

LIONBRIDGE

GAMES



DALLA TRADUZIONE ALLA CULTURALIZZAZIONE

Passato, presente e futuro della localizzazione di videogiochi

La localizzazione di videogiochi è molto più delle parole e delle voci che si possono trovare in un gioco. Ai suoi albori la localizzazione di videogiochi poteva essere una semplice traduzione, ma con gli anni l'industria si è evoluta, producendo una localizzazione sempre più affidabile e ricca di sfumature, in grado di riunire i giocatori provenienti da **tutto il mondo**.

Guardando agli ultimi 30 anni, la differenza qualitativa della localizzazione è sconvolgente. Prendiamo ad esempio Shenmue, un classico di Sega e base spirituale dell'amatissima serie



Yakuza. All'epoca di Shenmue, lanciato nel 2000, gli sviluppatori conoscevano il grande potenziale della localizzazione, ma non sapevano bene come sfruttarlo appieno.

La richiesta era alta, l'industria dei videogiochi aveva infatti avuto una crescita del 100% nei ricavi nel decennio precedente e stavano nascendo una moltitudine di società dedicate alla localizzazione. Nonostante gli importanti sviluppi delle tecnologie per la traduzione, c'era comunque ancora poca consapevolezza sulla complessità della localizzazione narrativa.



"Kiss off" è un'espressione non troppo chiara che serve a congedare qualcuno in maniera brusca e maleducata. Nonostante faccia parte dello slang statunitense e canadese, è poco comprensibile e, come insulto da parte di un vero gangster, anche piuttosto blanda.

Shenmue fu uno dei primi videogiochi ad avere un budget multimilionario riservato per la localizzazione ma, come i suoi predecessori, dovette affrontare tantissimi problemi. Traduzioni non revisionate, voci inadatte ai personaggi, registrazioni confusionarie, sono solo alcuni di questi. L'assenza di linguisti specializzati ha causato dei **dialoghi involontariamente comici**. Una battuta come "Kiss off twit!" è infatti tutt'oggi citata dai fan della serie.

Shenmue II, sviluppato insieme all'originale e lanciato nel 2001, ha dovuto affrontare difficoltà simili nella localizzazione. Nonostante il doppiaggio

incerto sia parte del suo fascino, l'inglese di Shenmue II ha generato nel corso degli anni numerosi meme su internet che dimostrano in che condizioni fosse la localizzazione di videogiochi dell'epoca.

Come ha affermato lo stesso coordinatore della localizzazione di Shenmue, Jeremy Blaustein, in **un'intervista con GameSetWatch**: "la situazione era ancora più disastrosa di quanto possiate immaginare".



L'evoluzione dell'industria è evidente comparando il caso precedente con il successo del 2015,

Yakuza 0. Sempre edito da Sega, Yakuza 0 fu (ed è tutt'ora) un fenomeno globale acclamato dalla critica internazionale, vendendo oltre 2 milioni di copie solo su Steam.

Come si può immaginare, gran parte del successo di Yakuza 0 è dovuto alla sua localizzazione eccellente. Non solo la traduzione era accurata, ma era anche naturale, piena di riferimenti alla cultura pop locale, slang e perfino **interazioni culturali** tra l'originale giapponese e le localizzazioni occidentali.

Grazie a un adattamento brillante, un doppiaggio stellare e un perfetto equilibrio tra ciò che risulta straniero e ciò che è familiare, Yakuza 0 rappresenta il punto di riferimento per la localizzazione di videogiochi. La sua genialità però consiste in molto altro ancora.

COSA SIGNIFICA CULTURALIZZARE?

