

Los videojuegos venden tres veces más si están disponibles en español

La venta de videojuegos se triplica si están íntegramente en español y aumenta, aunque en menor medida, si están parcialmente en esa lengua.

Son datos del informe 'Economía del español en la industria del videojuego', del Observatorio Nebrija del Español, dirigido por el profesor Carlos González Tardón y hecho público este jueves.

En él se analizaron un total de 559 videojuegos -386 desarrollados en España y 173 en América Latina- lanzados en 2015, 2016, 2020, 2021 y 2022 en Steam, la única tienda que permite realizar estimaciones de unidades vendidas y de facturación.

De acuerdo con ese estudio, la venta de los juegos que están disponibles íntegramente en español aumenta en un promedio de 1.236 unidades, casi el triple que los que no incluyen esta lengua, mientras que la de los que están en español de forma parcial se incrementa en 434 unidades.

Esos incrementos se dan tanto en los juegos gratuitos como en los de pago y son incluso más notables en los de aventura porque, como recoge el estudio, suelen tener un componente narrativo mayor y más relevante que los de acción, que suelen ser más dinámicos.

Muchos de los productos con mayor volumen de ventas en el mercado hispanohablante son españoles, aunque tres de los cinco primeros son latinoamericanos.

Los juegos analizados están disponible en una media de 6,04 idiomas. De ellos, casi el 100 % tienen todas las características en inglés (interfaz, voces y subtítulos), seguidos del español de España (con el 70 % de la interfaz en esta lengua, el 29 % de las voces y el 76 % de los subtítulos) y español de Latinoamérica (25 % de la interfaz, 12 % de las voces y 30 % de los subtítulos).

Con información de 800Noticias