

Ramón Méndez González

*Traducción & paratraducción de videojuegos:
textualidad y paratextualidad en la traducción
audiovisual y multimedia*



UNIVERSIDADE
DE VIGO

Facultade de Filoloxía e Tradución

Departamento de Tradución e Lingüística

Programa de doctorado en Tradución & Paratradución

Director: Dr. D. José Yuste Frías

2012

Agradecimientos

Alguien me dijo una vez que en un trabajo así es mejor no poner nombres y que cada uno se dé por aludido, pero considero que eso no es hacer justicia ni dar el crédito que merecen muchas de las personas involucradas, directa o indirectamente, en este proyecto.

Para empezar, el principal agradecimiento se lo he de dedicar a José Yuste Frías, cuyo nombre figura en la portada junto al mío y es un verdadero honor que así sea. Gracias por haber creído en este proyecto y por haberme apoyado desde el principio para que se haya podido ser una realidad.

En segundo lugar, un agradecimiento especial a Danolas por el excelente trabajo de diseño que ha realizado apurado y a última hora.

Para continuar, he de estar especialmente agradecido a la gente del sector de los videojuegos, gracias a quienes todo ha sido posible. Pep y Nacho, muchas gracias por haberme ayudado a crecer y madurar durante nueve años, a nivel profesional y personal; nunca olvidaré dónde empezó todo. Arcas, gracias por ser un grande de este sector y por haber confiado en mí tantas veces. Sara, gracias por absolutamente todo lo que has hecho por mí a lo largo de los años; sabes que no estaría donde estoy sin tu ayuda. Alexpasc, gracias por haber hecho de mí un profesional en condiciones. Gracias también a todos los que habéis dejado vuestro granito de arena en mi vida profesional y que me habéis mostrado este mundillo: Enrique, JdP, Pablo, Rox, Will, Relañó, Kronik, Arenas, Juantxi, Nando, Motenai, Santi, Fran, Bianka, Aitor, Miriam, Helena, David Fraile, Silvia, David Caballero, Aruku, Toni, Mario, Omar, Xcast, Carolina, Diana, Mónica, Arturo, Asier, Nacho García, Íñiguez, Soderstrom, Neusse, Tyrone, Monchán...

En cuarto lugar, pero no por ello menos importantes, mis padres, que me apoyaron constantemente y han sido piezas clave en mi formación académica y profesional.

Por último, todos los traductores, ingenieros de telecomunicaciones, habituales de los fines de semana, compañeros de profesión... que siempre habéis estado ahí aguantándome en lo bueno y en lo malo: Lucía, Nillo, Geles, Diego, Chei, Germán, Gordi, Villa, Marta, Fátima, Alawi, Jhonsito, Fran, Bli, Shinryu, Gabi, Daguís, Sote, Félix, Saray, Maita, Mata, Lau, Jaime, Moreiras, Xila, Andreea, Rober, Naga, Osakaru, Charlie, Antoncín, Telömeri, Amanda, Rafa, Laura, Mediero, Ana Barrera, Meiriño, Iago, Elsa, Valentina, M^a Ángeles, Santi, Curri, Eugenia, Calvo, Dani, Alberto, Xoán, Anxo...

La lista podría ser eterna y sé que me dejo a gente fuera. Que nadie se sienta excluido: gracias a todos por haber estado ahí y haberme ayudado en este primer paso de un largo camino.

ÍNDICE

1. Introducción	7
2. Traducción y paratraducción: definiendo la localización	12
2.1. El concepto de paratraducción	14
2.2. Videojuegos y paratraducción	16
2.3. Localizar es traducir y paratraducir	19
3. Videojuegos: fenómeno económico, social y cultural	22
3.1. Repaso histórico	24
3.2. Sector emergente	25
3.3. La situación española	28
3.4. Las tres figuras paratraductorales clave en la localización de videojuegos	33
3.5. La amenaza de los aficionados	34
3.6. Dignificar la profesión	39
3.7. Los estudios científicos sobre los videojuegos	40
4. Traducir para la pantalla	42
4.1. El traductor entre el texto y la imagen	44
4.2. Habitar la imagen para traducir videojuegos	46
5. La textualidad de los videojuegos	51
5.1. Introducción al subtitulado de los videojuegos	53
5.2. Características generales del subtitulado de los videojuegos	57
5.3. Análisis de subtitulado en diversos juegos	60
5.4. El proceso de subtitulado de los videojuegos	66
5.4.1. Escritura del guión	68
5.4.2. Primera adaptación	69
5.4.3. Exportación	70
5.4.4. Encargo	70
5.4.5. Inscripción	70
5.4.6. Traducción	71
5.4.7. Revisión	72
5.4.8. Segunda adaptación y ajuste	73
5.4.9. Inserción	73
5.4.10. <i>Beta testing</i> y control final	74
5.4.11. Lanzamiento	74
5.5. Problemas del subtitulado en los videojuegos	75
5.6. Propuesta para un protocolo del proceso de subtitulado	81
5.6.1. Número de líneas	82
5.6.2. Situación en pantalla	83
5.6.3. Caracteres por línea	84
5.6.4. Fuente	85
5.6.5. Alineación	87
5.6.6. Posición	88
5.6.7. Tiempo en pantalla	88
5.6.8. Subtitulado para sordos	89
5.6.9. Particularidades intrínsecas al subtitulado de los videojuegos	89
5.7. El subtitulado de videojuegos: un trabajo en equipo	90
5.8. Introducción al doblaje de los videojuegos	91

