culturels*, Berna, Berlín, Bruselas, Frankfurt am Main, Nueva York, Oxford, Viena: Peter Lang, col. *Genèses de Textes-Textgenesen* (Françoise Lartillot [dir.]), vol. 3: 287-316. Información detallada sobre a publicación dispoñible na web do autor: <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/prueba-libros/64-informacion-detallada/174-au-seuil-de-la-traduction-la-paratraduction.html>>
- YUSTE FRÍAS, José (2011a) «Traduire l'image dans les albums d'Astérix. À la recherche du pouce perdu en Hispanie » en Richet, B. (ed) *Le tour du monde d'Astérix*, París: Presses Sorbonne Nouvelle, pp. 255-271. Publicación dispoñible na web do autor: <http://joseyustefrias.com/docu/publicaciones/Tour-du-Monde-Asterix/JoseYusteFrias2011_Traduire_Image_Asterix.pdf>
- YUSTE FRÍAS, J. (2011b) «Traducir para la pantalla: el traductor entre el texto y la imagen», en Di Giovanni, E. [ed.] *Diálogos intertextuales 5: Between Text and Receiver: Translation and Accessibility. Entre texto y receptor: traducción y accesibilidad*, Frankfurt am Main, Berlin, Bern, Bruxelles, New York, Oxford, Wien: Peter Lang: 57-88. Información detallada sobre a publicación dispoñible na web do autor: <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/capitulos-de-libro/216-traducir-para-la-pantalla.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2012a) «Fun for All 1: Videojuegos y paratraducción. Video Game's Translation and Paratranslation», en *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*, Vigo: Blog de Investigación T&P, 23/03/2012, [na rede] <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/blog/item/fun-for-all-1.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2012b) «Fun for All 2: La imagen en traducción. Video Game's Translation and Paratranslation», en *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*, Vigo: Blog de Investigación T&P, 26/03/2012, [na rede] <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/blog/item/fun-for-all-2.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2012c) «Fun for All 3: “Dentro” y “delante” de la imagen. Video Game's Translation and Paratranslation», en *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*, Vigo: Blog de Investigación T&P, 27/03/2012, [na rede] <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/blog/item/fun-for-all-3.html>>

- YUSTE FRÍAS, J. (2012d) «Fun for All 4: Habitar la imagen para-traducir videojuegos. Video Game's Translation and Paratranslation», en *Blog de Yuste. On y sème à tout vent*, Vigo: Blog de Investigación T&P, 28/03/2012, [na rede] <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/blog/item/fun-for-all-4.html>>
- YUSTE FRÍAS, J. (2012e) «Inhabiting the Image for the Para-Translation of Video Games», Comunicación presentada no *Fun for All: II International Conference on Video Game and Virtual Worlds Translation and Accessibility*, celebrado na UAB do 22 ao 23 de marzo de 2012. PDF da comunicación dispoñible na web do autor <http://www.joseyustefrias.com/docu/publicaciones/JoseYusteFrias2012_Fun4All.pdf>
- YUSTE FRÍAS, J. y ÁLVAREZ LUGRÍS, A. [eds.] (2005) *Estudios sobre traducción: teoría, didáctica, profesión*, Vigo: Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, col. T&P, n.º 1. Extractos do libro dispoñibles na web do autor: <<http://www.joseyustefrias.com/index.php/publicaciones/pruebalibros/48-libros/115-estudios-sobre-traduccion-teoria-didactica-profesion.html>>