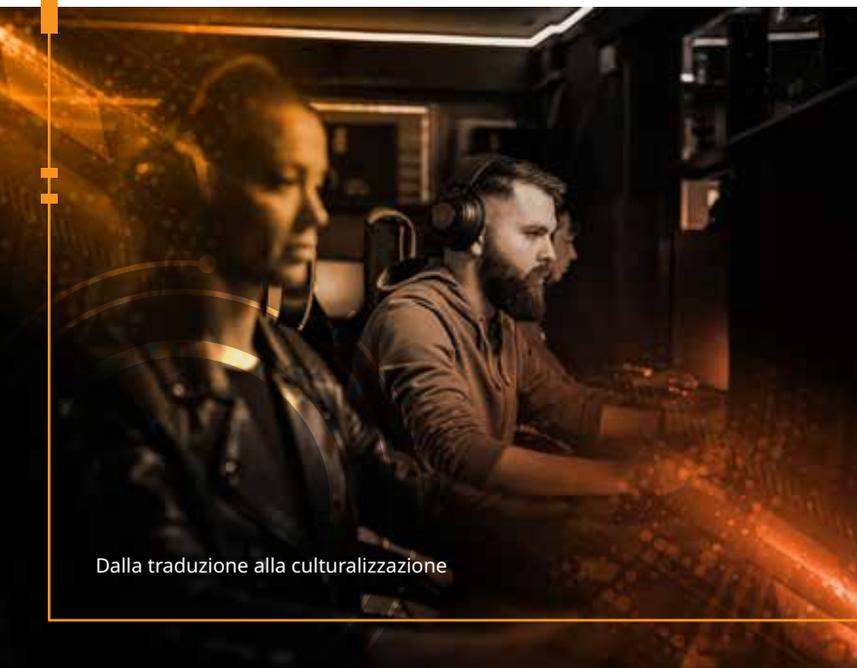
Per molti giocatori, Yakuza 0 e altri titoli narrativi della seconda metà degli anni 2010 rappresentarono il primo contatto con un nuovo concetto della localizzazione di videogiochi. Questo mix di sfumature culturali e sensibilità geopolitiche, insieme agli effetti di un mondo sempre più interconnesso, stava dando vita a una nuova scuola di pensiero, che presto sarà ampiamente apprezzata da editori, sviluppatori e fornitori di servizi linguistici.

Arriva la culturalizzazione.

"Si può pensare in questo modo," afferma Eva Herreros, Director of Content Quality per Lionbridge Games. "La traduzione serve a passare da una lingua all'altra e niente di più. È il primo passo per iniziare a capire qualcosa di incomprensibile. La localizzazione invece serve a rendere un videogioco più interessante per il pubblico locale, personalizzandolo in base alla loro visione del mondo, sfruttando i riferimenti alla cultura pop, allo slang e a specifici elementi audiovisivi. La localizzazione assicura ritmo, coerenza e raffinatezza per un risultato naturale, che assomigli a un vero prodotto locale. Traduzione e localizzazione però non bastano a colmare ogni distanza: è per questo che serve la culturalizzazione".

La culturalizzazione è un processo che unisce la creatività dei contenuti al contesto della cultura di riferimento.

"Si prende l'intenzione originaria dell'opera, la si comprende a fondo, si incornicia e si presenta al pubblico conservandone il messaggio e la finalità, senza dimenticare mai le norme culturali e i valori sociali", conclude Herreros.



3 LIVELLI DI ADATTAMENTO LINGUISTICO

È importante fare una distinzione tra traduzione, localizzazione e culturalizzazione perché ogni processo si occupa di aspetti diversi dell'adattamento per l'internazionalizzazione.



TRADUZIONE

Si concentra sull'accuratezza linguistica della lingua di destinazione.
(Ad es., si occupa di trasmettere correttamente il messaggio originale.)



LOCALIZZAZIONE

Amplia l'ambito di azione per adattare le preferenze linguistiche e regionali al pubblico di riferimento. Si concentra soprattutto sulla personalizzazione della traduzione al mercato di destinazione (da non confondersi con il pubblico, che è un target più specifico.) Include, tra l'altro:

- » Adattamento di script (ad es., accorciare un dialogo per farlo entrare correttamente in una casella di testo o per farlo combaciare al ritmo di una cutscene.)
- » Formattazione dell'UI (ad es., direzione del testo, terminologia, palette dei colori, ecc.)
- » Formattazione numerica (ad es., date, valute, unità di misura, ecc.)
- » Localizzazione dei nomi (ad es., armi, incantesimi, località, personaggi, ecc.)
- » Controllo del tono (ad es., onorifici, tono formale/informale, ecc.)