5.9. Comprender el doblaje en el sector del videojuego	97
5.10. Videojuegos, cine y doblaje	106
5.11. La búsqueda de una norma en el doblaje de los videojuegos.....	114
5.11.1. Elementos técnicos y humanos del doblaje	115
5.11.2. Terminología propia del doblaje	120
6. La paratextualidad de los videojuegos	125
6.1. Los peritextos icónicos.....	126
6.1.1. Imágenes del tópico español.....	128
6.1.2. Estereotipando a los héroes.....	142
6.1.3. Recrear el Holocausto a través del ocio digital	152
6.2. Los peritextos sonoros.....	161
6.2.1. Importancia histórica de la música en los videojuegos.....	163
6.2.2. Música y temas vocales para-traducir las bandas sonoras	169
6.2.3. Paratraducir el imaginario del juego a través de la música	185
6.2.4. Creando los efectos de sonido en los videojuegos	190
6.2.5. Importancia del peritexto sonoro en los videojuegos.....	192
6.3. En el umbral de la pantalla del videojuego: el mando de control.....	195
6.3.1. Paratraducir la simbología del mando de la PlayStation	197
6.3.2. Paratraducir la simbología de los mandos Dreamcast y Xbox	202
6.4. Las carátulas: epitextos visuales por antonomasia	208
6.4.1. Los códigos por edades	218
6.5. Epitextos materiales.....	220
7. La publicidad <i>ingame</i> dinámica de los videojuegos	222
7.1. <i>Freeware</i>	227
7.2. Distribución digital	228
7.3. Donaciones	229
7.4. Versiones de prueba	29
7.5. <i>Cripplesware</i>	231
7.6. Exclusividades para VIP	231
7.7. Objetos de vanidad.....	231
7.8. Objetos de marca	232
7.9. Objetos útiles.....	232
7.10. Suscripciones	233
7.11. Dinero virtual	233
7.12. Cobro de impuestos	233
8. Paratraducir la publicidad de los videojuegos.....	234
8.1. Publicidad mientras se juega.....	235
8.2. Publicidad para jugar	238
9. Publicidad y videojuegos	239
9.1. <i>Merchandising</i>	240
9.2. <i>Advergaming</i>	243
9.3. La tienda tradicional	246
10. Paratraducir la publicidad de las grandes marcas de videojuegos	247
10.1. Sega	249
10.2. Sony	257
10.3. Nintendo	265

10.4. Microsoft.....	270
11. Los servicios de interpretación en el sector de los videojuegos	273
11.1. El mercado de la interpretación de los videojuegos	281
11.1.1. Presentación de juegos	281
11.1.2. Conferencias en grandes eventos internacionales	283
11.1.3. Conferencias en pequeños eventos	287
11.1.4. Entrevistas personales	289
11.1.5. Charlas y eventos universitarios	290
11.2. Análisis de los datos expuestos	292
11.2.1. Lenguaje especializado	293
11.2.2. La pronunciación de los nombres y títulos	294
11.2.3. El idioma empleado	296
11.2.4. ¿Interpretación simultánea o consecutiva.....	298
11.2.5. Las cabinas	298
11.2.6. Adaptarse a cada tipo de circunstancia	300
11.3. Prospectiva de la interpretación en el sector de los videojuegos	301
12. Conclusiones	302
13. Bibliografía	313
13.1. Títulos de los juegos citados	314
13.2. Libros, capítulos de libro, artículos	318
14. Anexos	351
14.1. Listado de vídeos incluidos en el DVD de la tesis doctoral	352
14.2. Listado de las entrevistas	353



1. INTRODUCCIÓN

En marzo de 2012, se celebró en la Universitat Autònoma de Barcelona el [*Fun For All: Second International Conference on Translation and Accessibility in Video Games and Virtual Worlds*](#). Durante el discurso de apertura, Pilar Orero, investigadora principal del grupo TransMedia Catalonia, comentó las dificultades para organizar eventos de estas características, ya que generalmente siempre surge la pregunta de dónde encuadrar los videojuegos: ¿en el área de las humanidades, en el área de las ciencias...?

