

La universidad como institución frontera en el ámbito de la traducción multimedia

Joan Miquel-Vergés

Universidade de Vigo, España.

jmv@uvigo.es

Resumen

Si el siglo XX estuvo marcado por el acceso de “profesionales certificados” producidos por universidades y escuelas técnicas, todo hace pensar que el siglo XXI estará marcado por el surgimiento de aquellos que sienten que no necesitan un sello oficial de una institución acreditada para proclamar su competencia y deseo de crear. Estos nuevos “amateurs profesionales”, los “proams”, apasionados, fanáticos, potencializados por la tecnología y conectados entre sí, están remodelando los negocios, la política, la ciencia y la cultura; hasta el punto de resolver una escasez histórica de recursos profesionales en todos los ámbitos (incluido el de la traducción multimedia).

Palabras clave: Prosumidor, fansumidor, proam, institución (de) frontera, traducción multimedia.

The University as Boundary Institution in the Field of Multimedia Translation

Abstract

If the 20th century was marked by the rise of “certified professionals” produced by universities and technical schools, everything suggests that the 21th century will be marked by the rise of those who feel they do

not need an official stamp from an accredited institution to proclaim its competition and desire to create. These new “professional amateurs”, the “proams”, passionate, fans, potentiated by technology and interconnected, are reshaping business, politics, science and culture; to the point of solving a historical scarcity of professional resources in all areas (including multimedia translation).

Keywords: Prosumer, fansumer, proam, boundary institution, multimedia translation.

1. INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE INSTITUCIÓN (DE) FRONTERA

1.1. La universidad como institución (de) frontera: prosumidores, fansumidores y proams

En determinadas ocasiones el mundo científico es visto como un mundo aparte. Un mundo en el que el trabajo científico se elabora al margen de la vida real y de sus actores. Esta concepción de la ciencia dista mucho de la relación que se establece actualmente en nuestra sociedad entre productores, consumidores, profesionales y amateurs (aficionados o fans). Las nuevas tecnologías propician y fomentan el diálogo entre ellos, haciendo que el consumidor pase de pasivo a activo; llegando incluso, a veces, a equipararse los unos con los otros. Ello ha dado lugar a la aparición de nuevas figuras de relevancia para todos los actores involucrados, como son los “prosumidores” (*consumidores* que se comportan como *productores* y/o *profesionales*) o los “fansumidores” (*consumidores* que se comportan como *fans* del producto). En este contexto, los prosumidores y fansumidores no requieren legitimización social, académica y/o económica para “publicar y aplicar” sus ideas; y, de alguna manera, se han convertido en los nuevos “jueces” del mercado. Esta interacción entre entidades diferentes se hace posible teniendo como intermediario las redes sociales, las comunidades virtuales, los foros digitales, etc.; los media digitales, en definitiva. El consumidor utiliza y necesita estos medios para implicarse en su manera de consumir, en la mejora de productos y servicios; y también para desarrollar un sentimiento de pertenencia a su comunidad, a su red social, entre otros.

Cambian las comunicaciones y con ellas disminuye la facilidad que antes había para entenderlas –pero ¿acaso las entendíamos bien?–. Y entre esos cambios cabe subrayar, por lo importantes y significativos, los que se dan en las formas de participación de los actores –antes nítidamente diferenciadas–. Por ejemplo, los ‘amos de la información’ ya no se circunscriben a quienes controlan los medios tradicionales, pues ahora han de compartir su posición privilegiada con otros ‘señores de la Red’ que convergen en este campo de actividad. [...] quienes modifican productos elaborados por las industrias culturales (remix, mash-up, ...), o realizan otros trabajos que responden a esos cánones industriales; entre quienes destacan los que se encuentran a mitad de camino entre los profesionales y los amateur (pro-am). O los más activos prosumer y produser. O incluso, y aún en el terreno de las comunicaciones de masas, quienes comentan o comparten contenidos, o quienes establecen su propia dieta mediática (‘veo lo que quiero, cuándo, dónde y cómo quiero’). Y eso por no hablar del terreno de las comunicaciones interpersonales, donde casi todos somos ya activos y consumados comunicadores (Aguilera, 2014:11).

Si el siglo XX estuvo marcado por el acceso de “profesionales certificados” producidos por universidades y escuelas técnicas, todo hace pensar que el siglo XXI estará marcado por el surgimiento de aquellos que sienten que no necesitan un sello oficial de una institución acreditada para proclamar su competencia y deseo de crear “algo bueno y útil” en sus vidas.

The twentieth century was shaped by the rise of professionals in most walks of life. From education, science and medicine, to banking, business and sports, formerly amateur activities became more organised, and knowledge and procedures were codified and regulated. As professionalism grew, often with hierarchical organisations and formal systems for accrediting knowledge, so amateurs came to be seen as second-rate. Amateurism came to be to a term of derision. Professionalism was a mark of seriousness and high standards.

But in the last two decades a new breed of amateur has emerged: the Pro-Am, amateurs who work to professional standards [...]. The Pro-Ams are knowledgeable, educated, committed and networked, by new technology. The twentieth century was shaped by large hierarchical organisations with

professionals at the top. Pro-Ams are creating new, distributed organisational models that will be innovative, adaptive and low-cost (Leadbeater y Miller, 2004:12).

El conocimiento es cada vez más asequible gracias a Internet y a las nuevas tecnologías; y, estos nuevos “amateurs profesionales”, los “pro-ams”, están resolviendo una escasez histórica de recursos profesionales en todos los ámbitos. Estos amateurs apasionados, fanáticos, potencializados por la tecnología y conectados entre sí, están remodelando los negocios, la política, la ciencia y la cultura.

Pro-Ams play three distinct roles in innovation. *First, Pro-Ams can be disruptive innovators.* Disruptive innovation changes the way an industry operates by creating new ways of doing business, often by making products and services much cheaper or by creating entirely new products. Disruptive innovation often starts in marginal, experimental markets rather than mainstream mass markets. [...]. *Second, Pro-Ams lead innovation in use.* The more technologically radical the innovation the more difficult it is to say in advance what the innovation is for. It may be impossible for the ‘authors’ of the innovation to predict exactly how it will be used. It is down to the consumers to work out what a new technology is really for. That requires innovation in use or the co-creation of value between consumers and producers [...]. *Third, Pro-Ams are vital to service innovation.* All services are delivered to a script, which directs the parts played by the actors involved. Most service innovation comes from producers and users simultaneously adopting a new script, playing out new and complementary roles in the story [...] (Leadbeater y Miller, 2004:52-53).