CULTURALIZZAZIONE

Scava a fondo per creare un'esperienza immersiva e culturalmente significativa, allineando le norme culturali, i valori sociali e le sensibilità geopolitiche al pubblico di riferimento. È l'unico adattamento linguistico che si occupa dei giocatori a livello personale ed emotivo. Include, tra l'altro:

- » Adattamento narrativo (ad es., cambiare un evento del gioco per evitare paralleli con fatti storici realmente accaduti, ecc.)
- » Adattamento dei personaggi (ad es., cambiare l'età, storia, abbigliamento di un personaggio, ecc.)
- » Adattamento delle meccaniche di gioco (ad es., formule pay-to-win, livelli di difficoltà, ritmo di gioco, ecc.)
- » Contesto aggiuntivo (ad es. aggiungere note, espandere le descrizioni degli oggetti, alterare i dialoghi, ecc.)
- » Controllo geopolitico (ad es. occuparsi in base alla sensibilità locale di tematiche quali linguaggio inclusivo, razza, etnia, orientamento sessuale, politica, religione, ecc.)

Nonostante la trasformazione testuale sia alla base di ogni strategia di globalizzazione, la culturalizzazione accresce l'esperienza di gioco mettendo il giocatore in primo piano. Fin dai primi giorni dello sviluppo di un videogioco, è importante essere consapevoli di come alcune meccaniche di gioco, trame e personaggi possono essere percepiti dai giocatori di diverse culture. Gli sviluppatori, i team di localizzazione e gli editori dovrebbero saper identificare gli elementi che potrebbero causare problemi e cercare un modo per risolvere la questione.

"Qui bisogna andare a fondo," afferma Ji Shin, Narrative Design Lead per Lionbridge Games. "Si deve andare oltre ai sottotitoli, al doppiaggio, all'interfaccia utente e alla traduzione dei nomi di armi e personaggi. Tutto questo è compito della traduzione e della localizzazione. Bisogna concentrarsi sulla narrazione. Pensare ai segnali audiovisivi. Pensare al gameplay, gli obiettivi, le sfide e le ricompense da punto di vista del giocatore e chiedersi come tutto ciò possa collegarsi agli aspetti geopolitici della cultura di destinazione. E per quanto riguarda la religione? La legge? Gli eventi storici del presente e del passato?"

Durante il processo di controllo culturale un videogioco potrebbe subire cambiamenti significativi e bisogna aspettarselo. La culturalizzazione però non si tratta di effettuare modifiche a piacimento.

"Uno degli aspetti più complicati della culturalizzazione è trovare l'equilibrio tra ciò che è straniero e ciò che sentiamo più familiare," spiega Baptistin le Blanc, Director of European Content Delivery per Lionbridge Games. "Ad esempio, a volte potremmo mantenere i nomi originali dei luoghi e dei personaggi oppure i riferimenti culturali, aggiungendo però contesto o spiegazioni che possano far apprezzare appieno questi elementi al pubblico di riferimento. In questo modo, cerchiamo di creare un'esperienza di gioco che sembri locale e familiare conservando il fascino e l'intenzione originari del videogioco".

Prendiamo ad esempio un personaggio chiamato "The Black Warrior", il Cavaliere Nero. Un giocatore statunitense potrebbe chiedersi, "Cos'ha di nero? La sua armatura? Il suo stemma? La sua pelle? È forse un personaggio cattivo?" Basandosi solo sul nome, la maggior parte dei giocatori occidentali potrebbe farsi un'idea negativa del personaggio. Nella cultura hindu, il nero può simboleggiare la più oscura malvagità. Invece, per molte nazioni dell'est asiatico è un colore di buon auspicio, che può rappresentare la forza o il potere.

Un team di culturalizzazione si occuperebbe di comprendere l'intenzione originale degli sviluppatori e di cercare di trasmettere lo stesso messaggio nel modo più consono per il pubblico di riferimento, localizzando il nome o aggiungendo contesto sul suo significato (oppure, ancora, rilavorando il personaggio che potrebbe essere problematico, come ad es. il caso di un personaggio cattivo simboleggiato dalla sua pelle scura... Oh no!).