Aquella pregunta quedó sin respuesta, limitándose a ser un simple comentario dentro de un congreso en el que se abordaron muchos y muy interesantes temas en torno al mundo de la localización de videojuegos. Pero era una pregunta de gran relevancia, ya que a nivel académico todavía no se ha sabido ubicar a los videojuegos en el lugar que les corresponde, en muchos casos incluso ignorándolos como posible elemento de estudio. Pero la pregunta persiste, por más que se intente obviar y dejar su respuesta para otro momento: de todas las posibles ramas del saber y el conocimiento humano, ¿dónde se encuadraría un producto tan novedoso, relativamente reciente y complejo como un videojuego?

El hecho de que estas preguntas se generen cuando se está intentando dar un paso adelante en el ámbito del estudio académico de los videojuegos demuestra dos cosas: que poco a poco empieza a haber una muy necesaria preocupación por comprender y situar a los videojuegos en su lugar, y que poco a poco se van haciendo cosas para potenciar su imagen como elementos de estudio a tener en cuenta por diversos ámbitos académicos. Tal es así, que no se produce una eliminación en la que ninguna rama reniegue de esta nueva vertiente, sino que todas están al acecho, expectantes, analizando a la nueva fuente de ocio para saber qué posibilidades aporta en su campo y poder reclamar plenos derechos sobre ella.

Resulta relativamente sencillo limitarse a coger los estudios sobre los videojuegos e intentar encuadrarlos dentro de las diferentes áreas de conocimiento del saber humano, pero esto nos deja, simple y llanamente, dando vueltas en círculos sin llegar a ninguna parte. Así por ejemplo, los programadores pueden asegurar que son el pilar fundamental, los responsables de marketing pueden demostrar que tienen el control sobre los programadores, los traductores pueden jugar la baza de que sin ellos el producto llegaría a mercados muy limitados, etcétera. ¿Por qué todos pueden reclamar una parte del pastel, aún a pesar de tratarse de ámbitos radicalmente diferentes? Porque los videojuego son algo diferente y muy especial, que no se puede encuadrar fácilmente en un ámbito de

conocimiento porque tocan prácticamente todos los que se puedan llegar a imaginar a día de hoy.

Los videojuegos son un campo completamente multidisciplinar, que toca distintas ramas y todas son importantes y ninguna se queda en segundo plano ante las demás. Como si de un relación simbiótica se tratase, en un videojuego coexisten texto e imagen, líneas de código y bandas sonoras, actores de doblaje y traductores de extensos cuadros de texto, marketing y prensa especializada, grandes conferencias con interpretación y pequeños chats en directo, literatura vinculada y juguetes de plástico... Para poder entender un videojuego no nos podemos limitar, única y exclusivamente, a intentar comprenderlos dentro de un campo del conocimiento único, sino que es esencial tener una visión holística que nos permita percibir todas esas piezas del puzle y, a partir de ellas, trabajar en equipo para completar la obra más compleja que el mercado del entretenimiento haya creado hasta la fecha.

Es cierto que son abundantes los mercados en las que se podría encontrar una gran confluencia de disciplinas, pero en ninguno intervienen tal variedad de campos y tal cantidad de elementos como en el mundo de los videojuegos. Posiblemente, el cine sería el campo más próximo, pero hace ya mucho tiempo que el ocio electrónico ha dejado atrás las posibilidades del celuloide. La maquinaria de un videojuego está compuesta de tantas pequeñas piezas y es tan delicada que todo lo que no sea un ajuste perfecto que dé vida a la producción supondrá una desconexión (total o casi total) por parte del usuario, perdiéndose así el halo de virtualidad que aporta el baño de imágenes en el que se sumerge el jugador al ponerse en la piel del héroe de turno.

Precisamente, es ese halo de virtualidad lo que hace que los videojuegos sean tan especiales, lo que permite que el consumidor deje de ser un espectador pasivo para volverse parte intrínseca e importante de la aventura que se le presenta. Para conseguirlo, no basta con ofrecer una buena jugabilidad, ni basta con ofrecer bellas bandas sonoras o secuencias de vídeo espectaculares: todos y cada uno de los elementos que componen el videojuego deben cumplir su papel a la perfección. Y el principal problema a día de hoy, que hasta cierto punto está suponiendo una pequeña barrera ideológica, es que prácticamente ninguna de las ramas que componen un videojuego están comprendiendo el producto como un todo, sino que se centran única y exclusivamente en el aspecto que les incumbe, sin comprender lo que suponen las quejas por la falta de exigencia y calidad en cada uno de los demás elementos. Para poder trabajar en este sector, independientemente de la rama a

la que se pertenezca, lo ideal es comprender y conocer el funcionamiento de todo el proceso de diseño y creación de un videojuego.