Leadbeater y Miller (2004:23) representan en un único gráfico (Ilustración 1) la progresión que va desde (considerando que “fan”, “aficionado” y “amateur” son sinónimos) los “devotos, fans, diletantes y espectadores”, “los aficionados cualificados”, los “aficionados serios y comprometidos”, los “casi-profesionales”; y, finalmente, los “profesionales certificados o de pleno derecho”. Todos ellos en un único continuum, donde “aficionados serios y comprometidos” y “casi-profesionales” son agrupados bajo una misma categoría que denomina “aficionados-profesionales o proams”.

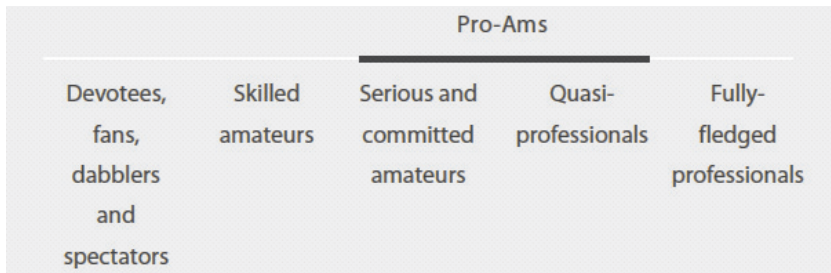


Ilustración 1: Continuum entre amateurs y profesionales (Leadbeater y Miller, 2004:23).

De la misma manera que productor y consumidor se están aliando para mejorar productos y servicios, la ciencia actual debería poseer también una habilidad intrínseca para poder responder a los problemas del mundo y no separada ni del mundo ni de sus actores. Debería ser una ciencia responsable. Para ello quizás sería necesario repensar la universidad como una “institución (de) fronterera”, mediando entre diversos mundos del conocimiento y cocreando espacios de aprendizaje y acción. Una institución que fomente y permita el diálogo y cohesión entre “el mundo de la ciencia” y “el mundo que no es ciencia”. Una universidad donde la ciencia, los intereses sociales y los intereses individuales se co-generen y coproduzcan.

The boundaries of science are ambiguous, flexible, historically changing, contextually variable, internally inconsistent, and sometimes disputed (Gieryn, 1983:792).

Un concepto interesante es el de ‘boundary organization’ -Organizaciones frontera-. El término definido por David Guston (2003), se refiere a instituciones que permiten el diálogo y cohesión entre el mundo de la ciencia y el mundo que no es ciencia. Guston acoge el concepto del termino boundary work, trabajo de frontera, que Thomas Gieryn (1983) uso para definir los marcos en los que comunidades cognitivas operan en la vida real. La idea de organizaciones frontera no es una teoría complicada, de hecho existen muchas ya, donde lo científico, lo político y lo social interactúan en bajo una misma organización (Lera, 2014:5).

Knowledge, once held tightly in the hands of professionals and their institutions, will start to flow into networks of dedicated amateurs. The crude, all or nothing, categories we use to carve

up society – leisure versus work, professional versus amateur – will need to be rethought. The Pro-Ams will bring new forms of organisation into life, which are collaborative, networked, light on structure and largely self-regulating. Professionals – in science and medicine, war and politics, education and welfare – shaped the twentieth century through their knowledge, authority and institutions. They will still be vital in the twenty-first century. But the new driving force, creating new streams of knowledge, new kinds of organisations, new sources of authority, will be the Pro-Ams (Leadbeater y Miller, 2004:71).

1.2. La universidad como institución (de) frontera en el ámbito de la traducción multimedia: fandobladores, fansubtituladores y fanlocalizadores. Estudio de caso: los fandobladores paródicos

Nuestra intención en este trabajo es llevar a cabo un estudio de caso de la universidad como institución (de) frontera en el ámbito de la traducción multimedia. Dentro de esta abordaremos las figuras de los dobladores, subtituladores y localizadores¹ de (video)juegos aficionados (fans o amateurs); conocidos normalmente como fandobladores, fansubtituladores y fanjugadores², respectivamente (o con sus nombres en inglés: *fandubs*, *fansubs* y *fangame[r]s*). Por un problema manifiesto de espacio centraremos nuestro estudio de caso en una figura muy concreta de análisis: el fandoblador paródico o *fundubber* en inglés.

Técnicamente hablando y desde un punto de vista profesional restringido estrictamente al ámbito de la traducción-traductor, la traducción para los subtítulos y la traducción para el doblaje son procesos a priori bastante sencillos; mientras que la traducción para la localización es un proceso a priori más complejo. La relación que se establece entre traductor-subtitulado y traductor-doblaje suele reducirse, salvo algunas excepciones, a la simple traducción de los subtítulos (archivos de texto, normalmente) y a la traducción de guiones de doblaje (normalmente archivos de texto también); respectivamente.

El caso de la localización es a priori más “complejo”, dado que la intervención del traductor puede afectar al (video)juego en varios niveles (programación, video y gráfica, sonido, etc.); para adaptar el videojuego a otra cultura meta se necesita la intervención de todo un equipo de especialistas, no solo del traductor. Es por ello, quizás, que el número de fans de cada uno de estos ámbitos es directamente proporcional al a prio-

ri grado de dificultad técnica que implica el proceso en cuestión. Además, los fans del doblaje, el subtítulo y la localización normalmente no se “conforman” con reproducir los comportamientos de los profesionales; sino que, en la medida de sus posibilidades, intentan reproducir todo o casi todo el proceso de doblaje, subtítulo y localización (no solo el relacionado estrictamente con la traducción).

Así pues, no resulta extraño que un fansubtitulador, además de traducir los subtítulos, se dedique también a sincronizarlos; o que un fandoblador, además de traducir los guiones de doblaje, se dedique también a ejercer de actor de doblaje; o, finalmente, que un fanlocalizador de (video)juegos, además de localizar el (video)juego, se dedique también al ajuste y/o comprobación (o “testeo”, como se conoce en el argot informático) del mismo. Esta “pasión” por el doblaje, el subtítulo o la localización de (video)juegos por parte del ámbito no-profesional debe entenderse por el contexto de los fans, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, y los continuos avances tecnológicos en cada uno de los ámbitos especificados anteriormente.

El gran desarrollo tecnológico que hemos vivido en estas últimas décadas ha tenido profundas consecuencias en el ámbito de la traducción multimedia, en general, y de la accesibilidad a los medios relacionados con el doblaje, el subtítulo y la localización de (video)juegos, en particular. Así, los programas informáticos de doblaje, subtítulo y localización, en general, se han hecho mucho más asequibles y accesibles; de manera que muchos de ellos pueden incluso usarse o descargarse gratis en Internet. La aparición de una nueva forma de doblar, subtítulo o localizar de los “fanáticos de los doblajes, de los subtítulos o de la localización (de videojuegos, en particular)”; la aparición de doblajes, subtítulos y localizaciones (de videojuegos, en particular) hechos “por fans para fans”; al margen de los imperativos del mercado, es mucho menos dogmática y más creativa e individualista que la que se ha venido realizado tradicionalmente por los profesionales.