"Uno degli aspetti più complicati della culturalizzazione è trovare l'equilibrio tra ciò che è straniero e ciò che sentiamo più familiare".

— Baptistin le Blanc, Lionbridge Games, Director of European Content Delivery

PERCHÉ LA CULTURALIZZAZIONE È IMPORTANTE?

Si potrebbe pensare alla culturalizzazione come la ciliegina sulla torta della globalizzazione, ma non è esattamente così. Mentre gli esperti di localizzazione lavorano per rendere scorrevole e interessante un videogioco, gli esperti di culturalizzazione cercano di creare un ambiente fondato sul rispetto per editori e giocatori, al fine di creare un'esperienza davvero significativa. In altre parole, la culturalizzazione crea le fondamenta per fare in modo che i contenuti adattati possano essere giustamente apprezzati.

Nonostante spesso venga percepita come un "mezzuccio" o qualcosa di poco importante, la culturalizzazione è essenziale per catturare e mantenere alta l'attenzione dei giocatori. Un approccio ben pensato al world building e alla cultura è ciò che differenzia un bel videogioco da un capolavoro.

"Come in ogni relazione sana, il rapporto tra sviluppatori e giocatori deve essere fondato sul rispetto e sulla comprensione reciproca. Come fa un giocatore a divertirsi se il tuo videogioco genera confusione o malcontento? Non importa quanto sia ben tradotto, una buona scrittura non ha valore se suona offensiva o troppo estranea," ribadisce Shin. "Ottenere la giusta atmosfera è ciò che permetterà al gioco di durare nel tempo".

I videogiochi possono essere sfruttati per promuovere le diversità e l'inclusività. Rappresentano una finestra sulle vite altrui e ci permettono di esplorare concetti che possono tornare utili nel mondo reale. Una rappresentazione autentica dell'esperienza umana è fondamentale per il successo di un videogioco.

La culturalizzazione aiuta proprio a generare esperienze davvero significative. Permette ai giocatori di sentirsi profondamente connessi al contenuto e può scatenare un'elevata risposta emotiva. È questo tipo di esperienza che trasforma un giocatore occasionale in un fan per tutta la vita, creando inoltre un forte senso di comunità, cioè una risorsa inestimabile. Se si sentono valorizzati, i giocatori tenderanno ad acquistare i prodotti, supportare e promuovere il videogioco e provare anche gli altri titoli disponibili.



"Come in ogni relazione sana, il rapporto tra sviluppatori e giocatori deve essere fondato sul rispetto e sulla comprensione reciproca. Come fa un giocatore a divertirsi se il tuo videogioco genera confusione o malcontento? Non importa quanto sia ben tradotto, una buona scrittura non ha valore se suona offensiva o troppo estranea".

— Ji Shin, Lionbridge Games,
Narrative Design Lead



"In un mare così vasto di videogiochi, è essenziale distinguersi. I videogiochi che si impegnano a essere inclusivi e vicini alle altre culture riescono ad attirare l'attenzione dei giocatori e a spiccare sulla concorrenza. Personalmente, credo che sia sempre la cosa giusta da fare".

— Eva Herreros, Lionbridge Games,
Director of Content Quality

"Le emozioni sono come un amo. Mano a mano che ci si identifica con i personaggi e con le loro storie, i nostri sentimenti si trasformano in un'ancora che ci tiene fermi. Quando un gioco è inclusivo e rispettoso, è più facile provare un senso di comunità e connessione con gli altri giocatori. Questa unione e il videogioco stesso diventano un'occasione per imparare e crescere. È sempre bello sentirsi accettati, ascoltati, compresi e apprezzati," afferma Herreros.

Non è quindi una grande sorpresa che la culturalizzazione funga anche da porta d'ingresso per i mercati. Negli ultimi 10 anni ha preso piede il fenomeno "**se non lo capisco, non lo compro**". È noto che una strategia di localizzazione possa far aumentare i ricavi, ma spesso i migliori guadagni sono assicurati proprio dalla culturalizzazione. Creando un'atmosfera ricca, rispettosa e invitante, è possibile ampliare il proprio pubblico di riferimento ed evitare di respingere i giocatori che potrebbero apprezzare il tuo prodotto.