Por poner un ejemplo, a día de hoy, es habitual que un programador aplique una restricción de caracteres a un texto porque así se lo requiere su código, sin preocuparse de los problemas que eso pueda acarrear al traductor; del mismo modo, el traductor se quejará ante la restricción de caracteres impuesta por el programador, pero sin comprender las complejidades que ese cambio pueden suponer para un producto tan complejo en el que modificar un carácter puede provocar una ruptura del código en otra parte. Es por eso que se antoja de vital importancia trabajar en equipo y luchar por una formación especializada en un sector que exige mucho y para el que muy pocos están plenamente preparados.

Tal es el objetivo del presente estudio de investigación. Como ya se ha comentado, lo habitual es centrarse en el propio campo y analizar a fondo lo que se hace y se conoce dentro de ese campo en el mundo de los videojuegos; dicho caso sería la traducción, en el caso que nos ocupa. Pero se suelen pasar por alto muchos de los aspectos del mercado de los videojuegos en los que no sólo la traducción sino también, y sobre todo, la paratraducción tiene una relevancia muy marcada, porque se aleja de lo meramente textual. Y ni siquiera los aspectos textuales están bien definidos ni marcados, tal y como sucedería en otros campos de la traducción, hasta tal punto que la localización de videojuego es, a día de hoy, un sector demasiado caótico y complejo en el que se está trabajando muy poco. Es fácil encontrar buenos traductores y es fácil encontrar grandes amantes y conocedores de los videojuegos, pero es difícil encontrar una fusión perfecta en la que un gran traductor sea un gran amante de los videojuegos. Y dadas las condiciones en las que se suele trabajar en este sector, dicha fusión no se limita a ser un requisito recomendable, sino que es algo imperativo si se desea alcanzar las más altas cotas de calidad. De hecho, a día de hoy es muy habitual encontrarse, en foros, blogs, publicaciones y estudios varios, errores destacados y notables de la traducción de diversos videojuegos, y no hace falta remontarse muy atrás en el tiempo para encontrar algunos de los más llamativos.

Prepararme para abordar la tarea de crear una consciencia de la importancia de la traducción, la paratraducción y la práctica de la interpretación en diferentes aspectos del mercado de los videojuegos ha sido, en cierto modo, la historia de mi vida. Más de veinte años de experiencia en el mercado de los videojuegos, casi diez de ellos de forma profesional, me han aportado el bagaje cognitivo necesario para conocer al dedillo todos los entresijos de este sector cuya incidencia es cada vez mayor en la sociedad. Tras empezar como jugador, me he adentrado en el mundo de la prensa especializada; colaboro en

traducción de textos especializados en el sector; he visitado estudios de desarrollo; asisto regularmente a las grandes ferias internacionales; trabajo como intérprete en conferencias para desarrolladores de videojuegos; he participado en documentales; imparto clases de diseño y creación de videojuegos; he participado en la localización de más de un centenar de juegos distintos; he colaborado con compañías en la traducción de textos de marketing y notas de prensa; he compartido infinidad de comidas, charlas y cafés con profesionales del sector, de todas las ramas posibles; y por más cosas que haga, no dejo de descubrir nuevos detalles, formas de mejorar el funcionamiento del desarrollo y vertientes todavía inexploradas.

La tesis doctoral que presento aquí es el análisis minucioso, desde el punto de vista de la traducción y la paratraducción, de lo que es el mercado de los videojuegos: todos los elementos textuales y paratextuales que juegan un papel clave en la satisfactoria creación del baño de imágenes que deberían ser tenidos en cuenta de cara a comprender plenamente el funcionamiento de un sector que no deja de evolucionar y que puede dejar atrás a los estudios sobre traducción si no reaccionamos a tiempo. Si bien, aunque no demasiados, empieza a haber interesantes estudios sobre la práctica de la localización, la inmensa mayoría se centran en lo que son los elementos meramente textuales, en el análisis de los textos y, con cierta timidez, en la propuesta de soluciones. Pero todos ellos se han saltado un paso, ampliar la perspectiva del punto de vista para obtener una visión completa y comprender el universo antes de centrarse en un planeta. En este trabajo de investigación, queremos dar ese pasito atrás para echar un vistazo a la gran obra y ver todas las áreas en las que la traducción y la paratraducción juegan un papel de gran importancia en una obra tan compleja y multidisciplinar como es un videojuego.