Es por ello que, tal como afirma Díaz-Cintas (2005:20) al respecto del fansubtitulado o *fansub* (que fácilmente podría extrapolarse también a las otras dos modalidades del fandoblaje o *fandub* y del fanjuego o *fangame*):

Desde un punto de vista académico, resultaría hartamente interesante investigar y analizar si existen, o no, puntos de contacto y paralelismos entre esta nueva forma de subtítulo, propia de

Internet, y la que hemos venido consumiendo en otros formatos como la televisión, el cine o el DVD. [...] Los avances tecnológicos están cambiando no sólo la práctica profesional de la traducción audiovisual sino también nuestra percepción de la misma en tanto que espectadores y consumidores. Para bien y para mal, nuestro campo de trabajo y de investigación está estrechamente relacionado con la tecnología: nuevos equipos de trabajo, nuevos formatos de distribución, nuevas rutinas laborales, nuevas prácticas profesionales. Cambios que se supone están encaminados a facilitar nuestra tarea como profesionales, a ampliar nuestras avenidas de investigación, a universalizar la accesibilidad a los medios para todos y, por ende, a potenciar la presencia de la TAV en nuestras sociedades.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS DEL FANDBLAJE, DEL FANDESUBTITULADO Y DEL FANJUEGO

La “traducción audiovisual” (TAV) consiste en el trasvase de un texto audiovisual de una lengua a otra. Este tipo de textos se caracteriza por transmitirse a través de dos canales de comunicación, el canal acústico y el canal visual. El significado de este tipo de textos se construye a partir de la interacción de diversos códigos de significación. Con posterioridad, se introdujo la denominación de “traducción para la pantalla” (*screen translation*), que pretendía ser más amplia que la de traducción audiovisual al incluir el monitor del ordenador en programas multimedia y permitir su extensión a la traducción (localización) de productos informáticos, webs y videojuegos, en general. Esta denominación parece haberse desplazado en los últimos tiempos por la más generalista de “traducción multimedia”.

En nuestro caso nos referiremos, en términos generales, a la traducción multimedia. Y, dentro de esta, distinguiremos entre la traducción audiovisual (TAV) y la localización (L10N); entendida esta última como traducción y adaptación. Dentro de la TAV son numerosas las modalidades utilizadas en la actualidad, siendo la subtitulación y el doblaje las principales técnicas empleadas. Por su parte, dentro de la L10N, la localización de programas informáticos, la localización de páginas web y la localización de (video)juegos son los ámbitos más desarrollados (a los que, quizás, podríamos incluir en los últimos tiempos la localización de aplicaciones para móviles

dentro del ámbito de la localización de programas informáticos; o incluso como ítem independiente, por su relevancia).

Cada uno de los diferentes ámbitos de la TAV o de la L10N son campos en constante crecimiento y evolución, y en los últimos años han aparecido novedosas modalidades que buscan satisfacer las nuevas demandas de los espectadores. Entre estas nuevas técnicas se encuentra el objeto de este trabajo: el fandoblaje o *fandub*, el fansubtitulado o *fansub* y el fanjuego o *fangame* (que, a veces, por extensión, llamaremos fanlocalización o *fanlocalization*). La característica distintiva de los mismos es que se trata de doblajes, subtítulos y localizaciones de (video)juegos, respectivamente, realizados por aficionados. Podemos, por tanto, sugerir un nuevo criterio de clasificación de los doblajes, subtítulos o (video)juegos según el carácter de su(s) creador(es): doblaje, subtítulo y/o localización profesional versus amateur (o realizada por fans o aficionados).

Sin embargo, el *fandub*, el *fansub* y el *fangame* son fenómenos complejos y engloban más características que la falta de formación en doblaje, subtítulo y/o localización por parte de las personas que realizan dicha práctica; que es la característica, peyorativa, con la que se ha caracterizado tradicionalmente en los ámbitos profesionales y científicos estos tipos de traducción multimedia amateur. Su origen se encuentra en el fenómeno fan de la década de los 90; y, en los últimos años, ha experimentado un crecimiento exponencial debido a las posibilidades ofrecidas por la Web 2.0. Internet ha permitido que cualquier persona se convierta en traductor-doblador, traductor-subtitulador o traductor-localizador de (video)juegos; por lo que es relativamente sencillo encontrar en la actualidad doblajes, subtítulos o localizaciones de (video)juegos, realizados por aficionados o comunidades de aficionados, para casi cualquier serie, película, programa informático, (video)juego, aplicación para móvil, etc. existente.

3. METODOLOGÍA DE TRABAJO PARA EL ANÁLISIS DEL FENÓMENO FAN EN EL ÁMBITO UNIVERSITARIO

El MTM (2015) o “Master en Traducción Multimedia” de la Universidad de Vigo se inauguró hace ya cinco años, concretamente en el curso académico 2010-2011; por lo que próximamente será sometido a un nuevo proceso de acreditación. Parece pues este el momento más adecuado para hacer acopio del bagaje adquirido, entre otros, en el ámbito

de la I+D+i que, según el “Plan Estatal de I+D+i 2013-2015” del MINECO (2015) en cuanto a sociedad se refiere “[El Plan] intenta incidir sobre aquellos factores que condicionan el futuro desarrollo y bienestar de la sociedad; en este sentido, las actividades de I+D+i se conciben para dar respuesta a los retos globales de la sociedad”. Durante estos cinco cursos de implantación del máster, una de las materias del módulo práctico de obligado seguimiento ha sido y es el “Trabajo de fin de máster” (TFM, 2015). Según consta en los “objetivos” del mismo “el principal objetivo del trabajo de fin de máster (TFM) es que los alumnos apliquen los conocimientos y competencias adquiridos a lo largo de su formación en el ámbito de la traducción multimedia”, con el fin de completar su formación académica de acuerdo con sus intereses personales. En cuanto a la “tipología de trabajos” del TFM, la normativa actual aboga por “el TFM podrá consistir en la conceptualización, definición y evaluación de un proyecto de traducción” o en “la realización de un trabajo consistente en resolver un problema de investigación o evaluación de suficiente entidad”. En función de lo anteriormente explicitado, distingue entre tres tipos de TFM: “evaluación de una traducción, estudio técnico sobre un tema específico [...], o trabajo de investigación aplicado”. Y, para la asignación de trabajos “el alumno podrá elegir y proponer el tema y tipo de TFM que considere más adecuado a sus intereses, según la oferta realizada desde la coordinación del máster.”