Se attuata al modo giusto, la culturalizzazione permette a una proprietà intellettuale di diramarsi su vari media, tra cui film, serie TV, libri e molto altro.

Se si vuole ricreare un universo su un mezzo di comunicazione diverso, il materiale di partenza, in questo caso il videogioco, deve essere potente e coerente. In questo modo, i suoi nuovi rami saranno ugualmente forti ed emotivamente potenti, ottenendo così fan sempre più fedeli.

Herreros aggiunge, "In un mare così vasto di videogiochi, è essenziale distinguersi. I videogiochi che si impegnano a essere inclusivi e vicini alle altre culture riescono ad attirare l'attenzione dei giocatori e a spiccare sulla concorrenza. Personalmente, credo che sia sempre la cosa giusta da fare".

In ogni caso, una culturalizzazione di qualità non migliora solamente l'esperienza di gioco. Oltre a promuovere l'inclusività, la culturalizzazione aiuta a tenersi a distanza dalla possibilità di offendere o cadere in gaffe culturali che potrebbero causare problemi anche gravi. È quindi utile per evitare una cattiva pubblicità, perdite di ricavi, danni alla reputazione e perfino conseguenze legali scatenati da una mancanza di sensibilità.

L'ELEFANTE NELLA STANZA: DEI (DIVERSITÀ, EQUITÀ, E INCLUSIONE)

È inutile girarci attorno: Il concetto di "DEI" è stato e probabilmente continuerà a essere un argomento controverso nel mondo del gaming ancora a lungo. È un soggetto pieno di sfumature che è stato girato e rivoltato infinite volte. Parole "virali" come "cultura woke" e "ESG" servono solo a confondere le acque, mentre c'è un solo concetto che dovrebbe risuonare: l'alienazione.

Immagina di accendere il tuo nuovo gioco preferito dopo una lunga giornata a scuola o a lavoro. Hai appena iniziato un nuovo arco narrativo della trama principale, sbloccando una nuova area di gioco. Stai esplorando un mondo meraviglioso e sconosciuto, pieno di tantissimi colori, caratterizzato da visuali innovative e una colonna sonora incantevole.

Poi arriva un personaggio minore che adori, e che consideravi un tuo alleato, che fa una battuta di cattivo gusto sul peso di qualcun altro.

Ancora peggio, questa battuta non viene in alcun modo ripresa e non causa alcuna ripercussione. All'improvviso non sei più "dentro" il gioco, ti chiedi come sia possibile che in un ambiente tanto paradisiaco qualcuno possa anche solo essere interessato all'aspetto esteriore. In un mondo con ali, code e scaglie, perché gli autori hanno proprio voluto far dire *una cosa del genere* a un personaggio? È un esempio banale, certo, ma qualcosa che potrebbe facilmente colpire il pubblico.

"I videogiochi possono includere contenuti sensibili. Nessuno vuole censurare nulla," afferma Shin. "Ma è importante chiedersi in che modo ogni elemento del gioco possa influenzare l'esperienza dei giocatori. Cosa significa questa battuta del dialogo nel contesto del gioco? Ha un qualche significato all'interno della storia? Ha senso che questo personaggio dica una cosa di questo tipo? Se si trova qualcosa che potrebbe colpire una demografica specifica in modo superfluo o indelicato, è sempre meglio toglierla".



SOLO IL
38%

dei giocatori crede che le principali aziende produttrici di videogiochi pensino a persone come loro quando sviluppano i propri prodotti.

[Fonte: Glaad]



1 SU 5

giocatori attivi si identifica come LGBTQ.

[Fonte: Glaad]



PIÙ DI
2 SU 3

giocatori sono neri, ispanici, asiatici o APA.

[Fonte: ESA]



53%

dei giocatori pensa che gli sviluppatori abbiano la responsabilità di creare videogiochi e spazi dedicati al gaming più inclusivi.

[Fonte: Glaad]



METÀ

dei giocatori **si identifica di sesso femminile.**

[Fonte: Statista]



44%

dei giocatori afferma di aver vissuto o assistito a un caso di razzismo o discriminazione sulle piattaforme di gaming.

[Fonte: Preply]

Si parla molto di rappresentazione nei videogiochi e della promozione dell'allyship, ma spesso si dimentica di fare il primo passo per una diversità sana nel settore del gaming.

"Molti pensano che le iniziative DEI siano solo un modo per sembrare progressisti. È diventata una corsa a inserire quanti più personaggi possibili che siano PoC, LGBTQIA+, femminili o disabili. La rappresentazione è senza dubbio importante ma questo è un approccio alla diversità poco onesto che può anche essere dannoso," afferma Shin.

I giocatori capiscono quali sono le vere intenzioni a seconda di come questo si attua. Se si pensa di fare solo il minimo indispensabile aggiungendo un personaggio "diverso", è subito chiaro. Inoltre questo ci si può ritorcere contro alla grande.

Prendiamo per esempio un personaggio disabile... la cui disabilità però non ha alcun senso. Cioè, il modo in cui questa disabilità viene rappresentata è esagerato, irrealistico e poco coerente. Ancora peggio, pensiamo a un protagonista che abbia

subito una ferita debilitante e poi all'improvviso, come per magia, questa ferita sparisca nel nulla.

Una cosa del genere non può essere vista come una vittoria dalla comunità. L'ovvia mancanza di ricerca e di sforzo non fa altro che girare il coltello nella piaga.

"Ciò che conta davvero è non alienare mai il pubblico. Non bisogna pensare che ciò che non crea profitto non abbia valore. C'è sempre valore in ciò che è giusto." Conclude Shin.

È un sentimento nobile voler creare un'esperienza che sembra personalizzata su ogni giocatore, ma è *necessario* creare qualcosa che non faccia sentire *nessun* giocatore escluso.

Il tuo mondo, i suoi personaggi e il modo in cui interagiscono nel contesto, non devono mai far sentire i giocatori invalidati, offesi o emarginati.



"È un sentimento nobile voler creare un'esperienza che sembra personalizzata su ogni giocatore, ma è necessario creare qualcosa che non faccia sentire nessun giocatore escluso".

COME FUNZIONA LA CULTURALIZZAZIONE?

La culturalizzazione è un processo preciso che richiede una profonda comprensione della cultura di origine e di destinazione, oltre che una visione creativa. Deve essere implementata fin dall'inizio dello sviluppo di un videogioco, perché coinvolge anche la struttura più elementare delle sue fondamenta. Ogni parte della produzione e del processo di globalizzazione, dallo storytelling al character design, dall'audio al testing della localizzazione, è influenzato dalla culturalizzazione.

Elementi come la personalizzazione del nome di un personaggio o la rappresentazione del genere fanno addirittura parte del codice del gioco.

A ogni modo, esiste una struttura generale per i progetti di culturalizzazione, che comprende una fase di analisi seguita dall'adattamento e dal testing di controllo qualità.

A seguire, Le Blanc spiega il processo di Lionbridge Games:

- » **Come prima cosa**, il nostro team analizza il videogioco nel suo contesto originale, assicurandosi di capirne bene la storia, i personaggi, le tematiche e le sfumature culturali.
- » **Poi**, lavoriamo a stretto contatto con i consulenti della cultura locale e i linguisti che conoscono a fondo la cultura del mercato di riferimento. Sono loro a guidarci nell'adattamento dei contenuti del gioco. Durante questa fase, siamo sempre in contatto con gli sviluppatori e gli editori per essere certi di non allontanarsi mai dalle intenzioni originarie. Strumenti quali le matrici per i personaggi, le guide di stile linguistico e i protocolli DEI locali, aiutano i nostri traduttori e i team di storytelling a rimanere fedeli alla visione culturale del gioco.
- » **Infine**, eseguiamo un accurato lavoro di testing di controllo qualità per assicurarsi che la versione localizzata combaci con lo scopo e l'autenticità del gioco originale.

Rivelare questo processo potrebbe sembrare un rischio per l'azienda ma, come spiega Le Blanc, avere la formula non garantisce sempre la risoluzione dell'equazione.