Prescindiendo del curso 2010-2011 donde, por problemas burocráticos, no presentamos ninguna línea de investigación; una línea de investigación recurrente por nuestra parte ha sido y es “la traducción multimedia (doblaje, subtítulo, localización, etc.) realizada por profesionales versus la traducción multimedia (doblaje, subtítulo, localización, etc.) realizada por aficionados. Estudio de los fenómenos del *fandub*, *fansub*, *fangame*, etc.”.

A partir de los diferentes trabajos de investigación relacionados con el fenómeno “fan” (amateur o de aficionados) en el ámbito de la traducción multimedia llevados a cabo en la materia de TFM, procederemos a continuación a un análisis de los resultados obtenidos en los mismos. Por una cuestión de tiempo, espacio y de “actualidad investigadora” nos limitaremos a una breve constatación del trabajo llevado a cabo en los ámbitos del *fansub* y el *fangame*; para centrarnos, a continuación, en el ámbito del *fandub*, en general; y, dentro de este, en la figura del *fandobrador* paródico o *fundub*, en particular.

4. ANÁLISIS, EN TÉRMINOS DE I+D+I, DE LOS TFM DEL MTM DE LA UVIGO RELACIONADOS CON EL FENÓMENO FAN EN EL ÁMBITO DE LA TRADUCCIÓN MULTIMEDIA. ESTUDIO DE CASO: EL FANDOBLAJE PARÓDICO O *FUNDUBBING*

En los cinco años de implantación del MTM (2015) se han llevado a cabo 11 TFM/trabajos relacionados con la línea/temática de investigación apuntada anteriormente; que, distribuidos por ámbitos y en orden cronológico de realización, han sido: 2 trabajos relacionados con el *fandub* (Navarro, 2015; Febo, 2015), ambos dirigidos por nuestro equipo; 9 trabajos relacionados con el *fansub* (Vázquez, 2012; Porras, 2012; Varela, 2012; Alonso, 2012; Sepúlveda, 2013; López-Nieto, 2013; López-Cando, 2013; González-Enes, 2014; Pérez cuesta, 2014), de los cuales todos excepto 2 (Vázquez, 2012; Sepúlveda, 2013) fueron dirigidos por nuestro equipo; y, finalmente, 1 trabajo relacionado con el *fangame* (Ayala, 2015), dirigido también por nuestro equipo.

Observamos que, en un principio, todos los TFM se circunscribían al ámbito específico del *fansub*; de manera que no ha sido hasta este último curso 2014-15 que el alumnado ha optado por realizar su trabajo relacionado con los ámbitos del *fandub* o del *fangame*. Los motivos de ello son muy claros a nuestro entender: por una parte el ámbito del *fansub* cuenta ya con mucha literatura e investigación a sus espaldas (al contrario de los otros dos ámbitos); y, por otra, parte, el alumnado interesado en los videojuegos, en general, y en la localización de videojuegos, en particular, prefiere tradicionalmente decantarse por otras líneas/temáticas de investigación “más aplicadas” del mismo (como, por ejemplo, por la línea/temática del “análisis crítico de la localización de videojuegos”; propuesto por el profesor de la materia de “localización de programas informáticos”).

4.1. Análisis de los TFM realizados relacionados con el fansubtitulado o *fansub*

En los cinco años que lleva vigente el MTM (2015) de la UVIGO, se han llevado a cabo 9 TFM/trabajos relacionados con el *fansub* (Vázquez, 2012; Porras, 2012; Varela, 2012; Alonso, 2012; Sepúlveda, 2013; López-Nieto, 2013; López-Cando, 2013; González-Enes, 2014; Pérez cuesta, 2014), de los cuales todo ello excepto dos (Vázquez, 2012; Sepúlveda, 2013) han sido dirigidos por nuestro equipo.

Algunos de ellos, los primeros, se centraron en el estado de la cuestión del fenómeno: en sus motivaciones, productos subtítulados y métodos de distribución (Vázquez, 2012); en la comparación entre la traducción-subtitulado realizada por parte de un profesional y por parte de un aficionado, de manera general (Porras, 2012); o en casos específicos (Varela, 2012; Alonso, 2012; Sepúlveda, 2013; López-Cando, 2013; González-Enes, 2014). Otros fueron un poco más allá y, a raíz de la existencia del fenómeno *fansub*, se cuestionaron algunos de los principios básicos existentes en la actualidad en el subtítulado profesional: ¿Pueden los *fansub* cambiar las convenciones de los subtítulos tradicionales? (López-Nieto, 2013); ¿pueden los “elementos estéticos” en los *fansub* de animación japonesa influir en el subtítulado profesional? (Pérez-Cuesta, 2014).

De cómo el estudio del *fansub* puede (o podría) llegar a influir en el ámbito profesional del subtítulado pueden ser reflejo algunas de las conclusiones vertidas en los dos últimos TFM/trabajos detallados anteriormente (López-Nieto, 2013; Pérez-Cuesta, 2014).

Así, por ejemplo, López-Nieto (2013:25), al respecto de si los *fansubs* pueden cambiar las convenciones de los subtítulos tradicionales, considera que:

Según los resultados de las encuestas, a los espectadores no les importaría que se incluyera el nombre de los traductores, lo que supone un punto a favor de la lucha en contra de la invisibilidad del traductor. Asimismo, no son reticentes al uso de notas explicativas, por lo que se podría recurrir a ellas si fuera preciso. Con respecto al uso de subtítulos monolineales o bilineales no hay una preferencia clara, por lo que se deja al juicio del traductor cuál sería el más adecuado atendiendo al ritmo del diálogo y a la velocidad de lectura. En cuanto al uso de colores, la mayoría prefieren los subtítulos en color blanco y no uno tan llamativo como el violeta, pero teniendo en cuenta que este color ha sido elegido por un porcentaje significativo de encuestados, existe la posibilidad de que se aceptara el uso de subtítulos con otros colores además del blanco o el amarillo.

Así, por ejemplo, Pérez-Cuesta (2014:32), al respecto de si los elementos estéticos en los *fansubs* de animación japonesa pueden influir en el subtítulado profesional considera que:

Podría pensarse que alguna de las estrategias llevadas a cabo por parte de los *fansubs* podría incluirse en la edición profesional de series de animación japonesa, ya que nos encontramos ante un público que suele demandar las características que les ofrecen los *fansubs*. Además, hoy en día, gracias a los avances técnicos, las notas explicativas podrían incluirse a modo de extras en DVD o de pistas de subtítulos paralelas, como se hacen con los contenidos adicionales o los comentarios de los actores. Incluso, la idea de las apostillas podría llevarse a cabo en la edición profesional en cuanto a que podría incluirse un pequeño libretto con las notas culturales explicativas más relevantes para la serie en cuestión. No obstante, para llevar a cabo esta inclusión, sería necesario homogeneizar previamente los criterios utilizados, aspecto que, como ya hemos comentado, aún no existe.

4.2. Análisis de los TFM realizados relacionados con el fanjuego o fangame

En los cinco años que lleva vigente el MTM (2015) de la UVIGO, se ha llevado a cabo 1 solo TFM/trabajo relacionado con el *fangame* (Ayala, 2015), dirigido por nuestro equipo. En el apartado introductorio ya nos hemos referido al porque de ello.

En los últimos años, el *fangame* o localización amateur de videojuegos ha experimentado un resurgimiento gracias, en parte, al auge de los videojuegos independientes³. Estos productos suelen contar con pocos recursos humanos y económicos, por lo que sus creadores suelen recurrir a los fans para que localicen su producto. Sin embargo, pese a este repunte reciente, pocos son los estudios que han abordado este fenómeno. Algunos, como el artículo de Díaz-Montón (2011), abarcan este fenómeno desde diversos ángulos; mientras que otros, como el estudio de Muñoz-Sánchez (2007), se centran en el proceso que deben seguir los localizadores amateur para llegar hasta las cadenas de texto que quieren modificar. No obstante, la mayoría de estos estudios tratan este fenómeno desde el punto de vista profesional, por lo que el análisis de la escena amateur sigue siendo un campo por estudiar/investigar.

El TFM/estudio de Ayala (2015) tiene como fin último (solo) el estudio y clasificación de los errores cometidos en la localización amateur de videojuegos. Se centra en el ámbito amateur del *fangame* pero no pretende establecer sinergias con el ámbito profesional, como sería de desear. Es de entender que, siendo uno de los primeros TFM/trabajos centrados en el *fangame*, nuestras pretensiones hayan sido bastante “modestas” al respecto.

4.3. Análisis de los TFM realizados relacionados con el fandoblaje o fandub

En los cinco años que lleva vigente el MTM (2015) de la UVIGO, se han llevado a cabo 2 TFM/trabajos relacionados con el *fandub* (Navarro, 2015; Febo; 2015), ambos dirigidos por nuestro equipo. El *fandub* es también una práctica amateur que, por sus similitudes pero sobre todo por sus diferencias con el *fansub*, de igual modo merecería una mayor atención académica (Díaz-Cintas, 2013). Según el TFM/trabajo de Navarro (2015:22) “el estudio de los fenómenos de traducción amateur se ha centrado hasta ahora en el subtítulo realizado por fans, y el fenómeno del *fandubbing* ofrece un amplio campo de estudio que sigue, en gran parte, inexplorado”. Uno de estos nuevos campos de estudio es el establecimiento de una clasificación sistemática de las diferentes modalidades de *fandub*; y el constatar si la existencia de posibles modalidades del doblaje amateur, diferentes y/o idiosincráticas, puede a corto, medio o largo plazo influir en el doblaje profesional (o realizado por profesionales).

Navarro (2015) y Febo (2015) realizan un estudio al respecto (de manera independiente, siendo el segundo deudor de la investigación realizada por el primero) a partir de algunos “tímidos” intentos de clasificación temática realizados por con anterioridad por Jaramillo y Suárez (2013) y Nord, Khoshsaligheh y Ameri (2015). Jaramillo y Suárez (2013:82) consideran que “hoy es posible encontrar *fandub* de todo tipo de contenidos”; pero que “la distinción básica cuando hablamos de tipos de *fandub* es la que remite a dos vertientes de producción: la musical y la narrativa”:

La musical es claramente el utilizar la música o melodía original de algún producto cultural y doblar o cambiar la voz que canta y participa en la misma por la del *fandubber*. Ha tenido variaciones, pero la versión primordial es usuarios

haciendo *covers* de las letras de canciones en el idioma original, luego también canciones con las letras traducidas (algunas con más rigor que otras) e interpretaciones o usos varios de melodías, como las abundantes *Literal Versions* de canciones en YouTube, que son usuarios doblando una canción pero describiendo en palabras cantadas lo que sucede en el video musical [...]

La narrativa es cuando se dobla un producto en el que hay un personaje o personajes desenvolviéndose en una acción discursiva o dramática, doblar películas o series de televisión o cortos animados, etc. Los han hecho tanto de pequeños *sketchs* de internet (animaciones independientes, por ejemplo) como de películas de Hollywood. A diferencia de la música, la instancia primordial es la traducción, sea propia del *fandubber* o de otro origen.

Mientras que Nord, Khoshsaligheh y Ameri (2015:4), por su parte, distinguen tres ramas diferentes del *fandub* en su estudio centrado en el *fandub* en Irán: “The practices of dubbings by fans were categorized into three types: a) fundubbing, b) fandubbing, and c) quasi-professional dubbing”. Basándose en este estudio de Nord, Khoshsaligheh y Ameri (2015), Navarro (2015:7) elaboró el cuadro comparativo que se muestra en la Tabla-1 que sigue a continuación, intentando sintetizar y contrastar todas las características de los tres tipos de *fandub* considerados.

Finalmente, basándose en este estudio contrastivo de los resultados obtenidos por Nord, Khoshsaligheh y Ameri (2015), en los resultados obtenidos anteriormente al respecto por Jaramillo y Suárez (2013), y, basándose también, en las propias observaciones de productos de *fandub* en español de Navarro (2015); Navarro (2015:8) propone que: “para exponer con más exactitud las tendencias actuales del fenómeno del *fandub*, quizá lo más acertado sería combinar ambos criterios” (Tabla 1).

Tabla 1. Tipología de *fundubs* (Nord, Khoshsaligheh y Ameri, 2015:4-12; Navarro, 2015:7).