"Conoscere queste nozioni non basta per avere una culturalizzazione di qualità. C'è bisogno anche della giusta esperienza e di talento, oltre a infrastrutture e flussi di lavoro che garantiscano un funzionamento ottimale. Parlare apertamente del nostro processo non ci fa sentire minacciati. Anzi, pensiamo che questa sia una tematica che deve essere conosciuta e siamo felici di poter condividere il nostro know-how. Avere accesso alle informazioni riguardanti il processo di culturalizzazione non solo incoraggia la crescita del settore, ma dà maggiore potere agli sviluppatori e agli editori che vorranno essere più consapevoli nella scelta dei propri partner".



"Avere accesso alle informazioni riguardanti il processo di culturalizzazione non solo incoraggia la crescita del settore, ma dà maggiore potere agli sviluppatori e agli editori che vorranno essere più consapevoli nella scelta dei propri partner".

GLI SVILUPPATORI E GLI EDITORI COME POSSONO TROVARE SUPPORTO PER LA LOCALIZZAZIONE E LA CULTURALIZZAZIONE?

Come prima cosa bisogna comprendere che **l'immersione non è cosa da poco**. Per garantirla si deve comprendere appieno la lingua e la cultura di destinazione. Inoltre, comprendere il processo di culturalizzazione è solo l'inizio: è poi necessario trovare le risorse per farlo e, soprattutto, per farlo bene. La buona notizia è che al giorno d'oggi esistono tantissime società di localizzazione di videogiochi. Ciononostante, non tutti i fornitori hanno i mezzi per finalizzare un controllo culturale accurato.

Gli sviluppatori e gli editori dovrebbero cercare società di localizzazione che abbiano:

- » Grande esperienza
- » Infrastruttura internazionale
- » Presenza locale nel mercato di riferimento
- » Linguisti e traduttori qualificati

- » Competenze verificate nella revisione geopolitica e capacità di inclusività delle diversità
- » Team di project management dedicati
- » Team di design narrativo dedicati
- » Stretti rapporti con gli esperti in materia e con le ONG
- » Processi e strumenti basati su dati reali
- » Metodologia end-to-end, dallo sviluppo al post-lancio

Un altro fattore essenziale nella scelta dei partner è il senso dell'umiltà. I team di culturalizzazione devono avere abbastanza esperienza e umiltà per sapere quando è necessario consultare delle risorse esterne. Le aziende di localizzazione con poca esperienza non sono consapevoli di ciò che non sanno, né hanno contatti a sufficienza per trovare il giusto aiuto qualificato. Trovare un fornitore che rispetti i requisiti citati può migliorare significativamente la qualità dei contenuti localizzati.

Senza dubbi, nel futuro la culturalizzazione avrà un forte impatto sul settore del gaming. È un concetto che trascende la lingua per abbracciare un pubblico sempre più variegato e internazionale.

Come le aziende di localizzazione forniscono esperienze di gioco sempre più simili al prodotto originario, ci auguriamo di vedere una trasformazione sempre più inclusiva nel settore dei videogiochi in tutto il mondo. In pratica, la culturalizzazione porterà a un futuro in cui i videogiochi non saranno semplicemente tradotti o localizzati, ma diventeranno un prodotto veramente globale.



IL MIGLIOR GIOCATORE DUE CHE PUOI TROVARE.

Visita la pagina dedicata ai nostri servizi e scopri come possiamo aiutare gli sviluppatori e gli editori a creare l'esperienza di gioco perfetta.

ULTERIORI INFORMAZIONI
GAMES.LIONBRIDGE.COM



LIONBRIDGE GAMES

La nostra missione è offrire esperienze di gioco entusiasmanti a tutti i gamer appassionati come noi. Lionbridge Games è stata fondata nel 2013 all'interno della più grande azienda dedicata alla globalizzazione. Con il supporto dell'infrastruttura internazionale Lionbridge, la nostra rete di gamer offre una suite di servizi per lo sviluppo di videogiochi veramente globali e tecnologicamente all'avanguardia.



ULTERIORI INFORMAZIONI
GAMES.LIONBRIDGE.COM



LIONBRIDGE

© 2024 Lionbridge. Tutti i diritti riservati.