	<i>Fundubbing</i>	<i>Fandubbing</i>	<i>Quasi-professional dubbing</i>
Duración	Entre 1 minuto y 6 minutos.	Entre 25 segundos y 7 minutos, algunos videos de 40 minutos.	Largometrajes, capítulos completos.
Rasgos	Pista de audio recreada por completo. Búsqueda de humor que se apoya en referentes culturales. Lenguaje vulgar, soez, escatológico o sexual.	Dos grupos: <i>amateurs</i> y grupos con conocimientos técnicos, guionistas, director y actores de doblaje. Disponibilidad gratuita <i>online</i> . Calidad vocal de regular a aceptable. Recreación decente de la pista de audio. Sin censura.	Grupos con conocimientos técnicos, guionistas, director y actores de doblaje. Disponibilidad gratuita <i>online</i> . Calidad vocal aceptable. Recreación decente de la pista de audio. Siguen las normas operacionales del doblaje profesional. Sin censura.
Traducción	No se traduce, crean una nueva pista de audio distinta y sincronizada con la imagen.	Uso de traducciones de doblaje y subtítulo oficial. Traducciones pobres, muy literales.	Traducciones coherentes con el producto original y aceptables para el público meta.
Motivación	Hacer reír al público con referentes culturales.	Interés en el doblaje. Practicar habilidades de actuación de voz.	Interés en el doblaje. Practicar habilidades de actuación de voz.

Navarro (2015) considera que “las diferencias entre lo que Nord, Khoshsaligheh y Ameri consideran *fandubbing* y *quasi-professional dubbing*, aunque significativas para el *fandub* en Irán, son mínimas y poco relevantes en el contexto del *fandub* hispano e inglés”. Y que “sin embargo, el *fandub* musical es una tendencia tan extendida y popular que no incluirla en la clasificación resultaría en un trabajo impreciso”. Es por ello que propone el modelo de modalidades del *fandub* que se muestra a continuación en la Ilustración 2.

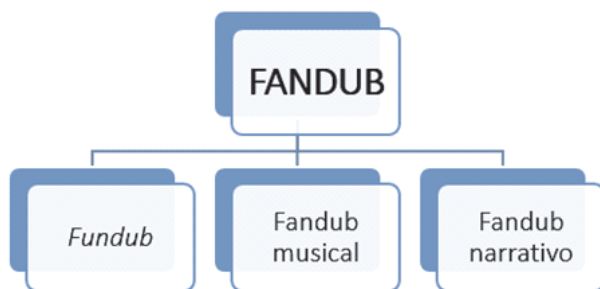


Ilustración 2. Modalidades del *fandub* (Navarro, 2015:8).

Como no disponemos de espacio suficiente para poder analizar los tres tipos de fundub, nos centraremos en uno de ellos: el *fundub*; ya que fue la modalidad del *fandub* (re)introducida por Navarro (2015) y posteriormente estudiada con mayor profundidad por Febo (2015).

El *fundub* o *fundubbing*, que podemos traducir como “fandoblaje paródico”, tal como lo conciben Nord, Khoshsaligheh y Ameri (2015), consiste en recrear diálogos de películas o series, a partir de situaciones exactas a como se ven en el producto original o modificando ligeramente el contenido (recortando escenas, repitiéndolas o cambiando el orden en el que suceden) para que resulten cómicos o para satirizar elementos del producto original. Según Navarro (2015:8) “el doblaje paródico es una de las vertientes más populares en el panorama del fandub actual, pero cabe destacar que no todos los vídeos de humor catalogados como fandub podrían etiquetarse como fundub, según nuestra definición del mismo”. Navarro (2015:8) considera que “para que haya *fundub* tiene que darse únicamente una modificación en el guión original: el guión modificado se graba sobre el mismo apoyo visual original, en el que se realizan pocos o ningún cambio”.

Los doblajes paródicos a menudo hacen uso de un lenguaje soez y de un humor escatológico o sexual para crear situaciones humorísticas, pero lo principal a tener en cuenta es que no implican un proceso de traducción, sino la recreación completa del guión (Nord, Khoshsaligheh y Ameri, 2015:4-7). En Navarro (2015) y Febo (2015) se muestran numerosos ejemplos representativos al respecto. Uno de los que creemos más representativo es el de *300 Ferrolanos* (Hascinemas, 2007).

El video *300 Ferrolanos* (Hascinemas, 2007) entra en la categoría del *fundub*, ya que es una versión adaptada de una película, basada en una situación real y manipulada en aras del humor. De hecho, la épica batalla recreada por Zack Snyder para el cine en la película de éxito *300* (2007), la adaptación del cómic de Frank Miller, revive en la plataforma de YouTube en forma de tráiler que se aleja completamente de su historia real y del drama (Febo, 2015:5).

Al respecto, Febo (2015:5) considera que “aunque no es un producto muy reciente, representa un buen ejemplo de *fundub*”:

De acuerdo con las investigaciones teóricas, la actividad del *fundub* no busca transmitir el mensaje original del contenido audiovisual y que los estándares de calidad señalados por Chaume (2004, 2005, 2013) no tienen tanta repercusión como sí acostumbra a suceder en un entorno profesional. Para quien hace *fundub*, el objetivo principal es traspasar el humor a través de una situación cómica, en la que solo la ambientación y los personajes quedan inalterados. De hecho, buscan una relación entre los elementos visuales y los diálogos que escriben, para luego tratarlos en clave humorística, gracias también a la inclusión de coloquialismos, acentos etc. (Nord, Khoshshaligheh y Ameri, 2015). *300 Ferrolanos* trata de enseñar una porción de realidad en clave humorística, “sin ninguna intención de molestar a nadie, y mucho menos a trabajadores afectados por el problema” (Hascinemas, 2007). No es objeto de este estudio decir si el video trata de manera adecuada y realística algunos temas, sino observar los aspectos varios que caracterizan un *fundub* a través del análisis que se ha llevado a cabo. Sin ningún lugar a dudas, podemos decir que el humor es la pieza fundamental de este tipo de actividad (Febo, 2015:11).

Como no nos es posible mostrar aquí todos los aspectos característicos del *fundub* o fandoblaje paródico relacionados con los diálogos, y/o con las sincronías y el audio, nos hemos limitado a mostrar en la Tabla 2 una comparativa entre los diálogos de una escena de la versión original en inglés, la versión oficial en español y la versión *fundub* en español.

Al *fandub*, en general, y al *fundub*, en particular, se les puede reconocer un conjunto de técnicas y habilidades consideradas fundamentales en un entorno profesional. Las diferentes categorías de *fandub* que hemos expuesto muestran diferentes puntos clave: a) la necesidad por parte

de los *fandubbers* de compartir espacios y experiencias comunes; b) los fanáticos consumen una gran cantidad de productos, por lo que se les puede considerar como expertos del tema; c) el reto principal consiste en practicar las propias habilidades técnicas y de actuación de voz; d) la diversión como factor impulsor. Cabe recordar que, para ellos, es una cuestión de ocio, aunque se trate de un proceso al cual hay que dedicarle tiempo, dinero y rigor profesional (Jaramillo y Suárez, 2013).

Tabla 2. Comparación de diálogos de una escena de 300 (Febo, 2015:7).

Personaje	Versión original (en)	Versión oficial (es)	Fundub (es)
Leónidas	<i>Earth and water.</i>	<i>Tierra y agua.</i>	—————
Mensajero	Madman. You're a madman.	¡Loco! Estás loco.	¡Oye, tío!
Leónidas	Earth and water. You'll find plenty of both down there.	Tierra y agua. Encontrarás ambas cosas en abundancia ahí abajo.	Así que no vas a secundar la huelga, ¿eh? ¡Maldito cerdo esquirol!
Mensajero	No man, Persian or Greek, no man threatens a messenger.	Ningún hombre, persa o griego, amenaza a los emisarios.	¡No quiero tener problemas!
Leónidas	You bring the crowns and heads of conquered kings to my city steps. You insult my queen. You threaten my people with slavery and death. Oh, I've chosen my words carefully, Persian. Perhaps you should have done the same.	Traes a las puertas de mi ciudad las cabezas y las coronas de los reyes que habéis derrocado. Insultas a mi reina. Amenazas a mi pueblo con la esclavitud y la muerte. Oh, he escogido bien que la palabra, persa. Quizás deberías haber hecho lo mismo.	¿Problemas? El problema lo vas a tener cuando cierren el astillero y nos quedemos todos en la calle. Entonces sí vas a tener un problema, tú y todos nosotros. ¿Te enteras? ¿Y qué harás entonces, volver aquí, eh? ¡Maldito cerdo esquirol!
Mensajero	This is blasphemy. This is madness!	¡Esto es una blasfemia! ¡Es una locura!	(balbucea)
Leónidas	Madness? This is Sparta!	¿Una locura? ¡Esto es Esparta!	¡Esto es Ferrol!

5. CONCLUSIÓN

Los grandes avances tecnológicos de las últimas décadas han generado un ambiente de cambio en la traducción. Como resultado de este proceso y debido al crecimiento acelerado de producción y de consumo de producto audiovisual (multimedia, en general), la traducción amateur en dichos ámbitos está creciendo y extendiéndose cada vez más. Lo expuesto en este trabajo demuestra la efectiva abundancia de productos doblados, subtítulos y/o localizados por fanáticos; aunque la práctica del doblaje, subtítulo o localización amateur no está suficientemente reconocida y estudiada/investigada en los entornos académicos.

La industria de la TAV (multimedia, en general) es un sector en crecimiento constante y, por consiguiente, la formación universitaria ha de adecuarse a las necesidades sociales y del mercado. Al igual que Orrego (2013), creemos que la traducción audiovisual amateur (y la multimedia, en general) puede considerarse como una herramienta y como parte de la formación profesional de los estudiantes: de hecho, los entornos de producción de traducción audiovisual amateur pueden ayudarles en el desarrollo de las competencias y estrategias que actualmente el mercado requiere. Cerezo (2013), en su estudio empírico-descriptivo sobre la didáctica de la TAV en España en la universidad, insiste en que la formación universitaria debería focalizarse en la creación de un perfil profesional amplio, “de forma que los traductores sean capaces de hacer frente nuevas exigencias” (Cerezo, 2013: 181). Asimismo, añade que sería necesario un aumento de prácticas reales durante las horas presenciales, para que puedan conocer mejor los aspectos prácticos del mercado y desarrollar competencias genéricas. Por otro lado, Orrego (2013) declara que un traductor debe tener las capacidades necesarias para trabajar en equipo, además de saber organizar su tiempo y conocer los estándares de los servicios que presta: los entornos no profesionales podrían ayudar a los estudiantes a adquirir conocimientos que pueden ser transferibles a entornos profesionales. Por lo tanto, creemos que la práctica del fandoblaje o *fandub*, del fansubtitulado o *fansub* y/o del fanjuego o *fangame* (o de la fanlocalización o *fanlocalization*, en general) podría ser un beneficio para el desarrollo y adquisición de las diferentes herramientas tecnológicas y satisfacer un mayor número de competencias.

En otro orden de cosas, en lugar de considerar el fandoblaje, el fansubtitulado o el fanjuego un elemento perjudicial o molesto respecto al

doblaje, el subtítulo y/o el (video)juego (localización, en general) oficial; el *fundub*, el *fansub* y/o el *fangame* (*fanlocalization*, en general) pueden aportar beneficios en el aprendizaje en determinados ámbitos para quienes los practica. La investigación de Talaván (2012) muestra, por ejemplo, como los subtítulos ayudan a alcanzar una comprensión más eficiente de un idioma por medio de materiales audiovisuales. Por tanto, la traducción para el doblaje, para los subtítulos y/o para la localización (en general) puede considerarse como elementos que ayudan al desarrollo de destreza de comprensión tanto oral como escrita. En este contexto, la práctica del *fundub*, del *fansub* y/o del *fangame* puede considerarse una estrategia en el ámbito de la didáctica de lenguas en general.

Con este trabajo deseamos no solo aportar información para la comprensión y la recopilación de ideología, estrategias y modalidades del fenómeno del *fundub*, el *fansub* y el *fangame* (*fanlocalization*, en general), sino también apoyar y reforzar su uso. Creemos que estas modalidades de la traducción multimedia deberían ser objeto de una mayor investigación académica por su gran potencial en la sociedad actual.

Notas

1. La localización de (video)juegos se refiere a la preparación de (video)juegos para otros “locales”. Esta adaptación a las normas de otros países va mucho más allá de simplemente la traducción del idioma. Existen diferentes sectores, como el lingüístico, cultural, hardware y software, diferencias jurídicas, identidad gráfica y música que deben tenerse en cuenta a la hora de adaptar el producto. Por otra parte, en el ámbito de la informática, la configuración regional (conocida como *locale* en inglés) es un conjunto de parámetros que define el idioma, país y cualquier otra preferencia especial que el usuario desee ver en su interfaz de usuario.
2. Propiamente, los “localizadores de (video)juegos aficionados (fans o amateurs)”, por analogía con los dobladores y los subtituladores, deberían designarse como “fanlocalizadores (de videojuegos)” o *fanlocalizationgame[r]s*, en inglés. O incluso, teniendo en cuenta que dentro del ámbito de la localización pueden englobarse la localización de webs, la localización de programas informáticos y la localización de (video)juegos, podría apelarse también al término único

de “fanlocalización” o *fanlocalization*; que englobase todos los ámbitos de la localización.

3. Resulta curioso comprobar cómo, a pesar de lo mucho que ha cambiado la industria de los (video)juegos desde la década de los 90 hasta nuestros días, la “comunidad de *fangame[r]s*” se mantiene estable e incluso crece. Este hecho puede sorprender a primera vista, pues hoy en día la mayoría de títulos aparecen ya localizados a varios idiomas, incluido el castellano. Sin embargo, que sigan existiendo proyectos y peticiones significa que aún hay mucha demanda por parte de la comunidad y que aún se lanzan al mercado títulos sin localizar.

Referencias Bibliográficas

- AGUILERA, Miguel de. 2014. “Cambian las comunicaciones, cambian los conceptos con los que entenderlas. Necesidad de nuevas categorías” en **TELOS-98. Democracia y nuevos medios digitales**, junio-septiembre: 10-12. Disponible en http://telos.fundaciontelefonica.com/docs/repositorio/es_ES/revistasPDF/telos_98.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- ALONSO, Jennifer. 2012. **Fansubs de series occidentales: comparativa de los procesos traductivos empleados en Subtitulos.es y en Tusseries.com**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- AYALA, Alejandro Guillermo. 2015. **Estudio teórico-práctico de la localización amateur de videojuegos**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- CEREZO, B. 2013. “La formación en Traducción Audiovisual en España: Un estudio de caso empírico-descriptivo” en **TRANS**, N° 17, pp. 167-183. Disponible en http://www.trans.uma.es/trans_17/Trans17_167-183.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- FEBO, Valentina di. 2015. **La otra cara del doblaje: el fandub**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- DÍAZ-CINTAS, Jorge. 2005. “Nuevos retos y desarrollos en el mundo de la subtítulos” en **Puentes**, N° 6, noviembre, 13-20. Disponible en https://spiral.imperial.ac.uk/bitstream/10044/1/1429/1/Puentes_05.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- DÍAZ-CINTAS, Jorge. 2013. “Panorámica de la investigación en traducción para el doblaje” en **TRANS**, N° 17, 13-34. Disponible en http://www.trans.uma.es/trans_17/Trans17_013-034.pdf. Consultado el 05.09.2015.

- DÍAZ-MONTÓN, Diana. 2011. “La traducción amateur de videojuegos al español” en **TRANS**, N° 15, pp. 69-82. Disponible en: http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_15/69-82.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- GIERYN, T. F. 1983. “Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists” en **ASR**. 48, pp. 781-795. Disponible en http://woodhous.arizona.edu/geog596m13/Gieryn_1983.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- GONZÁLEZ-ENES, Laura. 2014. **Análisis comparativo entre el subtítulo profesional y el no profesional de una serie de animación japonesa**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- HASCINEMAS. 2007. **300 Ferrolanos**. Vídeo de YouTube. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=-MbCiV5Va4A>. Consultado el 05.09.2015.
- JARAMILLO, D. y SUÁREZ, C. 2013. “Las voces de la red: la invisible dinámica del *fandoblaje* en América Latina” en **Revista Comunicación y Ciudadanía**, vol. 6, pp. 76-91. Disponible en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4321677>. Consultado el 05.09.2015.
- LEADBEATER, Charles; MILLER, Paul. 2004. **The Pro-Am Revolution: How Enthusiasts Are Changing Our Society and Economy**. Ed. Demos. UK. Disponible en <http://www.demos.co.uk/files/proamrevolution-final.pdf>. Consultado el 05.09.2015.
- LERA, Asunción. 2014. “Ciencia responsable y la universidad como institución de frontera” en **Universidad y cooperación al desarrollo. Contribuciones de las universidades al desarrollo humano**. Ed. UPV, València. Disponible en http://www.researchgate.net/publication/280154248_Universidad_y_educacin_para_el_desarrollo. Consultado el 05.09.2015.
- LÓPEZ-CANDO, Antía. 2013. **Análisis comparativo entre el subtítulo profesional y no profesional de *Perdidos***. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- LÓPEZ-NIETO, Julia P. 2013. **¿Pueden los fansubs cambiar las convenciones de los subtítulos tradicionales? Estudio de campo**. TFM del “Más-ter en traducción multimedia (MTM)”. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- MINECO. 2015. **Ministerio de Economía y Competitividad**. Disponible en <http://www.mineco.gob.es>. Consultado el 05.09.2015.
- MTM. 2015. **Máster en traducción multimedia**. Disponible en <http://mtm.uvigo.es>. Consultado el 05.09.2015.
- MUÑOZ-SÁNCHEZ, Pablo, 2007. “Romhacking: localización de videojuegos clásicos en un contexto de aficionados”. **Revista Tradumàtica**. N° 5.

- Disponible en: <http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/num5/articulos/07/07.pdf>. Consultado el 05.09.2015.
- NAVARRO, Carmen. 2015. **El fandub: evolución, características y tendencias**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- NORD, C.; KHOSHSALIGHEH, M. y AMERI, S. 2015. “Socio-Cultural and Technical Issues in Non-Expert Dubbing: A Case Study” en **IJSCL**, Vol. 3, Nº 2. Disponible en http://ijscl.net/article_11734_0.html. Consultado el 05.09.2015.
- ORREGO, D. (2013). “Avance de la traducción audiovisual: desde los inicios hasta la era digital” en *Mutatis Mutandis*, Vol. 6, Nº 2, pp. 297-320. Disponible en <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/mutatismutandis/article/viewFile/17081/15436>. Consultado el 05.09.2015.
- PÉREZ-CUESTA, J. M^a. 2014. **Los elementos estéticos en los fansubs de animación japonesa**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- PORRAS, Sonja Cristina. 2012. **Estudio de caso sobre traducción profesional y no profesional: *Modern Family***. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- SEPÚLVEDA, Pablo. 2013. **El fenómeno fansub y la traducción del humor y del lenguaje vulgar. Análisis de un capítulo de *South Park***. TFM del MTM. Dirigido por L. Lorenzo-García.
- TALAVÁN, N. 2012. “Justificación teórico-práctica del uso de los subtítulos en la enseñanza-aprendizaje de lenguas extranjeras” en **TRANS**, Nº 16, pp. 23-37. Disponible en http://www.trans.uma.es/trans_16/Trans16_023-037.pdf. Consultado el 05.09.2015.
- TFM. 2015. **Trabajo de fin de máster**. MTM de la UVIGO. Disponible en <http://cursos.faitic.uvigo.es/tema1415/claroline/course/index.php>. Consultado el 05.09.2015.
- VARELA, Pablo. 2012. ***Samurai Champloo*: un acercamiento al fenómeno fansub**. TFM del MTM. Dirigido por J. Miquel-Vergés.
- VÁZQUEZ-DUARTE, Cristina. 2012. **Evolución del fansub: motivaciones, productos subtítulados y métodos de distribución**. TFM del MTM. Dirigido por M. García-González.